

УНИВЕРЗИТЕТ “Св. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ” – БИТОЛА

ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ – ПРИЛЕП



ДОКТОРСКИ ПРОЕКТ

СТУДИСКА ПРОГРАМА: МЕЃУНАРОДЕН БИЗНИС – III циклус

ТЕМА:

**ВЛИЈАНИЕТО НА ИНОВАТНИТЕ АКТИВНОСТИ ВРЗ
ИЗВОЗНИТЕ ПЕРФОРМАНСИ НА ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ**

Ментор:

Проф. д-р Моника Ангелоска Дичовска

Изработил:

м-р Давид Салтамарски

Јануари 2023

Содржина

ВОВЕД	3
ОБРАЗЛОЖЕНИЕ НА ТЕМАТА НА ДОКТОРСКИОТ ТРУД	4
ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕ	11
ЦЕЛИ НА ИСТРАЖУВАЊЕ	12
ХИПОТЕТИЧКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО	13
ПЛАН И МЕТОД НА РАБОТА	13
ОЧЕКУВАНИ РЕЗУЛТАТИ	14
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	14-15

ВОВЕД

Денешниот деловен свет го карактеризираат турбулентност, голема динамичност и константни промени на макроекономско ниво, поттикнати од многу фактори. Промените секојдневно се случуваат и имаат големо влијание врз деловните субјекти и нивното прилагодување на новите пазарни услови. Процесот на планирање, инвестирање и надоградба на долг рок може да има голема влијание врз успешноста во работењето на компаниите и максимализирање на профитот. Секако тоа се комплексни процеси кои се одвиваат и за нив е потребно големо инвестирање, знаење и правилна стратегија со цел постигнување на компаративна предност на меѓународниот пазар со цел да се освои пазарниот дел и да се зголеми извозот. Како резултат на динамичното опкружување, голем дел од компаниите се обидуваат да иновираат на различни начини со цел да бидат во можност да ја оддржат и засилат својата конкурентност. Иновацијата е поврзана со зголемувањето на извозот и затоа е битно правилно алоцирање, искористување и препознавање на можностите кои се поврзани со иновациите. Секако, особено во високотехнолошките поризводства многу е битно вложување во истражување и развој со цел постигнување на конкурентска предност. Во најголем дел иновациите можат да произлезат токму од одделите за истражување и развој затоа е потребно да деловните субјекти инвестираат во овие оддели со цел постигнување на конкурентска предност. Главната цел и предмет на ова истражување ќе биде насочен кон идентификување на иновативните активности на деловните субјекти во Република Северна Македонија, со посебен осврт на средните компании и поврзноста, односно влијанието врз извозните перформанси на овие субјекти.

ОБРАЗЛОЖЕНИЕ НА ТЕМАТА НА ДОКТОРСКИОТ ТРУД

Динамичноста, напредните процеси, силната компетенција и стратиското планирање се круцијални во успехот на компаниите за нивна конкурентност на меѓународниот пазар. Со развојот на модерните технологии и револуцијата 4.0 за напредни производства се поголемата употреба на вештачка интелигенција во процесот на производство, конкуренцијата станува се посилен помеѓу компаниите. Секако, познато е од економската теорија дека одреден пазар во најголем дел го освојува оној кој ќе произведе напредно добро пред другите, кое ќе има најголема додадена вредност и кое ќе го произведе пред конкуренцијата, а на истата ќе и биде тешко да го произведе поради послаба конкурентска моќ.

