



Stvaranje održivih inovacija u malim i srednjim preduzećima (MSP) koristeći kreativne metode i procese

CrealInnovation

Prioritetna osa 1: Promocija inovativnih kapaciteta mediteranskog područja u stvaranju pametnog i
održivog rasta

Specifični cilj 1.1: Povećati transnacionalne aktivnosti inovativnih klastera i mreže ključnih sektora
mediteranskog područja

D4.1.2: Nacionalni vodič za kreativne laboratorije - CrealInnovation Labs

Partner na projektu: PP8 – Ministarstvo ekonomije

Partner: PP8 Ministarstvo ekonomije

1. UVOD	3
2. NACIONALNA REGULATIVA I STRATEGIJE	4
3. SWOT ANALIZA KREATIVNIH RADIONICA	5
3.1 SWOT analiza kreativnih radionica (Crna Gora).....	6
4. STVARANJE KREATIVNIH LABARATORIJA - CreaLab.....	7
5. UPUSTVA I KORACI ZA IMPLEMENTACIJU KREATIVNIH RADIONICA	9
6. KORACI ZA IMPLEMENTACIJU EKOSISTEMA ZA KREATIVNE RADIONICE [CRNA GORA]	10
7. IMPLEMENTACIJA RADIONICA U CRNOJ GORI.....	12
1. Ciljna grupa i postignuti rezultati nacionalnih radionica: broj održanih radionica, broj MSP, oblast/ regija djelovanja:	12
2. Nivo održivosti inovacija kojima se teži prema Ciset modelu.....	12
3. Broj poslovnih ideja generisanih za „zeleni“ sektor i kratak pregled istih.....	13
4. Koristi za mala i srednja preduzeća koja proizilaze iz prakse kreativnih procesa i posvećenost sprovođenju razvijenog akcionog plana.....	13
5. SWOT analiza za uspostavljanje CreaLabs	14
Snage generisane u postojećem procesu:.....	14
6. Uspješne priče i svjedočenja	14
8. CONCLUSIONS	15

1. UVOD

Projekat CreaInnovation je pokazao da je moguće generisati izvodljive, inovativne i održive ideje u toku jednodnevne radionice. Sa predstavnicima malih kompanija, menadžerima i nekoliko studenata, vođenim od strane konsultanta za kreativnost, bilo je moguće sagledati proces, proizvod ili tržište inovacija.

Tokom 52 radionice sa 59 malih i srednjih preduzeća generisali smo preko 62 inovativne ideje i 26 proizvodnih inovacija. Ove rezultate uzimamo kao dokaz snage kreativnih metoda i procesa za održive poslovne inovacije u evropskim malim i srednjim preduzećima.

Stoga, bi bilo poželjno stvoriti ambijent u kojem MSP mogu lako i uz ograničene troškove pronaći resurse (mjesto, alati i vještine) za sprovođenje kreativnih radionica.

Projekt CreaInnovation usmjeren je na stvaranje inovativne atmosfere u malim i srednjim preduzećima uz pomoć kreativnih pristupa i metoda.

Dokument pred vama je vodič za sprovođenje kreativnih radionica u Crnoj Gori, koji će vas uvesti u proces stvaranja inovacija, koristeći kreativne metode i tehnike.

Proces uključuje sagledavanje cjelokupne situacije iz različitih perspektiva i u različitim oblastima rada, kako bi se odredili prioriteti i identifikovale oblasti za unapređenje.

U daljem će se opisati metodologija kojom se nadležno tijelo za implementaciju vodilo prilikom organizovanja i sprovođenja različitih tematskih aktivnosti.

2. NACIONALNA REGULATIVA I STRATEGIJE

Crna Gora, kao zemlja koja se nalazi u procesu evropskih integracija, posljednjih godina usmjerila je svoje aktivnosti na stimulisanje inovacija slijedeći Strategiju Evropa 20201, odnosno Uniju inovacija (UI), koja predstavlja jednu od njenih ključnih inicijativa, tako da će i buduća strateška usmjerenja biti u skladu sa smjernicama definisanim ovom Strategijom.

Sistem inovacija u Crnoj Gori uređen je međunarodnim pravnim aktima, zakonodavnim i strateškim okvirom u ovoj oblasti: Zakon o inovativnoj djelatnosti, Zakon o patentima, Zakon o autorskom i srodnim pravima, Izmjene Strategije naučnoistraživačke djelatnosti (NID) Crne Gore (2012-2016), Mapa puta za istraživačku infrastrukturu Crne Gore do 2020., Nacionalna Mapa puta za Evropski istraživački prostor (ERA), Program pristupanja Crne Gore Evropskoj uniji (PPCG) (2015-2018), Pravci razvoja Crne Gore (2015-2018), Program ekonomskih reformi (PER) (2015-2017), Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020, Industrijska politika Crne Gore do 2020. godine, Studija izvodljivosti za uspostavljanje centara izvrsnosti u Crnoj Gori (2012-2017), Studija izvodljivosti za uspostavljanje NTP u Crnoj Gori (2012-2018), Strateški plan za uspostavljanje NTP (2013-2018), Studija o naučnoistraživačkoj opremi i formiranju zajedničkog istraživačkog prostora (2013-2017), Strategiju pametne specijalizacije Crne Gore (2019-2024), itd.

Osnovna organizaciona šema upravljanja crnogorskim istraživačkim i inovativnim sistemom se nije značajno mijenjala, ali je aktivnost istraživača i preduzetnika pojačana u posljednjih nekoliko godina zbog intenzivnijeg procesa evropskih integracija i dostupnosti evropskih fondova za istraživanje i inovacije, kao i investiranja u istraživačku i inovacionu infrastrukturu na nacionalnom nivou.

Upravljanje sistemom istraživanja i inovacija je centralizovano i to na nacionalnom nivou, gdje glavnu ulogu igraju Skupština i Vlada. S druge strane Vlada Crne Gore, preko Ministarstva nauke, kreira i sprovodi politiku istraživanja, razvoja i inovacija kroz nacionalne i međunarodne programe podrške ovim djelatnostima. Savjet za naučnoistraživačku djelatnost (Savjet NID), konstituisan u okviru Ministarstva nauke od nezavisnih predstavnika akademskog i privrednog sektora, prati sprovođenje strategija i zakona u oblasti istraživanja, razvoja i inovacija i daje stručne prijedloge u pogledu unapređenja istraživačke i inovativne politike.

Crna Gora je u pogledu uspostavljanja infrastrukture za stimulisanje inovacija i olakšavanje apsorpcije tehnologija učinila značajan korak, koji sa jedne strane podrazumijeva podsticanje naučne izvrsnosti u onim oblastima u kojima je naučni i privredni potencijal Crne Gore najveći kroz uspostavljanje prvog CI, dok sa druge strane podstiče preduzetničke potencijale zasnovane na inovacijama, koji direktno mogu uticati na konkurentnost privrede, kroz uspostavljanje prvog NTP. Takođe, kolaborativni grantovi omogućavaju nabavku opreme, koja se koristi za razvoj istraživanja na projektima čiji su glavni rezultat inovacije. Međutim, potrebno je i dalje raditi na unapređenju infrastrukture kako bi se postigao zadovoljavajući nivo tehnologije, koja će kako u naučnom, tako i u privatnom sektoru omogućiti realizaciju ID.

3. SWOT ANALIZA KREATIVNIH RADIONICA

Međunarodno iskustvo u implementaciji projekta prezentuje snage, slabosti, prilike i prijetnje u sprovođenju kreativnih radionica.



Multidisciplinarni pristup u sprovođenju kreativnih radionica omogućava nam postizanje boljih rezultata za organizaciju koja učestvuje. Pomoću različitih metoda i tehnika učesnici postaju interaktivniji i produktivniji. Naviknuti na ideju da „nema pogrešnog odgovora“ ili zaboravljaju da razmišljaju o pogrešnim odgovorima. Stručnjaci iz područja kreativnosti ključni su faktor za postizanje interakcije učesnika kroz zajednički rad. Iskustva u projektu pokazala su da su jednostnevne radionice najbolja opcija, pogotovo za učesnike iz MSP. MSP moraju biti vrlo usmjerena na korišćenje svog vremena, pa zato kreativna radionica mora biti produktivna u kratkom periodu.

U pripremi kreativnih radionica, pokušajte da minimizirate upotrebu papira. Manja i urbana MSP-a su raspoložena za učešće. Dakle, potreban je veći napor za privlačenje srednjih i ruralnih kompanija.

MSP prepoznaju važnost kreativnosti u razvoju procesa u organizaciji. Prihvatili su jedinstvene mogućnosti kreativne radionice i, što je najvažnije, važnost stručnog vođenja kroz kreativni proces.

Iako MSP imaju gust raspored, za neke ideje je potrebno više vremena kako bi se adekvatno sprovele. Moramo biti spremni da MSP ponudimo mogućnosti kako da uspješno implementiraju ideje i nakon

održanih radionica. Bez obzira na prijetnje da MSP nemaju dovoljno znanja za implementaciju ideja, priprema akcionog plana je obavezna.

3.1 SWOT analiza kreativnih radionica (Crna Gora)

SNAGE Zainteresovanost za učešće Korišćenje multidisciplinarnog pristupa omogućava bolje rezultate Kreativnost MSP pokazana u zajedničkom radu Održavanje radionice sa trajanjem od jednog dana Fokusiranost na zajednički rad	SLABOSTI Nepotrebna papirologija Spremnost za učešće samo od strane mikro i malih preduzeća Slaba zainteresovanost ruralnih preduzeća za učešće
PRILIKE MSP prihvataju jedinstvene mogućnosti kreativne radionice Stvaranje novih ideja MSP prepoznaju važnosti stručnog vođenja kroz kreativni proces	PRIJETNJE Nedostatak raspoloživog vremena za učešće na radionici Nedostatak znanja i vještina za implementaciju rezultata radionice Konkurentnost kreativnih inovacija na globalnom nivou

Nalazi sprovedene SWOT analize pokazuju veoma slično iskustvo u sprovođenju radionica, kao što je to i slučaj na međunarodnom nivou.

Ukazano je na važnost multidisciplinarnog pristupa u sprovođenju kreativnih radionica, uspjehnost u zajedničkom radu, mogućnosti za stvaranje novih ideja, a time i stvaranja novih prilika za buduće poslovanje.

Korišćenjem interaktivnih kreativnih metoda prevazilaze se uobičajeni obrasci i pravila ponašanja, dok se obradom novih ideja i dobijenih informacija dolazi do novih i originalnih ideja za poboljšanje poslovnih procesa.

4. STVARANJE KREATIVNIH LABARATORIJA - CreaLab

Kreativne laboratorije (CreaLabs) predstavljaju idelno okruženje za podsticanje kreativnosti i inovacija. CreaLab predstavlja promjenjivu i primjenjivu strukturu prostora u kojima se održavaju događaji, inicijative i radionice. Dizajn CreaLab po definiciji predstavlja fleksibilni, fluidni, prilagodljivi prostor, izdržljiv tokom vremena.



CreaLabs omogućava organizovanje radionica, kako u direktnom kontaktu, tako i virtuelno. To uključuje IT funkcionalne zahtjeve koji podržavaju saradnju na daljinu i specifične interaktivne kreativne sesije kako bi se prevladali postojeći problemi online radionica.

Postavka CreaLabs se zasniva na potrebi da se odgovori na karakteristike kreativnog procesa.

Zbog nedovoljnih finansijskih sredstava, kao i ograničenog prostora za uspostavljanje iste CreaLab nije uspostavljena u Crnoj Gori. Zgrada u kojoj se nalazi prostorije Ministarstva ekonomije ne nudi prihvatljiva rješenja i nema dovoljno prostora za organizovanje konferencija ili sastanka, jer su predviđeni prostori zauzeti.

Ministarstvo ekonomije je organizovalo kreativne radionice u adekvatnijem i prihvatljivijem prostoru izvan službenog prostora Ministarstva.

Prostor nudi adekvatan, integralan pristup svakom pojedinačnom učesniku, prepoznajući i odgovarajući na njihove potrebe koje se mijenjaju tokom čitavog procesa rada, koristeći različite alate kako bi pomogli da efikasnije komuniciraju i izgrade bolje odnose. Ovaj proces uključuje pregled različitih područja rada kako bi se utvrdili prioriteti i područja za poboljšanje. Radionica omogućava učesnicima da dogovore aktivnosti i mjerljive ciljevima koji mogu koristiti kako pojedincima, tako i organizaciji.

5. UPUSTVA I KORACI ZA IMPLEMENTACIJU KREATIVNIH RADIONICA

- Korak 1: aranžman (poželjno) stalne kreativne laboratorije - CreaLab (na licu mjesta ili on-line)
- Korak 2: izbor eksperta za kreativnost
- Korak 3: izbor kompanija
- Korak 4: organizovanje preliminarne sastanaka sa kompanijama i definisanje izazova
- Korak 5: ekspert za kreativnost priprema odgovarajući plan za izvođenje kreativnih radionica sa odgovarajućim vremenskim ograničenjem
- Korak 6: ekspert za kreativnost priprema agendu radionice sa odvojenim cjelinama (uvod i identifikacija) – potrebno je uključiti pauzu od sat vremena i pauzu za kafu
- Korak 7: kreativna radionica generiše akcioni plan koji sadrži sve elemente (istraživanje i razvoj, finansije, marketing, zaposlene) za razvoj nove održive poslovne ideje

6. KORACI ZA IMPLEMENTACIJU EKOSISTEMA ZA KREATIVNE RADIONICE [CRNA GORA]

Iskustva partnera u implementaciji projekta CreaInnovation su pokazala da su za uspostavljanje ekosistema za organizaciju kreativnih radionica važna 3 faktora: lokacija (gdje organizovati CreaLab, kako pripremiti CreaLab), ljudski faktor (ko će biti lider kreativne radionice, ko će učestvovati na kreativnoj radionici, pripremiti listu učesnika, odrediti lice koje će biti odgovorno za određene ekspertize i finansiranje (osigurati neophodna finansijska sredstva za podršku operacionalizacije ekosistema kreativnih radionica)).



LOKACIJA

Kreativne radionice su organizovane u kreativnim laboratorijama – CreaLabs, ali ostalo je pitanje gdje bi se iste mogle pozicionirati. Odluka o tome zavisi od kreatora politika na lokalnom, regionalnom, državnom nivou, kao i onih koji rade u poslovnom, kulturološkom i edukativnom okruženju. Takođe, potrebno je razmisliti ko će finansirati uspostavljanje ekosistema. Ako opštine obezbjeđuju finansijska sredstva, neophodno bi bilo obezbijediti i lokaciju u okviru te opštine. Ako se finansiranje vrši u okviru biznis zona, onda će i prostor biti u okviru istih.

Na osnovu datih primjera, organizator ekosistema za kreativne radionice mora voditi računa o i pažljivo odabrati lokaciju koja će biti pristupačna ciljnim grupama i koja će biti u skladu sa raspoloživim sredstvima.

Kada se odabere lokacija, neophodno je osmisliti kreativne laboratorije. Osnivač može naći instrukcije o uslovima i opremi koji su neophodni da bi se uspostavila adekvatna CreaLab, poglavlje 4.

FINANSIRANJE

Ekosistem kreativnih radionica potrebno je da ima obezbijeđena finansijska sredstva. CreaLab zahtjeva određene troškove za pripremu. Takođe, zaposleni i eksperti koji će biti angažovani na radionici zahtjevaju dodatne troškove.

Sredstva mogu biti obezbijeđena iz različitih izvora:

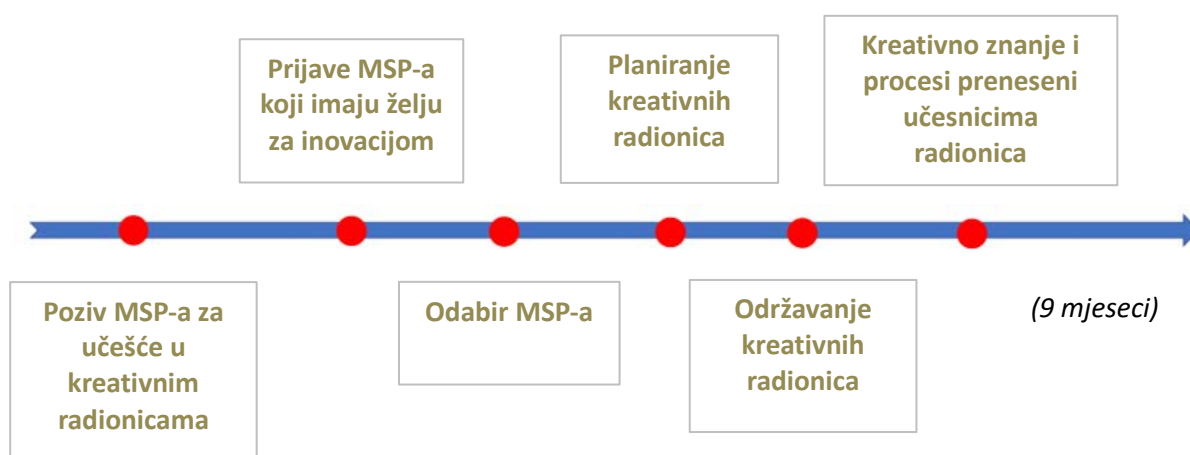
- ✓ Učesnici plaćaju sve troškove za implementaciju kreativnih radionica
- ✓ Osnivač subvencionise sredstva, a troškovi učešća su manji
- ✓ Budžet ekosistema za kreativne radionice je u potpunosti obezbijeđen od strane opština ili biznis zona, tako da je za učesnike obezbijeđeno besplatno učešće.

LJUDSKI RESURSI

Uspjeh kreativnih radionica u potpunosti zavisi od ljudi koji su uključeni u implementaciju. Za uspješno sprovođenje radionice potrebni su – **ekspert za kreativnost, administrativna pomoć** (ko će definisati akcioni plan), **ekspert** iz oblasti **inovacija, održivosti i finansija**. S obzirom da učesnici mogu biti iz poslovnog, kulturološkog ili sektora za edukaciju organizator mora imati listu eksperata koji mogu pokriti različite oblasti i izazove. Iskustva u sprovođenju su, takođe, pokazala da učešće **studenata, profesora, menadžera, djece i vlasnika** može predstavljati dodatnu vrijednost kvaliteta održanih radionica.

Organizator ekosistema kreativnih radionica mora voditi računa o izboru „prave“ osobe koja će biti zadužena za implementaciju radionica. Takođe, od velikog značaja je obezbijediti budžetska sredstva za zaposlene i angažovane eksperte.

Postupak organizacije kreativnih radionica:



7. IMPLEMENTACIJA RADIONICA U CRNOJ GORI

1. Ciljna grupa i postignuti rezultati nacionalnih radionica: broj održanih radionica, broj MSP, oblast/regija djelovanja:

Broj održanih radionica: 5

Broj MSP: 5

Oblast/regija: 4 gradska, 1 ruralno

Stepen inovativnih kapaciteta preduzeća (CISSET): srednji

U drugom programskom periodu održana je radionica na kojoj je učestvovala jedna kompanija.

U četvrtom programskom periodu, četiri mikro kompanije učestvovala su na pojedinačnim paralelnim radionicama sa fokusom na rješavanje pojedinačnih problema. Preduzeća koja su učestvovala na radionicama su: Go Montenegro Ltd., Boat Milica, Sector Montenegro Ltd, and Lider Agency.

Djelatnosti preduzeća su saobraćaj, usluge u vodenom saobraćaju, IT usluge, agencije za nekretnine.

MSP	SEKTOR	BR.ZAPOSLJENIH
Bild Studio	IT usluge	68
Go Montenegro	Saobraćaj	2
Boat Milica	Usluge u vodenom saobraćaju	5
Sector Montenegro	IT usluge	2
Lider Agency	Agencije za nekretnine	1

2. Nivo održivosti inovacija kojima se teži prema CISSET modelu

Finalni rezultati izvještavanja prema CISSET modelu predstavljeni u tabeli pokazuju prilično nizak početni nivo (većina ispod 5) i blagi porast rezultata nakon radionice, što međutim dovodi kompanije malo iznad nivoa prosjeka.

MSP	PRE	POST	Δ
Bild Studio	5,02	5,65	0,63
Go Montenegro	6,20	6,80	0,60
Boat Milica	5,20	6,04	0,84
Sector Montenegro	6,10	7,48	1,38
Lider	5,60	6,80	1,20
<i>prosjeak</i>	<i>5,63</i>	<i>6,55</i>	<i>0,93</i>

U skladu sa preporukama eksperta za kreativnost neophodno je organizovati radionicu kako bi se osigurala uspješna implementacija ideja.

3. Broj poslovnih ideja generisanih za „zeleni“ sektor i kratak pregled istih

Shodno održanoj radionici praćenoj od strane eksperta za kreativnost generisane su značajne ideje. Radionica je bila odlična prilika za MSP za interaktivno učenje, građenje odnosa i prilika za rješavanje problema. Takođe, sve kompanije su razvile akcioni plan kako mogu realizovati ideje generisane tokom radionice.

Uzimajući u obzir rezultat procjene održivosti Ciset-ovog modela prije radionice, razvijena su određena saznanja i pružena su uputstva malim i srednjim preduzećima kako iste da inkorporiraju u njihovu organizacionu politiku. Gotovo svi Ciset modeli izrađeni nakon radionice zabilježili su blagi rast.

Radionica je razvijena za pet MSP-a i njihove predstavnike primjenjujući inovativan pristup u radu, timskim podučavanjem na osnovu NLP metodologije. Predstavnici MSP ohrabreni su da na kreativan i inovativan način prepoznaju svoj najveći izazov.

Analizu nastaje nakon kreativnog dijela radionice, tokom kojeg se generišu ideje za unapređenje poslovanja. Ideje generisane tokom radionice:

- Razvoj marketing strategije
- Razmotriti pozicioniranje na tržištu
- Redefinisati politiku cijena
- Definirajte marketinšku strategiju
- Revidirati postojeće kanale prodaje
- Prilagoditi postojeće proizvode i usluge potrebama na tržištu
- Jačanje postojećeg brenda
- Predstavljanje novog proizvoda
- Izgradnja funkcionalnih i jednostavnih softverskih proizvoda

4. Koristi za mala i srednja preduzeća koja proizilaze iz prakse kreativnih procesa i posvećenost sprovođenju razvijenog akcionog plana

Radionica je bila izvanredna prilika i pomoć malim i srednjim preduzećima da iskoristite svoje slabosti i shvate važnost svojih unutrašnjih kompetencija i inovativnih potencijala.

Kreativni pristup sadrži skup alata koji se oslanjaju na spoznaju da rješenje problema često može biti generisano na osnovu inovativnih rješenja ostvarenih u područjima poslovanja.

Radionica pokazuje uspješnost u:

- Efikasnijoj upotrebi različitih komunikacionih alata i efektivnom pristupu razmišljanju;
- Identifikovanju skrivenih problema koji stoje iza „loše/nedovoljne produktivnosti MSP“;
- Utvrđivanju konvencionalnih inovativnih pokretača koji mogu poboljšati radnu atmosferu;
- Obezbijeđivanju kreativnih strateških alata koji pospješuju proces planiranja;
- Obezbijeđivanju alata za jačanje kreativnosti MSP tima.

Radionica je generisala mnogo ideja i rješenja za buduće poslovne izazove kompanija. Kompanije su dobile korisne akcione planove.

Kompanije su uživale u radionicama i bile su vrlo zadovoljne obavljenim poslom, kako sa metodologijom, tako i za korištenim alatima.

5. SWOT analiza za uspostavljanje CreaLabs

Snage generisane u postojećem procesu:

- Raznolikost i tehnička stručnost
- Efikasnost procesa kreativnog podsticaja
- Dan posvećen zajedničkoj raspravi
- Prilika da se predstavnici MSP upoznaju u drugom kontekstu i da vježbaju kroz zajednički rad
- Prilika za stvaranje stvarnih rezultata
- Povezivanje

Slabosti generisane u postojećem procesu:

- Trajanje radionice ne može pružiti istu dubinsku analizu generisanih ideja
- različiti prioriteti / vizije za razvoj ideja i metoda za unapređenje
- uslovi za održavanje radionice nijesu zadovoljavajući - lokacija sa funkcionalnim kriterijumima
- nemogućnost praćenja kompanija nakon radionice / nedostatak monitoringa i pomoći
- mobilizacija resursa

Prilike generisane u postojećem procesu:

- novo iskustvo u dobro struktuiranom i razvijenom kreativnom pristupu
- generisanje ideja može riješiti specifične probleme sa kojima se kompanija suočava
- kreativni pristup prepoznat i usvojen od institucija, predstavnika poslodavaca i sindikata

Prijetnje generisane u postojećem procesu:

- Mnogo konkurentnih programa u poslovnom području
- Sličan koncept ili usluge
- Ograničeni resursi ili se resursi usmjeravaju dalje od postojećih
- Ograničeno vrijeme za organizaciju radionica

6. Uspješne priče i svjedočenja

Kako rezultati ostvareni tokom radionica pokazuju, generisane ideje omogućile kompanijama da nude usluge na inovativan način. Kompanija iz IT sektora primijenile novi softver i predstaviti novu marketinšku strategiju i komunikacijske kanale za promociju i razvoj softvera na globalnim tržištima.

8. ZAKLJUČCI

Inovacije i održivi razvoj MSP igraju ključnu ulogu u razvoju cijele regije. Kreativnost je važan faktor u procesu razvoja. Iskustva u projektu pokazala su nam važnost kreativnosti u razvijanju inovativnih ideja za mala i srednja preduzeća. Preduzetnici su stekli jasan uvid kako razviti inovativnu ideju za svoje poslovanje.

U Evropi raste interes i svijest o ulozi i značaju kreativnosti i inovacija. Prepoznato je da se na teritoriji Evrope treba raditi na jačanju kapaciteta za kreativnost i inovacije kako bi se efikasno odgovorilo na razvoj društva znanja i kako bi postala ekonomski i socijalno konkurentnija. Znanje i inovacije smatraju se srcem evropskog rasta.

Podsticanje inovativnosti i kreativnosti

Ekosistem kreativne radionice mora adekvatno zadovoljiti najmanje tri kriterijuma da bi imao uspješne rezultate - lokacija, oblik organizovanja i ljudski resursi. Za uspostavljanje ekosistema kreativne radionice mora se pažljivo odabrati lokacija koja će biti pristupačna ciljnim grupama i biti u skladu sa obezbijeđenim sredstvima.

Inovacije se smatraju jednim od najvažnijih faktora za podsticanje ekonomskog rasta kroz razvijanje konkurentskog potencijala Crne Gore, usklađivanje znanja, tehnologija i vještina koje su dostupne na univerzitetima i u privredi, koji bi trebali biti aktivno uključeni u saradnju.

Inovaciono preduzetnički centar - Tehnopolis

Mala i srednja preduzeća su glavni pokretači inovacija, zapošljavanja kao i društvene i lokalne integracije u Evropi. Inovaciono preduzetnički centar - Tehnopolis je plodno tlo za pokretanje inovativnih i konkurentnih preduzeća, sposobnih da se takmiče u tržišnoj poslovnoj utakmici.

Tehnopolis je namijenjen da podrži razvoj mikro, malih i srednjih preduzeća u Opštini Nikšić i radi kako na podršci u osnivanju novih tako i na podršci u razvoju postojećih preduzeća. Prevažhodno je riječ o preduzećima čije se poslovanje bazira na naučno-istraživačkom radu, razvoju i implementaciji novih tehnologija, odnosno djelatnosti koje imaju visok potencijal rasta, a u skladu sa strateškim ciljevima Crne Gore. Međutim, različiti vidovi podrške će biti pružena svim preduzećima koja imaju potencijal održivog rasta.

Tehnopolis je mjesto na kojem se mogu naći potrebne informacije i podrška za razvoj poslovne ideje i pokretanje privatnog biznisa, zatim informacije vezane za vođenje biznisa, pribavljanje finansijskih sredstava, pronalaženje poslovnih partnera i mogućnosti za projektno apliciranje.

Tehnopolis pruža prostornu, tehničku, administrativnu i konsultantsku podršku start up i već osnovanim preduzećima koja žele da se razvijaju i svoju poslovnu orijentaciju okreću ka novim proizvodima, uslugama, inovacijama, izvozu i slično.

Pored toga, Inovaciono preduzetnički centar organizuje edukativne programe u vidu treninga i seminara na različite teme koje mogu biti od koristi potencijalnim i postojećim preduzetnicima, ali i drugim zainteresovanim stranama. Centar radi na promociji preduzetništva i inovacija kao jednog od ključnih komponenti razvoja lokalne i regionalne zajednice sa akcentom na unapređenje saradnje između nauke i privrede.

Biznis start up centar Bar – BSC Bar

U sklopu BSC Bar u 2010. godini otvoren je Poslovni Inkubator koji ima za cilj da podrži razvoj start-up biznisa u Opštini Bar.

Obuke koje organizuje BSC Bar namijenjene su svim osobama koje žele da unaprijede i usavrše svoje poslovne vještine. Polaznici obuka stižu mogućnost da unaprijede znanja iz oblasti preduzetništva, informacionih tehnologija, vještina poslovne komunikacije, marketinga, menadžmenta, izrade biznis plana, pravnih i poreskih pitanja i slično.

Svaka obuka osim edukativno-teorijskog dijela ima i praktični dio u kojem se radi kroz: vježbe na primjerima iz prakse, studije slučaja. Cilj je razvoj vještina polaznika kroz rješavanje zadatih problema. Praksa BSC Bar je da na svakoj obuci bude prisutan gost iz privrede, odnosno afirmisan preduzetnik, predstavnik bankarskog sektora, državne institucije, NVO sektora i sl., a zavisno od teme obuke. Cilj ovakvog pristupa je da se uči na iskustvima iz okruženja, kao i da se gradi preduzetnička mreža.

BSC Bar za predavače angažuje međunarodne, regionalne i lokalne stručnjake sa kvalitetnom bazom znanja, ali i sa dokazanim preduzetničkim iskustvom. Pored navedenog, da bi se što bolje pripremili za predavanja i prenošenje znanja, sami treneri moraju proći obuku u vidu pred-obuke ili pre-treninga. Na ovim obukama, osim što unaprijeđuju svoje sposobnosti kroz razmjenu iskustava i kroz prihvatanje novih modela rada, predavači usavršavaju svoja znanja i usklađuju programe sa potrebama tržišta rada.

Kreativna radionica izvodi se po programu CreaLabs. CreaLabs je idealno okruženje za podsticanje kreativnosti i inovacija.

Idealan prostor treba da nudi adekvatan, integralan pristup učesnicima, prepoznajući i odgovarajući na njihove potrebe koje se mijenjaju tokom čitavog procesa rada, koristeći različite alate kako bi pomogli da efikasnije komuniciraju i izgrade bolje odnose. Sam koncept radionice organizovane u CreaLab treba da uključi pregled različitih područja rada kako bi se utvrdili prioriteti i područja za poboljšanje poslovanja. Organizovanje radionica omogućava učesnicima da dogovore aktivnosti i mjerljive ciljeve koji mogu koristiti kako za pojedinca, tako i za organizaciju.

U Crnoj Gori organizacija kreativnih radionica je predstavila idealnu priliku i pomoć malim i srednjim preduzećima da iskoristite svoje slabosti i shvate važnost svojih unutrašnjih kompetencija i inovativnih potencijala.

Kreativni pristup sadrži skup alata koji se oslanjaju na spoznaju da rješenje problema često može biti generisano na osnovu inovativnih rješenja ostvarenih u područjima poslovanja.

Radionica pokazuje uspješnost u:

- Efikasnijoj upotrebi različitih komunikacionih alata i efektivnom pristupu razmišljanju;
- Identifikovanju skrivenih problema koji stoje iza „loše/nedovoljne produktivnosti MSP“;
- Utvrđivanju konvencionalnih inovativnih pokretača koji mogu poboljšati radnu atmosferu;
- Obezbjediavanju kreativnih strateških alata koji pospješuju proces planiranja;
- Obezbjediavanju alata za jačanje kreativnosti MSP tima.

Ključ uspjeha organizaciji kreativnih radionica leži u generisanju mnoštva ideja i rješenja za buduće poslovne izazove kompanija. Kompanije su proizvele korisne akcione planove.

Kreativnost nudi desetine novih ideja, ali te ideje nisu inovacije dok se ne primjene. Neko mora rizikovati i uraditi nešto da bi se kreativna ideja pretvorila u inovaciju.