

КРИТЕРИИ ЗА СТРУКТУРНО ОБОСОБЯВАНЕ НА ИНОВАЦИОННИТЕ ИНДУСТРИИ В СИСТЕМАТА НА ТВОРЧЕСКИТЕ ИНДУСТРИИ

Владя Борисова*

1. Въведение в проблематиката

Преориентирането на икономиката към икономика на знанието разшири традиционните икономическите ресурси с нови, като творчеството и знанието. Като резултати на индивидуален или колективен интелектуален или творчески труд, създаването и използването на тези нови икономически ресурси сериозно увеличи значението на интелектуалната собственост за бизнес просперитета както на микро-, така и на макроикономическо ниво.

Все повече индустриално развити страни отчитат ролята и значението на интелектуалната собственост в стратегическото планиране на икономическия растеж, като в тази връзка приоритетно стимулират иновационната активност и творческата дейност на научноизследователските организации, представителите на бизнеса и свързаните посреднически организации в различните сектори на стопанството. Тази целенасочена държавна политика доведе до формирането на четвърти икономически сектор, т.нар. творчески сектор. Поради спецификата на творческата и интелектуалната дейности, творческият сектор, макар и самостоятелно обособен, функционира изцяло в условията на междуиндустриална зависимост, която се изразява както в създаването на иновации¹, така и в предоставянето на образователни, културни и научноизследователски продукти и услуги, които да функционират съвместно с т.нар. традиционни индустрии в трисекторния модел на стопанството.

Именно тези обекти на интелектуална собственост, създавани от индустриите в творческия сектор, са предпоставката те да бъдат обособени като творчески индустрии, чиято междуиндустриална обвързаност, дали в областта на промишлеността и селското стопанство, или в културата, науката и образованието е в основата на идентифицирането им като креативни, иновационни и културни индустрии. В тази връзка, основен класификационен

* Владя Борисова е доктор, доцент и ръководител на катедра „Творчески индустрии и интелектуална собственост“ на УНСС, e-mail: vborisova@unwe.bg

¹ Технологични и социални иновации и тяхното видово разнообразие

критерий на творческите индустрии е системата на интелектуалната собственост. Имайки отношение към научно-техническото развитие на страната, иновационните индустрии са приоритетно водещите пред културните индустрии, които активно участват във формирането на стойностите на икономически показатели като заетост, добавена стойност и брутен вътрешен продукт на страната. Това обстоятелство изисква създаването на благоприятна, преди всичко институционална среда за формирането и функционирането на т.нар. иновационни индустрии.

Водени от гореизложеното, целта на изследването е структурно да се обособят иновационните индустрии, като се идентифицират техните структурни звена и присъщата им бизнес дейност по веригата на стойността и спецификите на пазара им. Методологията на изследването е подчинена на интердисциплинарен подход, чрез използване на сравнителния и аналитичния анализ и на практическия опит.

Основна теза на изследването е, че иновационните индустрии са част от системата на творческите индустрии и като такива, тяхното структурно обособяване, включително и по отношение формирането и спецификите на продукта и пазара, е подчинено на икономическия характер на интелектуалната собственост.

2. Същност и характеристика на иновационните индустрии

Иновационните индустрии са индустрии, в които функционират предприятия, заети със създаването и индустриализирането предимно на обекти на индустриална собственост като изобретения, полезни модели, ноу-хау, нови сортове растения и породи животни и на обекти на художествена собственост като софтуер. Иновационната дейност на предприятията в тези индустрии се формира от продуктовете и технологичните иновации, създадени и внедрени в производственият им процес, т.е. от индустриализираните изобретения, полезни модели и нови сортове растения и породи животни. Тя се определя още и от организационните и маркетинговите иновации (ноу-хау), осъществени от предприятията на територията на България.

Тази особеност е предпоставка стопанският сектор, в който иновационните предприятия упражняват своята иновационна дейност, да се определя от вида на провежданите научни изследвания и развойна дейност и създаваните творчески продукти – изобретения, полезни модели, нови сортове растения и породи животни, ноу-хау.

