

ИНОВАТИВНОСТТА НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАТО СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ НА НАУЧНАТА ПОЛИТИКА НА ЕС: КЪМ МОДЕЛ НА ИНТЕЛИГЕНТНОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Владимир Манолов

Институт за изследване на обществата и знанието – БАН

Резюме. Статията анализира мястото, което малките и средните предприятия заемат в съвременната европейска научноизследователска и иновационна политика и практика. Представени са основни елементи на науковедски модел на иновативно предприятие, изграден за нуждите на тези политики. Обект на анализ са българските предприятия и предпоставки за иновационен потенциал – трансформирането на научно знание в икономически резултат (пазарна стойност). Представени са изводи и препоръки за подобряване на иновационната среда и създаване на условия пред предприятията за преодоляване на бариерите за реализация на иновации.

Keywords: research and innovation policies and strategies, commercialization, innovation system, scientific knowledge

В научната политика на Европейския съюз, провеждана през последните години чрез Седмата рамкова програма за научни изследвания и технологично развитие и програмата за научни изследвания и иновации „Хоризонт 2020“, като стратегическа цел се определя насочването на резултатите от финансираните от Общността научни изследвания към повишаване на иновативността на малките и средните предприятия (МСП) в страните членки. С това се цели постигането на по-висока социална и икономическа ефективност на публичните средства, които ЕС отделя за подкрепа на научните изследвания и разработки. Много са аргументите в подкрепа на подобна стратегическа цел, между които:

1. Отбелязваният от много години т.нар. „европейски парадокс“, изразяващ се в несъответствието между резултатите на развитата и водеща в много научни направления система на научни изследвания и сравнително ниските (особено в сравнение със САЩ) резултати на иновационната активност.

2. МСП играят основна роля във всички национални и регионални икономики в ЕС. Те са повече от 98% от всички предприятия в ЕС и осигуряват около две

трети от работните места в частния сектор. Тяхното значение за националните икономики отчетливо се изразява в дела им от brutния национален продукт: за 2012 г. той е средно 58% от него за страните членки¹⁾.

3. В ред изследвания върху националната и регионалната иновационна политика се отбелязват трудностите, пред които са изправени МСП при достигането до технологичното контекстно осмисляне и успешното усвояване на резултатите от изследванията и разработките (ИР) за нуждите на иновациите. Това се отнася с особена острота за резултатите от провеждани в академични научни институции изследвания, които не са ориентирани към конкретни практически задачи, но имат потенциала да бъдат използвани в подобна насока.

4. Неуспехът на т.нар Лисабонска стратегия²⁾, приета в началото на този век и имаща за „стратегическа цел за следващото десетилетие Европа да бъде най-конкурентоспособната и динамична икономика, основана на знанието, в света, способна на устойчив икономически растеж с повече и по-добри работни места и по-голямо социално сближаване“. Въпреки множество постижения в края на десетгодишния период стратегията бе определена като неуспешна – Европа не е най-конкурентоспособната и динамична икономика, основана на знанието. Причините за неуспеха могат да се търсят в недотам обвързващото естество на Стратегията към страните членки поради автономността им и провеждането на национални политики от тяхна страна. Липсата на политическа воля за провеждането на икономически и социални реформи заедно с все още провежданите протекционистки политики от страна на членките на ЕС, ограничаващи отвореност и споделяне на знание.

В този нов за научната политика контекст методите за оценка на иновативния потенциал на МСП и за подкрепата за неговото развитие на основата на резултатите от ИР се превръща в много важен и предизвикателен обект на науковедските изследвания. Това, на свой ред, поставя изследователския проблем за разработване на модел на МСП като иновационен агент, функциониращ на основата на ефективното абсорбиране и използване на научните знания.

1. Двигателите на иновациите: основания за изграждане на науковедски модел на „интелигентно предприятие“

В „Теория за икономическо развитие“ (1934 г.) Йосиф Шумпетер пръв използва понятията „иновация“ и „предприемачество“ в икономически контекст. За Шумпетер „предприемачът“ е инициатор на промяната в икономиката, като създава нови възможности посредством иновацията, изразена в нови или подобри продукти, нови пазари или създаване на нови тип организации. Съвременният предприемач обаче не може да действа индивидуално и така да проявява иновативните си способности: това става чрез действието на юридически субекти, най-често – МСП.

Предприятието (фирмата) независимо от своята големина, възраст, сектор или специализация е този обособен икономически субект, който поема рисковете и неясен път към реализирането на иновации. Предприятието е организационна

единица, която може най-ефективно да мобилизира интелектуалния, физическия и социалния капитал с цел осъществяване на иновации.

Иновативността предполага наличие на определени *интелектуални* способности, изразявана е в творческа нагласа, предприемаческа инициативност, готовност за поемане на пресметнати рискове, склонност към социална, географска и професионална мобилност. Важни са и способността за предвиждане на бъдещи потребности, организационният талант и дисциплинираността при спазване на срокове и контролиране на разходи.

