

ИЗВРШНО РЕЗИМЕ

АНАЛИТИЧКИ ИЗВЕШТАЈ НА ЗАЕДНИЧКИТЕ ПОТРЕБИ НА ТЕКОВНИОТ ПОТЕНИЈАЛ ЗА ИНОВАЦИЈА И ТЕХНОЛОШКИ РАЗВОЈ НА МСП ВО ЦЕЛНАТА ПРЕКУГРАНИЧНА ОБЛАСТ НА БУГАРИЈА И МАКЕДОНИЈА

**Активност 3 – Истражување и анализа на тековната иновативна средина
во целниот прекуграничен регион**



Innofoster

Подобрување на конкурентноста на МСП во
прекуграничниот регион преку поттикнување
и промовирање на нетехнолошки иновации

Здружение на Бизнис информативен и консултантски центар –

Сандански, Бугарија

Мај, 2017

1. Општо резиме и заклучоци

1.1 Општо резиме

Моменталниот заеднички извештај ги презентира резултатите од спроведената детална анализа на постоечката иновативна средина во регионот на Благоевград, Бугарија и Југоисточниот плански регион на Република Македонија. Извештајот беше спроведен во рамките на проектот “Подобрување на конкурентноста на МСП во прекуграничниот регион преку поттикнување и промовирање на нетехнолошки иновации (INNOFOSTER)”. Овој проект е заедничка иницијатива на Здружението Бизнис информативен и консултантски центар – Сандански, Бугарија во соработка со Центарот за развој и промоција “Промо Идеја” – Струмица, Македонија. Финансирањето на проектот и сегашната анализа беше обезбедено во рамките на Првиот повик за предлози од ИНТЕРРЕГ-ИПА за прекугранична соработка Бугарија – Македонија, Програмата (CCI Number: 2014TC16I5CB006).

Главната цел на истражувањето беше да се дефинираат главните карактеристики на локалната средина во регионот на Благоевград и иновативните потреби и клучни проблеми на малите претпријатија кои работат во регионот. Истражувачките активности беа спроведени согласно со однапред развиена и одобрена методологија која ги предвиде следните фази:

- Истражување на моменталната економска и иновативна средина во целниот прекуграничен регион на Бугарија и Македонија (пр. постоечки политики, заинтересирани страни, инструменти за поддршка и финансирање).
- Квантитативно истражување преку онлајн анкета на претставниците на МСП за идентификување на главните фактори кои го фаворизираат или го попречуваат развојот на иновациите (нетехнолошки).
- Квалитативно истражување преку теренски интервјуа на менаџерите на МСП, бизнис консултанти, креаторите на политика, истражување и развој и академија за обезбедување на подетална анализа на потребите на целната група, поврзани со иновативна поддршка и обука.

Иновацијата е признаена од Европската Заедница како клучен двигател на економскиот раст. Стратегијата за раст на Европската Унија, Европа2020 каде ЕУ станува **паметна, одржлива и инклузивна економија** е изградена врз основа на пет амбициозни цели – на вработување, **иновација**, образование, социјална вклученост и климата/енергијата – кои треба да се постигнат до 2020. Овие три заемно зајакнувачки приоритети треба да и помогнат на ЕУ и земјите-членки да обезбедат високо ниво на вработување, продуктивност и социјална кохезија.

Иновацијата, во согласност со дефиницијата презентирана во Прирачникот на Осло (OECD/Eurostat, 2005), се состои во “оведувањето на нов или значително подобрен производ, нов процес, нов маркетинг метод или нов организациски метод во бизнис праксата, организација на работното место или надворешни односи. Затоа, иновациите ги надминуваат И&Р и опфаќаат широк спектар на активности кои им помагаат на компаниите да бидат повеќе продуктивни и конкурентни”.

Иновацијата има и технолошки и нетехнолошки аспекти. Нетехнолошките иновации се составени од: (1) Маркетинг иновации и (2) Организационски иновации. Технолошките иновации обично се поврзуваат со иновации на производ или процес. Главната појдовна точка за одвојување помеѓу двата вида, се разбира, е различната улога на технологијата. Додека технолошките иновации обично се карактеризираат со развој или користење на нова технологија, пр. нови технолошки знаења и технички пронајдоци, нетехнолошките иновации немаат потреба од воведување на промени во технологијата или усвојување на нова технологија, но може да се потпрат на употребата на нов бизнис метод, нов организационски концепт или други нематеријални начини за промена на деловните активности. Комерцијализацијата на нов производ често бара развој на нетехнолошки иновации. Тоа понекогаш вклучува нов маркетинг метод, но исто така и нови техники за производство кои ја зголемуваат продуктивноста само ако се поддржани од организационски промени. Маркетинг и организационските иновации се важни активност за компаниите, особено во услугите.

1.2 Наоди и заклучоци

Економијата на прекуграничниот регион на Бугарија и Македонија, кој претставува целна област на сегашното истражување и анализа на потребите, во голема мера страдеше од зголемување на регионалните диспропорции во однос на економскиот, социјалниот или образовниот развој. Како резултат на тоа, прекуграничниот економија се специјализираше во сектори и активности кои бараат релативно ниска квалификација и технологии и кои главно извезуваат производи со ниска додадена вредност. Поголемиот дел од МСП имаат низок степен на технолошки развој и ограничен потенцијал за применети истражувања. МСП немаат знаења и искуство со воведување иновации, што предизвикува потенцијално губење на пазарите. МСП исто така имаат недостиг на финансии за образование на нивните експерти за воведување на иновации. Друга голема пречка претставува недостатокот за разбирање на факторите кои ги движат и попречуваат нетехнолошките иновации во прекуграничниот регион (пр. способноста на МСП да се адаптираат на различните барања на клиентите, фактори на трошоци, иницијативи за истражување и развој, права на сопственост, законодавство и т.н.). Со оглед на важноста за развојот на регионалната економија и потребата од намалување на нерамнотежата, **постои потреба од зголемување на продуктивноста на локалните МСП преку соочување со современите предизвици поврзани со специфичниот начин на размислување на локалните претприемачи (пр. недостиг на визија, флексибилност кон промени, скептицизам кон иновации итн.) преку обезбедување на различни решенија поврзани со подигнување на свеста и подобрување на нивните вештини за воведување и развој на иновации.**

Во квантитативниот дел од истражувањето беа вклучени 64 (шеесет и четири) претставници на мали и средни претпријатија од регионот на Благоевград, Бугарија и Југоисточниот плански регион (Македонија) кои беа анкетирани преку онлајн прашалник. Квалитативните интервјуа беа спроведени со 10 (десет) менаџери на МСП, бизнис консултанти, креатори на политика и академски претставници кои беа интервјуирани лице-во-лице или онлајн преку Skype. Поголемиот дел од учесниците во двете фази на истражувањето беа претставници на **мали и**

средни компании кои работат во најраспростанетите индустриски сектори во прекуграничниот регион како **туризам, услуги, малопродажба и лесна индустрија**. Квалитативната фаза на истражувањето главно вклучуваше бизнис советници помеѓу **35 и 54 годишна возраст, претежно мажи – менаџери или CEOs** во консултантски компании, кои имаат долгогодишно искуство во обезбедувањето на консултантски услуги во МСП на различни теми, вклучувајќи ги и иновациите.

Локална средина

Според резултатите добиени од истражувањето може да се заклучи дека деловното опкружување на прекуграничниот регион на Бугарија и Македонија е прилично поволно и обезбедува добри услови за **старт-ап бизнис и развој**. Ова произлегува од стратешката географска локација на регионот (во пограничен регион на три држави, од кои две се земји-членки на ЕУ), како и поволните климатски услови што значи дека заедничкиот прекуграничниот регион има значителен потенцијал за развој на различни бизнис иницијативи. Покрај тоа близината (во поглед на логистиката и далечината) на главните градови Софија (Бугарија) и Скопје (Македонија) обезбедува добри можности за поттик на економијата во прекуграничниот регион. Степенот на развој на информатичката и комуникациската технологија и широкопојасната инфраструктура, особено во бугарскиот дел од регионот е доволен бидејќи развојот на дигиталната и бежичната услуга е задоволителен. Комуналните услуги (електрична енергија, греење, вода и канализација) и транспортна инфраструктура се исто така во добра состојба и обезбедуват поволна средина за водење бизнис. Сепак, ова главно е релевантно за бугарскиот дел од прекуграничниот регион, бидејќи транспортната инфраструктура во Македонија е во релативно сиромашна состојба во последните 10 години. Се уште постои голем број оработливо земјиште (слободно) за агрикултурни активности, главно во бугарскиот дел. Сепак, кириите за канцеларии се доста високи и не постојат достапни инкубаторски услуги (или се слабо развиени). Постојат многу организации и компании во двата целни региони кои обезбедуват различни советодавни услуги, вклучувајќи услуги поврзани со бизнис консалтинг, обука, финансиски и сметководствен консалтинг, развој на проекти и менаџмент, итн.

Сепак, како дел од Југозападниот плански регион, областа Благоевград во голема мера страдеше од регионална нерамнотежа која се акумулира речиси повеќе во изминатите неколку години. Концентрацијата на економски, човечки и финансиски капиал во градот Софија го зголеми притисокот во регионот. Градот Благоевград, остана “остров” за економски развој во споредба со други помали заедници во регионот. Покрај тоа помалите заедници како Сандански, Банско, Разлог и Гоце Делчев се развија доста добро заради искористување на нивниот туристички потенцијал. Другите општини како Петрич и Симити се развија како резултат на нивната локација – во близина на границата или близу до главната транспортна инфраструктура (пр. меѓународниот пат Е-79)

Присуството на два реномирани универзитети во регионот – Југозападниот Универзитет и Американскиот Универзитет кои обезбедуват квалитетно образование за повеќе од 3000 студенти, создаваат дополнителни економски придобивки за регионот. Тенденциите на популацијата во регионот исто така се позитивни.

Југоисточниот плански регион на Македонија има потенцијал за развој на МСП и има доволно образовни институции со соодветни наставни планови во деловното работење. Од друга страна

претприемачите имаат недостиг од капацитети и финансии за управување со бизнисот. Голем број од МСП имаат тенденција за раст и развој преку воведување на технолошки и нетехнолошки иновации.

Главните фактори кои го попречуваат развојот на македонските МСП во целниот развој беа надворешни фактори како промени во цените, економско опкружување и недостиг на работна сила со соодветни квалификации и вештини.

Економијата на прекуграничниот регион е специјализирана за сектори и активности кои барат релативно низок степен на квалификација и технологии (пр. производство на мебел, текстилна индустрија, преработка на храна, итн.) и извоз главно на производи со ниска додадена вредност. Со неколку исклучоци, мнозинството на МСП во регионот имаат ниско ниво на технолошки развој и ограничен потенцијал за применети истражувања. **Р’бетот на регионалната економија е претставена од микро претпријатија (93.3%) кои претежно се семејни претпријатија со не помалку од 10 вработени.**

Свесност и перцепција за иновации

Според резултатите кои беа забележани во двете фази од истражувањето, претпријатијата во прекуграничниот регион се свесни за терминот “иновација” и за спецификите што ги налага. **Поголемиот дел од локалните компании цврсто изјавиле дека ги сметат своите компании за иновативни.** Сепак, многу малку компании од регионот имаат специфичен сектор или личност која ги координира иновативните процеси/проекти на компанијата.

Секоја 9 од 10 компании во прекуграничниот регион на Бугарија и Македонија признаа дека нивната компанија има потреба од иновации за растење и постигање на одржливост. Сепак, во однос на нивната доверба во развојот и воведувањето на иновации во нивните компании, мнозинството од локалните бизниси изјавуват дека ќе го разгледат тоа во подоцнежна фаза од животниот циклус на компанијата, поради фактот дека тие имаат итни прашања со кои треба да се справат (пр. преживување на компанијата, финансиски прашања, итн.).

Сепак, поголемиот дел од локалните бизниси ќе се заинтересираат за иновации само во одредени случаи (пр. врз основа на побарувачката на нивните бизнис партнери или клиенти). Повеќе изненадувачки факт, што произлезе како резултат на истражувањето беше фактот дека приближно една четвртина од сите бизниси во регионот изјавија дека иновациите биле во сржта на стратегијата на нивната компанија. Ист број компании одговорија дека се заинтересирани за иновации но имаа недостатокот од вистински информации и знаења за нивна имплементација. Ниту еден од претставниците на МСП кои учествуваа во истражувањето не одговорија дека нивната компанија не е заинтересирана за иновации.

