

---

**ANALYSIS OF THE INNOVATION AND BUSINESS ACTIVITY OF A COMPANY**

---

**Iva Bichurova**

University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, iva78plovdiv@yahoo.com

**Abstract:** The paper clarifies the category of innovation potential with innovative and economic activities. *The innovation potential* is the ability of a system to derive from the research field innovations suitable for the practice. It is determined by the accumulated intellectual products, database, research infrastructure and other resources used to create, implement and offer innovations. The use of company and national innovation potential for the creation of modern technique, technology and organization of production are orienting production and farms to the specifics of the new economy. *The innovation activity* reports the dynamics and capabilities of the innovation system to power production with ready-to-use innovations. *Business activity* in the field of innovation characterizes the capabilities and flexibility of the production system with the resources available to perceive and assimilate innovations and offer them as products in the form of goods, services and technologies.

The report justifies the selection of an innovation strategy based on an analysis of the company's innovation capabilities. They represent a set of distinct features of the company that facilitate and support its innovation activity. The purpose of such an analysis is to determine which are these key characteristics and to what extent the firm as a whole and its core business units possess them. The report also explores the basic criteria for assessing the company's innovation capability, the structure of the innovation process and the methodology of analysis of its product and process innovations.

**Keywords:** Innovation potential, Innovation activity, Economic activity, Innovation strategy, Innovation ability

**АНАЛИЗ НА ИНОВАЦИОННАТА И СТОПАНСКАТА АКТИВНОСТ НА ФИРМА****Ива Бичурова**

иверситет по хранителни технологии, гр. Пловдив, България iva78plovdiv@yahoo.com

**Резюме:** В доклада се изяснява категорията иновационния потенциал с измерители иновационна и стопанска активности. *Иновационният потенциал* е способността на дадена система да извлича от научноизследователската сфера пригодни за практиката новости. Определя се от натрупаните интелектуални продукти, база данни, изследователска инфраструктура и други ресурси, използвани за създаване, внедряване и предлагане на иновации. Използването на фирмения и националния иновационен потенциал за създаване на съвременни техника, технология и организация на производството ориентират производството и стопанствата към спецификата на новата икономика. *Иновационната активност* отчита динамиката и способностите на иновационната система да захрани производството с готови за приложение новости. *Стопанската активност* в сферата на иновациите характеризира възможностите и гъвкавостта на производствената система с наличните ресурси да възприема и усвоява новости и да ги предлага като продукти под формата на стоки, услуги и технологии.

В доклада се обосновава избора на иновационна стратегия на основа на анализ на иновационните възможности на фирмата. Те представляват набор от отделни характеристики на фирмата, които улесняват и подпомагат нейната иновационна дейност. Целта на такъв анализ е да се определи кои са тези основни характеристики и до каква степен фирмата като цяло и нейните основни бизнес единици ги притежават. В доклада се изследват още основните критерии за оценяване на иновационната способност на фирма, структурата на иновационния процес и методика на анализ на продуктите и процесите ѝ иновации.

**Ключови думи:** Иновационен потенциал, Иновационна активност, Стопанска активност, Иновационна стратегия, Иновационна способност

**1. УВОД**

Развитието на науката и нейното практическо приложение за създаване на нови процесни, продуктови, организационни, маркетингови, социални и други иновации в условията на „новата икономика” се превръща във важен фактор за поддържане на съвременен високотехнологично и конкурентоспособно стопанство. Все по-голяма тежест се отдава на показателите, характеризиращи качествените изменения в развитието на икономическата система. Осъзнаването на тази необходимост кара бизнеса и правителствата от края на 20в.

да отделят големи ресурси за създаване на значителен научноизследователски и иновационен потенциал и да предприемат сериозни мерки за изграждане на добре функциониращи иновационни системи. Политиката по стимулиране на иновациите става част от икономическата политика на микро- и макроравнище, за осигуряване на технологични предимства, поддържане на конкурентоспособността, икономическото и социалното развитие на бизнеса и държавата.

## 2. ПОНЯТИЕ ЗА ИНОВАЦИОНЕН ПОТЕНЦИАЛ И ИНОВАЦИОННА АКТИВНОСТ

Всяка иновационна система<sup>91</sup> се характеризира с определена степен на развитие. То може да се проследи, анализира и отчете чрез равнището на иновативност и натрупания *иновационен потенциал* на икономическата система, определящи за които са *иновационната* и *стопанската активност*. *Иновационният потенциал* е способността на дадена система да извлича от научноизследователската сфера пригодни за практиката новости. Определя се от натрупаните интелектуални продукти, база данни, изследователска инфраструктура и други ресурси, използвани за създаване, внедряване и предлагане на иновации. Чрез тях се решават производствени, икономически, екологични, социални и други проблеми на фирмено, местно, регионално и национално ниво. Използването на фирмения и националния иновационен потенциал за създаване на съвременни техника, технология и организация на производството ориентират производството и стопанствата към спецификата на новата икономика.

Свързана категория с иновационния потенциал е иновативността. *Иновативността*<sup>92</sup> показва възможността и достигнатото равнище на иновационния потенциал на иновационната система, т.е. това е индикатор за ефективното използване на научноизследователския и иновационния потенциал. Следователно, иновативността е процес, направление на фирмената дейност, която измерва научноизследователския и иновационния потенциал. Чрез създадения от нея иновационен продукт се измерва резултатът от функционирането на иновационната система на фирмено, регионално, национално или на ниво интеграционна общност, каквато е ЕС. Иновативността<sup>93</sup> на фирмата се измерва с възможността за внедряване на технологично нови или значително подобрени продукти, процеси или комбинации от продукти и процеси за определен период. Това е фирма, в която преобладаващият обем от дейности са иновационни. В тази категория се включват и фирмите, които имат само „пасивни” иновации или дори други творчески подобрения. Новосъздадените фирми следва да бъдат причислени в категорията „иновативни”, ако при основаването си са въвели нов продукт или процес<sup>94</sup>, нови за пазара, на който действат, или ако са внедрили новост по-късно през разглеждания период.

*Иновационната активност* отчита динамиката и способностите на иновационната система да захрани производството с готови за приложение новости. Тя получава знания, оформени идеи и предложения от научната сфера, развива ги до иновационни продукти, акумулира ги като банка иновации и ги предоставя на пазара под различна форма на интелектуална собственост на желаещите да ги внедрят и използват в определена сфера. В зависимост от потребностите на пазара, възможностите на производството, избраните приоритети и създаден механизъм, тези новости се използват в отделно производство, отрасъл или цялата икономика.

*Стопанската активност*<sup>95</sup> в сферата на иновациите характеризира възможностите и гъвкавостта на производствената система с наличните ресурси да възприема и усвоява новости и да ги предлага като продукти под формата на стоки, услуги и технологии. Според приоритетите и възможностите за развитие на определени етапи тежестта се пренася от едни към други производства. Определянето на стратегическите направления или производства е свързано със съсредоточаване на финансови, материални, кадрови, информационни и др. ресурси. Те дават възможност за ускорено развитие на производството, за увеличаване

<sup>91</sup> Кр. Керчев, Основи на иновационната политика, Унив. изд. „Стопанство”, С., 2011, ISBN 978-954-644-188-1, с. 92

<sup>92</sup> Пак там

<sup>93</sup> Р. Чобанова, Иновативност на националната икономика, Ак.изд. „Проф. Марин Дринов”, 2012, с. 166

<sup>94</sup> В. Алексиева, „Управление на процесите в предприятията с изградена процесна архитектура”, Научни известия, бр. 9/138, ISBN: 1310-3946, 2012

<sup>95</sup> Кр. Керчев, Основи на иновационната политика, Унив. изд. „Стопанство”, С., 2011, ISBN 978-954-644-188-1, с. 92

на дела му в общия продукт, за промяна на специализацията, експорта, технологичния обмени повишена конкурентоспособност и печалба.

### 3. АНАЛИЗ НА ИНОВАЦИОННАТА СПОСОБНОСТ НА ФИРМА

Иновационните изследвания<sup>96</sup> поставят тежест върху значимостта на фирмата за иновациите, което повлиява обхвата на измерването *чрез следните въпроси*: Какво искаме да измерим?; Как искаме да го измерим?; Къде искаме да го измерим?;

- **Какво измерваме?** – когато фирмата създава и внедрява новости, вниманието се насочва към сложен набор от дейности с разнородни резултати, някои от които могат да предначертаят границите и да променят характера на самата фирма. Проблемът е кои от тези дейности и резултати могат и трябва да бъдат измерени.

Отчитането на широкоаспектността на иновациите насочва вниманието към организацията като процес на събиране, управление и използване на информация и на прилагане на решения въз основа на тази информация. Такива процеси имат в голяма степен нематериално измерение, но разглеждани заедно представляват капацитета от знания на фирмата.

- **Как измерваме?** – съществуват два основни подхода за измерване на иновативността – субективен и обективен. *Субективният подход* изследва иновативното поведение на фирмата и нейните дейности като цяло, както и факторите които влияят върху него (стратегии, стимули и бариери за иновациите), обхвата на различните иновационни дейности и резултата от тях. *Обективният подход* изследва специфични иновации (“съществени иновации” или основна иновация на фирмата), успешни иновации на базата на експертна оценка и/или описателни количествени и качествени данни съобщения за нови продукти в търговските списания. В практиката се прилага субективният подход, тъй като е податлив на международна стандартизация и изследваното поведение е определящо за икономическото развитие на фирмата.

- **Къде измерваме?** – въпрос, свързан с определянето на мястото на измерване на иновациите. Обхватът на изследваните предприятия се разширява – от производствените към тези в сферата на услугите, където иновациите са с нематериален характер, трудни за защита, което се отразява върху методологията при извадковите изследвания и прогнозирането за отрасъла.

#### 3.1. ПАРАМЕТРИ НА ОБХВАТА НА ИЗМЕРВАНЕТО

На този етап се уточняват параметрите на измерване на иновациите<sup>97</sup> на фирмено ниво, на технологичната новост (технологично новия продукт и процес), на разпространението на иновациите, факторите за иновативността, иновационните дейности и резултати.

➤ *Иновации на фирмено ниво* – тези иновации пряко въздействат върху ускоряването на икономическото развитие, затова обхватът на единиците за изследване се формират най-често на това равнище.

➤ *Технологична новост* - тъй като една фирма прави различни промени в своите методи на работа и производствени фактори, трябва да се реши дали изследването да се насочи към всички променливите или чрез избор на аналитичен подход да се изследват подмножества от тези промени. Най-често изследванията се концентрират върху нови и значително подобрени продукти и процеси. Чисто организационните иновации могат да доведат до значителни подобрения в работата на фирмата, но практическият опит е малък.

- *Технологично нов продукт* (продуктова иновация)<sup>98</sup> - внедряването/пускането на пазара на продукт с подобрени характеристики на работа, например предоставяне на обективно нови или подобрени услуги на клиента
- *Технологична иновация*<sup>99</sup> - внедряването/възприемането на ново или значително подобро производство или методи за доставка. Това може да включва промени в оборудването, човешките ресурси, методите на работа или комбинация от изброените.

<sup>96</sup> Р. Чобанова, Иновативност на националната икономика, Ак.изд. „Проф. Марин Дринов”, 2012, с. 160-161

<sup>97</sup> Пак там

<sup>98</sup> OECD: Oslo Manual: Proposed Guideline for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris, OECD, 1992, revised 1997

<sup>99</sup> Пак там

➤ Разпространение на иновациите – начинът, по който се пренасят технологичните продуктови или процесни иновации по пазарни или непазарни канали от първоначалното им внедряване някъде по света до различни страни и региони и в различни сектори/пазари и фирми. Без разпространение иновациите не биха имали икономическо значение. Указанията от Осло правят стъпка напред спрямо по-ранни изследвания като в обхвата на разпространението на иновациите се включват всички, определени като „нови за фирмата”.

➤ Фактори, влияещи върху иновативността – изследват се корпоративните стратегии, източниците на информация за иновациите и пречките за тях. Препоръчва се експертните становища да бъдат регистрирани или по двустепенна скала (важно/незначително) или чрез кратък списък от възможни отговори (от „много важно” до „няма отношение”)

➤ Обхват на измерване на иновационната дейност<sup>100</sup> – съставянето на единен списък на иновационните дейности за статистически цели е съществен проблем, тъй като невинаги представителите на наблюдаваните фирми имат необходимата степен на готовност да оценяват определени дейности като иновационни според възприетата от извършващите наблюдения методика. Това е основание преди анкетното проучване запознаване на интервюираните с работните определения.

*Класификация на основните иновационни дейности* – за целите на изследванията се използва следната класификация на основните иновационни дейности: научноизследователска и развойна дейност; други дейности, свързани с придобиване на знания (патенти, лицензи, технически услуги и др.); придобиване на машини и оборудване (както съдържащи нови технологии, така и при стандартна употреба при производството на нов продукт); различни други подготовки за производство/доставка, включително оборудване с инструментални машини; обучение на персонала; маркетинг.

От тези дейности само научноизследователските и развойните дейности, както и придобиването на машини, съдържащи нови технологии автоматично участват в иновационните дейности на фирмата. Останалите се включват само, ако са необходими за внедряване на нови продукти и производствени процеси, но не и във връзка с разширение на производството.

• *Иновационни дейности според резултатността им* – тази класификация ги разглежда като **успешни** – такива, които водят до внедряване на нов или технологично подобрен продукт или процес; **прекратени** – преди внедряването на нов или технологично подобрен продукт или процес, по ради различни причини; **продължаващи** – в процес на извършване, но внедряването все още не е завършило.

Разходите за иновации се измерват като сума от разходите за тези три вида дейности. Критериите за определяне размера на разходите за научноизследователската и иновационната дейност на фирмите се определя от равнището на финансиране на научните и иновационните процеси в съответния отрасъл, в т.ч. разходи на основните конкуренти; разходите за тези дейности, извършени през предшестваш период; дългосрочните цели на фирмата; приноса на иновациите в общата фирмена печалба и др. Прилага се метода на съотношението между инвестиционните разходи за иновации и обема на фирмените продажби. Анализът на показателя характеризира промяната на инвестиционните разходи за иновации спрямо ръста на фирменото производство и печалба. Слабост на метода е, че размерът на текущите продажби отчита направените инвестиции през изминал период, а размерът на бъдещите продажби зависи от размера на текущите инвестиционни разходи за иновации. Преодоляването на тази слабост се постига чрез прилагане на метода на сумиране на необходимите средства за проектите. Този метод на финансиране на иновациите осигурява определено равнище на развитие на фирмената научноизследователска дейност. След определянето на общия обем на разходите за иновации<sup>101</sup>, се извършва разпределяне на ресурсите между отделни проекти. По-голямата част от средствата се предоставят за финансиране на проекти, които са в процес на реализация. Разпределянето на средствата между новите иновационни проекти и проектите, които са в процес на изпълнение, е едно от най-трудните решения при разпределянето на иновационния бюджет.

#### 4. МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИНОВАЦИОННАТА СПОСОБНОСТ НА ФИРМА

**4.1. МЕТОД НА ОЦЕНЪЧНИТЕ СКАЛИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ИНТЕРЕС КЪМ ИДЕЯТА НА ФИРМА ЗА СЪЗДАВАНЕ НА ИНОВАТИВНИ ПРОДУКТИ** – този метод<sup>102</sup> позволява да се оцени до каква степен идеята за новия продукт представлява интерес за потребителите, по

<sup>100</sup> Р. Чобанова, Иновативност на националната икономика, Ак.изд. „Проф. Марин Дринов”, 2012, с. 165

<sup>101</sup> V. Alexieva, “Process management and adequacy of the Bulgarian business in a turbulent environment”, American Association of science and technology, 2014

<sup>102</sup> Ф. Котляр, Маркетинг менаджмент, 10-е издание, Изд. „Питер”, Санкт Петербург, 2001, с.356

няколко критерия. Всеки критерий получава оценка, която е отражение на степента му на съответствие с потребностите и очакванията на потребителите. Този метод, известен още като метод на балните оценки ползва биполярна оценъчна скала като 0, +1, +2 и -1,-2 или монополярна като: 0,00,0,30,0,60 – 1,00. Оценъчната скала е както следва: 0,00-0,30 –лошо; 0,31-0,60 – задоволително; 0,61 – 0,80 – добро. Минималната бална оценка за приемането на новия продукт е 0,61. Този метод позволява оценката да се представи в таблична и графична форма.

Всеки от критериите получава коефициент на тежест в зависимост от това как се оценява неговото влияние в общата бална оценка ( табл. 1) .

**4.2. АНКЕТЕН МЕТОД ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРОДУКТОВИ ИНОВАЦИИ (ВЪПРОСНИК ЗА АНКЕТА)** – този метод дава възможност за получаване на информация от специалистите и мениджърите във фирмата за предимствата и недостатъците на конкурентните продукти на пазара, разкрива решаващите фактори за избора на един продукт пред друг и ориентира фирмата за характеристиките, които новият продукт трябва да притежава ( табл.2).

Критерии за успешен продукт	Оригиналност или високо качество	Коефициент на тежест	Оценка на продукта 2x3
Рейтинг на продукта	0,40	0,8	0,32
Съотношение качество/цена	0,30	0,6	0,18
Маркетингови разходи	0,20	0,7	0,14
Липса на силна конкуренция	0,10	0,5	0,05
Общо:	1,00		0,69

*Табл. 1. Метод на оценъчните скали (Източник: Котлър, Ф., Маркетинг менаджмент, , 10-е издание, Изд. „Питер”, Санкт Петербург, 2001, с.356)*

<b>1.</b> През последните три години фирмата реализирала ли е на пазара:	Да	Не
- Нови или значително усъвършенствани стоки ?		
- Нови или значително усъвършенствани услуги ?		
<b>2.</b> Кой (основно) е разработил тези иновационни продукти ? :		
- Конкретната (изследваната) фирма		
- Конкретната (изследваната) фирма с други предприятия и организации		
- Други предприятия и организации		
<b>3.</b> През последните три години конкретната (изследваната) фирма реализира ли на пазара иновационни продукти (стоки и услуги), които са:		
-Нови или значително усъвършенствани както за конкретната фирма, така и за пазара й ?		
- Нови или значително усъвършенствани само за конкретната фирма, но не и за пазара й ?		
<b>4.</b> Посочете какъв дял от оборота на конкретната фирма за предходната година се дължи на:?		
- Нови или значително усъвършенствани стоки и услуги през последните три години, които са нови както за фирмата, така и за пазара й?		
- Нови или значително усъвършенствани стоки и услуги през последните три години, които са нови както за фирмата, така и за пазара й?		

*Табл.2 Изследване на продуктовете иновации на фирма*

**4.3. АНКЕТЕН МЕТОД (ВЪПРОСНИК ЗА АНКЕТА) ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРОЦЕСНИТЕ ИНОВАЦИИ** – този метод позволява да се изследва разновидността на процесната иновация ( табл.3).

През последните три години фирмата внедрила ли е :	Да	Не
<b>1.</b> Нови или значително усъвършенствани производствени методи		
<b>2.</b> Нови или значително усъвършенствани методи за доставка		
<b>3.</b> Нови или значително усъвършенствани спомагателни дейности		

*Табл.3 Изследване на процесните иновации на фирма*

**5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Понятията иновационна активност, иновационна способност и иновативност могат да се разглеждат в известен смисъл като синоними. От гледна точка на значението на иновативността на фирмата за нейното усъвършенстване, конкурентоспособност и дългосрочно оцеляване, иновационната активност може да бъде разглеждана като една от най-важните характеристики на организациите. Иновационната способност не трябва да се третира като самостоятелно и единично събитие, а като дълбоко осъзнат и интегриран процес в управленската система на фирмата и насочено обвързан с множество други процеси и дейности. Следователно иновационната способност отразява различни аспекти от управленската дейност, разпределението на стратегическите ресурси и знанието, което я превръща в измерител на възможността на фирмата да отговори адекватно на промените във външната ѝ среда.

**ЛИТЕРАТУРА**

- [1,2,5] - Кр. Керчев, Основи на иновационната политика, Унив. изд. „Стопанство”, С., 2011, ISBN 978-954-644-188-1, с. 92
- [3,6,7,10] - Р. Чобанова, Иновативност на националната икономика, Ак.изд. „Проф. Марин Дринов”, 2012, с. 166; с. 160-161;с. 165
- [4] - В. Алексиева, „Управление на процесите в предприятия с изградена процесна архитектура”, Научни известия, бр. 9/138, ISBN: 1310-3946, 2012
- [8,9]- OECD: Oslo Manual: Proposed Guideline for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris, OECD, 1992, revised 1997
- [11] – V. Alexieva, “Process management and adequacy of the Bulgarian business in a turbulent environment”, American Association of science and technology, 2014
- [12] - Ф. Котлър, Маркетинг менаджмент, 10-е издание, Изд. „Питер”, Санкт Петербург, 2001, с.356