За постигнување на овие резултати во овој комплексен процес клучни се повеќе фактори, меѓу кои иновациите играат многу важна улога. Иновација е имплементација на нов или значително подобрен производ (добро или услуга) или процес, нов маркетинг-метод или нов организациски метод во деловната практика, во организацијата на работното место или во надворешните односи. (Филиповски, Богоевска 2019) Оваа широка дефиниција за иновацијата опфаќа широк спектар на можни иновации. Минималниот услов за иновација е дека производот, процесот, методот на маркетинг или организацискиот метод мораат да бидат нови (или значително подобрени). Заедничка карактеристика на која било иновација е тоа дека мора да се имплементира. (Филиповски, Богоевска, 2019) Нов или подобрен производ станува иновација кога се воведува на пазарот. Слично, нови процеси, маркетинг-методи или организациски методи се иновација кога стануваат составен дел на работењето на компанијата. Иновациите активности во голема мера варираат од компанија до компанија. Некои компании спроведуваат иновативни проекти, како што се развојот и воведувањето на нов производ, додека други прават постојани подобрувања на нивните производи, процеси и операции. И двата вида компании можат да бидат иновативни: иновацијата може да се состои од спроведување на една значајна промена или серија помали поединечни промени што заедно претставуваат значајна промена. Иновацијата е еден од клучните двигатели на економскиот раст и развој која ја подобрува како конкурентноста на компаниите и целокупната економија така и општеството во целост. Иновацијата ја

зголемува и подобрува продуктивноста и значајно го менува начинот на живот и функционираме. Иновациите и образованието се едни од главните фактори за глобален успех во економијата заснована на знаење и вештини. Исто така, иновативните активности им помагаат на компаниите да ги искористат предностите и промените и да ги зголемат очекувањата на клиентите преку најразлични начини. Иновациите може да го намалат трошокот на производството како и да креираат нови пазари и лесно да се пробијат на нив со зголемена конкурентност. Тоа ќе има голем краен ефект врз профитабилноста, генерирање на нови работни места и зголемување на профитабилноста. На слика 1 е прикажан и графички приказ како иновацијата ефектуира врз процесите во одредена фирма. Таа ефектуира директно врз намалувањето на трошоците за производство, зголемување на пазарното учество и пораст како и зголемување на конкурентноста преку употреба на самите иновации. Исто така директно ефектуира врз зголемувањето на профитабилноста на деловните субјекти, генерира нови работни места како и помага во градење на нови пазари.



Слика 1. Придобивки за компаниите од процесот на иновација

Извор Филиповски, Богоевска, 2019

Иновацијата во голема мерка е поврзана и со финансиските перформанси на компаниите бидејќи тие играат улога во производствените трошоци на стоки и услуги.

Исто така иновациите придонесуваат и на други начини. Според Tidd и Bessant 2005 во една од најзначајните книги за Менаџирањето со иновации сугерираат на силна корелација помеѓу пазарните перформанси и новите производи. Новите производи секако, имаат влијание во задржувањето и проширувањето на компаниите на пазарите на кои настапуваат при што тоа директно влијае на профитабилноста. Во овој случај на веќе етаблирани и воспоставени продукти растот на продажбата нема да биде фактор само на ниските цени туку влијание ќе играат и други фактори како што се дизајнот, продуктното прилагодување и квалитетот. (Фулер,Пит, 1996).

Во денешните бизнис корпоративни и производствени околности каде што животниот циклус на производите значително е намален од претходно иновациите исто играат голема улога. На пример, животниот век на одреден модел на телевизор или компјутер па дури и на посложените производи како што се сложените производи за автомобили сега е потребно значително помалку време да се развијат. Важно е да се биде во можност да може да се заменат овие продукти со понови и подобри верзии за краток временски рок и пред своите конкуренти. (Сталк, Хоут,1990) Покрај овие фактори многу битно за компаративната предност на иновациите е да се произведуваат нови продукти бидејќи околностите брзо се менуваат. Новите продукти на пазарот често се гледаат и како најдоброто нешто од иновациите, но исто така ваква улога можат да играат и процесните иновации. Да се биде во можност да се направи нешто што никој друг неможе, или да се направи нешто на подобар начин од другите е еден од најмоќните извори на предност. На пример да ги земеме јапонските компании во секторите кои што беа најдоминантни како што се автомобилизмот, моторциклизмот, бродоградбата, потрошувачка електроника, особено кон крајот на дваесеттиот век ќе видиме дека тоа се должи благодарение на најнапредните способности на производство – нешто што произлезе од конзистентен модел на иновации во процесот. (Бесант, Павит,2005)

Иновациите варираат во обем, време на завршување и организациско и општествено влијание. Според предметот на иновација, Прирачникот од Осло (2005) се фокусира на четрите вида иновации и тоа: иновации на нови производи, процесни иновации, маркетинг иновации и организациски иновации.

Иновација на нов производ подразбира воведување на добра или на услуги што се нови или значително подобри од аспект на своите карактеристики или употребата за кои се наменети. Ова вклучува значителни подобрувања во техничките спецификации, компоненти и материјали, инкорпориран софтвер, покориснички настроен или други функционални карактеристики.

Процесни иновации се процеси кои водат кон имплементација на нов или значително подобрен метод на производство или испорака. Ова вклучува значителни промени во техниките, технологијата, опремата и/или софтверот.

Маркетинг-иновација е имплементација на нов маркетинг метод што вклучува значителни промени во дизајнот на производите или пакувањето, пласирањето на производите, промоцијата или цената. Иновациите во маркетингот се насочени кон подобро адресирање на потребите на клиентите, отворање нови пазари или ново позиционирање на пазарот, со цел зголемување на продажбата на компанијата.

Организациска иновација е имплементација на нов организациски метод во деловната практика на компанијата, работното место, организациската структура или надворешните односи.

Според авторите Bessant и Pavit, 2000 битно е да се разликува степенот на новитет кој самата иновација го донесува. Постојат разлики во самите нивоа на иновации кои што се протегаат од најмали инкрементални иновации, до најголеми кои можат да го сменат начинот на кој функционираме и да постигнат огромно ефекти. Инкременталните иновации вклучуваат модификација, рафинирање, поедноставување, консолидација и подобрување на постојните производи, процеси, услуги и активности за производство и дистрибуција. Поголемиот дел од иновациите спаѓаат во оваа категорија. (Филиповски, Богдановска, 2019)

Радикалните иновации пак од друга страна вклучуваат воведување на нови производи или услуги што прераснуваат во големи нови бизниси или создаваат нови индустрии или предизвикуваат значителни промени во целата индустрија и имаат тенденција да создаваат нови вредности. (Филиповски, Богдановска, 2019) Исто така некои автори за најважни ги земаат и радикалните иновации. Револуционерните иновации ги

изненадуваат луѓето. Тие се ретки настани што произлегуваат од научни или инженерски потфати. Тие се нарекуваат „пробивни“, бидејќи се однесуваат на нешта што повеќето луѓе ги сметаат за невозможни. Пробивните иновации креираат нова потреба или задоволуваат претходно незадоволена потреба. (Филиповски, Богдановска, 2019)

Според Осло прирачникот за иновации, битно е како иновациите се систематизираат според самиот извор, па така се наведени два типа. Првиот вид на иновации се иновациите кои настануваат од истражување и развој односно R&D и вторите кои не се R&D односно настануваат од други процеси.

Сепак доста автори се обидуваат да дефинираат што претставува R&D сепак нема некоја широка утврдена дефиниција, што конкретно значи и што све се вклопува во оваа дефиниција. Одредени дефиниции на оваа тема дава авторот Церемиах 2017, кој вели дека организирана, формална и континуирана активност е централна тема на повеќе дефиниции за истражувањето (Jeremiah,2017). OECD стандарди за R&D постојат а они се пропишани во OECD прирачникот Frascati од 2002 година како и во последниот прирачник издаден 2015 година, кој во суштина се зима и за еден од најмеродавните документи од оваа тематика. Прирачникот на ОЕЦД, споменува „систематски“ како клучен термин во неговата дефиниција, каде што R&D е креативна работа преземена на систематска основа со цел да се зголеми залихата на знаење, вклучително познавање на човекот, културата и општеството, и употребата на овој фонд на знаење за осмислување нови апликации.(OECD,2002).

Во прирачникот се опфатени лабораториски и индустриски видови на R&D, меѓу што се истакнува разлика помеѓу континуирано истражување и развој кое е истражување и развој спроведено во одделите на претпријатијата и “ад хок” истражувањеи развој што е спроведено на оперативниот дел ид бизнисот.

За некоја активност да биде идентификувана како R&D активност, треба да бидат исполнети пет главни делови а тоа се: (Frascati Manual, 2015)

- Да се насочени кон нови пронајдоци
- Да се заснова на оригинални, не очигледни концепти и хипотези (креативни)
- Да се биде неизвесен за конечен исход (неизвесен)

- Да се планира и буџетира (систематски)
- Да доведе до резултати кои би можеле да се репродуцираат (преносливи и/или може да се репродуцира) (To lead to results that could be possibly reproduced (transferable and/or reproducible))

Едукацијата и тренингот играат голема улога во одделите за истражување и развој. Секако одделите за истражување и развој се најкомплексните оддели кои бараат големи и стратешки вложувања како и голема инвестиција во човековите ресурси. Според прирачникот од OECD, се препорачува вработување на следниот кадар: Докторанти и магистерски студенти кои што исполнуваат специфични услови, супервизори на студенти кои се дел од наставниот кадар, даватели на специјализирана здравствена заштита во универзитетските болници.

Како што и претходно напоменавме, инвестирањето во иновациски вештини и активности може да претставува огромна додадена вредност за компаниите со цел зачувување и унапредување на компаниите а одлична можност за тоа е искористувањето на R&D одделите.

Со зголемувањето на глобализацијата и со се поинтензивното вмрежување на националните економии капиталот се повеќе се трансферира во меѓународни рамки. Меѓународната размена на стоки и услуги дава дополнителна можност за тоа, но на пазарот во светски рамки конкуренцијата, извозот и протекционизмот можат да играат голема улога. Затоа се потребни квалитетни производи со висока пропусливост со цел максимализирање на профитот, а во ова секако иновациите може да играат улога. Истражувања за влијанието на иновации врз извозот имаат дадено позитивен ефект, но сепак дебатата сеуште трае.

На пример, Перез (2012) открива дека извозниците се поинновативни од неизвозниците, додека, има доста малку информации каков е овој случај во однос на малите и средни претпријатија во земјите во развој. (Озчелик, Тејмаз 2016). Според Харис и Мофат 2011, треба да се очекува, потенцијлан врска помеѓу иновациите и извозот.

Теоретски, врз основа на дефиницијата за високотехнолошки извоз, односот помеѓу R&D, иновациите и извозот, треба резултатите да бидат позитивни. Во согласност со најчесто користената статистичка практика, (на пр. ЕУРОСТАТ, ОЕЦД, УНДП) поимот

„високо технолошки извоз“ се однесува на производи со висок интензитет на истражување и развој, како што се оние произведени продукти во воздушната, компјутерската, фармацевската, електрично - машинската, хемиската, електроничката и телекомуникациска индустрија или генерирани преку научно истражување. Општо земено, интензитетот на истражување и развој може да влијае на високиот извоз на технологија преку поттикнување на производствениот капацитет за високотехнолошки производи, зголемување и подобрување на интелектуалниот капитал, бројот на пријави за патенти и уделот на иновативните претпријатија.

Затоа, овие може да се сметаат како важни детерминанти на трендовите на извозот. Од друга страна, R&D и интензитетот на иновациите се директно поврзани со капацитетот на деловните субјекти и нивната способност да го асимилираат и искористат високотехнолошко знаење и да ја подигнат конкурентноста на нивните производи за извоз. