

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПРОЕКТИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Рассмотрены бизнес-инновации в структуре инновационного развития страны, а также устойчивое развитие бизнеса в комплексе организации успешной инновационной среды. Предлагается использовать малые инновационные предприятия как плацдарм для социальной адаптации студентов.

Ключевые слова: устойчивое развитие предприятия, исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, нематериальные активы.

L.I. Troitskaya
I.A. Lunegov
G.K. Zasyppkin

INNOVATIVE ACTIVITY AS A WAY OF PROVIDING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BUSINESS

The article deals with business innovations in the state innovative development structure, as well as sustainable development of business within the complex of activities aimed at creating successful innovative environment. The authors suggest using small innovative enterprises as a base for social adaptation of students in business environment.

Keywords: sustainable development of business, exclusive right on results of intellectual activity (intellectual property), intangible assets.

В Российской действительности инновационные предприятия отождествляются с научно-техническими разработками, нано-продуктами и новыми средствами оптимизации технологий. На наш взгляд инновационная инфраструктура не должна ограничиваться производственно-технологической составляющей. Важно отличать инновацию осязаемую и инновацию ментальную, к коим можно отнести управленческую бизнес-среду. Поскольку бизнес-инновации не имеют физических характеристик их сложнее реализовать как целостность. Сложность развития методологических аспектов инновационной деятельности выражается в индивидуальном (интеллектуальном) подходе носителей инноваций к постановке задач, поскольку уровень воздействия на ту или иную хозяйственную ситуацию может быть определен только через продолжительное время.

Малые инновационные предприятия необходимо использовать как плацдарм для развития и социальной адаптации носителей инноваций. Мы не можем утверждать, что данная схема развития позволит молодым учеными и специалистам реализовать свой проект безукоризненно, но, по крайней мере, консолидированная площадка развития, способна дать толчок обоснованию методологических форм инновационных процессов.

Существующая цепочка между наукой и производством через инновационную среду способна оживить (освежить) устаревшие технологические процессы. В свою очередь бизнес-инновации способны встраиваться в любой хозяйственный цикл, как в процесс научной разработки, так и в производственно-эксплуатационный период.

Растущая значимость нематериальных активов в коммерческой деятельности обусловлена усиливающейся конкуренцией между фирмами, осуществляющими бизнес в более чем одном регионе.

Так, товарный знак выполняет основную функцию идентификации источника продукта и отличия этого продукта от продуктов из других источников. Именно поэтому цена товаров с товарными знаками на мировом рынке на 15–25% выше, чем цена аналогичных товаров, не маркированными товарными знаками. Иногда товарный знак становится одним из наиболее ценных объектов собственности, его стоимость исчисляется миллиардами.

Помимо исключительного права на товарный знак и знак обслуживания, в состав нематериальных активов предприятия включают также исключительные права на изобретение, промышленный образец, полезную модель, исключительные права на селекционные достижения (патенты); исключительные авторские права на программы для ЭВМ, базы данных; имущественные права на топологии интегральных микросхем; деловая репутация.

Стоимостная оценка вышеперечисленных нематериальных активов — залог 100% -го использования их потенциала. Как и для любого другого вида промышленной собственности, оценка осуществляется тремя подходами — доходным, затратным и сравнительным. Но иначе дело обстоит с деловой репутацией (гудвил). Деловая репутация предприятия — определенное позитивное мнение общественности касательно субъекта хозяйственного оборота. Стоимость деловой репутации определяется как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения).

Особое внимание стоит уделить персоналу предприятия. Человеческий, интеллектуальный капитал является основополагающим фактором успешного бизнеса в XXI в. Однако человеческие ресурсы — интеллектуальные, деловые, трудовые — являются неотъемлемой частью их носителя, и соответственно, в состав нематериальных активов включаться не могут. Человеческий капитал фирмы достаточно проблематично оценивать ввиду своей многогранности, и он, как правило, косвенно закладывается в деловую репутацию предприятия.

В целях выявления взаимосвязей в цепочке «товарный знак–человеческий капитал–патент» сопоставим данные понятия попарно. Указанные понятия были выбраны не случайно — ведь именно они, зачастую, среди прочих нематериальных активов, представляют наибольшую ценность.

Товарный знак и знак обслуживания, в соответствии с Гражданским Кодексом РФ, уравниваются в правовом положении, с одной лишь разницей — знак обслуживания индивидуализирует работы и услуги, а товарный знак — товары. Патент, как и товарный знак, является результатом интеллектуальной деятельности человека, при этом патент предоставляет защиту результатам технических изысканий, исследо-

ваний (в случае селекционных достижений — биологических), а товарный знак, как инструмент индивидуализации, должен разрабатываться с учетом психологических особенностей восприятия человека, с учетом требований законодательства, а также результатов анализа окружающей бизнес-среды.

