

РЕЗЮМЕ

ОБОБЩЕН АНАЛИЗ НА НУЖДИТЕ, ТЕКУЩИЯ ИНОВАЦИОНЕН ПОТЕНЦИАЛ И ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ НА МСП В ЦЕЛЕВИЯ ТРАНСГРАНИЧЕН РЕГИОН НА БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ

**Дейност 3 – Изследване и анализ на нуждите и текущата иновационна
среда в целевия трансграничен регион**



Innofoster

Improving competitiveness of SMEs of the
CB region by fostering and promotion of
non-technological innovations

Сдружение Бизнес Информационен и Консултантски Център – Сандански

Сандански, България

Май, 2017

1. Резюме и заключения

1.1 Резюме

Настоящият обобщителен доклад представя резултатите от проведения анализ на съществуващата иновационна среда в региона на Област Благоевград, България и Югоизточен планов регион в Република Македония. Докладът е изготвен в рамките на проект "Повишаване на конкурентоспособността на МСП в трансграничния район чрез насърчаване и популяризиране на нетехнологичните иновации (INNOFOSTER)". Проектът е обща инициатива на сдружение Бизнес информационен и консултантски център – Сандански, България и Център за развитие и промоция „Промо идея“ – Струмица, Македония.

Финансирането на проекта и настоящето изследване е предоставено в рамките на Първата покана за предложения на ИНТЕРРЕГ ИПП Програма за трансгранично сътрудничество България – Бивша югославска република Македония (CCI №: 2014TC16I5CB006).

Основната цел на изследването е да се определят основните характеристики на местната иновационна среда в региона на Област Благоевград, а също и специфичните нужди и проблеми, с които се сблъсква бизнес в региона по отношение на развитието и внедряването на иновации. Дейностите по изследването бяха проведени според предварително разработена и одобрена методология, включваща следните етапи:

- Анализ на настоящата икономическа и иновационна среда в целевия трансграничен регион на България и Македония (съществуващи политики, заинтересовани страни, инструменти за подкрепа и финансиране).
- Онлайн проучване и анкетиране на представители на МСП за определяне на основните фактори, които благоприятстват или затрудняват развитието на иновации (включително нетехнологични такива).
- Изследване чрез провеждане на интервюта с управители на МСП, бизнес консултанти, експерти работещи в центрове за НИРД и академични организации за съставяне на по-подробен анализ на нуждите на целевата група по отношение на необходимите подкрепа и обучения в сферата на иновациите.

Въведение

Европейската комисия определя иновациите като основен мотор и предпоставка за постигането на устойчив икономически растеж на регионите. Стратегията на Европейския съюз за развитие „Европа 2020“ предвижда до 2020 г. икономиката на ЕС да придобие **интелигентни, устойчиви и приобщаващи измерения** и е основана на пет амбициозни цели – заетост, иновация, образование, социално включване и климат/енергия. Очаква се тези три взаимно допълващи се приоритети да помогнат на ЕС и страните - членки да достигнат високи нива на заетост, производителност и социално сближаване.

Според определението, поместено в ръководството „Осло“ (OECD/Eurostat, 2005), **иновация** е *„Иновацията е въвеждане в употреба на някакъв нов или значително подобрен продукт (стока или услуга) или производствен процес, на нов метод за маркетинг или на нов организационен метод в търговската практика, организацията на работните места или външните връзки. Следователно, иновацията стига отвъд НИРД и обхваща широка гама от дейности, които помагат на фирмите да станат по-продуктивни и конкурентноспособни“.*

Иновацията може да бъде разглеждана както в технологичен, така и в нетехнологичен аспект. Нетехнологичните иновации включват: (1) *Маркетингови иновации* и (2) *Организационни иновации*. Технологичните иновации обикновено се свързват с продуктови и процесни иновации. Основната отправна точка за разграничаване на двата вида е, разбира се, различната роля на технологиите. Докато технологичните иновации обикновено се характеризират със създаването или използването на нови технологии, т. е. нови технологични знания и технически изобретения, технологичните иновации не винаги включват промяна в технологията, или възприемането на нова такава. Въпреки това е възможно да се позовават на употребата на нови бизнес методи, нови организационни идеи или други методи за промяна на бизнес дейностите. Комерсиализацията на нов продукт често предполага развитие на нетехнологични иновации. Понякога това включва нови маркетингови методи, както и нови производствени техники, които повишават производителността, но само ако са съпроводени от организационни промени. Маркетинговите и организационните иновациите са важна част от дейността на фирмите, особено в сферата на услугите.

1.2 Констатации и заключения

Икономиката на трансграничния регион България – Македония, в която е проведено настоящия анализ, е негативно повлияна от нарастващите регионални диспропорции по отношение на икономическо, социално и образователно развитие. В резултат, икономиката на трансграничния регион се е специализирала в сектори и дейности, които изискват относително ниска квалификация и технологии, а основна част от износа включва предимно продукти с ниска добавена стойност. По-голямата част от малките и средни предприятия (МСП) се характеризират с ниско ниво на технологично развитие и ограничен потенциал за приложни изследвания. МСП не разполагат със знания и опит за въвеждането на иновации, което ограничава достъпа до пазари. Фирмите не разполагат с достатъчно средства за инвестиции в образованието на своите служители за разработването и въвеждането на иновации. Друго голямо предизвикателство е неразбирането на факторите, които подпомагат или възпрепятстват нетехнологичните иновации в трансграничния регион (например, способността на МСП да се приспособяват към потребителските нагласи; ценови фактори; стимули за НИРД; права върху интелектуална собственост; законодателство; финансиране и др.).

Предвид необходимостта от развитие на регионалната икономика и нуждата от справяне със съществуващите дисбаланси, **нараства нуждата от увеличаване производителността на МСП чрез изправяне пред съвременните предизвикателства, свързани със специфичната**

психическа нагласа на местните предприемачи (като липса на визия, нежелание за промяна, скептицизъм по отношение на иновациите, и др.) като им се предоставят различни решения, повишаващи тяхната информираност и повишаване на уменията за въвеждане и развитие на иновации.

В количествената фаза на изследването взеха участие **64 (шестдесет и четири)** представители на малки и средни предприятия от региона на Благоевград (България) и Югоизточен планов регион (Македония), които бяха анкетирани с помощта на онлайн въпросници. Качествените интервюта бяха проведени с 10 (десет) управители на МСП, бизнес консултанти, представители на академични среди и заинтересовани страни, които бяха интервюирани лично или дистанционно чрез аудио конферентна връзка Skype. Основната част от участници в двете фази на изследването бяха представители на **малки и средни предприятия**, който развиват своята дейност в развитите сектори от местната икономика като **туризъм, услуги, търговия на дребно и лека промишленост**. Количествената фаза на проучването включваше предимно консултанти на възраст между **35 и 54 години, основно мъже – собственици или управители** в консултантски фирми с дългогодишен опит в предоставянето на консултантски услуги на МСП по различни въпроси, включително иновации.

Местна среда

Според резултатите от изследването можем да заключим, че бизнес средата на трансграничния регион България – Македония е доста благоприятна и предоставя добри условия за стартиране и развитие на бизнес. Това се дължи на стратегическото разположение на региона (в граничен регион от три държави, два от които са държави-членки на ЕС), както и на благоприятни климатични условия. Освен това, близостта (от гледна точка на логистиката и разстоянието) на столиците на София (България) и Скопие (Македония) осигурява добри възможности за насърчаване на трансграничната икономика. Добре развитите ИКТ и широколентова инфраструктура, особено в Българската част на региона, са допълнителен стимул за местната икономика. Комуналните услуги (енергия, отопление, вода и канализация) и транспортната инфраструктура също са в добро състояние и осигуряват благоприятна среда за осъществяване на бизнес. Горееизброеното важи основно за Българската част на трансграничния регион, поради лошото развитие на транспортната инфраструктура в Македония през последните 10 години. И в двете държави има големи площи свободна обработваема земя за развитието на земеделски дейности. Наемите на помещения за офиси, търговска и производствена дейност са все още високи. Липсват услуги за инкубиране на бизнеса. В положителен аспект и в двете държави се предлагат множество консултантски услуги, включително такива, свързани с бизнес консултиране, обучение, финансово и счетоводно управление на бизнеса, разработване и управление на проекти и др.

Въпреки това, като част от Югозападен планов регион на България, област Благоевград понася голяма част от негативите породени от регионалните дисбаланси, които се засилиха неимоверно през последните няколко години. Централизацията на икономически, човешки и финансов капитал в София допълнително увеличи икономическото напрежение в региона. **Град Благоевград остава „остров“ на икономическо развитие в региона в сравнение с други по-**

малки общини от областта. В допълнение на това, малки общини като Сандански, Банско, Разлог и Гоце Делчев се развиват сравнително добре поради развитието на туризма. Други общини като Петрич и Симитли разчитат на местоположението си – в близост до границата или до основни пътни артерии, които преминават през региона (главен път Е-79). Наличието на два университета в региона – Югозападен университет „Неофит Рилски“ и Американски университет в България, които предоставят качествено образование на повече от 30000 студенти от страната и чужбина, създава допълнителни икономически ползи за региона. Демографските тенденции в региона също са положителни.

Югоизточен планов регион в Македония разполага с нужния потенциал за развитие на МСП, а също и с добре развита образователна инфраструктура за подготовката на кадри за нуждите на местния бизнес. От друга страна, голяма част от предприемачите в региона не разполагат с необходимите умения и финансов ресурс за адекватно управление на бизнеса. Все повече МСП от региона разчитат на иновациите, както технологични, така и нетехнологични за повишаване на конкурентоспособността си.

Основните фактори, възпрепятстващи развитието на фирмите от трансграничния регион в Македония са свързани икономическата среда, пазарите и недостиг на квалифицирани кадри.

Като цяло, икономиката на трансграничния регион се е специализирала в сектори и дейности, които не изискват висока квалификация и технологии (като производство на мебели, текстилна индустрия, хранително-вкусова промишленост и др.), а също и износ на продукти с малка добавена стойност. С малки изключения, повечето МСП в региона понастоящем имат ниско технологично развитие и ограничен потенциал за приложни изследвания. **Стълбът на регионалната икономика са микро предприятията (93.3%), които са основно семейни фирми с не повече от 10 служители.**

Разбиране и отношение към иновациите

Според резултатите, получени от двете фази на изследването, предприятията в трансграничния регион са добре запознати с термина „иновация“ и нейните характеристики. Повечето местни фирми ясно са посочили, че определят организациите си като иновативни. Въпреки това, много малко фирми от региона разполагат с конкретен отдел или човек, които да са пряко ангажирани в управление на иновационните процеси / проекти.

Всеки 9 от 10 фирми от трансграничния регион на двете държави осъзнават, че имат нужда от иновации, за да растат и постигнат устойчивост. Въпреки това, по отношение на своята увереност в създаването и въвеждане на иновации във фирмите им, повечето фирми в региона биха развивали иновации на по-късен етап от жизнения цикъл на предприятието, защото имат по-неотложни въпроси за решаване (например оцеляването на фирмата, осигуряването на финансов ресурс и др.).

Все още, мнозинството от местните предприемачи се интересуват от иновации само в определени случаи (когато такива са изискани от партньори или клиенти). Друг изненадващ резултат от изследването е, че почти една четвърт от всички фирми в региона считат, че

иновациите са в основата на бизнес стратегията им. **Фирмите се** интересуват от иновации, но нямат нужната информация или знания, за да ги осъществят. Никой от представителите на МСП, взели участие в изследването, не е отговорил, че фирмата му **не се интересува от иновации**.

Отчетохме различна гледна точка на МСП и останалите заинтересовани страни (бизнес консултанти, бизнес експерти и представители на академични институции) относно тяхното отношение към иновациите. Според експертите от бизнес подпомагащите организации, местните фирми като цяло са запознати с термина „иновация“. Те се интересуват от иновации, защото ги свързват с наличното финансиране от Европейските структурни фондове в подкрепа на бизнеса. Това е напълно приложимо за МСП от трансграничния регион в България.

Мнозинството от интервюираните представители на МСП са уверени в знанията и осведомеността си по отношение на иновациите и признават, че са наясно с техните предимства – както технологични, така и нетехнологични.