Ние забележавме разлика во мислењето на МСП и другите заинтересирани страни (пр. бизнис консултанти, бизнис експерти и претставници на академски институции) во однос на нивниот став и перцепција за иновации. Според експертите на бизнис организации за поддршка, генерално, локалните компании биле свесни за терминот иновација. Тие биле заинтересирани за иновации, поврзувајќи ги истите со расположливите средства на Европските структурни фондови за поддршка на МСП и иновациите. Ова беше целосно применливо од МСП во бугарскиот дел од прекуграничниот регион. Според практичното искуство на бизнис

консултантите и експертите од организациите за поддршка на бизнисот, поголемиот број на компании би рекле дека се свесни за вистинското значење за иновациите, но реалноста покажува дека малку се свесни за нивното вистинско значење.

Поголемиот дел од менаџерите и претставниците на МСП се уверени во своето знаење и свест за иновации и потврдуват дека биле свесни за придобивките од иновациите – технолошки и нетехнолошки.

Бизнис консултантите и менаџери на МСП се согласуваат дека локалната средина во регионот на Благоевград и Југоисточна Македонија не е поволна за иновации, ниту ја подржува или промовира креативност која лежи во сржта на иновативниот процес. Многу локални компании би сакале да најдат начини да ги избегнат законите и одданоочувањето, а не да бараат методи и развиваат алатки за подобрување на конкурентноста и одржливоста. Во врска со ова, треба да има повеќе информации и кампањи за подигнување на свеста на МСП со цел да се подобрат нивните знаења и вештини во модерните деловни практики и инструменти за да се овозможи и отклучи нивниот претприемачки потенцијал.

Кога ќе ги прашате за нивното мислење за главните бариери кои ги спречуваат нивните компании да бидат иновативни, поголем број на МСП од регионот ќе ги истакнат “Финансиските недостатоци”, “Недостиг од иницијативи кои ја поттикнуваат соработката/вмрежување помеѓу учесниците во иновативниот процес”, како и “Недостиг на пристап до квалификуван персонал” како главни пречки за нивните иновативни проекти или планови.

Дополнителни бариери кон подобрување на иновативниот потенцијал на бизнисите во прекуграничниот регион се поврзани со спецификите на локалното деловно опкружување (т.е. специјализирани во ниско-технолошки активности, како и ниска продуктивност и креативност на работната сила).

Овие специфики беа утврдени со постојан недостиг на финансии за инвестирање во развојот на бизнисот, како и константен дефицит на квалификуван (и мотивиран) кадар. Друга важна пречка е специфичниот начин на размислување на локалните претприемачи кои не се подготвени да инвестират во подобрување на квалитетот на човечките ресурси. Сепак, поголемиот дел од локалните бизнис немаат вештини за стратешко планирање, со што поголемиот дел од нив се потпираат на секојдневно менаџирање и се стремат да обезбедат опстанок на нивната компанија. Ова го вклучува целокупниот недостаток на иновативна стратегија, а да не се спомене и одделот на иновации, ниту вработените за надгледување на иновативните процеси.

Потреби за поддршка и обука

При анализирањето на податоците од истражувањето, забележавме прилично изненадувачка тенденција дека сеуште поголемиот број од МСП од прекуграничниот период на двете земји не беа свесни за ниту една фирма / институција од нивниот регион кој обезбедува поддршка и специјализирани консултанции насочени кон иновации во мали бизниси. Резултатите од истражувањето јасно покажуваат дека постои недостаток и во двете расположливи организации и алатки кои беа специфично прилагодени кон потребите на компаниите кога се работи за иновации. Понатаму, јасно е дека невладината, деловната поддршка и здружението на

филијали треба навистина да се фокусираат на тоа да ги направат нивните услуги попопуларни и достапни за МСП во регионот.

Поголемиот дел од МСП во прекуграничниот регион никогаш не добиле никаква поддршка, не учествувале во никакви обуки или иницијативи поврзани со подобрувањето на нивниот иновативен потенцијал. Покрај тоа, многу компании остануват индиферентни кон иновациите, бидејќи тие **никогаш не барале / не биле заинтересирани** за добивање информации или совет поврзани со прашања за бизнис иновација.

