

Пятигорский государственный университет

Кафедра креативно-инновационного управления и  
права

Ефимова Е.В.

ТЕМА 1.

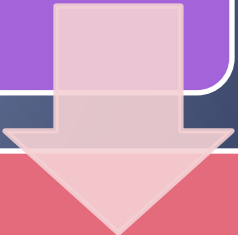
Введение в прикладные модели  
инновационного предпринимательства  
в профессиональной сфере

Пятигорск 2016

1.1. Профессиональная сфера как сфера услуг: ее современные черты и тенденции развития



1.2. Интеллектуемость и инновационность как ключевые характеристики услуг в профессиональной сфере в XXI веке



1.3. Предпринимательство как возможность самостоятельного осуществления инновационной деятельности в профессиональной сфере

# Первичный сектор экономики

производство  
сырья путем  
добычи или  
выращивания

сельское  
хозяйство,  
рыболовство,  
лесоводство,  
охота

# Вторичный сектор экономики

переработка  
сырья в  
готовую  
продукцию или  
полуфабрикаты

Обрабатывающая  
промышленность: химия  
и нефтехимия; легкая и  
пищевая  
промышленность;  
машиностроение и  
металлообработка,  
а также строительство

# Третичный сектор экономики

оказание услуг  
как первым двум  
сферам, так и  
непосредственно  
потребителям

Наука; искусство;  
образование; торговля;  
государственное  
управление;  
программное  
обеспечение;  
медицинское  
обслуживание

Транспорт и  
складское  
хозяйство

Размещение и  
общественное  
питание

Информация и  
связь

Финансовая  
деятельность и  
страхование

Операции с  
недвижимым  
имуществом

Профессиональ-  
ная, научная и  
техническая  
деятельность

Деятельность в сфере  
административных и  
вспомогательных  
услуг

Государственное  
управление и  
оборона,  
обязательное  
социальное  
страхование

Образование

Деятельность в  
сфере  
здравоохранения  
и социальных  
услуг

Искусство, сфера  
развлечений и  
отдыха

Прочие виды  
деятельности в  
сфере услуг



**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ  
УСЛУГИ** - инжиниринг,  
лизинг, обслуживание  
(ремонт) оборудования и др.

**ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ  
УСЛУГИ** - транспорт, связь,  
банки, коммунальные услуги

**БИЗНЕС УСЛУГИ** -  
аудиторские,  
консультационные,  
рекламные услуги

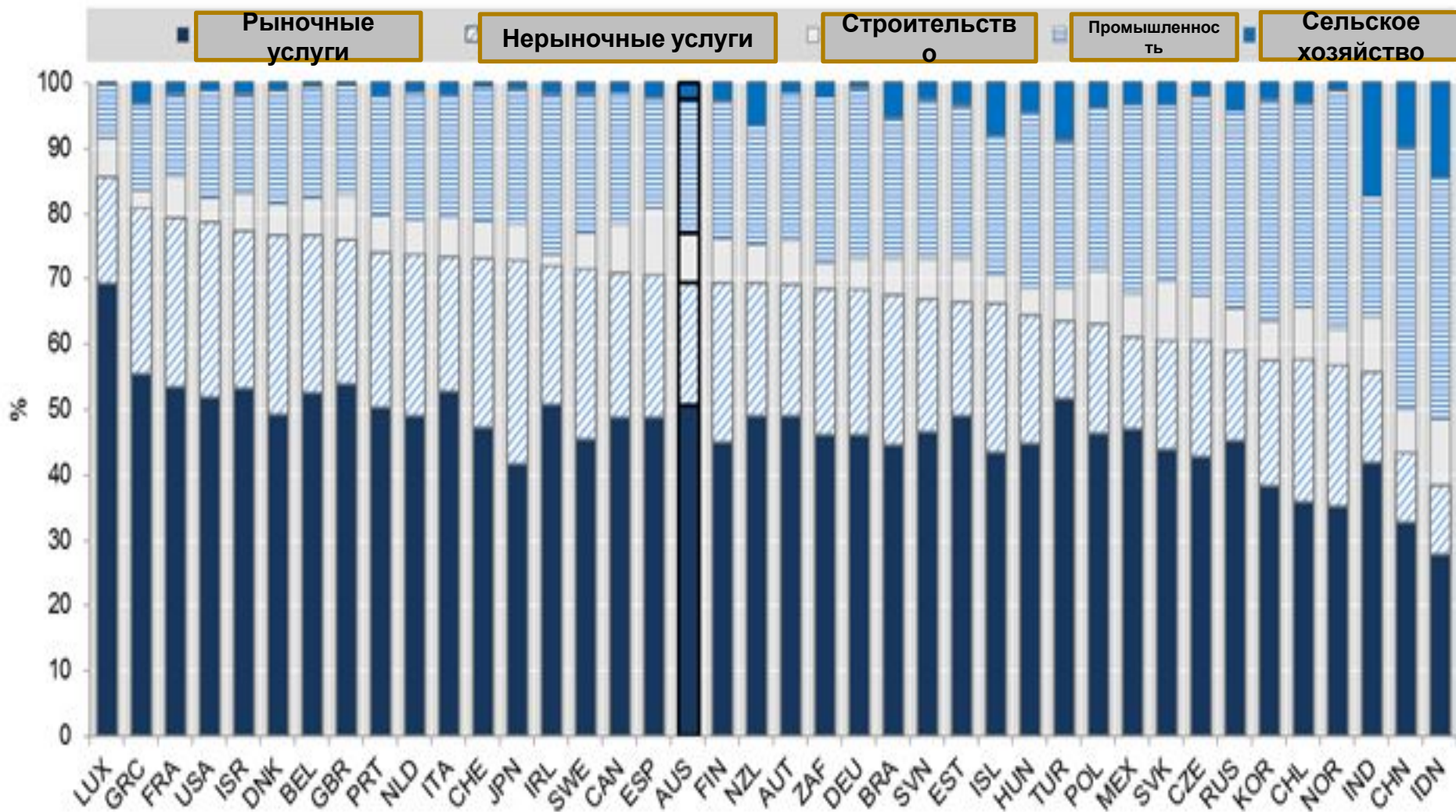
**УСЛУГИ С  
ДОБАВЛЕННОЙ  
СТОИМОСТЬЮ:**  
Финансовые услуги,  
лизинг, страхование

**УСЛУГИ ОРГАНОВ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ВЛАСТИ И МЕСТНОГО  
САМОУПРАВЛЕНИЯ:**  
образование, судебная  
система, полиция, пожарные,  
государственная безопасность

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ  
(МАССОВЫЕ) УСЛУГИ,**  
связанные с домашним  
хозяйством и  
временным проведением:  
здравоохранение,  
рестораны, отели

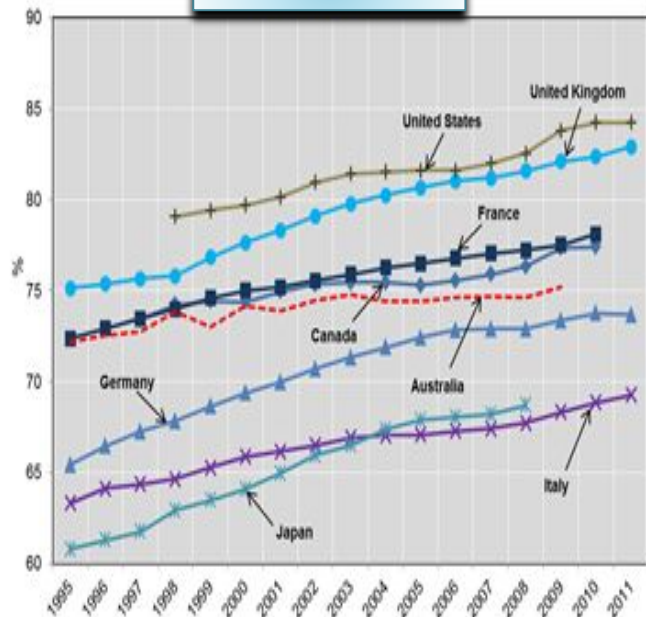
**ДИСТРИБУЦИОННЫЕ  
УСЛУГИ:**  
Оптовая торговля,  
розничная торговля,  
ремонт

# Структура ВВП в странах ОЭСР и БРИКС, 2011 г.

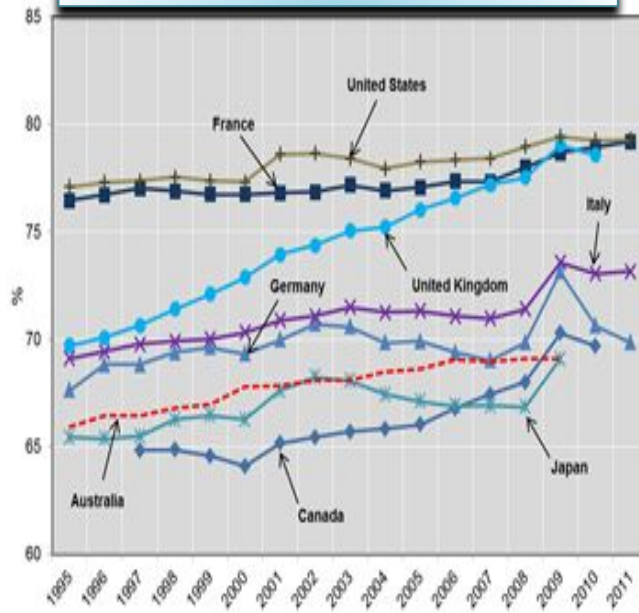


Source: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013. ¶

## занятость



## Добавленная стоимость



Notes: Employment refers to persons employed; value-added is reported in current prices.  
Source: OECD Structural Analysis (STAN) Database



Занятость населения

# Причины, вызвавшие бурное развитие услужебной сферы

Рост доходов  
населения

Увеличение  
продолжительности  
жизни, старение  
населения

Изменение роли  
женщин в  
современном  
обществе

Научно-  
технический  
прогресс



## Тенденции развития usługовой сферы в XXI веке (1)

- существенно изменилась структура этой сферы за счет появления новых видов услуг и дробления уже привычных, традиционных видов услуг:

1

Финансовые, профессиональные, деловые услуги и операции с недвижимостью

2

Услуги социального профиля

## Услуга - это

виды деятельности, работ, осуществляемых при взаимодействии поставщика и потребителя в процессе выполнения которых не создаётся новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта



невозможность  
хранить

Свойства  
услуги

Невозможность  
перевозить на  
дальние  
расстояния

необходимость  
обеспечения  
непосредственного  
взаимодействия  
производителя услуги  
и ее потребителя

неосвязаемость  
(нематериаль-  
ность)

TECHNOLOGY  
TRANSPORTABILITY  
TRADABILITY

Современные услуги  
(modern services)

они могут храниться в  
цифровой форме и легко  
перемещаться на огромные  
расстояния практически  
мгновенно без потери  
качества и продаваться в  
электронной форме

# Тенденции развития услуговой сферы в XXI веке (2)

- интернационализация сферы услуг, развитие международной торговли

1

**Order supply (Mode 1)** takes place when a service is supplied into the territory of another country without moving. This is similar to trade in goods where the product is delivered across borders and both the consumer and supplier remain in their respective territories. Financial services or brokerage services across the border are typical examples of services traded predominantly through that mode.

- **Consumption abroad (Mode 2)** occurs when the consumer moves to the territory of the supplier for the transaction to occur. Tourist services, education or persons travelling to receive medical treatment are typical examples of that mode.

2

**Commercial presence (Mode 3)**, takes place through established presence of the supplier to the territory of the consumer. This mode corresponds essentially to establishment of facilities or commercial presence through Foreign Direct Investment. The value of trade corresponds to the value of sales by foreign affiliates. Typical examples of such presence are telecommunications and private banking.

3

**Presence of natural persons (Mode 4)** occurs when an individual (and not a firm like in mode 3) is temporarily present in the territory of an economy other than his own to provide a commercial service. Mode 4 is generally understood as covering contractual services of suppliers (such as self-employed, intra-corporate transferees, and foreign employees directly recruited by foreign established companies).

4

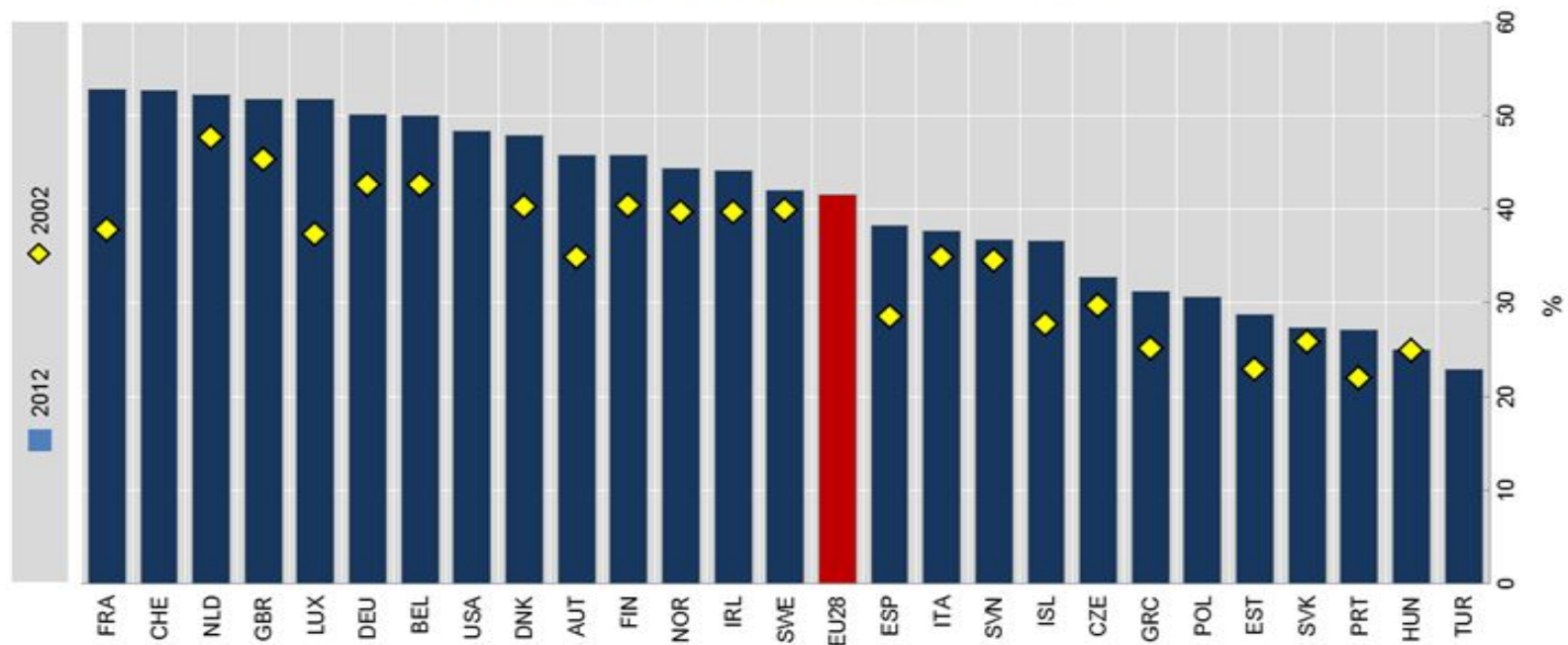
# Тенденции развития услуговой сферы в XXI веке (3)

3) Рост  
занятости

4) Усиление взаимосвязи услуговой  
сферы с промышленностью

## Услугово-ориентированные профессии в промышленности, 2002 и 2012 гг.

As a percentage of total employment in manufacturing



Note: 1) Services-related occupations correspond to ISCO-08 (2002: ISCO-88) major groups: 1) Legislators, senior officials and managers; 2) Professionals; 3) Technicians and associate professionals; 4) Clerks and 5) Service workers and shop and market sales workers. 2) No comparable data available for Australia  
Source: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2013.

## Тенденции развития услуговой сферы в XXI веке (4)

### 5) Рост знаниеемкости/интеллектоемкости и инновационности услуг

• Интеллектуальный капитал

1

Информация (программное обеспечение и базы данных)

• собственность на инновационные продукты/результаты (патенты, авторские права, промышленные образцы, торговые знаки)

2

Экономические компетенции (в том числе ценность бренда, человеческий капитал фирмы, организационные "ноу-хау", повышающие эффективность предприятия)

3

**Table 0.1. Classification of the forms of KBC and their effects on output growth**

Type of KBC asset	Mechanisms of output growth for the investor in the asset
<b>Computerised information</b>	
Software	Improved process efficiency, ability to spread process innovation more quickly, and improved vertical and horizontal integration.
Databases	Better understanding of consumer needs and increased ability to tailor products and services to meet them. Optimised vertical and horizontal integration.
<b>Innovative property</b>	
Research & Development	New products, services and processes, and quality improvements to existing ones. New technologies.
Mineral explorations	Information to locate and access new resource inputs - possibly at lower cost - for future exploitation.
Copyright and creative assets	Artistic originals, designs and other creative assets for future licensing, reproduction or performance. Diffusion of inventions and innovative methods.
New product development in financial services	More accessible capital markets. Reduced information asymmetry and monitoring costs.
New architectural and engineering designs	New designs leading to output in future periods. Product and service quality improvements, novel designs and enhanced processes.
<b>Economic competencies</b>	
Brand-building advertisement	Improved consumer trust, enabling innovation, price premia, increased market share and communication of quality.
Market research	Better understanding of specific consumer needs and ability to tailor products and services.
Worker training	Improved production capability and skill levels.
Management consulting	Externally acquired improvement in decision making and business processes.
Own organisational investment	Internal improvement in decision making and business processes.

*Source:* left column, Corrado, C.A, Hulten, C.R and Sichel, D. (2005), *Measuring Capital and Technology: An Expanded Framework*. in C. Corrado, Haltiwanger, J. and Sichel, D. (eds), *Measuring Capital in a New Economy*, National Bureau of Economic Research and University of Chicago Press.



## знаниеемкие (наукоемкие) услуги

50. Деятельность водного транспорта
51. Деятельность воздушного и космического транспорта
58. Деятельность издательская
59. Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот
60. Деятельность в области телевизионного и радиовещания
61. Деятельность в сфере телекоммуникаций
62. Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги
63. Деятельность в области информационных технологий
64. Деятельность по предоставлению финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению
65. Страхование, перестрахование, деятельность негосударственных пенсионных фондов, кроме обязательного социального обеспечения
66. Деятельность вспомогательная в сфере финансовых услуг и страхования
69. Деятельность в области права и бухгалтерского учета
70. Деятельность головных офисов; консультирование по вопросам управления
71. Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа
72. Научные исследования и разработки
73. Деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка
74. Деятельность профессиональная научная и техническая прочая
75. Деятельность ветеринарная
78. Деятельность по трудоустройству и подбору персонала
80. Деятельность по обеспечению безопасности и проведению расследований
84. Деятельность органов государственного управления по обеспечению военной безопасности, обязательному социальному обеспечению
85. Образование
86. Деятельность в области здравоохранения
87. Деятельность по уходу с обеспечением проживания
88. Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания
90. Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений
91. Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры
92. Деятельность по организации и проведению азартных игр и заключению пари, по организации и проведению лотерей
93. Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений

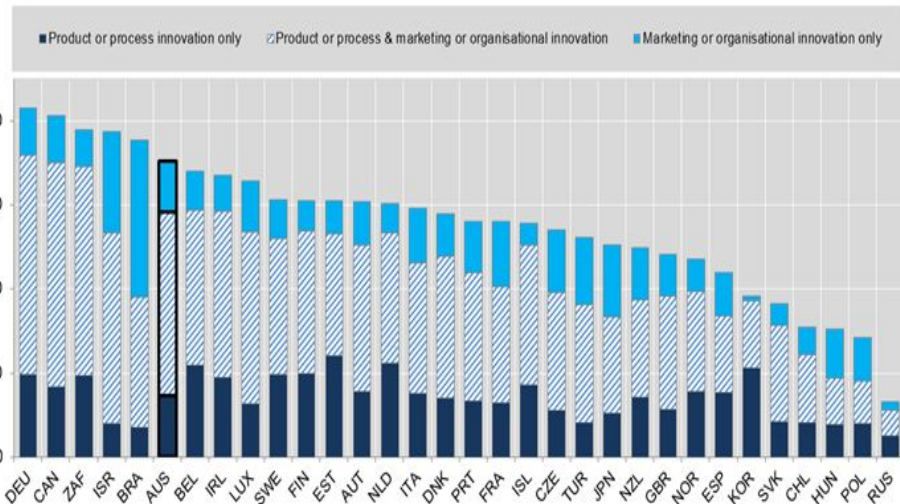
## менее знаниеемкие/ интеллектоем- кие услуги

45. Торговля оптовая и розничная автотранспортными средствами и мотоциклами и их ремонт
46. Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами
47. Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами
49. Деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта
52. Складское хозяйство и вспомогательная транспортная деятельность
53. Деятельность почтовой связи и курьерская деятельность
55. Деятельность по предоставлению мест для временного проживания
56. Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков
68. Операции с недвижимым имуществом
77. Аренда и лизинг
79. Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма

<p><b>знаниеемкие (наукоемкие) рыночные услуги (за исключением высокотехнологичных и финансовых услуг)</b></p>	<p>50. Деятельность водного транспорта  51. Деятельность воздушного и космического транспорта  69. Деятельность в области права и бухгалтерского учета  70. Деятельность головных офисов; консультирование по вопросам управления  71. Деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа  73. Деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка  74. Деятельность профессиональная научная и техническая прочая  78. Деятельность по трудоустройству и подбору персонала  80. Деятельность по обеспечению безопасности и проведению расследований</p>
<p><b>высокотехнологичные знаниеемкие (наукоемкие) услуги</b></p>	<p>59. Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ, издание звукозаписей и нот  60. Деятельность в области телевизионного и радиовещания  61. Деятельность в сфере телекоммуникаций  62. Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги  63. Деятельность в области информационных технологий  72. Научные исследования и разработки</p>
<p><b>знаниеемкие (наукоемкие) финансовые услуги</b></p>	<p>64. Деятельность по предоставлению финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению  65. Страхование, перестрахование, деятельность негосударственных пенсионных фондов, кроме обязательного социального обеспечения  66. Деятельность вспомогательная в сфере финансовых услуг и страхования</p>
<p><b>знаниеемкие (наукоемкие) услуги</b></p>	<p>84. Деятельность органов государственного управления по обеспечению военной безопасности, обязательному социальному обеспечению  85. Образование  86. Деятельность в области здравоохранения  87. Деятельность по уходу с обеспечением проживания  88. Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания  90. Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений  91. Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочих объектов культуры  92. Деятельность по организации и проведению азартных игр и заключению пари, по организации и проведению лотерей  93. Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений</p>