При подобна зависимост, иновационната дейност на заетите предприятия в иновационните индустрии определя иновационната активност на самите индустрии. Така, иновационните индустрии са съвкупност от иновационни предприятия, осъществяващи иновационна дейност в конкрет-

ни стопански сектори. Те внедряват, индустриализират и разпространяват творческите продукти с цел превръщането им в иновация и нейната пазарна реализация с цел печалба. Често функционират в тясно сътрудничество с творчески индустрии, развиващи научноизследователска дейност или с други иновационни индустрии, които притежават собствени научноизследователски звена или реализират дистрибуционна и разпространителска дейност (т.нар. неспецифични поддържащи индустрии).

Иновационната активност на предприятията в иновационните индустрии зависи от някои определени фактори. Така например, иновационните предприятия, които развиват самостоятелна научноизследователска и развойна дейност, правят това като част от своя предмет на дейност, а не спорадично. Провеждането на научни изследвания и развойна дейност изисква високоплатени, високоспециализирани професионални кадри, сериозни инвестиции в научни изследвания и развойна дейност и немалък пазарен риск от отхвърляне на предложението за иновационен продукт. Независимо от тези обстоятелства за по-голямата част от иновационните предприятия факторите, които влияят на иновационната им активност, са свързани с постигането на следните положителни ефекти:

- затвърждаване престижа на предприятието като иновационен лидер,
- повишаване на финансовите резултати,
- оптимално използване на интелектуалния и технологичния капитал на предприятието,
- придобиване на сериозно конкурентно предимство,
- запазване и разширяване на пазарни дялове и формиране на лоялен потребителски сегмент и
- възможност за модифициране на иновационния продукт, което намалява нивото на риска от неговото пазарно отхвърляне.

3. Видове иновационни индустрии

Видовото обособяване на иновационните индустрии се извършва посредством класификационен критерий. Предвид обвързаността им с иновационната дейност на заетите в тях предприятия, то приложим класификационен критерий са видовете иновационни дейности, осъществявани от иновационните предприятия².

При използването на този класификационен критерий, е важно да се отбележи, че голяма част от иновационните дейности съвпадат с икономическите дейности по класификацията за икономическите дейности на страната (видовете икономически дейности са определени съгласно секторното и отраслово разпределение на националното пазарно стопанство).

² Виж иновационните дейности по КИД 2008. Виж www.nsi.bg

Съгласно класификационния критерий видовете иновационни индустрии се групират в:

- иновационни индустрии в селското стопанство,
- иновационни индустрии в тежката и леката промишленост,
- иновационни индустрии в сектора на услугите, що се отнася до здравеопазване, транспорт и международна търговия.

По отношение на науката, образованието и културата като отрасли в сектора на услугите, то:

- науката и образованието съвместно с научните изследвания и развойната дейност обособяват самостоятелни творчески индустрии, чиито творчески продукти като интелектуална собственост са двигател за останалите иновационни индустрии.
- в културата иновационни индустрии са само неспецифичните поддържащи индустрии, които улесняват разпространението и продажбата на културните продукти като далекосъобщения, включително интернет, транспорт, търговия на едро и дребно.

4. Структуроопределящи звена на иновационните индустрии

Структуроопределящите звена на иновационните индустрии са т.нар. функционални звена или това са участниците в бизнес отношенията по повод създаването, индустриализирането и комерсиализирането на иновационни продукти, съдържащи интелектуална собственост. Структуроопределящите звена се обособяват в няколко основни групи по вида на осъществяваната от тях дейност по веригата на стойността на иновационната индустрия.

4.1. Самостоятелни творци

Водеща по значение група в иновационните индустрии е тази на откривателите и изобретателите, наричани иноватори. Без иноватори е невъзможно създаването и функционирането на иновационните индустрии, тъй като не би имало кой да създаде творческия продукт (научната/техническата разработка), който да бъде превърнат в иновация посредством неговото индустриализиране и комерсиализиране.

Иноваторите са физически или юридически лица с иновационна идея или продукт или технология, която може да е патентована или все още да е в процедура по патентоване.

Пример за превръщането на една иновационна идея в продукт е европейското стартъп чудо Spotify³.

³ <https://www.spotify.com>

4.2. Технологични паркове

Технологичните паркове предоставят необходимата бизнес среда за функциониране на предприятията в иновационната индустрия. В техните отделни технологични и административни звена може да се провежда:

- научноизследователска дейност,
- развойна дейност, като се разработи пазарен прототип на иновацията, чрез нейното реално внедряване в производствен процес,
- консултации за управление на интелектуалната собственост като най-често тя принадлежи на технологичния парк, който е публично-частна структура (участие имат научноизследователските институти, държавата и отделни предприятия),
- маркетингови консултации като най-често технологичният парк промотира прототипа и при интерес от страна на бизнеса лицензира иновацията.

Предвид предоставената им компетентност, целта на технопарковете е да идентифицират и подкрепят идеи, насочени към успешното им внедряване и налагане на пазара като иновационни продукти, услуги и процеси, да създават условия за генериране на иновационни идеи и тяхната развойна дейност.

Естеството на дейностите, присъщи на звената в технопарковете, може да се определи като индустриална апробация в лабораторни условия. В допълнение, в технопарковете иновационните продукти се разработват и маркетингово, чрез създаване и закрива на търговска марка, промишлен дизайн, географско означение и се предоставят консултации, свързани с управлението на интелектуалната собственост.

В технологичните паркове се предоставят и различни видове услуги, свързани с довеждането на идеята до иновационен продукт с пазарен вид, като:

- образователни услуги;
- консултантски услуги за достъп до финансиране;
- бизнес инкубатори за стартиращи предприятия,
- изследователски лаборатории за развойна дейност;
- маркетинг услуги (придава се пазарен вид на продукта прототип и се разработва работен бизнес план за разходите по неговото внедряване);
- услуги, свързани с научноизследователска и развойна дейност и
- услуги, свързани с управлението на интелектуалната собственост за бизнес цели.

Профилът на технопарковете е с разнообразна специализация, съобразно приоритетните области за развитие, заложен в иновационната стратегия на съответната държава. Тъй като в тях се развива научноизследователска и развойна дейност, специализацията им следва да е изградена и в относи-

мост към стратегията за образование и наука на съответната държава на територията, на която са разположени.

За правилното и ефективно функциониране на технопарковете от значение е въпросите, свързани с интелектуалната собственост, да бъдат предварително решени. Така например, международната практика показва, че оптимална ефективност се постига при поделена интелектуална собственост между образователни или научноизследователски институции, държавна институция и иновационни предприятия, където първите апортират интелектуалната си собственост, а последните са нейни ползватели.

4.3. Центрове за технологичен трансфер и дружества с дялово участие

Особено значение в структурата на иновационните индустрии имат централите за технологичен трансфер и дружествата с дялово участие. Независимо от високата степен на значението им, както и от това, че на територията на страната има изградена инфраструктура все още съществуват законодателни и институционални пречки, които създават сериозни предизвикателства пред функционирането им и прилагането на добрите практики в областта.

4.3.1. Центрове за трансфер на технологии

Центровете за трансфер на технологии се създават към научноизследователски институти или университети, в които се създават творчески резултати – иновации. Спецификата на работата в центъра за трансфер изисква квалифициран персонал със задълбочени познания по интелектуална собственост. Създаването им трябва да е целево и в структури, занимаващи се със закрила, управление и защита на интелектуалната собственост за бизнес цели. Дейността на централите за трансфер на технологии е предоставят консултации относно закрилата на творческите продукти, степента им на иновативност, патентната им чистота, оценката им за пренасяне на научнотехническата информация и на резултатите от научноизследователския процес от фундаменталните науки (физика, химия, математика и т.н.) през приложните науки (инженерни науки и медицина) и развойните дейности в производството. Центровете за технологичен трансфер следва да бъдат бизнес звеното на всеки университет, тъй като те изграждат връзката Академия – Бизнес. Освен трансфер на технологии – иновациите, те могат да трансферират и знания (научно и образователно ноу-хау).

4.3.2. Търговско дружество със съвместно дялово участие на образователни или научноизследователски институти и на представители на бизнеса

Това са съвместни дружества, регистрирани с дяловото участие на университети или научноизследователски институти и представители на бизнеса. В тези дружества университетите или научноизследователските институти участват дялово в капитал, чрез апортиране на своите научноизследователски лаборатории и интелектуална собственост.

Представителите на бизнеса са задължени да внедряват, произвеждат и търгуват с предоставената интелектуална собственост и да не преотдават лицензии за нейното използване на трети лица. Този тип търговски дружества позволява на образователната институция или научноизследователския институт да реализират икономически своята интелектуална собственост и да се възползват максимално от нейния икономически потенциал като реализират печалба.⁴

4.4. Бизнес инкубатори

Бизнес инкубаторите са едно от основните структурни звена на технологичните паркове. Те опосредстват създаването на т.нар. стартиращи предприятия, като им създават необходимата бизнес среда за производствена и комерсиална дейност. Стартиращите предприятия често нямат възможност за инвестиционна активност, свързана с внедряването на дадена иновация, нито имат ликвидни средства, за да финансират оборудването на производствената база, закупуването на суровини и материали и т.н. Бизнес инкубаторите им предоставят напълно оборудвана производствена база заедно със суровини и материали напълно безвъзмездно за определен период от време, като едновременно с това се ползват и с данъчни облекчения. Единственото задължение на стартиращите предприятия е да развият иновационно производство с иновацията, създадена от научноизследователското звено на технопарка.

⁴ Този модел е доказано икономически ефективен и е правно регламентиран в Руския Федерален закон 273/2012 относно внедряването на резултатите от интелектуалната дейност на бюджетни научни организации за практическо приложение от стопански субекти.

4.5. Малки и средни предприятия в иновационните индустрии

Представителите на малкия и средния бизнес имат сериозен принос за развитието на икономиката на страната. Те генерират приблизително над 60% от добавената стойност и 75% от заетостта сред всички предприятия

4.5.1. Творчески малки и средни предприятия

Инфраструктурата на творческите предприятия в иновационните индустрии е изградена от следните звена:

а. Звено академични институции като университети и академии – БАН и научноизследователски институти

Академичните институции участват в творческите индустрии като малки и средни предприятия под формата на центровете за трансфер на технологии, търговските дружества и интелектуалните борси, центровете за високи научни постижения и центровете за компетентност. Те реализират два модела на комуникация с бизнеса за пазарната реализация на творческите си продукти:

- модел на активно предлагане – продажба или лицензиране чрез технологичен трансфер, участие в зрели компании и
- модел на активно търсене – поръчка от бизнеса за разработване на целеви творчески продукт или за провеждане на съвместна научноизследователска и развойна дейност.

б. Звено малки и средни научноизследователски предприятия

Представителите на малкия и средния бизнес имат издадени 276 патента.

в. Звено самостоятелни изобретатели

Те притежават най-високата патентна активност с издадени 765 патента.

Патентната активност в националното Патентно ведомство от приблизително 40% е съсредоточена в пет области: механика, осветление, отопление, двигатели и помпи, специални машини, фармация и медицинска техника. Тази информация очертава областите на функциониране на творческите предприятия в иновационните индустрии. Трябва да се отчете обстоятелството, че патентната активност не предоставя информация за процента на внедрените патентовани изобретения, което би посочило областите на функциониране на иновационните предприятия.

4.5.2. Иновационни малки и средни предприятия

Малките предприятия на територията на страната не са приоритетно иновационни. Едва 20% от тях развиват иновационна дейност, където 14% от тях са с технологични иновации, от които 5% са реализирали нови или усъ-

вършенствани продукти на пазара⁵. Техният оборот е едва 1.5% от общия оборот на МСП – 67%. Иновационно сътрудничество са реализирали само 18% от малките предприятия.

Участието на средните предприятия в иновативната икономика е значително по-сериозно – 33%, от които 29% с технологични иновации, а 10% от тях пазарно са реализирали нов или усъвършенстван продукт. Иновационното сътрудничество между предприятията е реализирано едва от 20% от средните предприятия.⁶

Изключително ниско е сътрудничеството между малките и средните предприятия и образователните и научноизследователските институции – едва 9% от предприятията са част от подобно сътрудничество.⁷ Причината за това е, че българските предприятия изразходват едва 0.39% от БВП за научноизследователска и развойна дейност. Нивото на иновативност на предприятията може да бъде определено от наличието на фактори като:

- степента на използване на информационни и комуникационни технологии,
- прилагането на бизнес и маркетингови стратегии в управлението,
- степента на професионална квалификация на кадрите,
- достъпа до финансиране и
- степента на знанията, свързани със закрилата и бизнеса с интелектуална собственост.

Голяма част от националните иновационни предприятия на международния технологичен пазар заемат позицията на „купувач“ на технологични иновации и ноу-хау, а не на „продавач“.

4.6. Мултинационални и местни развити компании⁸

Представителите на корпоративния бизнес в иновационните индустрии са много и са транснационални компании с глобални пазари. По-големите и разпознаваеми от потребителите се групират, както следва:

- представители на високо технологичния корпоративен бизнес като Samsung, Apple, Nokia, LG, Philips и HP;
- представители на софтуерния корпоративен бизнес като Microsoft и Google;

⁵ 2006-2010

⁶ данни от Национален статистически институт

⁷ Анализ на ситуацията и фактори за растеж на МСП в България: 2011-2012 ИАНМСП и НОЕМА

⁸ Виж http://conference.progressive.bg/archive/2014/assets/PDF-lectures/Julian_Dobrev_BLUEPres_Inovations_Conference.pdf

- представители на телекомуникационния корпоративен бизнес като Vivacom, Mtel, Globul;
- представители на хранително-вкусовия корпоративен бизнес като Danone, Coca-cola, Kamenitza, Milka и Nestle.

В системата на творческите индустрии съществуват и компании, които не притежават подобна известност, но независимо от това пазарната им оценка надминава 1 млрд. долара, например като компанията „Razer“.

5. Продукт на иновационните индустрии

Продуктът на иновационните индустрии се нарича иновационен продукт. Иновационният продукт се създава от дейността на иновационните предприятия, които могат да развият самостоятелна научноизследователска дейност или да придобият готов творчески продукт, който чрез своята дейност да превърнат в иновационен продукт, който по същество е иновация. Под иновация се разбира крайният резултат от процеса на създаване на нов продукт, услуга, процес или форма на организация. Тук се включват и всички видове нововъведения, независимо от тяхната степен на новост за пазара.⁹

5.2. Етапи при разработването на иновационен продукт

Етапите за създаване на иновационния продукт са осем и формират целия процес от зараждането на идеята до нейното пазарно реализиране като иновационен продукт. Етапите са структурирани така, че да позволяват на мениджърския екип на две „спирки“ да тества риска за предприятието от разработването на иновационния продукт и пускането му на пазара.

Първата спирка е на края на шестия етап когато, ако иновационното предприятие не може положително да отговори на очакваните резултати, то проектът на иновационен продукт е високорисков и икономически целесъобразно е да се прекратят инвестициите за неговото създаване.

Втората спирка е по време на последните два етапа, когато мениджърският екип може да прецени дали иновационният продукт да се финализира или да се модифицира, съобразно изискванията на пазарната среда.

а. Етап първи – генериране на идеи

С възникването на идеята стартира иновационната дейност на предприятието, когато идеята отговаря на потребностите на потребителя, тогава е икономически обосновано нейното индустриализиране. В системата на творческите индустрии, иновационните предприятия често генерират идеи в следствие на констатирани недостатъци при разработването на сходен иновационен продукт или при:

⁹ Национален код на икономическите дейности (НКИД) 2008

- наличие на технологии, предлагани за лицензиране,
- маркетингови проучвания за пазарното търсене,
- изследване дейността на конкурентите,
- вътрешнофирмени творчески групи, изследователски звена и т.н.

б. Етап втори – селектиране на идеите

На този етап се прави селекция на най-реалистичните идеи измежду всички генерирани за създаването на определен иновационен продукт. За целта на подбора се представя информация относно: описание на идеята за продукта, целевия пазар и конкуренцията, приблизителна оценка за размера на пазара, цената на продукта, време и разходи за разработка, производствени разходи и норма на печалба.

в. Етап трети – разработване и тестване на концепцията

Тестването на идеята дава информация за силните и слабите страни на всяка идея за продукта и определя продукта като: ”потребителски потребим” или ”потребителски неприемлив”. Използват се два начина за представяне на концепцията – представяне на основните идеи и позициониране на идеи за варианти на продукта.