Бизнес консултантите и управителите на МСП са на мнение, че местната среда в региона на Благоевград и Югоизточна Македония не е благоприятна за въвеждането на иновации, нито насърчава креативността, която е в основата на иновационния процес. Голям брой малки компании опитват да заобиколят закона и данъчната система, вместо да потърсят методи и да създадат инструменти за подобряване на конкурентоспособността и устойчивостта си. В това отношение би трябвало да има повече информационни кампании сред МСП с цел повишаване на знанията и уменията им за наличните модерните бизнес практики и инструменти за активиране на предприемаческия им потенциал.

Когато се допитахме до МСП от региона за други фактори, пречещи на иновационното им развитие, повечето от тях посочиха, че най-големите препятствия пред иновационните им проекти или планове са недостига на финанси, липсата на инструменти и инициативи за насърчаване на страните в иновационния процес, а също и липсата на достъп до квалифицирани кадри.

Други бариери пред развитието на иновационния потенциал на фирмите от трансграничния регион са свързани с особеностите на местната бизнес среда (т. е. тя е специализирана в ниско технологични дейности, ниска производителност и креативност на работната ръка). Тези негативни тенденции се засилват от постоянния недостиг на финансови ресурси, както и растящия дефицит на квалифициран (и мотивиран) персонал. Друг голям проблем е свързан с менталитета на местните предприемачи, които не са склонни да инвестират в развитието на човешките ресурси. Голяма част от управленския персонал на МСП в региона не разполагат с необходимите умения за дългосрочно планиране, а по-скоро градят краткосрочни планове за оцеляване. Това води до липса на иновационна стратегия, да не говорим за иновационен отдел или пък служител, който да ръководи иновационните процеси.

Нужда от подкрепа и обучения

При анализ на данните от изследването, забелязахме една доста изненадваща тенденция, а именно, че повечето МСП от трансграничния регион все **още не са запознати с фирми / институции, които предоставят подкрепа и/или специализирано консултиране/обучение в областта на иновациите за малки и средни предприятия**. Резултатите от проучването ясно показват, че има дефицит както в организациите, така и в инструментите, които обслужват иновационните нужди на фирмите. Освен това, необходимо е неправителствените, бизнес-подпомагащи и браншови организации да направят услугите си по-популярни и достъпни за МСП от региона.

Преобладаващата част от МСП в трансграничния регион никога не е получавала подкрепа и не е участвала в обучения или инициативи, свързани с развитието на иновационния им потенциал. В допълнение на това, много фирми остават безразлични към иновациите, тъй-като никога не са търсили или не са се интересували от информация и съвети, конкретно свързани с иновации.

Повечето от фирмите, които са получавали такъв вид подкрепа / съвет / консултация заявяват, че са ползвали услугите на бизнес-подпомагащи организации или частни консултантски фирми. В българската част на трансграничния регион съществуват фирми, които са кандидатствали за финансиране от Европейския структурен фонд или други финансиращи програми за подкрепа на иновативните си проекти и начинания.

Наблюдава се ясна тенденция на нарастващ интерес към получаване на подкрепа и съвети за внедряване и развитие на иновации. Нивото на интерес варира според различните икономически сектори (например, фирми от сектора на услугите обикновено са най-малко заинтересовани от иновациите), както и въз основа на установените традиции в сферата на предприемачеството.

Предвид структурата на икономиката в трансграничния регион и факта, че почти 94% от всички компании са микро предприятия, голяма част от тях се интересуват основно от организационни иновации, а също и маркетингови такива (като онлайн реклама, маркетинг в социалните медии, брандиране, и т. н.).

Много местни фирми се интересуват от получаване на повече и по-компетентна информация за наличните инструменти за финансиране, които биха подобрили конкурентоспособността им чрез модернизиране на оборудването, подобряване на организационната структура и пазарно присъствие. Голяма част от МСП нямат доверие на бизнес консултанти поради негативен опит от взаимоотношения с подобен тип фирми или организации. Във всеки случай, те отчетоха и факта, че съществуват надеждни бизнес подпомагащи организации, към които да се обърнат в случай, че се нуждаят от компетентна информация или съвет.

По подобие на получената подкрепа за внедряване и развитие на иновации, мнозинството от фирмите в област Благоевград, България и Югоизточен планов регион в Македония не са запознати със съществуващите обучения или курсове в подкрепа на повишаването на иновационния капацитет на бизнеса. Според експерти в областта на бизнес консултирането и предоставянето на специализирани обучения, липсата на такива обучителни програми е породена от слабото търсене. Например, както вече споменахме, повечето МСП имат ниско ниво на технологично развитие и органичен потенциала за приложни изследвания. Това обуславя и липсата на интерес към иновации и подобен тип обучения.

Като цяло, МСП от трансграничния регион не са мотивирани и нямат интерес да участват в обучения и дейности, свързани с повишаване на знанията и уменията им по определена тема. Повечето собственици на МСП от България биха потърсили съвет и подкрепа по-скоро от други членове от семейството, приятели, роднини, бизнес партньори и дори служители, отколкото професионални консултанти. Въпреки това, тази негативна тенденция се променя бавно през последните няколко години с появата на по-млади мениджъри и предаването на собствеността на много фирми в ръцете на следващото поколение. В този ред на мисли, младите собственици и управители на фирми изглеждат по-склонни да получават подкрепа от консултанти и организации в подкрепа на бизнеса.

Съществуващи организации и финансиращи инструменти

За съжаление, резултатите от проучването не показаха наличието на организации, които да предоставят специализирани услуги ориентирани само в подкрепа на развитието на иновации в местните малки и средни предприятия в област Благоевград и Югоизточен планов регион в Македония. На територията на област Благоевград съществуват няколко работещи неправителствени организации, които активно подкрепят местните МСП като: „Бизнес Инкубатор - Гоце Делчев“, „Търговско-промишлената палата – Благоевград“, „Сдружение на предприемачите - Гоце Делчев“, „Бизнес информационен и консултантски център – Сандански“ и др. В област Благоевград има представителство на Enterprise Europe Network – една от най-големите информационни и консултантски мрежи на Европейската комисия в подкрепа на интернационализацията и иновационния потенциал за МСП в Европа.

На територията на Югоизточния планов регион на Македония функционират: „Бизнес център за подкрепа и консултантски услуги за МСП“ и „Регионална камара – Струмица“, които предоставят услуги на своите членове в региона. Фондацията за развитие на МСП – Регионален център Струмица е част от мрежата на пет регионални бизнес информационни и консултантски центрове за МСП, основани през 1999 с финансовата и техническа подкрепа на ЕС.

На национално ниво и двете държави съществуват множество механизми за подкрепа и финансови инструменти за МСП с цел увеличаване на иновационния им потенциал и подкрепа за иновационните им проекти. В България, тази подкрепа е по-добре развита, предвид членството на страната в ЕС. Ето част от наличните инструменти в двете държави:

- **Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“** в България – най-големият

- финансов инструмент в подкрепа на иновативни проекти на МСП;
- **Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“** в България – най-големият финансов механизъм за подкрепа на научноизследователски и развойни дейности в България за периода 2014 – 2020;
 - **Национален фонд иновации** в България – финансов инструмент, който подкрепя иновативни проекти на МСП и насърчава сътрудничеството между наука и бизнес.
 - **Национален фонд за научни изследвания** в България – бюджетен финансов инструмент в подкрепа на изследователски дейности на Българските научни институции и изследователи.
 - **Фонд за иновации и технологично развитие (FITD) в Македония** – банков инструмент на Световната банка за насърчаване и подкрепа на иновационни дейности в микро, малки и средни предприятия с цел постигане на по-динамично технологично развитие, основано на трансфер на знания, изследователска дейност за развитие и иновации, които допринасят за създаването на работни места, достигането на икономически растеж и развитие на регионите, като едновременно с това подобряват бизнес средата за развитие на конкурентните възможности на фирмите.

Понастоящем липсват инициативи за съдействие между бизнес, академични среди и наука в региона на Благоевград и Югоизточен планов регион в Македония. Съществуват проекти за трансгранично сътрудничество с участието на различните участници в иновационния процес (МСП и образование), които не са постигнали видими резултати по отношение на установяването на ефективни и дълготрайни взаимоотношения между бизнеса, науката и образованието.

Умения за иновации

Една от основните цели на проучването бе свързана с идентифицирането на **предпочитаните умения и компетенции от представителите на МСП, когато става дума за управлението и развитието на иновации и иновационни проекти.** Като цяло МСП от **Благоевградска област и Югоизточен планов регион в Македония** са добре запознати с уменията, необходими за създаването и управлението на иновационен процес в една компания. Според представителите на МСП, за да се развият успешно иновации в дадено предприятие е необходимо наличието на управленски и организационни качества и умения на ръководното тяло. Предприемач с подходящи лидерски или организационни умения би трябвало да бъде ментор, а не да дава нареждания. Необходимо е мнозинството от предприемачите да осъзнаят нуждата от инвестиции в повишаването на квалификацията на кадрите, а също и да насърчават креативното и нестандартно мислене, и работата в екип. Сред другите важни умения са: **„Способност за поемане на риск“, „Идентифициране на силните и слаби страни на бизнеса“ и „Познаване на спецификите на пазара“.**

Друг интересен резултат от проучването е свързан с повишения интерес на местни фирми и бизнес консултанти, които работят с МСП, към т.н. „меки“ умения. Според участниците в различните етапи на изследването, при разработването и внедряването на иновации в МСП,

меките умения (критично мислене; идентифициране на силните и слаби страни на човек или бизнес; активно слушане; работа в мрежа; лидерство; и др.) са по-важни от чисто техническите такива (НИРД умения; правни, данъчни или финансови умения).

По отношение на насърчаване на про-иновативната среда в бизнеса, предприемачите в региона считат, че креативността е умението, което всеки предприемач трябва да притежава. Освен това, успешния мениджър трябва да бъде отворен за нови идеи и иновации, да насърчава креативността, а също и да мотивира служителите да иновират.

При анализ на най-предпочитания обучителен инструмент за повишаване на иновационни умения и управление на иновационните процеси в МСП, представителите на бизнеса в региона предпочитат обучения, които предлагат повече примери от практиката и индивидуален подход (напр. менторство и коучинг).

Голям брой предприемачи определят електронното обучение, като един от най-удобните начини за подобряване на своите умения и знания по дадена тема. Тази нова тенденция е свързана с постоянната липса на време и непрекъснатата ангажираност на управителите на МСП в работните процеси, особено в микро предприятията. Въпреки това, много малки фирми все още не са напълно наясно и нямат опит в участието в онлайн обучения (като уебинари, електронни обучителни платформи, и др.).

Друга важна тенденция е намаляващият интерес на собствениците на бизнес към традиционния тип обученията (например семинари, формални курсове, учебници и печатни материали).

Обученията за иновации, както и съдържанието на обученията, трябва да бъдат съпроводени от много примери от практиката, успешни истории, дискусии и обмяна на опит между участниците. Тъй-като понастоящем компаниите не са добре запознати с истинските ползи от иновациите, много важно е процеса по повишаване на тяхната информираност по темата да започне на едно достъпно ниво. Основополагащо е собствениците на бизнес да получат знания за основите и ползите от иновациите, за да станат по-отворени към нови технологии и иновативни подходи (организационни и маркетингови, например), като им се представят истински успешни истории и добри практики.

В тази насока, онлайн обученията, трябва да имат информативен характер (с кратко съдържание, интерактивни, кратки, с много успешни истории, практически примери и др.)

Въпреки това е добре да се обърне внимание на техническите аспекти при организирането на подобен тип обучения, тъй като наличието на технически проблеми много често демотивира участниците. Според мнението на бизнес консултантите в регион, обученията, които са изцяло онлайн, все още не са удобни и популярни сред управителите на местни МСП, а персоналът няма нужния опит за участие в такъв вид обучения, следователно не ги счита за сигурен и надежден метод за придобиване на нови знания и умения.

Друг популярен инструмент, според бизнес консултантите и експертите работещи с бизнеса са уебинарите. Те добиха популярност метод за повишаване на основните познания по дадена тема. Други предложени методи за обучение, които биха могли да бъдат интересни за МСП

включват персонализирани обучения за служителите, включително тиймбилдинг, коучинг и бенчмаркинг. Коучингът бе определен като много подходящ обучителен метод, който се оказва изключително недоразвит и / или напълно липсващ в трансграничния регион.

1.3 Препоръки

Препоръките от страна на участниците в изследването са приложими за целия трансграничен регион както в България, така и в Македония и могат да бъдат обобщени както следва:

- **Увеличаване броя на осведомителните кампании, за да се промени мнението и разбирането на местните фирми към иновациите.** Местните предприятия трябва да осъзнаят необходимостта от това да станат иновативни, което от своя страна може да предизвика верижна реакция, носеща ползи за цялата местна общност. Например, една иновативна фирма постоянно: инвестира в създаването на нови продукти и услуги; насърчава непрекъснатото развитие на човешките си ресурси; насърчава креативността у служителите си; търси високо квалифициран, креативен и мотивиран персонал; редовно предоставя социални стимули за служителите си и общността като цяло; създава цикъл / верига от компании, които да извличат взаимна полза от сътрудничеството си; и т.н.
- **По-активно популяризиране на добри практики и иновативни фирми от региона.** Такива фирми трябва да бъдат нагледен пример, че иновациите са възможни не само в големите градове, но и в малките общности.
- **Организиране на обучения и събития за сътрудничество за надграждане на знанията и уменията на местните МСП в сферата на новите бизнес практики и развитие.** Те трябва да се учат от успешните фирми; имат нужда от нови практики и доказани методи, прилагани от техни партньори или конкуренти.
- **Въвеждане и създаване на обучителни дейности за повишаване информираността на МСП по разнообразни теми (включително иновации) въз основа на иновативни и уеб-базирани методи (като онлайн учене, менторство и коучинг, бенчмаркинг, уебинари и т. н.).**
- **Насърчаване на сътрудничеството между МСП в региона и създаването на мрежи за сътрудничество на бизнеса.** Създаването на мрежи за сътрудничество ще улесни достъпа до компетентна информация за пазарни и маркетингови изследвания и анализи при откриването на нови пазари и ще подпомогне изпълнението на нови идеи за продукти и услуги; дейности по създаването и развитието на нови технологии, водещи до конкурентни предимства и по-висока стойност на местните продукти и услуги.
- **Организиране на местни търговски изложения / панаири за популяризиране на местната индустрия и икономически потенциал.**
- **Повишаване на уменията и компетенциите на човешките ресурси** чрез инвестиране в обучения и повишаване на квалификацията на съществуващия персонал на МСП за

създаването и внедряването на иновации, както и за въвеждането на „най-добри“ практики в различни промишлени сектори и сфери на регионалната икономика.

- **Въвеждане на различни стимули и инструменти на регионално ниво с участието на регионалните и местни власти за насърчаване създаването на иновации** като данъчни облекчения за иновативни компании, иновационни ваучери, нисколихвени кредити, бизнес състезания за предприемачество и иновации и др.
- **Целенасочени инвестиции** в подкрепа и насърчаване на местното предприемачество и иновации в добре развити икономически сектори от региона.
- **Подобряване работата на бизнес организациите за откриване и популяризиране на добри практики и иновативни фирми** от региона и представянето им на останалата част от бизнес общността.
- **Създаване на услуги от типа „на едно гише“ за внедряване и развитие на иновации.** Осигуряване на повече прозрачност, популяризиране, улесняване на достъпа, създаване на услуги съобразени с нуждите на МСП (например, технологичен одит, който идентифицира специфичните технологични нужди и оценява технологичното портфолио на компанията; предоставяне на повече информация за **съществуващите организации, структури и проекти, подкрепящи иновациите в региона**; свързване на бизнеса с академични и НИРД институции, насърчаване на НИРД; консултиране на МСП по иновационни въпроси и т. н.).
- **Насърчаване и подкрепа на образованието по предприемачество и инженерни специалности.** Образователните програми и приоритети трябва да бъдат изцяло съобразени с нуждите на бизнеса. В тази връзка, управителите на МСП трябва по-често да посещават училищата, където да представят бизнеса си и да образоват младото поколение, за да предизвикат у тях интерес към предприемачеството. Освен това, МСП трябва да консултират доставчиците на образование и обучения за съдържанието на обучителните програми.
- **Инвестиране и развитие на проекти, насочени към преодоляване на липсата на връзка между академичните среди, образованието и бизнеса – трите стълба на иновациите на местно ниво.** Важна крачка в тази насока е осигуряването на подкрепа за създаване на посреднически звена между изследователските организации и бизнеса под формата на офиси за трансфер на технологии, технологични центрове и т. н.