# Инновации в промышленности и служебой сфере, 2008-2010

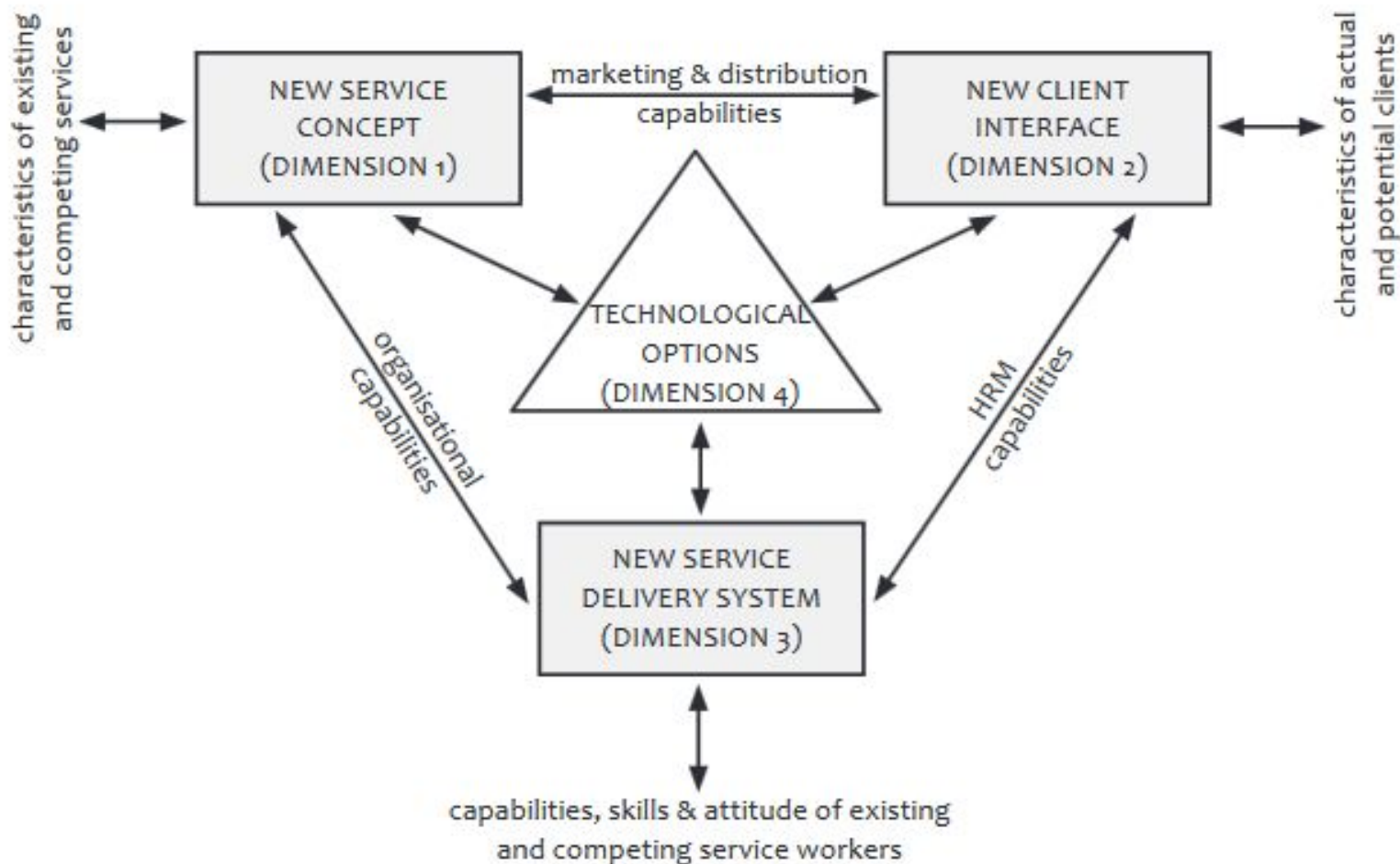
## промышленность



## услуги



услуговая инновация - это новый вид услуги или решение в форме новой концепции услуги, новой формы взаимодействия с потребителем, новые партнеры, новая модель получения доходов, новые в организационном и технологическом плане системы обслуживания