Од компаниите кои добиле таква поддршка / совет / консултација, поголемиот број укажаа дека тие ги користеле услугите на организациите за поддршка на бизнисот или приватна консултантска компанија. Еден добар дел од компаниите од бугарскиот дел аплицирале за финансирања од Европските структурни фондови или други програми за финансирање за поддршка на нивните иновативни проекти и напори.

Позитивен тренд на зголемен интерес за добивање поддршка и совет во однос на бизнис иновации. Нивото на интерес варира во зависност од различните економски сектори (пр. компании од секторот на услуги беа најмалку заинтересирани за иновации) врз основа на воспоставената традиција во областа на претприемништвото. **Со оглед на структурата во економијата на прекуграничниот регион и фактот дека речиси 94% од сите компании се микро претпријатија** чиј интерес главно е фокусиран на воведување на организациски и некои основи и многу чести маркетинг иновации (пр. онлајн трговија, маркетинг на социјални медиуми, брендирање итн.).

Многу локални компании беа заинтересирани за добивање на повеќе и компетентни информации за достапните инструменти за финансирање кои можат да ја поттикнат конкурентноста преку модернизирање на нивната опрема, подобрување на нивната организациска структура и поттикнување на нивните маркетинг перформанси. Тие исто така го изразија недостигот на доверба во бизнис консултантите заради нивното негативно искуство со некои консултанти во текот на минатиот програмски период. Во секој случај, тие и.т. го наведоа фактот дека постојат доверливи организации за поддршка на бизнисот на кои можат да се потпрат доколку се потребни некои информации или совети.

Слично на ситуацијата со бројот на компании кои добиле поддршка за прашања поврзани со бизнисот, голем дел од бизнисите во регионот на Благоевград и Југоисточниот плански регион на Македонија не се свесни за постоечките обуки или курсеви во иновативно планирање и развој на мали и средни претпријатија. Според експертите во областа на бизнис консултингот и обезбедувањето на специјализирани обуки, недостатокот на такви програми за обука резултираше едноставно поради недостиг од побарувачка. На пример, како што е погоре наведено постоечките МСП имаат ниско ниво на технолошки развој и ограничен потенцијал за применети истражувања. Нивниот интерес за иновации беше низок и затоа потребата од такви обуки уште се нема појавено. Испититаниците споделија дека постојат различни курсеви кои

биле обезбедени од различни центри за обука но, не конкретно во врска со иновации.

МСП на целниот прекуграничен регион не се мотивирани и остануват индиферентни за да учествуваат во обуки и активности поврзани со подобрувањето на нивните знаења и вештини на одредени теми. Повеќето сопственици на МСП во Бугарија би барале совет и помош преку лични врски и контакти како на пример членови на фамилијата, пријатели, роднини, бизнис партнери па дури и од вработени отколку од професионален консултант за одредена тема. Сепак, овој прилично негативен тренд полека се менува во последните неколку години со појавата на помлади менаџери и менување на сопственоста во повеќето семејни компании во регионот на помладата генерација. Во овој поглед, сопствениците на бизнис и менаџерите од помладите генерации се поотворени кон надворешна помош и поддршка.

Постоечки организации и финансиски алатки

За жал, врз основа на резултатите од истражувањето немаше постоечки структури за поддршка на регионално ниво кои се занимаваат единствено со промовирање на иновациите во компаниите и во Бугарскиот округ и во Југоисточниот плански регион на во Македонија. Во бугарскиот дел од регионот, постојат неколку невладини организации кои активно ги подржуваат локалните МСП како што се Бизнис инкубатор во Гоце Делчев, Стопанска комора и индустрија во Благоевград, Здружение на претприемачи во регионот на Гоце Делчев, Бизнис информативен и консултантски центар во Сандански, итн. Покрај тоа во регионот на Благоевград функционираат канцеларии на Enterprise Europe Network – една од најголемите информативни и консултантски мрежи на Европската комисија за поддршка на интернационализацијата и иновативниот потенцијал на МСП во Европа.

Во македонскиот дел постои Бизнис Центар за поддршка и консултантски услуги за МСП во Југоисточниот плански регион во рамките на Центарот за развој на Југоисточниот плански регион и Регионалната комора во Струмица, кој обезбедува услуги за своите членови од општините Струмица, Радовиш, Василево, Босилово, Ново Село и Конче. Фондација за развој на МСП – Регионален центар Струмица е дел од мрежата на пет регионални бизнис информативни и консултантски центри за МСП, кои беа основани во 1999 со финансиска и техничка помош на ЕУ.

На национално ниво во двете држави, постојат различни механизми за поддршка и инструменти за финансирање кои се достапни за МСП за да го прошират својот иновативен потенцијал и да ги поддржат своите иновативни проекти. Меѓутоа, бугарските МСП имаат подобар пристап (сепак, недоволен ниту прилагоден на нивните потреби) од нивните колеги во Македонија. Таква иницијатива која беше истакната од интервјуираните експерти вклучуваше:

- **Оперативна Програма “Иновации и конкурентност”** во Бугарија – најголемиот инструмент за финансирање кој поддржува иновативни проекти на МСП;
- **Оперативна Програма “Наука и образование за одржлив развој”** во Бугарија – најголемиот финансиски механизам за поддршка во истражувачки и развојни активности во Бугарија во периодот 2014-2020;

- **Национален фонд за иновации** во Бугарија – финансиски инструмент кој ги поддржува иновативните проекти на МСП и ја поттикнува соработката помеѓу науката и бизнисот. Интервјуираните експерти споделија дека овој инструмент бил многу популарен помеѓу бугарските бизниси но, периодот на одобрување на проектот бил многу долг што се создавале проблеми за МСП кои сакале нивниот иновативен проект да се реализира брзо.
- **Национален истражувачки фонд** во Бугарија – финансиски инструмент финансиран од буџетот за поддршка на истражувачките активности на бугарските научни институции и индивидуални истражувачи.
- **Фонд за иновации и технолошки развој (ФИТР) во Македонија** – банкарски инструмент обезбеден од Светската Банка за поттикнување и поддршка на иновативни активности во микро, мали и средни претпријатија (ММСП) со цел постигнување на подинамичен технолошки развој базиран на трансфер на знаења, развојни истражувања и иновации кои придонесуваат за создавање на работни места, економски раст и развој, истовремено подобрувајќи го деловното опкружување за развој на конкуренти способности на компаниите.

Во моментот не постојат иницијативи за кооперација помеѓу бизниси, академии и заедници за истражување и развој во регионот на Благоевград и Југоисточниот плански регион во Македонија. Имаше неколку проекти за прекугранични соработки кои вклучуваа различни заинтересирани страни (на пр. бизнис и академски институции) кои не произведоа никакви значајни резултати, ниту беа ефикасни во спроведување на долготрајни односи помеѓу бизнисите и академските институции.

Вештини за иновации

Една од главните причини за истражувањето беше **да се разбере кои вештини и компетенции се преферираат од претставниците на МСП кога станува збор за иновативен менаџмент и развој.** Генерално МСП од Благоевград и Југоисточниот плански регион на Македонија се свесни за потребните вештини за развој и управување со иновативните процеси во една компанија. Тие истакнаа дека едно лице треба да има **менаџерски и организациски вештини** ако тој или таа треба успешно да развива / менаџира иновативни процеси во МСП. Претприемач кој има вистински лидерски и организациски вештини треба да поддржува и едуцира, наместо да дава наредби. Претприемачите би требало конечно да ја сфатат потребата од инвестирање во нивната работна сила, како и да промовираат креативно и нестандартно мислење и пред се тимска работа.

Други значајни вештини кои беа идентификувани влучуват: **“Способност за превземање ризик”, “Идентификување на предностите и недостатоците поврзани со бизнисот”, и “Познавање на пазарот”**

Интересен факт кој произлезе од истражувањето беше поврзан со зголемениот интерес на локалните бизниси и бизнис консултантите кои работат со МСП кон меки вештини. Според

учесниците во различните фази на истражуваните меки вештини (како критичко размислување, идентификување на јаки и слаби страни на личноста/бизнисот, активно слушање, мрежно поврзување, лидерство итн.) се сметаат за поважни од чисто техничките (тешки) вештини (пр. вештин за истражување и развој или правни, даночни и финансиски вештини) кога станува збор за иновациите.

Во однос на промовирање на средина за про-иновации во нивните компании, сопствениците на бизниси мислат дека креативноста треба да биде вештина која секој претприемач треба да ја поседува. Дополнително, треба да се има отворен начин на размислување кон новите трендови за иновации со цел да ги мотивира/инспирира неговите/нејзините работници да бидат креативни и да помагаат во воспоставувањето на подобра компанија.

Алатки за учење

При анализирање на најпреферираните алатки за учење на МСП за подобрување на нивните вештини во иновации и менторство на иновативни процеси во рамките на нивните компании, бизнис претставниците на двете земји преферираат методи за обуки кои вклучуваат студии на случај, индивидуално тренирање/менторство, итн. Голем број на претпријатија го прифатија е-учењето како соодветна форма за подобрување на нивните вештини на одредени теми. Оваа нова тенденција беше поврзана со постојаниот недостиг на време и константно ангажирање на менаџерите на МСП во работните процеси, особено во микро претпријатијата. Сепак, се чини дека многу локални бизниси сеуште не се свесни и неискусни во учеството на онлајн обуки и други видови на самоиницијативно учење (пр. вебинари, платформи за е-учење, итн.).

Друга значајна тенденција е намалувањето на интересот на сопствениците на бизниси кон традиционалните лице-во-лице работилници и други традиционални методи за учење (пр. формални курсеви, печатени учебници и материјали).

Иновативната обука, како и содржината на обуката треба да се надополнат со студии на случај, успешни приказни, дискусија и споделување искуства помеѓу учесниците. Бидејќи моменталното ниво на свест на бизнисите за вистинските придобивки од иновациите е прилично ниско, важно е дека подигањето на свеста на темата да започне на пониско ниво. Важно е да ги учите сопствениците на бизниси за основите и придобивките од иновациите со цел да ги направите поотворени кон новите технологии и иновативните пристапи (пр. организациски и маркетинг) покажувајќи им голем број на успешни приказни, добра пракса, како и мотивирајќи ги да ги споделат своите искуства и вистински приказни.

Затоа, онлајн обуките, доколку се применуваат како алатка треба да вклучат содржина која има повеќе едукативен и карактер за подигање на свеста (пр. кратка содржина, интерактивна, едноставна и што е можно повеќе успешни приказни, студии на случај итн.).

Сепак, треба да се посвети внимание на техничките аспекти на организирање на вакви настани, каде имаше многу технички потешкотии кои во многу случаи би ги демотивирале учесниците да ги следат ваквите обуки. Интервјуираните консултанти сметаат дека целосното онлајн учење не е одржливо и популарно бидејќи менаџерите и персоналот на МСП немаат искуство во ваквото учење и никогаш не го сметале за сигурен метод на обука.

Подеталните, техничките и комплицираните аспекти на иновации треба да се предават на друго ниво преку менторство, тренинг, формални часови итн. Вебинарите исто така се идентификуваат како соодветни од страна на бизнис консултантите. Покрај тоа тие се здобија со популарност главно како основна алатка за подигање на свеста која може да го привлече интересот на претставниците и персоналот на МСП на одредена “жешка” тема. Други предложени методи за обука кои би можеле да се обезбедат и да бидат привлечни за МСП вклучуваат персонализирани обуки на вработените во комбинација на тим билдинг, тренинг и бенчмаркетинг. Тренингот се сметаше како мошне соодветен метод на обука кој беше недоволно развиен и/или целосно исчезна во прекуграничниот регион.

1.3 Препораки

Препораките кои произлегоа од учесниците во истражувањето се применливи во целниот прекуграничен регион во Бугарија и Македонија и може да се сумират на следниов начин:

- **Зголемување на бројот на кампањи за подигање на свеста со цел да се “заразат” локалните компании со идејата дека иновациите се модерни, ефикасни и носат дополнителна вредност.** Локалните претприемачи треба да ја сфатат потребата за иновативност што може да започне со верижна реакција која ќе биде корисна за целата локална заедница. На пример, иновативна компанија константно: ќе инвестира во развојот на нови производи и услуги; ќе поттикне константен развој на своите човечки ресурси; ќе бара високо квалификуван, креативен и мотивирачки персонал; ќе обезбеди константни социјални придобивки за своите вработени и заедницата воопшто; ќе креираат круг/ланец на компании кои ќе имаат придобивки од соработката; истражување и развој; итн;
- **Промовирање на локални иновативни шампиони. Иновативните компании во регионот треба да бидат видливи и да служат како пример за други компании, како и да докажат дека иновациите се возможни не само во големите градови;**
- **Организирање повеќе обуки и настани за соработка кои ќе ги прошират знаењата и вештините на локалните МСП во полето на новите деловни практики и деловен развој.** Тие треба да учат од успешни компании. Им требаат нови практики и докажани методи кои се применувале од нивните партнери и конкуренти;
- **Воведување и развој на активности за обука за подигање на свеста на МСП на различни теми** (вклучувајќи и иновации) кои се базираат на иновативни и веб-базирани методи (пр. онлајн учење, менторство и тренинг, бенчмарк, засенчување, вебинари, итн.);
- **Промовирање соработка помеѓу МСП од регионот** (вклучувајќи прекугранични партнерства). Мрежи за соработка за МСП. Креирање на мрежи за соработка кои ќе им помогнат на МСП преку обезбедување на клучни информации за пазарот и истражување и анализа на пазарот за пронаоѓање на нови пазари и ќе ги поддржат во спроведувањето на идеи во нов производ или услуга; активности за создавање и развој на нови технологии, кои водат кон конкуретна предност и зголемување на вредноста на локалните производи и услуги;

Име на проектот: Подобрување на конкурентноста на МСП во прекуграничниот регион преку поттикнување и промовирање на нетехнолошки иновации
INNOFOSTER

- **Организирање на локални трговски изложби/саеми** за промовирање на локалната индустрија / економски потенцијал;
- **Подобрување на вештините и компетенциите на човечките ресурси**, инвестирајќи во константна обука и подобрување на квалификациите на постоечкиот персонал во МСП со цел развој и имплементација на иновации и воведување на “најдобри практики” во различни индустриски сектори и економски сфери во регионалната економија;
- **Воведување различни иновации и инструменти на регионално ниво од страна на регионални и локални власти со цел да се поттикне развојот на иновациите** како што се даночни олеснувања за иновативни компании, ваучери за иновации, ниско-каматни кредити, натпревари во претприемништво и иновативен бизнс, итн.
- **Воведување насочени инвестиции** со цел поддршка и промовирање на локалното одржливо претприемништво и иновации во економскиот сектор кои се добро развиени во регионот, пр.: вино, храна, пијалоци и тутун, кројчки и текстилни индустрии, особено машини за преработка во индустријата за храна.
- **Зајакнување на работата на бизнис организациите со цел да се најдат и промовират иновативни проекти и иновативни шампиони** во регионот и истите да се промовират на останатите бизнис заедници.
- **Развој на едношалтерски сервис за иновативен менаџмент.** Обезбедување на поголема транспарентност и зголемување на популарноста, олеснување на пристапот до постоечките услуги прилагодени кон индивидуалните потреби на МСП, (пр. технолошка ревизија која ги идентификува специјалните технолошки потреби и проценка на технолошкото портфолио на компанијата, обезбедување повеќе информации за **достапни организации за поддршка на иновациите, структури и проекти во регионот**; поврзување на бизнис со академски институции; промовирање на истражување и развој; консултирање на МСП за теми поврзани со иновации итн.).
- **Негување и поддршка на образовнието за претприемништво и инжинериг.** Наставниот план и приоритети треба да бидат целосно кохерентни на потребите на бизнисите во секоја заедница. Во овој поглед, менаџерите на МСП треба да одат почесто во училиштата каде треба да го презентираат својот бизнис и да ги едуцират помладите генерации да го поттикнат својот интрес кон претприемништвото. Покрај тоа, МСП треба да се консултираат со образовните и лицата кои обезбедуваат обуки што треба да биде содржината на наставните планови за обука.
- **Инвестирање и развивање на проекти кои ќе помогнат во премостување на јазот помеѓу академските институции, образованието и бизнисот – трите столба на иновативно динамо на локално ниво.** Важен чекор е обезбедувањето поддршка за воспоставување на посредни единици помеѓу истражувачките организации и бизниси во форма на канцеларии за трансфер на технологија, иновации и центри за претпријатија.