

вочным процессом. Психологическая подготовка направлена на воспитание командного духа и обеспечение стрессоустойчивости спортсменов. Тактическая подготовка нацелена на формирование рационального поведения на соревнованиях.

За счет наступления эффекта синергии наибольшую результативность, с точки зрения авторов, обеспечит интеграция всех видов подготовки в единый тренировочный процесс каждого дня.

После того, как достигнуто высокое качество входного продукта и организован оптимальный тренировочный процесс, появляется возможность перейти к достижению следующих основных целей спортивного маркетинга:

- впечатлить зрителя, болельщика, предоставить ему драматическое зрелище, спровоцировать эмоциональное сопереживание;
- вовлечь в процесс спонсора, воспитать в нем лояльность к команде, создать ассоциативную связь между командой формейшн и брендом спонсора;
- извлечь из спортивного события прибыль для спонсора и команды и проконтролировать зрительские впечатления.

<http://edoc.bseu.by/>

С.Б. Беляев, ООО «БВ патент»,

О.А. Морозевич, канд. экон. наук, доцент, УО «БГЭУ» (г. Минск)

ИННОВАЦИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В Республике Беларусь, как и во всем мире, инновациям уделяется большое внимание, создаются структуры, отвечающие за формирование теоретической базы инновационной деятельности и за практическое воплощение инноваций в жизнь, развиваются специальные области науки и практики (инноватика, инновационный менеджмент, инновационное предпринимательство и др.). Ограниченность материальных и природных ресурсов и, как следствие, отсутствие возможности для экстенсивного развития экономики, заставляет выбирать путь, основанный на внедрении в хозяйственный оборот достижений научно-технического прогресса.

Вместе с тем, терминологический аппарат инновационной сферы до сих пор не устоялся, нет единства в понимании учеными и практиками ключевого термина «инновация». Исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения [1] показало, что каждый второй россиянин затрудняется объяснить, что такое «инновации». По мнению 22 % опрошенных указанный термин обозначает любые нововведения. 15 % респондентов считают, что «инновации» – это внедрение современных технологий, 6 % говорит об использовании достижений науки и техники. 3 % участников опроса определяют «инновации» как масштабные социальные изменения, 3 % опрошенных лишь перечисляют конкретные формы нововведений. Незначительная часть респондентов (около 1 %) полагает, что «инновации» – это нововведения в перспективные отрасли экономики.

Изучение литературы, материалов периодической печати позволило выявить множественность существующих определений термина «инновация». Например:

- процесс улучшения путем внесения новшеств;
- акт введения чего-либо нового: что-то вновь введенное;
- введение чего-либо нового;

- новая идея, метод или устройство;
- успешное использование новых идей;
- изменение, которое создает новые аспекты в деятельности;
- целенаправленное изменение экономического или социального потенциала предприятия;
- творческая идея, которая была осуществлена;
- нововведение, преобразование в экономической, технической, социальной и иных областях, связанное с новыми идеями, изобретениями, открытиями;
- успешно реализованные новые идеи и изобретения, которые способствуют существенному повышению производительности, качества товаров (услуг), конкурентоспособности и т.п.;
- применение изобретений либо как использование уже известных технических решений в областях, для которых они первоначально не предназначались.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь, инновации (нововведения) – это создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды товарной продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок [2]. Аналогичной точки зрения придерживается и Комитет по науке и технологиям Российской Федерации.

Первая инновация возникла одновременно с первыми разумными действиями человека направленными на изменение своей жизни, а характерными чертами инновации являются ее новизна на момент внедрения и склонность к моральному старению.

Важным свойством инновации является ее конкурентоспособность. Для того чтобы дать ответ на вопрос, любое ли изменение является инновацией рассмотрим различные варианты совершенствования деятельности производителей. Так, совершенствование технологического процесса производства паровозов нельзя рассматривать в настоящее время как инновацию, т.к. нововведение не приведет к возникновению качественно нового продукта отвечающего требованиям времени. Совершенствование же технологического процесса производства спутников можно считать инновацией.

Аналогичная ситуация складывается и с совершенствованием товаров. Если фирма-производитель совершенствует галоши за счет добавления к ним подков (существует патент РФ на промышленный образец по описанному усовершенствованию), то такое изменение нельзя считать инновационным. Описанная модификация не приведет к созданию продукта, который сможет полноценно конкурировать с товарами-заменителями. Совершенствование спортивной обуви за счет замены подошвы из обычной резины на сплав, обеспечивающий лучшую сцепку с покрытием, приводит к созданию конкурентоспособного товара, а значит, является инновационным.

Таким образом, важно отличать инновации от несущественных видоизменений в продуктах и технологических процессах (изменения цвета, формы и т.п.); от незначительных технических или внешних изменений продукта и его компонентов; от расширения номенклатуры за счет освоения не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже известных на рынке видов продукции.

Понятия «новшество», «изобретение», «открытие», «нововведение», являющиеся продуктами креативности, тесно связаны с понятием «инновация» и не редко ис-

пользуется как его синонимы. Однако если креативность подразумевает выдвижение новых идей, то отличительным признаком инновации является воплощение их на практике [3]. Вместе с тем, традиционно, если речь идет об инновациях, то интуитивно понимается, что их использование должно обеспечить определенный «скачок», существенное, «ступенчатое» приращение качества. Официально же принятые определения «инновации» не дают гарантии таких кардинальных улучшений.

Гарантировано о значительном приросте эффективности можно говорить в случае, если новизна продукта является «патентгоспособной», т.е. разработка обладает промышленной применимостью, абсолютной (мировой) новизной и соответствует определенному изобретательскому уровню.

В промышленно развитых странах 80-90% прироста валового продукта приходится на новые знания, реализуемые в технике и технологиях. Японскими субъектами хозяйствования с 1949 г. за 30 лет было закуплено более 34 тыс. иностранных лицензий и патентов, которые японцы доработали и внедрили в производство. Современный уровень развития технологии практически с полной уверенностью позволяет утверждать: если предприятие не имеет патентов, свидетельств, надлежащим образом оформленных ноу-хау или иных средств защиты своей интеллектуальной (промышленной) собственности, то продукт, производимый предприятием не конкурентоспособен.

Под инновацией следует понимать внедренный в гражданский оборот результат интеллектуальной деятельности человека, обладающий исключительными правами в соответствии с действующим законодательством в области интеллектуальной собственности, способствующий продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок. Такой подход к трактовке рассматриваемого термина позволяет с большей уверенностью говорить о приросте качества, получаемого от внедрения инноваций в деятельность предприятий.

Введение инновационной деятельности без патентной защиты является неприемлемым. Зона влияния исключительных прав распространяется не только на саму разработку, но и на результат ее использования (внедрения в деятельность предприятия). Если же разработчик инновации не является владельцем таких прав, то возможны проблемы с определением «собственника» полученной прибыли.

В Республике Беларусь сформирована национальная система охраны интеллектуальной собственности, создана нормативно-правовая база, функционирует соответствующая инфраструктура. Республика Беларусь активно участвует в международном сотрудничестве в сфере охраны интеллектуальной собственности. Вместе с тем отечественные производители не уделяют достаточно внимания вопросу защиты своих новых разработок. В странах с развитыми экономиками существует четкая «патентная» политика предприятий, интегрированная в общий производственный процесс. Не один западный производитель не выпустит товар или технологию, в гражданский оборот, не позаботившись о защите своих прав на этот товар, технологию и т.п.

Литература

1. <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/8465.html> (Официальный сайт Всероссийский центр изучения общественного мнения).
2. Закон Республики Беларусь от 19 янв. 1993 г. № 2105-XII «Об основах государственной научно-технической политики», в ред. Закона от 12 нояб. 1997 г. № 83-3. Ст. 1 (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1997г., №33).
3. <http://ru.wikipedia.org> (свободная энциклопедия).