Dimension	Innovations
<p>1. <i>New service concept</i></p> <p>New formulas (marketing, brands), new locations, new combinations, new assortments aimed at specific groups of clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mono brand stores (MEXX, Vanilla, GAP, Nikeworld)</li> <li>▪ Out of town retailing (e.g. factory outlets) or non-store retailing (E-commerce)</li> <li>▪ New Shop formulas on new locations with specific product assortment and opening hours (e.g. shops in railway stations, revamped local supermarkets or other new formulas aimed at e.g. cash rich/time poor consumers)</li> <li>▪ Mixtures of shopping, entertainment and restaurants aimed at increasing the duration of visits (e.g. in floral centres, specialized shopping malls)</li> <li>▪ Combinations of retailers and non-retailers (bank counters in supermarkets; travel insurance offered in travel agencies and outdoor centres)</li> <li>▪ Life 'experiences' in stores (climbing wall in outdoor equipment shop, cooking lessons offered by supermarkets)</li> <li>▪ New services based on brand name (e.g. credit cards issued by supermarkets)</li> <li>▪ Packages adapted to smaller households or products aimed at the elderly (smaller portions, special diet food, etc.)</li> <li>▪ Green products</li> </ul>
<p>2. <i>New client interface</i></p> <p>How do clients experience the interaction with the retailer i.e. forms of dehumanization and humanization, shaping of virtual or interactive retailing through personalization, new electronic interfaces</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Smart routing in stores (e.g. discount corridor, convenience corners etc.)</li> <li>▪ E-commerce e.g. electronic purchasing and delivery of information</li> <li>▪ Semi-standardized (personalized) list of groceries or suggested reading or music on the basis of your personal preferences</li> <li>▪ User-friendly interactive retailing and virtual client interfaces (how is the interface of e-shops and e-malls shaped?)</li> <li>▪ Client-specific product offerings on the basis of loyalty programmes and client cards (personalized product offerings send home)</li> <li>▪ Home delivery services and development of 'pick up centres' (e.g. pick up your ordered products at the petrol station)</li> <li>▪ Self-scanning check outs</li> </ul>
<p>3. <i>New service delivery system</i></p> <p>Intra-/extra organizational changes and new skills needed to supply (re) new(ed) retailing services. Clients are co-producers and also expect more personal service</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovations in logistical chain (JIT, replenishment, status information, etc.) as rate of circulation increases and stocks are kept to a minimum</li> <li>▪ Self-scanning check outs</li> <li>▪ Click and mortar strategies (combinations of virtual and physical retailing e.g. extra after sales services, extra product information)</li> <li>▪ Various forms of self-service (weighing, scanning, payment)</li> <li>▪ More personal advice on products</li> <li>▪ Home based services and home delivery (e.g. goods ordered electronically)</li> <li>▪ Additional services (transport, installation, instruction, etc.)</li> </ul>
<p>4. <i>Technological options</i></p> <p>New ICT systems allow for optimization of logistics, consumer profiling, self-service devices and development of (personalised) E-commerce applications</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inventory control systems/replenishment systems for stock management</li> <li>▪ Intelligent packaging, tagging and scanning</li> <li>▪ Scanning cash registers</li> <li>▪ Authentication and access technology, electronic payment systems</li> <li>▪ Client profiling (allowing one-to-one marketing) and data-mining</li> <li>▪ Data navigation products and electronic interfaces</li> <li>▪ Multimedia hard and software for e-commerce/m-commerce as well as specific applications e.g. 3D models for trying clothes, one click buying technology</li> <li>▪ E-shops, e-malls and platforms for e-procurement</li> </ul>




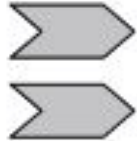
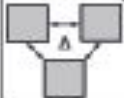

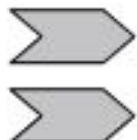

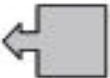
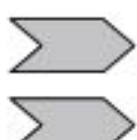


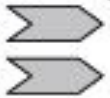
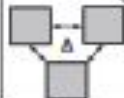
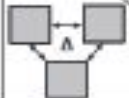
**Pattern 1: Supplier-dominated innovation**

**Pattern 2: Innovation within services**

**Pattern 3: Client-led innovation**

**Pattern 4: Innovation through services**

**Pattern 5: Paradigmatic innovations**

	Role of:			
Innovation pattern	Supplier	Service firm	Client firm (service or manufacturing)	Example
Supplier-dominated Innovation				Introduction of interactive TV equipment; IT goods; medical robots, tomography
Innovation in services				Introduction of new shop formula, new pension and saving schemes
Client-led innovation				Green banking services, door-to-door transport services
Innovation through services				Engineering services helping oil & gas firms in designing new oil rigs, etc.
Paradigmatic innovation				Multifunctional chip cards, sub-soil transport services

Инновационная услуга – это новые или существенно улучшенные концепции услуг или их предложений как таковых, независимо от того, производятся они службовыми или промышленными компаниями, а также инновации в процессах обслуживания, службовой инфраструктуре, взаимодействиях с потребителями, моделях организации бизнеса, коммерциализации (продажах, маркетинге, дистрибуции), их производительности, гибридных формах одновременного обслуживания нескольких клиентских групп различными способами.



# ОТРАСЛИ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ СЕРВИСНЫХ ИННОВАЦИЙ

производство бумаги и  
бумажной продукции

полиграфическая  
деятельность

деятельность в сфере  
разработка  
телекоммуникаций  
компьютерного

программного  
обеспечения,  
консультационные услуги в  
данной области и другие  
деятельности в области

информационных  
технологий,  
деятельность по

предоставлению  
финансовых услуг, кроме  
страхования,  
услуг по страхованию и  
деятельности в области  
деятельности

архитектуры и  
негосударственных  
инженерно-технического  
пенсионных фондов, кроме  
проектирования;

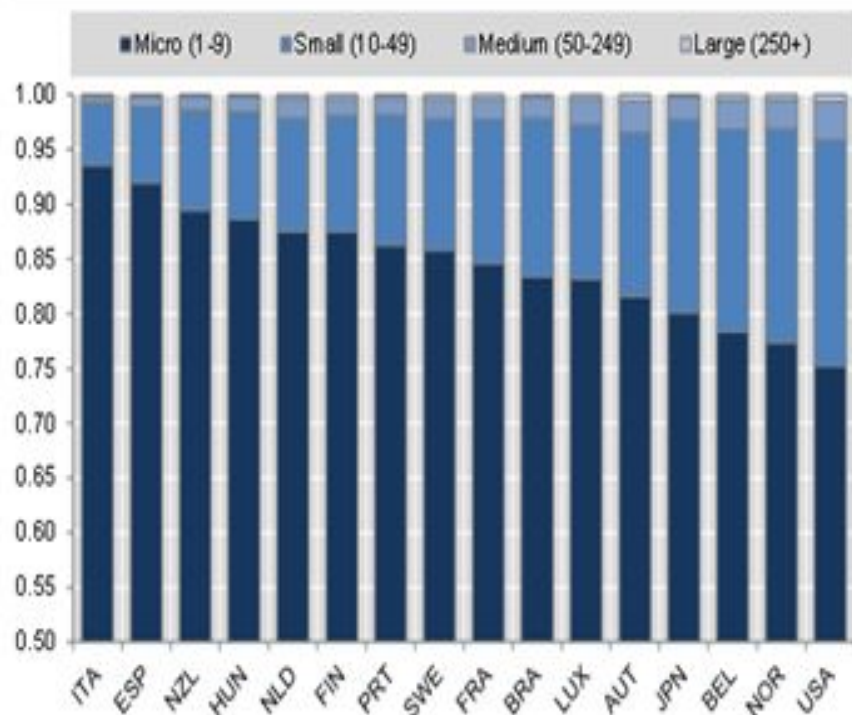
технических испытаний,  
исследований и анализа;  
научные исследования и  
разработки; деятельность  
рекламная и исследования