Следовательно, уровень качества проработки товарных знаков, научный уровень исследований по созданию патентов напрямую зависят от интеллектуальных ресурсов предприятия, от его персонала. В связи с этим представляется целесообразным выделение самостоятельного актива в составе имущественного комплекса предприятия «интеллектуальный потенциал».

Успешные инновации имеют значение не только для развития успешного бизнеса, но и как инструмент развития способности к порождению инноваций, способности к преобразованию хозяйственной действительности организации и себя в организации. Такие способности не преподаются в классическом высшем образовании и новые форматы инновационного образования и организации деятельности способны создать условия для реструктуризации самих себя в деятельности и своего способа мышления. Способность к преобразованию необходима уже практически повсеместно в бизнесе и в связи с конкурентными основаниями, и в связи с учащающимися кризисными явлениями. Связанными как раз с «неурачной» расхожих, тиражированных схем организации и развития бизнеса и его отдельных бизнес-процессов. Для молодых специалистов и для предпринимателей эта ситуация практически одинаково актуальна. И тем, и другим приходится осваивать практически незнакомые хозяйственные обстоятельства в чрезвычайно конкурентной среде и бороться за место в бизнес-системах; за ограниченные всеми и одинаково ценимые ресурсы и за предъявление исключительных компетенций для позиционирования своего конкурентного предложения продуктов и услуг.

Не смотря даже на наличие таких навыков, многие предприниматели не всегда готовы распознать тот момент, когда можно запустить подготовленное и проектно обустроенное инновационное решение, так как опыт принятия таких рискованных решений у них отсутствует, а группы стратегического влияния на бизнес не всегда разделяют взгляды молодых предпринимателей и работников. Следовательно, необходимо еще до завершения обучения в вузе и до начала организации собственного полноценного бизнеса получить такой навык принятия рискованных инновационных решений и волевого начала в убеждении и ведении переговорного процесса. Чему точно не учат в классическом менеджерском образовании.

Анализ деятельности многих успешных компаний вдруг оказавшихся несостоятельными в период продолжающегося экономического кризиса показал, что у таких компаний не было никакой подготовительной работы по разыгрыванию решений, годных для новых условий хозяйствования, а главное, категорически отличающихся от долгосрочно эксплуатируемых проходных схем и моделей. Отказаться от хорошо работающих сценариев эти компании тоже не были готовы даже теоретически. Влияние инноваций на организацию деятельности имеет в том числе и такой инициативный и волевой мотив готовности переходить к изменениям и готовить их впрок и сценарно. Многомерность проектируемого пространства бизнеса, избыточные знания и навыки проектирования хозяйственных ситуаций и бизнес-систем, выработка сценариев дивер-

сификации и расчет последствий — это все также составляющие для новых участников рынка. Сегодня теоретики уже проектируют стратегические траектории возможных движений компании и включение в эти теоретизмы инновационного поведения это острейшая необходимость, которую необходимо складывать и развивать у выпускников вузов и молодых предпринимателей. Нельзя уже учиться на прошлом опыте, а это составляет большую часть наших учебных программ.

Идея создания инновационных центров и бизнес-инкубаторов вероятно современна, вопрос только в масштабе охвата и о техниках работы в данном формате, пока данная деятельность распространяется на мизерные обстоятельства и категории людей. Готовность к обучению и развитию, отсутствие жесткой привязки к стандартным схемам и моделям, переход на многоуровневое и разнопрофильное обучение — может стать стартом для приобретения навыков к инновационному проектированию и развитию своей собственной компетенции уже в молодые годы.

Информация об авторах

Троицкая Людмила Ивановна — кандидат экономических наук, доцент Байкальского государственного университета экономики и права, директор Бизнес-инкубатора «Инновационный центр — Малое инновационное предприятие» БГУЭП, г. Иркутск, e-mail: in.ce@mail.ru.

Лунегов Иван Аркадьевич — магистр менеджмента, аспирант Байкальского государственного университета экономики и права, заместитель директора Бизнес-инкубатора «Инновационный центр — Малое инновационное предприятие» БГУЭП, г. Иркутск, e-mail: in.ce@mail.ru.

Засыпкин Георгий Константинович — студент Байкальского государственного университета экономики и права, юрист Бизнес-инкубатора «Инновационный центр — Малое инновационное предприятие» БГУЭП, г. Иркутск, e-mail: in.ce@mail.ru.

Authors

Troitskaya Lyudmila Ivanovna — PhD in Economics, Associate Professor, Director of Business Incubator «Innovative Center — Small Innovative Enterprise», Baikal National University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: in.ce@mail.ru.

Lunegov Ivan Arkadiyevich — Master of Management, post-graduate student, Deputy Director of Business Incubator «Innovative Center — Small Innovative Enterprise», Baikal National University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: in.ce@mail.ru.

Zasyupkin Georgiy Konstantinovich — student, lawyer, Business Incubator «Innovative Center — Small Innovative Enterprise», Baikal National University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: in.ce@mail.ru.