Предприятията трябва да проявяват специфична интелигентност, изразявана в осъзнатата нужда постоянно да генерират иновации. Нещо повече, при бързата промяна на съвременните пазари предприятията трябва да предсказват бъдещите нужди на своите потребители, за да ги посрещнат навреме. В условията на икономика на знанието конкурентоспособността и възможностите за развитие на дадена икономика или предприятие все повече зависят от екзогенни фактори, като знание, човешки капитал и квалифицирана работна сила, и все по-малко от традиционни ендеогенни фактори, като земя, капитал и работна сила³⁾.

Предназначение на всяко предприятие е трансформирането на производствени ресурси в стоки или услуги, които да генерират приход, но съвременните условия на глобалната икономика на знанието и все по-ожесточената конкуренция изискват наличието на специфичен вид предприятия – такива, които имат способностите да идентифицират и експлоатират иновативни възможности в различни сектори от заобикалящата ги социално-икономическа среда, посредством своето най-силно „оръжие“ – знанието. Инвестирането в научноизследователска и развойна дейност независимо от размерите на инвестициите, като източник на генериране на знание, само по себе си не води до икономически растеж. Процесът на комерсиализация на генерираното знание представлява фундаменталната бариера пред превръщането на знание в икономическа дейност. Именно интелигентният подход в предприемачеството се явява ключов фактор за преодоляване на тези бариери чрез своя капацитет за управление на знание и иновации.

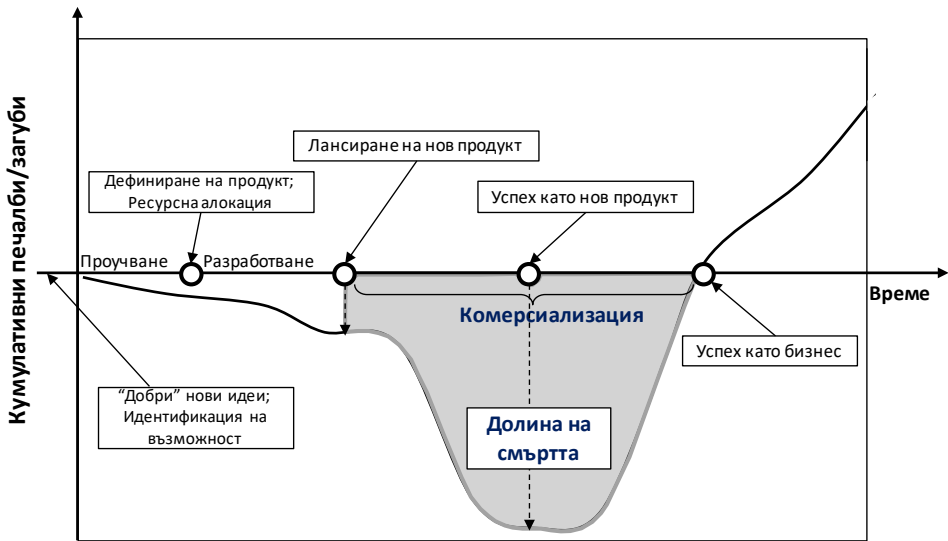
Дефинираното от Франко Малерба понятие „предприемачество, основано на интензивно знание“⁴⁾ представлява значим фактор за постигането на интелигентен растеж. Изхождайки от това становище и с цел фокус върху иновативния характер на предприемаческата дейност, въвеждаме понятието „интелигентно предприемачество“, а предприятията, прилагащи този вид предприемачество – „интелигентни предприятия“. Интелигентните предприятия и интелигентното предприемачество според нас са основната движеща сила за икономически, научни, структурни, институционални и социални промени в съвременното общество. В този смисъл, интелигентните предприятия и интелигентното предприемачество са водещ фактор за постигането на (интелигентен) растеж и социално благосъстояние.

Какво характеризира интелигентното предприятие освен постигането на някакви нови или иновативни резултати? Разбира се, преди всичко иновативността на предприятието се характеризира със стремежа към търсене и със способността за възприемане на нови идеи, които да водят до разработване и въвеждане на иновации във формата на нови продукти, услуги или процеси или откриването на нови пазари. Стремежът към нови идеи и впоследствие иновации е основната специфика, която характеризира едно предприятие като иновативно. Създаването на един иновативен продукт (или процес) и неговата успешна комерсиализация (генерирана печалба) обаче не са достатъчен критерий да наречем едно предприятие интелигентно. За да бъде характеризирано като такова, трябва да е налице способността на дадено предприятие **нееднократно** да идентифицира и създава нови продукти или услуги, които да са успешно реализирани на пазара.