# Три сектора услуговой сферы, обладающих преобразующей силой сервисных инноваций

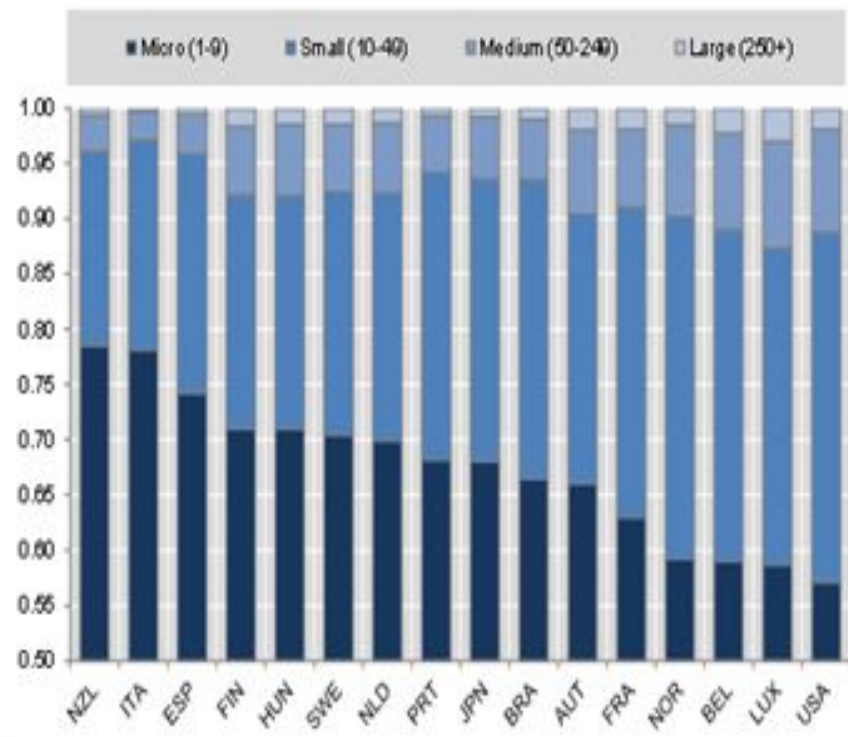
- сектор услуг в области информации, транспортировки, а посреднические (вспомогательные для бизнеса) услуги, соединяющие потребителей, фирмы и цепочки поставок, а также улучшающие распределение и дистрибуцию товаров и информации в обществе
  - деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта; складское хозяйство и вспомогательная транспортная деятельность; деятельность почтовой связи и курьерская деятельность; деятельность издательская; деятельность в области телевизионного и радиовещания; деятельность административно-хозяйственная, вспомогательная деятельность по обеспечению функционирования организации, деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса
- **сектор услуг по энергообеспечению и иных инфраструктурных услуг**
  - телекоммуникации, организация сбора и утилизации отходов, которые становятся услугами с все более значительной добавленной стоимостью. Этот сектор включает организации, обеспечивающие электрической энергией, газом и паром; осуществляющие кондиционирование воздуха, деятельность в сфере телекоммуникаций, деятельность по предоставлению финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению, а также страхование, перестрахование, деятельность негосударственных пенсионных фондов, кроме обязательного социального обеспечения; вспомогательная деятельность в сфере финансовых услуг и страхования
- **знаниеемкие бизнес-услуги**
  - тесное взаимодействие с потребителями в ходе модернизации используемых ими информационных технологий, организационных процессов и бизнес моделей, а также трансфер знаний и опыта в различные сектора: разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги; деятельность в области информационных технологий; деятельность в области права и бухгалтерского учета; деятельность головных офисов; консультирование по вопросам управления; деятельность в области архитектуры и инженерно-технического проектирования; технических испытаний, исследований и анализа; научные исследования и разработки; деятельность рекламная и исследование конъюнктуры рынка

# Условные компании по размерам (в сравнении с промышленными компаниями)

услуги



промышленность



Note: The graphs show the share of firms by different size class in the total number of firms in each economy on average over the available years. The period covered is 2001-2011 for Austria, Belgium, Finland, Hungary, the Netherlands, Norway, and the United States; 2001-2010 for Brazil, Spain, Italy, Luxembourg and Sweden; 2001-2009 for Japan and New Zealand; 2001-2007 for France; and 2006-2011 for Portugal. Owing to methodological differences, figures may deviate from officially published national statistics. For Japan data are at the establishment level, for other countries at the firm level. Services refer to non-financial business services.

Source: Preliminary results from the OECD's [DynEmp project](#) (Criscuolo et al. 2013)

Предпринимательская деятельность: это – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке

это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений.

Никто не может кого-нибудь принудительно заставить заниматься этой деятельностью

это деятельность, осуществляемая лицами

(физическими и юридическими), зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц, следовательно, такая деятельность законная, осуществляемая в

соответствии с правовыми законодательными актами

предпринимательство – это процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода) законным путем, следовательно, это профессиональная деятельность, так как чтобы «систематически получать прибыль», нужно

действовать компетентно, это деятельность рискованная,

поэтому будущий предприниматель должен помнить, что он будет рисковать и преодолевать сопротивление среды, к тому же государство не берет на себя ответственность за

возможные убытки

гражданин не умачи законодательством

установлен основной мотив осуществления

предпринимательской деятельности – получение прибыли, а чтобы этого

добиться, нужно

предложить (реализовать)

потребителям товары

(работы, услуги)

это не просто самостоятельная, но инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества

в законодательстве сформулированы способы получения прибыли: путем пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг

нововведения являются особым инструментом предпринимателей, средством, при помощи которого они и используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса и услуг. В задачу предпринимателей входит целенаправленный поиск источников нововведений, а также изменений и их признаков, указывающих на возможность достижения успеха.

Питер Дракер

предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью, процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной, социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение достигнутым.

Роберт Хизрич

# Интеллектуализация предпринимательской деятельности проявляется в трех основных аспектах:

•1

• в росте роли нематериальных ресурсов, особенно интеллектуальных, и в формировании конкурентоспособности предпринимательской структуры. Интеллект сотрудников как их способности познавать и разрешать проблемы определяет эффективность внедрения в предпринимательскую структуру не только новых продуктов и технологий, но и принятия и реализации адекватных стратегических решений, определяющих долгосрочную конкурентоспособность компании на рынке

•2

• изменении продукта труда – от материального к интеллектуальному. В свою очередь, интеллектуальный продукт обладает рядом специфических особенностей, среди которых: неотчуждаемость знания в процессе купли-продажи, возрастающая отдача от продукта (каждая следующая копия продукта обходится существенно дешевле и приносит больше прибыли), доминирование в продукте затрат на НИОКР, наличие эффекта сетевых внешних (приобретение каждым следующим потребителем продукта приносит большую ценность для всех потребителей) и т.п. Важной характеристикой интеллектуального продукта является его способность приносить интеллектуальную ренту в виде платежей за пользование им (плата за лицензию)

•3

• изменении типа предпринимателя и предпринимательства – от трудового к интеллектуальному, характеризующемуся ростом уровня образованности, духовности и социальной ориентации предпринимательской деятельности, обуславливающей доминирование целей самовыражения и социальной ориентации деятельности над целями обогащения (максимизации прибыли)

интеллект не ограничивается академическим сообществом, а предпринимательство не сводится или тождественно бизнесу.

Предпринимательство – это установка на овладение миром, это процесс культурных инноваций. Предпринимателям свойственен оптимистичный взгляд на вещи. Они рассматривают проблемы как возможность для осуществления инновационной деятельности, создания новой ценности для общества

Ричард Червитц

Интеллектуальное предпринимательство - не означает «торгующих» ученых или коммерциализацию академического сообщества. Это отношения по сотрудничеству и изменению мира. Интеллектуальные предприниматели ищут возможности, открывают и генерируют новые знания, осуществляют инновационную деятельность, сотрудничают и решают проблемы. Они берут на себя ответственность и мирятся с неизбежной неопределенностью, что позволяет получить истинную инновацию. Они эффективно используют свой интеллектуальный капитал для общественного блага

## Типология интеллектуальных предпринимателей (И. Сенникова, Б. Куровец)

<p><b>1. <u>Предпринимательствующие</u> ученые</b></p>	<p><b>2. <u>Предпринимательствующие</u> преподаватели высшей школы</b></p>
<p><b>Окружающая среда:</b> бизнес. <b>Тип деятельности:</b> создание нового бизнеса/модификация уже имеющегося бизнеса.</p>	<p><b>Окружающая среда:</b> система высшей школы. <b>Тип деятельности:</b> экспериментирование в области обучения, научение других мыслить творчески/креативно; создание новой обучающей среды.</p>
<p><b>3. <u>Предпринимательствующие</u> интеллектуалы</b></p>	<p><b>4. Предприниматели по интуиции</b></p>
<p><b>Окружающая среда:</b> бизнес. <b>Тип деятельности:</b> эффективное использование интеллектуальных ресурсов, создание нового бизнеса (возможно, но не обязательно на основе интеллектуального продукта).</p>	<p><b>Окружающая среда:</b> <u>знаниеемкие/наукоемкие</u> бизнес структуры <b>Тип деятельности:</b> обновление и модернизация самого себя и окружающей среды, осуществление того, о чем ранее не смел и подумать; наличие всегда взаимовыгодной ситуации («<u>win-win</u>» – «выигрыш-выигрыш»). Жизненный девиз: "Мир изменяется, но и я его изменяю тоже".</p>



Интеллектуально-инновационное предпринимательство – это конкретно-исторический тип предпринимательства, складывающийся в условиях становления экономики новизны знаний и представляющий собой самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на создание интеллектуальных продуктов (результатов интеллектуальной деятельности), их юридическое оформление в качестве объектов интеллектуальной собственности и последующую коммерциализацию.

- интеллектуальный продукт – это нематериальные блага, имеющие специфическое информационное содержание
- они выражают прямо или косвенно новое знание – результат целенаправленной познавательной деятельности, имеют определенный уровень новизны и оригинальности
- имеют специфическую форму воплощения, объективизации, что делает их доступными для других
- создают потенциальную возможность получать выгоду для их владельцев и пользователей, в том числе для хозяйствующих субъектов, т.е. имеют пространство для экономического применения
- эти блага не могут быть израсходованными как обычный потребительский товар или фактор производства

- Интеллектуальные продукты
  - Изобретения, полезные модели, промышленные образцы (традиционно называемые понятием «промышленная собственность»)
- Интеллектуальные услуги
- Продукты программного обеспечения ЭВМ и компьютерных систем
- Литературно-художественные произведения, научные открытия и разработки
- Товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования