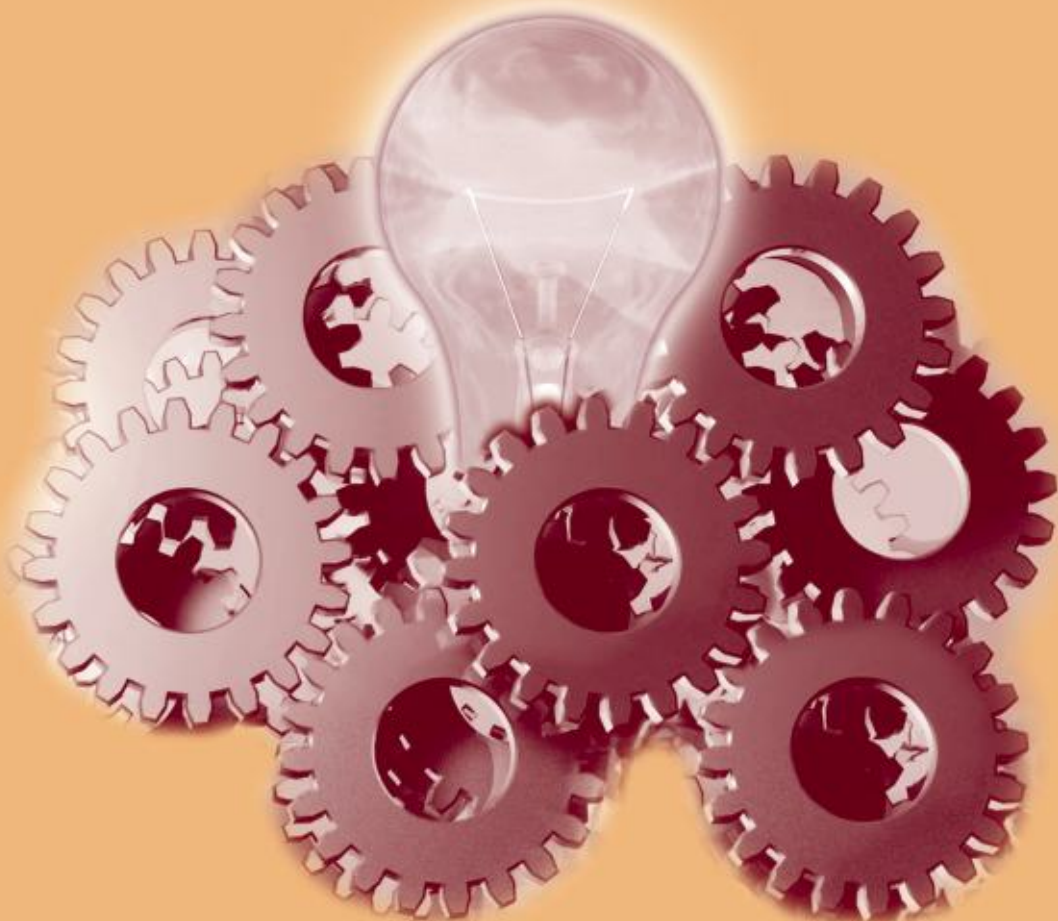


РЪКОВОДСТВО ПО ИНОВАЦИИ ЗА МСП



СЪДЪРЖАНИЕ

1. Въведение.....	3
2. Понятие за иновация.....	3
3. Етапи на иновационния процес	4
4. Обобщен модел на иновационния процес	5
5. Основни стъпки при осъществяване на иновация	5
6. Организации създаващи и подкрепящи иновациите	8
6.1. Университети, институти и колежи	8
6.2. Камари, браншови и посреднически организации ...	10

1. ВЪВЕДЕНИЕ.

Способността да се създават и внедряват иновации играе важна роля за просперитета на икономиката. Внедряването на иновации е определящ фактор за повишаване на конкурентоспособността на предприятията. Насърчаването на иновационния процес в страната е важна стъпка за преодоляване на съществуващото изоставане спрямо развитите европейски икономики. Особено важно за малките и средни предприятия (МСП) е активното им участие в този процес, т.к. без иновации трудно ще оцелеят и прогресират в дългосрочен план.