Интелигентното предприятие се различава от останалите по своята иновативноориентирана организация на дейността – стимулиране индивидите да разсъждават креативно при прилагането на своето знание за преодоляване на предизвикателствата пред своята организация. Основната характеристика на иновацията е промяната, но същевременно не всички промени са иновативни. Наличието на иновативна култура в предприятието – способностите на всички членове на дадена организация да идентифицират и възприемат новости, и желанието и стимулт да ги трансформират в нови идеи, продукти, процеси, методи или услуги, е друга характеристика на интелигентността на иновативното предприятие.

Несъмнено пътят на реализирането на иновации е „трънлив“, несигурен и рисков. Често дадена организация предприема стъпки към осъществяването на иновация, но претърпява провал, пропадайки в „долината на смъртта“. Терминът долина на смъртта се използва като метафора, описваща относителната липса на ресурси и експертиза в реализацията на иновации. Долината представлява периодът на прехода идея – резултат, когато разработването на нова технология (нов/а или подобрен продукт, услуга или процес) е идентифициран като обещаващ, но същевременно твърде нов или трудно приложим, т.е. от едната страна на „долината“ има наличие на „добри“ идеи, а от другата – ресурси и експертиза за комерсиализация.

Безспорно финансовият риск, предприет в реализирането на иновация, е с основна тежест при преминаване на долината – инвестираният финансов капитал с надеждата да бъде възвърнат с печалба при успешно внедряване на иновацията. Но финансовите ресурси не са единствените източници за успех, съществуват други форми на капитал, които в различни аспекти носят по-голяма важност: интелектуален капитал – придобити знания и умения, които трябва бъдат организирани и управлявани, наличният физически капитал, който също подлежи на организация и управление, и социалният капитал – достъп до интелектуален и физически капитал на други. Финансовият и физическият капитал са фактори, които ясно определят състоянието на дадена организация, но интелектуалният



Източник: По модел на Й. Осава & К. Миасаки

Фигура 1

капитал е водещ – знанието, уменията и опитът са тези, които управляват състоянието на дадена организация, а техният социален капитал във формата на социални мрежи подпомага откриването, насочването и придобиването на необходимите ресурси за постигане на успех и преминаване на долината на смъртта. Именно успешното преминаване на долината е следствие от „интелигентността“ на дадено предприятие.

Способността на дадено предприятие да генерира иновации и да извлича ползи от тях, е пряко свързана със способността на цялата организация, всеки един неин елемент, да бъде организиран и насочен към реализирането на иновации.

2. Характеристики на интелигентното предприятие

Една иновационна инициатива не е достатъчна. Иновацията е инструмент, позволяващ на предприятието да постига необикновени стратегически цели. Съвременната икономика на знание предоставя нови възможности, но изисква предприемането на действия, чрез които да се възползват от тази икономика. В контекста на тази икономика интелигентността на дадено предприятие се изразява в постоянен стратегически анализ на съвременната конкурентна бизнес среда. Интелигентното предприятие непрестанно анализира социално-икономическата среда с цел повишаване на своя капацитет да управлява промяната и непрестанно да се адаптира към бързо променящите се бизнес среди чрез постоянно въвеждане на нови идеи в техните бизнес модели.

Нови идеи могат да бъдат развити и създадени на вътрешно ниво, но също така могат да бъдат заети или закупени от други организации. Нови идеи за едно

иновативно предприятие не се свеждат единствено до нови продукти и услуги, но също така включват нови или подобрени процеси, които разширяват продуктивността или намаляват разходите, свързани с производството или разпространението на съществуващи продукти или услуги. Интелигентността се изразява в налагането на нов начин на дефиниране на бизнес дейностите на дадено предприятие, които не са ограничени само по отношение какво се произвежда и продава.

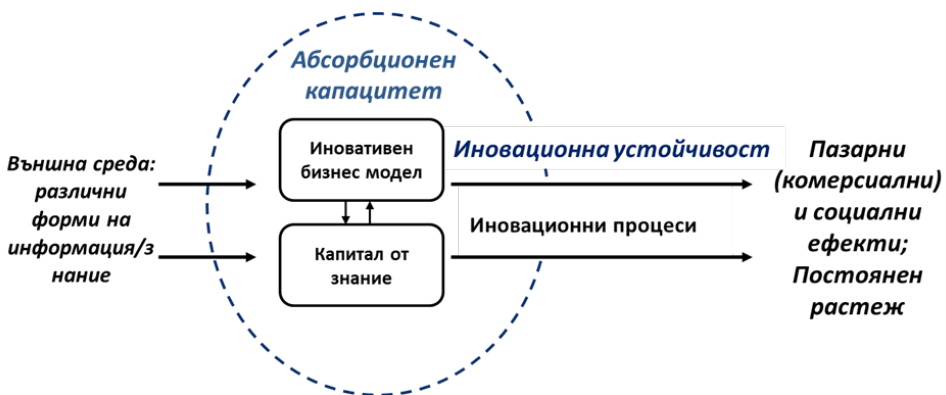
Характеристики на интелигентното предприятие

Като такива определяме:

- иновативен БМ;
- абсорбционен капацитет;
- самообучаващ се знаниев капитал.

Иновативен бизнес модел – началото на всяко предприятие е следствие от формулирана визия и стратегия. Интелигентното иновативно предприятие не се различава по-малко. Визията и стратегията се осъществяват посредством иновативен бизнес модел, инкорпориращ в себе си процесите и управлението, които са внедрени в културата на предприятието. Отделните процеси, като разработването на нови продукти или услуги, технологичен инструментариум, човешки ресурси, комуникации и др., трябва да бъдат управлявани и насочвани за постигането на заложените иновационни стремежи в бизнес модела.

Ключов фактор за повишаването на интелигентността на дадено предприятие е ясното разбиране от самото начало, че не всяко предприятие може да се стреми към еднакви нива на иновационна реализация. Преминаването на долината на смъртта е различно за всяко предприятие. Всяко предприятие от своето създаване трябва да дефинира своя собствен иновационен стремеж и колко усилия може да вложи в реализирането на различни иновационни процеси, което, от своя страна, следва да бъде интегрирано в структурите, процедурите и организацията на предприятието.



Фигура 2

Авторът разглежда и разграничава „интелигентността“ на предприятието посредством нивото на „иновативност“, произтичащо от бизнес модела на предприятието, а именно – процеса на успешно генериране и реализиране на идеи в рамките на едно предприятие. Успехът във функционирането и развитието на всяко предприятие е резултат от три основни дейности: стратегия, организация и финансиране. *Стратегията* разпределя ресурсите за инвестиции в човешки и физически способности с очакването, че те ще подпомогнат предприятието да се конкурира за определен пазар за продукт, услуга или процес. *Организацията* трансформира технологии и достига пазари, посредством които се развиват и експлоатират ресурсите за създаване на стойност с цел генериране на продукти, услуги или процеси, от които се търсят от купувачи на цени, на които са склонни да заплатят. *Финансирането* е процесът на развитие на технологии и достъп до пазари от времето, когато са осъществени инвестиции в производствени ресурси, до времето, в което е генерирана финансова възвращаемост чрез продажбата на продукти, услуги или процеси. Комбинирани определен вид стратегия, организация и финансиране съставляват „бизнес модел“⁽⁵⁾.

Бизнес моделът на всяко предприятие олицетворява цялостната обосновка как една организация създава, предлага и постига стойност. Именно първата крачка към преминаването на долината на смъртта е наличието на бизнес модел. Активно действащите предприятия се стремят към намирането или формулирането на нови и иновативни бизнес модели, за да бъдат конкурентни срещу нарастващата конкуренция. Предприемачи, които стартират свое предприятие, се стремят към намирането или формулирането на нови или иновативни бизнес модели с цел да постигнат и развият своето място на пазара.

Успешното преминаване на долината на смъртта зависи не толкова от фокусирането върху създаването (производството) на даден продукт (процеси или услуга) и въвеждането на пазара. Фокусът следва да бъде съсредоточен върху идентифицирането на възможност, която да задоволи реални нужди на потребителя. Първа стъпка в създаването на иновативен бизнес модел е именно идентифицирането на възможност – фундаментален проблем, който в дадена ситуация има нужда от решаване. Иновативността на дадено предприятие се изразява в систематично идентифициране на всички градивни елементи на неговия бизнес модел.

Съвременните икономически условия предполагат постигането на растеж посредством увеличаването на производителността на знание в труда, повишаването на производителността на знанието представлява най-същественният принос на управлението на дадено предприятие. Най-ценният актив на едно интелигентно предприятие са знанието на неговите служители и тяхната продуктивност. Независимо от икономическия сектор на предприятието – високи технологии, земеделие, услуги, управлението на иновационните процеси следва да води до постоянно повишаване на продуктивността на знание.

Повишаването на интелигентността на предприятието изисква промяна в традиционния начин на управление и контрол – промяна в стратегическото възприятие на организацията.

Таблица 1

Интелигентно предприятие	Производствено предприятие
Информационен поток	Поток на стоки
Човек	Машина
Знание, Ноу-хау	Капитал, фиксирани активи

Предизвикателствата пред интелигентното предприятие са същите като в традиционното производствено предприятие – повишаването на стойността на капитала в предприятието. Предпоставката за „интелигентност“ в дадено предприятие се изразява в ясното осъзнаване, че човешкият капитал, в лицето на инженера, архитекта, програмиста или изследователя, е истинската машина в съвременната икономика на знанието. Компютърът или различните технологии могат да се считат като разширение на човешкия мозък. Основните активи в съвременното предприятие са знанието на служителите, техните формални умения, образование, експертиза и опит, както и техните социални умения.

В съвременния икономически контекст реализирането на растеж от страна на дадено предприятие основно произлиза от увеличаването на продуктивността на знаниева работа, а повишаването на тази продуктивност представлява най-важният принос на управлението на предприятието. Най-ценните активи на предприятието от XXI век са неговите знаниеви работници и тяхната продуктивност. Независимо от икономическия сектор, в който функционира дадено предприятие – знаниевоинтензивни доставчици на услуги до високотехнологични производители, управлението на иновационните процеси следва да бъде осъществено по начин, който повишава продуктивността на знанието⁶⁾.

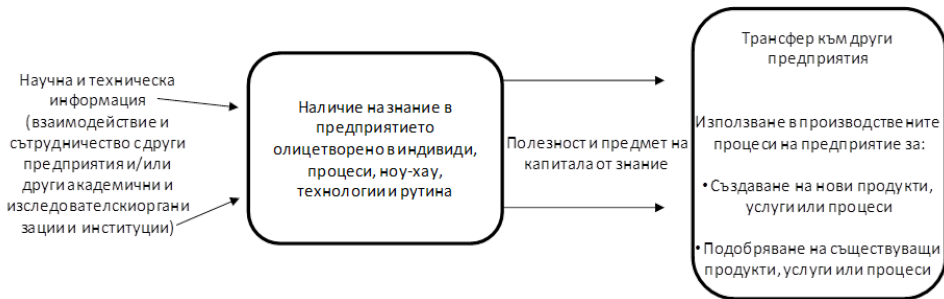
Капиталът от знание на предприятието е втори ключов елемент на интелигентното предприятие. По същество, е компонент от човешкия капитал/ресурс на предприятието, но неговото управление и експлоатация са ключови за успешното постигане на бизнес целите, реализацията на растеж и успешно протичане на иновационни процеси.

Капиталът от знание е ноу-хау следствие от опита, информацията, знанието, обучението и уменията на служителите на дадена организация. Може да се състои изцяло от техническа информация или да бъде част от действителен опит или умения, придобити от индивиди⁷⁾.

Капиталът от знание представлява този нематериален актив на дадена организация, който съществува в съзнанието на тези, които знаят нещо полезно, което може да повиши организационната производителност под формата на колективно знание.

Инвестирането във физически капитал, като машини, оборудване и производствени помещения, традиционно се разглежда като съществено за постигането на растеж и развитие, но от съществено значение е паралелната експлоатация и развитие на нематериален капитал от знаниево-организационни способности, свързани и необходими за постигането на този растеж и развитие.

В стартиращи нови предприятия капиталът от знание обикновено се изразява в общи бизнес умения или основни способности, свързани с управлението, финансирането и маркетинга. Една от причините за прекратяване на жизнения цикъл на предприятия е именно недостатъци в основни умения, като финансово или общо фирмено управление. Съвременните икономически условия определят основните форми на капитала от знание да бъдат тясно свързани с управление на иновации и технологии. Иновационните способности, свързани с производителността, използването на технологии и НИРД, най-често разграничават бързо развиващите се от бавно развиващите се предприятия и тези, които реализират растеж, от тези, които не успяват да се адаптират към промените и новите пазарни условия.



Фигура 3

Развитието и увеличаването на продуктивността на капитала от знание се осъществява в рамките на вътрешни и външни мрежи, в които протичат иновационни процеси. Участието на предприятието в такива мрежи – взаимодействието и кооперирането с други предприятия, институции, научноизследователски организации и др., трансформира капитала от знание в натрупано знание от страна на дадено предприятие (олицетворено в индивиди, ноу-хау, технологии, оборудване, практики и рутина в предприятието), което знание постоянно се обогатява от информационни потоци и което се използва в производствените процеси или в процеса на създаване на стойност. За разлика от материалния капитал капиталът от знание в интелигентното предприятие не е статичен, а динамичен процес – процес, който определя натрупаното знание на едно или повече предприятия, постоянно обогатяващо се и комбинирано по различни начини, което впоследствие се експлоатира или комерсиализира. Увеличаването на продуктивността на капи-

тала от знание е следствие от събирането на информация от пазари, други предприятия, хора, академични структури и др. Информацията може да бъде под формата на закупуване на нови технологии, лицензионни договори, нови софтуерни програми, обучения, т.н. Основна задача на интелигентното предприятие е да интегрира тази информация в наличното знание на предприятието чрез процеси на обучение и научаване, водещи до трансформиране на информационни потоци в капитал от знание. Това е основна отличаваща характеристика на интелигентното предприятие – създаването на стойност – трансформирането на знание в капитал.

Използването или комерсиализацията на капитала от знание в създаването на стойност може да бъде разделено основно на два процеса.

– Продаването на знание на други предприятия – продаването на софтуерна програма, технология, ноу-хау, патент и др. Така знанието, олицетворено в програмата или патента, се трансферира към друго предприятие, което, от своя страна, може да го използва в своите производствени процеси. Посредством използването на това ново знание приемащото предприятие обогатява своя собствен капитал от знание в създаването на стойност.

– Използване на капитала от знание в собствените производствени процеси. Предприятието използва своя капитал от знание като средство за създаването на нови или подобряването на продукти, услуги, процеси или като инструмент за оптимизиране на структурни или производствени процеси.

Управлението на капитала от знание на дадено предприятие може да бъде синтезирано като интегрирано управление на хора, процеси, информация и технологии за генериране, улавяне и използване на ценно знание за организацията. Основна цел на интелигентното предприятие е управлението на наличното знание в предприятието и подобряването на способността на предприятието да използва ново знание от външни източници или генериране на ново знание в самата организация.

Иновационна устойчивост е ключовата отличаваща характеристика на интелигентното предприятие. Реализирането на иновации се свежда до привеждането на идеи в създаването на продукти, услуги или процеси, които решават проблеми – икономически и социални, и предоставянето им в ръцете на хора, които имат нужда от тях, вследствие на което се подобряват техният живот или опит. Успешната реализация на нов/подобен продукт, услуга или процес от страна на дадено предприятие може да се счита като въвеждане на иновация, но не означава, че предприятието е иновативно. Съществуват множество примери на предприятия, които осъществяват пазарен успех с нов продукт, но след като реализират своите приходни проекции и разрастване, същите предприятия изпитват затруднения да повторят комерсиални успехи с други продукти. Някогашният безспорен едноличен лидер в областта на телекомуникациите през първото десетилетие на XXI век загуби стремглаво своите позиции поради това, че не успя да се адаптира към революционния преход от гласова/текстова телефония към смартфон. Водещият

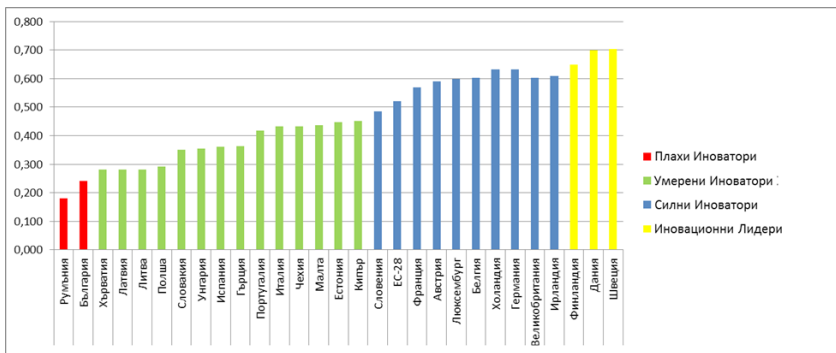
дотогава производител на мобилни телефони не успя навреме да идентифицира потребителските нужди от мобилно устройство, с което да се извършват много повече дейности от разговори, концентрирайки своите ресурси към усъвършенстване на мобилни устройства за пазар, който вече бегло съществува. Ето защо настоящата теза твърди, че интелигентността (иновативността) на едно предприятие се определя от способността му нееднократно да идентифицира и създава нови и/или подобрени продукти, услуги или процеси и успешно да реализира чрез тях пазарни и социални ефекти. Много предприятия биха могли да реализират иновация, но да я реализират два, три, четири и повече пъти, е основна характеристика на иновативност на предприятието.

3. Българските МСП като иноватори

Българските предприятия се развиват в сложните и динамични условия на глобалната икономика, изправени пред постоянната конкурентност на пазара и недостатъците в законодателството.

Динамичното иновативно развитие на големите предприятия не може да функционира успешно без съпътстваща система от МСП. Система с недостатъчна разнородност губи пазарна гъвкавост, способност за адаптиране към промени и вследствие намаляване на ефективността си. Съвременните структури на икономиките приемат разумно съотношение между брой големи предприятия и МСП, които изпълняват определени функции в развитието на националните и регионалните икономики. МСП и големите предприятия са същевременно ключови за успеха на българската икономика и допринасят за заетостта и обема от продадени продукти и услуги.

Според класацията на Съюза за иновации⁸⁾ (Innovation Union Scoreboard – IUS) България заема предпоследно място и е определена като „плах“ иноватор. Класацията е формулирана въз основа на редица различни показатели за иновации, според които държавите членки са разделени на четири групи: „Иновационни лидери“, „Силни иноватори“, „Умерени иноватори“ и „Плахи иноватори“.



Фигура 4

Ефективността на държавните институции е директно свързана с възможностите за развитие на икономическата конкурентоспособност и стимулиране на предприемачество. Те остават най-критикуваните от страна на бизнес сектора в страната. В множество социологически проучвания, включително Доклада за глобална конкурентоспособност 2011 – 2012 г.⁹⁾, българският бизнес среща най-сериозни проблеми със сложни административни процедури, нискоефективна съдебна система, лобизъм и корупционни практики.

Ролята на държавата е в създаването и развитието на среда с благоприятни и устойчиви условия за икономическа дейност на бизнес общността. Според проучвания на Българската стопанска камара бизнесът има нужда от по-малко административни тежести, позволяващи повече гъвкавост в динамичните икономически промени, заедно с по-независима и експедитивна съдебна система, позволяваща по-бързо и адекватно решаване на търговски спорове, и др. По-нататъшното развитие на е-правителството е необходимо на българския бизнес. Модерно е-правителство би подобрило вътрешната комуникация между централните и местните администрации за по-добри комуникации и обслужване на бизнеса. Услугата „едно гише“ е все още неразвита и се нуждае от специално внимание поради това, че представлява важна роля в осигуряването на облекчение за бизнеса в преодоляването на различни видове нормативни процедури.

Оценката на иновативността и предприемачеството на МСП в България рефлектира във формирането на нови предприятия, честотата и интензитета на иновационните дейности и инвестирането в НИРД.

Таблица 2

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
България						
Дял	92,1%	6,5%	1,2%	99,8%	0,2%	100%
ЕС 27						
Дял	92,2%	6,5%	1,1%	99,8%	0,2%	100%

През 2011 г. най-честите иновационни дейности на български МСП са свързани с промени в бизнес процесите с цел оптимизиране и намаление на разходи – 38%. Две трети от средно големите предприятия и около една трета от микро- и малките предприятия са предприели такива дейности. Най-малко иновативни дейности са свързани със съвместни инициативи с институции от сферата на образованието – само 9%. Заключение, което може да бъде направено, е, че българските МСП са най-силно заинтересовани от иновации, намаляващи разходите, и много по-малко от нови продукти и процеси.

Таблица 3
Иновационна активност сред българските МСП през 2011 г.

Иновационна дейност	Микро	Малки	Средни	МСП
Реализиране на съществени промени в бизнес процесите с цел оптимизация и намаляване на разходите	31%	35%	67%	38%
Наличие на библиотека за професионална литература (книги, ръководства, списания и др.)	30%	35%	47%	32%
Наетите служители са преминали специализирани обучения в областта на актуалните иновации от отрасъла през последните 5 години	23%	39%	42%	28%
Лансиран подобрен вариант на съществуващ продукт през последната година	21%	33%	61%	27%
Лансиран продукт на пазара през последната година	12%	20%	44%	17%
Предприятието има достатъчно финансов ресурс, за да финансира всяка своя иновационна дейност	14%	10%	22%	14%
Наети служители, в чиито длъжностни характеристики е включена научно-развойна дейност	10%	15%	36%	14%
Разработване на нов продукт, който се очаква да излезе на пазара в най-близко бъдеще	10%	5%	31%	12%
Практика в използването на разработки на научни сътрудници и институции за създаването на нови или подгръването на съществуващи продукти, услуги и процеси	9%	7%	22%	10%
Наличие на собствено звено за научно-развойна дейност	9%	5%	22%	10%
Съвместни инициативи с институции от сферата на образованието (стажантски програми, обучения, професионално консултиране, стипендиантски програми, консултиране при съставяне на учебни планове и др.)	7%	3%	28%	9%

Заклучение

В азбучна истина се превърна твърдението, че днес знанието е основна движеща сила за икономически растеж, социално развитие и създаване на работни места и ключов фактор за конкурентоспособност в световния пазар. Производството на стоки и услуги все повече се основава на знанието – основано на науката чрез по-ефективно използване на съществуващо научно знание; основано на технологиите чрез разпространението на модерно оборудване; основано на уменията чрез управление на повишаващото се знание, свързано с производствени

дейности. Иновациите са креативно използване на различните форми на знание в отговор на пазарните нужди и други социални нужди¹⁰.

XX век е характеризиран с динамично развитие на технологиите, допринасяйки за превръщането на труда от физически основан в такъв, основан на знанието. Технологиите и знанието днес са ключовите фактори за реализирането на висок производствен капацитет. Класическите теории за растеж дефинират като ключови фактори работната сила, капитала, материали и енергия, определяйки знанието и технологиите като външни фактори, влияещи върху производството. Екзогенната (неокласическа) теория дефинира технологичния прогрес като двигател на растежа, но не дефинира технологичните процеси – знанието и компетенциите, като фактори за технологичния прогрес. Новата (ендогенна) теория определя знанието като фактор за увеличаване на приходи от инвестиции, които, от своя страна, допринасят за натрупване на знание.

Днес ние всички сме част от информационно общество в икономика, основана на знанието, където управлението на знание е ключово. Инвестирането в знание в съвременния свят се явява ключово за повишаване на производствения капацитет. Класическите фактори за производство, като работна сила, материали, капитал, енергия, чрез знанието могат да бъдат превърнати в нови продукти и процеси. Технологичната промяна изисква промяна в производителността на капитала, която днес може да бъде постигната чрез инвестиции в образование и обучение на работната сила и инвестиции в научноизследователска и развойна дейност, както и чрез създаването на нови управленски структури и организационни процеси.

Още през 1998 г. Световната банка публикува своя Доклад за световно развитие¹¹), в който определя знанието, а не капитала, като ключов фактор за устойчив икономически растеж и подобрене на човешкото благосъстояние. Докладът определя два вида знание: знание за технологии – т.нар. техническо знание или ноу-хау, и знание за атрибути или характеристики – това е знание за продукти, процеси или институции.

Развитието и постигането на растеж от страна на държавата зависи от ефективното използване на нейните най-ценни предимства – знанието, уменията и креативността. Тези ключови фактори са в същността на съвременната икономика, основана на знанието. Те олицетворяват предпоставката за генерирането на високостойности продукти и услуги и модерни практики в организацията на индустрията. Конкурентоспособността и развитието на дадена държава днес зависят от способността на индустрията да бъде иновативна и креативна. Включването на знанието в стандартни икономически производствени функции не е лесно постижимо. Знанието и информацията можем да приемем, че са в излишък, но дефицитът е капацитетът на дадена държава или организация да използва знание и информация по съдържателни начини.

Предприятията – малки, средни и големи, представляват генераторът на производителност в дадена национална икономика. От своя страна, производител-

ността в дадена държава е пряко отражение на дейностите на предприятията. Икономическият успех на дадена държава зависи не от това в какви индустрии се конкурира с останалите национални икономики, но от това как се конкурира в тях. Благосъстоянието или растежът на дадена държава зависи от способността на държавата да създаде условия за използване на своите ресурси продуктивно. Фундаменталният източник за повишаване на производителността са иновациите. Конкурентоспособността, капацитетът за създаване на работни места, социалната структура и жизненият стандарт зависят от способността за развитие и прилагане на иновации в продукти, услуги, бизнеси и организации. Както Майкъл Портьър определя, иновациите не са само наука и технологии¹²). Иновациите включват и подобрения в маркетинг, услугите и начина, по който продуктите са предоставени на потребителя. Иновациите са двигателят на продуктивността, която, от своя страна, повишава възнаграждения и възвращаемост на капитал, а след време – и жизнения стандарт. Инвестирането в повишаването на иновационния капацитет на дадена държава може да отнеме години до превръщането на инвестициите в нови продукти, процеси и нови иновативни предприятия, които увеличават развитието на икономиката.

Инвестициите от страна на дадена държава в образование, НИРД инфраструктури и изследвания са ключови източници за бъдещ растеж. Пренебрегването на критичната значимост на образованието, науката и изследванията е недопустима политика в условията на съвременната икономика, основана на знанието. Образованието и науката са естественят фундамент за бъдещ дългосрочен растеж. Ефективното инвестиране в образование и наука, като например фундаментални изследвания или висше образование, е предпоставка за бъдещи иновационни процеси. Интернет не е създаден за едно денонощие, а е плод на многогодишни фундаментални и приложни изследвания, проведени от образовани и квалифицирани хора. Постигането на пробив в технологиите и промяна в обществото, като интернет, компютри, клетъчни телефони, автомобили, съвременната медицина и т.н., често са следствие от години, десетилетия развитие на знанието и умения и научноизследователски труд.

NOTES / БЕЛЕЖКИ

1. Regional policy for smart growth of SMES Guide for Managing Authorities and bodies in charge of the development and implementation of Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2013, ISBN 978-92-79-33164-0, p.3.
2. http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm
3. Иновационна политика: стратегии и подходи, ЦНИН – БАН, 2005, Г. Ангелов, Л. Павлова, стр. 155.

4. Knowledge Intensive Entrepreneurship and Innovation Systems: Evidence from Europe” (ed.) Routledge Abington UK, 2010.
5. The Innovative Enterprise and the Developmental State: Toward an Economics of Organizational Success”, William Lazonick, 2011, стр. 2.
6. Innovation Management and the Knowledge – Driven Economy, стр. 26, ECSC-EC-EAEC Brussels-Luxembourg, 2004.
7. <http://www.businessdictionary.com/definition/knowledge-capital.html>
8. http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_en
9. The Global Competitiveness Report 2011 – 2012, 2011 World Economic Forum, 130
10. Managing Innovation Systems, OECD, 1999, 15.
11. World Development Report 1998/1999: Knowledge for Development, Oxford University Press, 1999, iv.
12. http://libweb.surrey.ac.uk/library/skills/Innovation%20OU/B202_2_section1.html.

THE INNOVATION IN SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES AS A STRATEGIC GOAL OF THE SCIENTIFIC POLICY OF THE EU: TOWARDS A MODEL OF INTELLIGENT ENTERPRISE

Abstract. The article analyzes the place, which small and medium sized enterprises occupy in the European research and innovation policy and practice. The prerequisites for innovation potential of the Bulgarian enterprises are emphasized, the mechanism of transformation of knowledge into economic result (market value) is analyzed. Conclusions and recommendations for improving the innovation environment and creation of conditions for enterprises for overcoming barriers in realization of innovations are presented.

✉ **Mr. Vladimir Manolov, PhD student**
Institute for the Study of Societies and Knowledge
Bulgarian Academy of Sciences
13A, Moskovska St.
1000 Sofia, Bulgaria
E-mail: vladimir_manolov@abv.bg