г. Етап четвърти – разработване на маркетингова стратегия

Маркетинговата стратегия цели създаването на план за въвеждане на иновационния продукт на пазара. Разработва се в три части: описание на релевантния пазар; ценова и дистрибуционна стратегия и третата част: описание на продажбите и очакваната печалба.

д. Етап пети – бизнес анализ

На този етап мениджмънтът на иновационното предприятие изготвя бизнес анализ за привлекателността на иновационния продукт за потенциалните бизнес партньори, чрез подготвяне на прогнози за продажбите, разходите и печалбите за да определи степента на икономическата удовлетвореност от бизнеса на предприятието. Когато бизнес анализът даде положителни резултати се преминава към разработването на продукта като прототип.

е. Етап шести – разработване на продукта като прототип

Разработването на продукта като прототип се осъществява от инженери, конструктори и дизайнери, целта е да се установи дали е възможно да бъде изпълнен в технически и търговски смисъл. Това позволява на мениджърите да установят нужните инвестиции, неотложните разходи, необходими за задоволяването на изискванията на потребителите. Освен това се подобрява комуникацията между маркетинга, инженеринга и производството.

ж. Етап седми – тестване в реални пазарни условия

Пазарното тестване на продукта цели да се определи реакцията на потребителите при потребление или употреба на продукта, реакцията на търговския персонал при продажбата и обема на пазара.

з. Етап осми – комерсиализация на иновационния продукт

Комерсализацията на иновационния продукт е последният етап от процеса на разработване на продукта. На този етап се изгражда дистрибуторската мрежа, прилага се маркетинговият микс и въвеждащите пазарни стратегии. Независимо от етапността и прецизността в изпълнението на етапите, съществуват примери и за пазарни провали, например като продукта „Breakfastmates“ на „Kellogg“, както и такива за иновационни продукти, успешно навлезли на пазара, например като разтворимото кафе „3 в 1“ на Nestle за българския пазар.

В системата на творческите индустрии видовото обособяване на иновационните продукти е подчинено на степента на тяхната новост, а именно – от радикално нововъведение и световна новост до промяна в потребителските свойства на продукта или нова форма, цветово и дизайнерско решение и т.н.. Като основен класификационен критерий на иновационните продукти новостта бива:

- новост по отношение на иновационното предприятие и
- новост по отношение на пазара, т.е. световна новост.

Продуктите световна новост са високо инвестиционни продукти, които формират и висок пазарен риск за иновационното предприятие. Поради това повечето от малките и средните предприятия предпочитат разработването на някои от другите видове иновационни продукти за минимизиране на разходите и оптимизиране на приходите.

6. Пазар на иновационните индустрии

Пазарът на иновационните индустрии се формира от дейността на творческите и иновационните предприятия и от търсенето и предлагането на иновационни продукти за директно потребителско потребление и такива, предназначени за бизнеса.

Пазарът е сравнително динамичен, високорисков и висококонкурентен, като предприятията функционират в условия на асиметрична конкуренция. На него преобладават както представители на малкия и средния бизнес, така и представители на корпоративния бизнес. Съществена особеност на иновационния пазар е, че иновационната дейност е средството, което държи представителите на бизнеса в конкурентни отношения на пазара. Колкото е по-иновационно едно предприятие, толкова по конкурентоспособно е то в пазарна среда.

Съществена характеристика на пазара на иновации е, че той е високотехнологичен, отворен тип пазар, често и с трансгранични измерения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблематиката за структурирането на иновационните индустрии в системата на творческите индустрии и разграничаването им от традиционните иновационни индустрии е сериозно институционално, правно и бизнес предизвикателство. Спецификите на иновационните индустрии, функциониращи приоритетно чрез бизнеса с интелектуална собственост (като създаване или придобиване на творчески продукти – интелектуална собственост, тяхното използване в производствената и търговската дейност с бизнес цели и генерирането на приходи от това и то при наличието на търговски монопол, предоставен от интелектуалната собственост), изискват наличието на множество от разнообразни мениджърски умения на микро-ниво и на експертни познания на институционално макро-ниво, за да може да допринасят за формирането на БВП на страната.

ИНФОРМАЦИОННИ ИЗТОЧНИЦИ

Литература

1. Борисов, Б., Борисова, Вл. „Интелектуална собственост в: индустрията, селското стопанство, културата, дигиталната среда и компютърните системи, бизнеса с традиционни знания и баланса на фирмата като дълготрайни нематериални активи“, УИ „Стопанство“, С., 2015.
2. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K., “Managing innovation: integrating technological, market and organizational change”, third edition, John Wiley & Sons, Ltd, 2005.
3. Howkins, J., The Creative Economy: How People make Money from Ideas, London, 2001
4. Flew, Terry, “Creative industries and urban development”, Routledge, 2013
5. Flew, Terry, “Global Creative Industries”, John Wiley & sons, 2013
6. Cunningham, Stuart, “Hidden Innovation – policy, industry and the creative sector”, University of Queensland Press, 2013

Стратегически документи

1. Глобален иновационен индекс 2014.
2. Иновационна стратегия за интелигентна специализация ИСИС 2014-2020.
3. Национална стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2014-2020.

4. Национална стратегия за развитие на научните изследвания 2020
5. Руски Федерален закон 273/2012 относно внедряването на резултатите от интелектуалната дейност на бюджетни научни организации за практическо приложение от стопански субекти.
6. Анализ на ситуацията и фактори за растеж на МСП в България: 2011-2012 ИАНМСП и НОЕМА
7. Национален код на икономическите дейности (НКИД) 2008

Интернет сайтове

<https://www.sme.government.bg>, 2016

<https://www.nsi.bg>, 2016

<https://www.spotify.com>, 2016

КРИТЕРИИ ЗА СТРУКТУРНО ОБОСОБЯВАНЕ НА ИНОВАЦИОННИТЕ ИНДУСТРИИ В СИСТЕМАТА НА ТВОРЧЕСКИТЕ ИНДУСТРИИ

Резюме:

Изследването разглежда структурирането на иновационните индустрии в системата на творческите индустрии, като въвежда в проблематиката чрез изясняване на спецификата на икономиката на знанието и присъщите ѝ нови икономически ресурси като знанието и творчество. Акцентира върху значението на интелектуалната собственост за формирането на четвъртия икономически сектор, т.нар. творчески сектор и за релацията му с традиционния трисекторен модел. Идентифицира творческите индустрии, чрез интелектуалната собственост като класификационен критерий и извежда иновационните, като водещи във формирането на икономически показатели като заетост, добавена стойност и БВП. Извежда същността и структурните звена на иновационните индустрии, спецификата на тяхната дейност, като бизнес участници по веригата на стойността. Анализира характеристиките и процеса по създаване, производство и маркетинг на иновационния продукт, чрез извеждане на етапите и специфичните дейности на всеки един от тях. В допълнение, извежда класификационен критерий на видовете иновационни продукти. Идентифициран е пазарът на иновационните индустрии и са изведени неговите основни характеристики и специфики.

Ключови думи: икономика на знанието, творчески сектор, творчески индустрии, иновационни индустрии, интелектуална собственост, пазар, продукт,

JEL: A20, M2, O3.

CRITERIA FOR STRUCTURAL DIFFERENTIATION OF INNOVATION INDUSTRIES IN THE SYSTEM OF CREATIVE INDUSTRIES

Abstract:

The study examines the structuring of innovation industries in the system of creative industries, introducing into the problem by clarifying the specifics of the knowledge economy and the typical for it new economic resources such as knowledge and creativity. It emphasizes the importance of intellectual property for the formation of the fourth economic sector, the so-called creative sector, and for its relation with the traditional three-sector model. The study identifies the creative industries through intellectual property as a classification criterion, and defines the innovation ones as leading in shaping economic indicators such as employment, added value and GDP. The study outlines the essence and the structural units of innovative industries, the specifics of their activities as business participants along the value chain. It analyzes the characteristics and the process of creating, producing and marketing the innovation product by defining the stages and specific activities of each one of them. In addition, the study brings out classification criteria for the types of innovation products. The innovation industries' market has been identified and its main features and specifics are brought out.

Key words: knowledge economy, creative sector, creative industries, innovation industry, intellectual property, market, product.

JEL: A20, M2, O3.