Европейският и световен опит показва, че умелото ползване на научните изследвания, съвременните технологии и иновации, дава възможност да се предприемат активни действия за повишаване на конкурентоспособността на икономиката и да се повиши стандарта на живот. Основно предизвикателство представлява преминаването към икономика на знанието и включването в глобалното информационно общество.

Целта на настоящото ръководство е да подпомогне предприемачите и екипите на МСП в процеса по създаване и внедряване на иновации.

2. ПОНЯТИЕ ЗА ИНОВАЦИЯ.

Иновацията най-често се определя като промяна, насочена към обновление или въвеждане на нещо ново и полезно в практиката, като е възможно това да стане в различни области: бизнес, общество, политика, наука, изкуство и др.

Съществуват различни концепции за иновациите, като през 1934г. Йозеф Шумпетер за първи път определя иновациите като полезна промяна - двигател за развитието на икономиката. Той определя 5 основни случая на иновации в икономиката:

- въвеждане на нов продукт;
- нов метод за производство;
- отваряне на нов пазар;
- използване на нов източник на суровини/ресурси за производство;
- създаване на нова организация на работа или взаимоотношения между фирмите в един отрасъл.

Допълване и осъвременяване на представата за иновации дава Технологичната концепция за иновациите на Наръчника от Осло 1995г., която обвързва продуктите и процесни иновации с изследвания и технологичен трансфер.

В зависимост от възприетия принцип на класификация се разпознават различни видове иновации. Според степента на новост различаваме радикални (революционни) и инкрементални (компиляции, подобрения, имитации и др.) иновации. Най-често срещаните иновации са компилациите (например

сливане характеристиките на няколко устройства в едно като принтер/скенер/копир), подобренията и модификациите. Според резултата различаваме продуктови, процесни, пазарни, финансови, организационни, логистични и др. иновации. Създаването на нови продукти и услуги, както и промяната в начините на продаване, рекламиране, доставяне са сред най-популярните иновации днес.

Обикновено чрез иновацията се търси решение на проблем като:

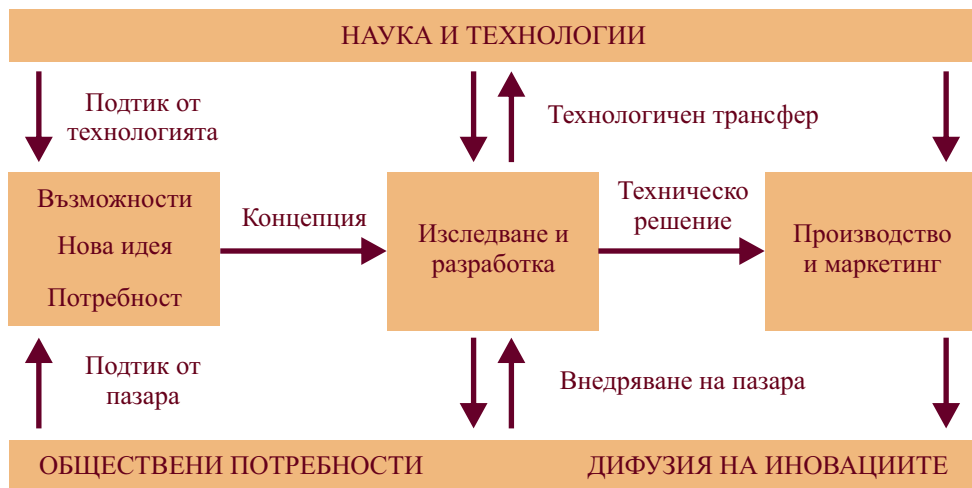
- незадоволени потребности на клиентите;
- неизползвани възможности за производство и продажби на търсен продукт;
- незадоволителни функционални характеристики на базов модел;
- незадоволителна надеждност, качество на базов продукт;
- високи разходи за производство, доставка, продажба на базов продукт;
- технически и конструктивни затруднения при технологичен процес.

Основни фактори, определящи успеха на една иновация са нейната актуалност и полезност, способността на фирмата да мобилизира бързо знания и умения за реализацията ѝ, възможността за организиране на производство и продажба по-бързо от конкурентите, гъвкавостта при модифициране на иновацията за различни пазари и клиенти.

3. ЕТАПИ НА ИНОВАЦИОННИЯ ПРОЦЕС.

1. Пазарен анализ, включващ анализ на потребностите на клиентите, и анализ на съществуващата и бъдеща конкуренция.
2. Оценка на техническите и организационни ресурси на фирмата и на потенциалните източници за собствени иновации.
3. Дефиниране предмета на иновационните дейности и на проектно задание.
4. Създаване и структуриране на екип за реализация на проектното задание.
5. Разработване на концепция за реализация на иновацията с линеен график и предварителна оценка на разходите по проекта и очакваните резултати. Сравнителен анализ.
6. Решение за реализация или отхвърляне на проекта.
7. Разработване на технически проект с подробно разписани задачи за реализация.
8. Техничко-икономическа оценка на иновацията. Приемане на окончателен бюджет за нейната реализация.
9. Осъществяване на иновацията.
10. Тестване.
11. Внедряване на иновацията.
12. Промоция.
13. Оценка на резултатите. Изводи.

4. ОБОБЩЕН МОДЕЛ НА ИНОВАЦИОННИЯ ПРОЦЕС.¹



5. ОСНОВНИ СЪПЪККИ ПРИ ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ИНОВАЦИЯ.

Десет са основни стъпки, които се изпълняват от МСП, при създаването на нов продукт или услуга:

- (1). Генериране на идеи за иновации.
- (2). Избор и оценка на идея за иновация.
- (3). Защита на идеята.
- (4). Изследване на полезността и пазарните възможности на идеята.
- (5). Проверка осъществимостта на идеята.
- (6). Планиране и организиране на изпълнението.
- (7). Разработване на опитен образец (прототип).
- (8). Тестване.
- (9). Производство на новия продукт/услуга.
- (10). Мониторинг, контрол и корекции на новия продукт/услуга.

Възможно е обединението на някои от тези стъпки или друга последователност, в зависимост от конкретната ситуация и възможности на МСП.

5.1. Генериране на идеи за иновации.

Необходимо е осигуряване на няколко алтернативни идеи за иновации като варианти за решения на съществуващи проблеми. Идеите за иновации могат да бъдат събирани целенасочено - от клиенти, конкуренти, доставчици, персонал, чрез анкетиране, наблюдение, експериментиране. За осъществяването на подобни проучвания, съдействие могат да окажат редица институции и

¹ Георгиев, К., Управление на иновациите, ТУ-Варна, 1998г.

организации, като например маркетингови и социологически агенции и посреднически организации (виж т. 6).

Идеи за иновации могат да бъдат генерирани, чрез различни методи, като: „мозъчна атака”, „анalogии” (синектика), „странично търсене” (латерално мислене) и др. Възможно е предварително обучение от консултантски агенции и университети (виж т. 6) за работа с тези и други методи и генериране на нови идеи.

5.2. Избор и оценка на идея за иновация.

Необходимо е бързо пресяване и избор на алтернативни идеи за реализация на иновацията, като най-често се използват следните 5 критерия за отсяване:

- 1) пазарна привлекателност.
- 2) степен на новост.
- 3) осъществимост.
- 4) разходи за реализация.
- 5) съответствие с фирмената стратегия.

При избора на идеи за реализация, квалифицирана помощ и съдействие, могат да окажат институциите и организациите посочени в т. 6.

5.3. Защита на идеята.

Необходимо е да се направи преценка как да се защити най-добре идеята - чрез заявка за патент, чрез заявка за регистриране на промишлен образец, чрез заявка за регистриране на търговска марка или по друг начин. Помощ и съдействие за това могат да окажат съответните патентните адвокати и консултанти от посредническите организации (виж т. 6).

5.4. Изследване на полезността и пазарните възможности на идеята.

Определянето на полезността и пазарните възможности на идеята, предполага търсене и намиране отговори на следните основни групи въпроси:

- (1). Кой са вашите бъдещи клиенти? Кой и защо ще купи новия продукт?
Кои са факторите, влияещи върху покупката? Как взема решение за покупка един клиент и как може да бъде стимулиран за такова решение?
- (2). Какъв продукт/услуга ще продавате на пазара - напълно нов (непознат) или вече известен? Доколко познат (зрял) е продуктът за различните групи клиенти? Кои са най-важните характеристики на продукта за клиентите?
- (3). Кой са вашите конкуренти?
- (4). Кой е вашият целеви пазар?
- (5). Кой (какви) са вашите канали за дистрибуция?
- (6). На какви цени ще продавате новия продукт?
- (7). Как ще промоцирате (рекламирате) новия продукт?

Отговорът на тези въпроси предполага наличието на голям обем информация, както и оказване на експертна помощ от консултантски и посреднически организации (виж т. 6).

5.5. Проверка осъществимостта на идеята.

Съществуват определени фактори, които следва да бъдат взети под внимание, при оценка на практичността и целесъобразността при стартиране на иновационни дейности: разходи за производство, влияние върху околната среда, безопасност, ценообразуване; влияние върху/от други продукти, ограничения при функциониране, възможности за производство и ефективност при използване на съществуващия потенциал, законосъобразност, влияние върху качеството на живот, стратегия за проникване на пазара, предвидимост, дистрибуция, предимства пред конкурентните изделия, трайност, обслужване и ремонт, конкуренция, защита на интелектуалната собственост, период на откупуване, доходност.

5.6. Планиране и организиране на изпълнението.

Разработването на бизнес-план за реализация на иновацията е важна част от планирането и осигуряването на: финансиране, подходящи квалифицирани кадри, помещения, оборудване, суровини и материали за производството на новия продукт/услуга. Помощ и консултации по разработването на бизнес план могат да се получат от експертите и консултантите в организациите насочени за оказване на помощ на бизнеса и предприемачеството (виж т. 6).

5.7. Разработване на опитен образец (прототип).

Основната цел на разработването на прототип е проверка на пригодността на концепцията спрямо пазарните очаквания, тестване на наличното технологично оборудване и квалификация на персонала на МСП и реакцията на потенциалните купувачи. Крайният резултат следва да бъде функционален, атрактивен, патентоспособен и с предимство пред конкурентните продукти, и всичко това при запазване на възможно най-ниски производствени разходи.

Разработването на прототип обикновено се нуждае от привличане на индустриални дизайнери и инженери, които да съобразят технологично продукта за промишлено производство, вземайки под внимание очакванията на клиентите и пазара, естетика, безопасност, наличните производствени методи, употреба и поддръжка.

5.8. Тестване.

След като прототипът е изработен се провеждат изпитания. След като се наберат достатъчно данни от потребителите и дистрибуторите, и се анализира поведението на купувачите при покупка, може да се наложи корекцията на прототипа, като промените са обусловени и от проведените тестове.

5.9. Производство на новия продукт/услуга.

На този етап следва да се прецени дали продуктът да се произвежда самостоятелно или да се даде лиценз за производство. При самостоятелното производство трябва да се упражнява строг контрол върху употребата на материали и компоненти и ефективността на работниците и оборудването.

Отдаването на лиценз може да се окаже практичен начин за фирмата да максимизира потенциала на съществуващите продукти, като минимизира риска, използвайки компании с необходимия производствен капацитет и дистрибуторски мрежи.

5.10. Мониторинг, контрол и корекции на новия продукт/услуга.

Важно е след пускането на продукта или услугата да се продължи с наблюдението на пазарните резултатите и финансови индикатори, като се сравняват с предвидените в бизнес плана и при необходимост се коригират.

6. ОРГАНИЗАЦИИ СЪЗДАВАЩИ И ПОДКРЕПАЩИ ИНОВАЦИИТЕ.

6.1. Университети, институти и колежи.

№	Наименование	Адрес	Телефон	Електронна поща
1	Икономически университет Варна	гр. Варна, бул. „Княз Борис I“ 77	052/643360	svetlar@ue-varna.bg
2	Технически университет Варна	9010, гр. Варна, ул. „Студентска“ №1	052/302444	ivanivanov@tu-varna.acad.bg
3	Варненски свободен университет	гр. Варна, к.к. „Златни пясъци“	052/ 359506	pavlov_p@hotmail.com
4	Висше военно-морско училище	9026, гр. Варна, ул. „Васил Друмев“ № 73	052/632 015	info@naval-acad.bg
5	Медицински университет - Варна	гр. Варна, ул. „Марин Дринов“ 55	052/611 899	zsd@mu-varna.bg
6	Национален институт по метеорология и хидрология - филиал Варна	9005, гр. Варна, м-т „Свети Никола“ № 10	052/390170	RadoslavaManiarova@meteo.bg
7	Институт по океанология	9000, гр. Варна, кв. „Аспарухово“, ул. „Първи май“ № 40, п.к. 152	052/370486	office@io-bas.bg
8	Институт по хидро- и аеродинамика	9003, гр. Варна, кв. „Аспарухово“, ул. „Уилям Фруд“ № 1, п.к. 58	052/370500	office@bshc.bg
9	Институт по металознание към БАН	9010, гр. Варна, ул. „Студенска“ 1 п.к.34	052/301367	kotlarova@dir.bg
10	Институт по рибарство и аквакултури - Варна	гр. Варна, бул. „Приморски 4“	052/632066	irapl@migton.net

№	Наименование	Адрес	Телефон	Електронна поща
11	Регионален център за научно-приложно обслужване Варна	9000, гр. Варна, кв. „Владислав Варненчик“	052/510603	rcnpo-varna@vlvo.net
12	Международен колеж „Албена“	гр. Добрич, ул. „България“ № 3	058/655620	icollege@mail.bg
13	Добруджански технологичен колеж	гр. Добрич, ж.к. „Добротица“, бл.12	058/605 378	dtk@mail.tu-varna.edu
14	Добруджански земеделски институт	9520, гр. Генерал Тошево	058/603125	dai_gt@dobrich.net
15	Технологичен колеж към Русенски университет, гр. Разград	гр. Разград, бул. „Априлско въстание“ №3	084/660826	ihbtb@infotel.bg
16	Русенски университет - филиал Силистра	гр. Силистра, ул. „Албена“ № 1	086/822197	silistra@ru.acad.bg
17	Технически колеж Силистра	7500, гр. Силистра, ул. „Албена“ № 1	086/ 823961	tk_silistra@mail.bg
18	Висш земеделски колеж - Силистра	гр. Силистра, ул. „Черно море“ № 1	086/822231	agri_college_ss@mail.bg
19	Регионален център за научно-приложно обслужване Силистра	7500, гр. Силистра, ул. „Н.Валцаров“ 112, пк 9I	086/820145	apricot@mbox.contakt.bg apricot@infotel.bg
20	Регионален център за научно-приложно обслужване Търговище	7700, гр. Търговище, бул. „Преславско шосе“, п.к.49	0601/ 63518	
21	Шуменски университет	гр. Шумен, ул. „Университетска“ 115	054/830360	rector@shu-bg.net
22	Земеделски институт - Шумен	гр. Шумен, бул. "Симеон Велики" 3	054/826834	agr_inst@abv.bg

6.2. Камари, браншови и посреднически организации.

№	Наименование	Адрес	Телефон	Електронна поща
1	Регионална агенция за предприемачество и иновации - Варна	гр. Варна, кв. „Аспарухово“ м-ст „Малка Чайка“, ПК 87	052/383700	office@htbi-varna.org
2	Териториална организация на научно-техническите съюзи - Варна	гр. Варна, ул. „Цар Симеон I“ 25	052/630531	nts@nts.varna.net
3	Патентно ведомство - Варна	9000, гр. Варна, ул. „Граф Игнатиев“ 29	052/632549	cis9000@abv.bg
4	Варненска търговско индустриална камара	9002, гр. Варна, бул. „Приморски“ 135,	052/612173	office@vcci.bg
5	Индустриална стопанска асоциация - Варна	9000, гр. Варна, бул. „Съборни“ 22	052/622304	isa_varna@abv.bg
6	Варненска туристическа камара	9000, гр. Варна, ул. „Райко Жинзифов“ 52, ет. 3, ап. 6	052/612811	vtk@touexpo.bg
7	Варненска асоциация на ресторантьорите и хотелиерите	гр. Варна, бул. „Владислав Варненчик“ 61, офис 35	052/604798	varh@abv.bg
8	Българска морска камара	9000, гр. Варна, пл. „Славейков“ №5	052/633400	bcs@buldata.com
9	ТБ „Алианц България“ - Варна	9000, гр. Варна, бул. „Владислав Варненчик“ 106	052/689362	nikolaj.stoyanov@bank.allianz.bg
10	Национален статистически институт, териториално бюро	9000, гр. Варна, бул. „Сливница“ 191	052/575211	edeneva@varn-03.nsi.bg
11	Търговско промишлена палата - Добрич	9300, гр. Добрич, ул. „България“ 3, пк 182	058/601472	cci@dobrich.net
12	Индустриална стопанска асоциация - Добрич	9300, гр. Добрич, пл. „Свобода“ 8, х-л „България“ ет. Е ет.4, п. к.192	058/603711	isa_db@abv.bg,

№	Наименование	Адрес	Телефон	Електронна поща
13	Регионална търговско-промишлена и земеделска камара - Разград	7200, гр. Разград, ул. „Бузлуджа“ 2, Дом на техниката, ет. 5, пк 265	084/660253	rzcci@bccj.bg, rtpzk@mail.bg
14	Стопанска камара - Разград	7200, гр. Разград, ул. „Иван Вазов“, № 10	084/662434	sk_rz@dir.bg
15	Индустриална стопанска асоциация - Разград	7200, гр. Разград, ул. „Иван Вазов“, № 4	084/662434	emu.rz@dir.bg sk-rz@reg.bia-bg.com
16	Център за икономическо развитие Разград	гр. Разград, бул. „България“ № 23, бл. „Чайка“, п.к.155	084/632153	cedrz@smebg.net
17	Бизнес Център Исперих	7400, гр. Исперих, ул. „Христо Ясенов“ № 4, п.к.13	08331/4651	bci@bcisperih.org
18	Силистренска Търговско-промишлена палата	7500, гр. Силистра, ул. „Патриарх Дамян“ 5, п.к .202	086/820498	scci@mbox.contact.bg
19	Стопанска камара - Силистра	7500, гр. Силистра, ул. „Генчо Чолаков“ 5, п.к. 153	086/821333	sk_ss@mail.bg
20	Бизнес инкубатор Силистра	гр. Силистра, ул. „Симеон Велики“ № 49	086/822012	bi@abc-silistra.org
21	Търговско - промишлена палата - Търговище	7700, гр. Търговище ул. Бенковски, 2, ет. 2, П.К. 120	0601/ 63477	tscci@bccj.bg, tpp_t@tshte.net
22	Стопанска камара - Търговище	7700, гр. Търговище, п.к. 189	0601/65107	nikolov@elnics.com
23	Бизнесцентър/ Бизнесинкубатор-Търговище	7700, гр. Търговище, ул. „Панагюрище“ №10	0601/62620	office@bctargovishte.org
24	Индустриална стопанска асоциация - ШУМЕН	9700, гр. Шумен, бул. „Преслав“ № 8, ап. 6	054/881025	isash@mail.bg isash@mail.bg
25	Търговско - промишлена палата Шумен	9700, гр. Шумен, ул. „Съединение“, 71, П.К. 203	054/800360	shcci@bccj.bg
26	Камара на инженерите по геодезия	гр. Шумен, ул. „Съединение“ 107, ет. 5	054/802812	



РЕГИОНАЛНА АГЕНЦИЯ ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ИНОВАЦИИ - ВАРНА

ВИСОКОТЕХНОЛОГИЧЕН БИЗНЕС ИНКУБАТОР

кв. „Аспарухово”, местност „Малка Чайка”,

Варна 9003, България

тел.: +359 52 383700

факс: +359 52 383701

e-mail: office@htbi-varna.org

www.htbi-varna.org

www.nebg-ris.net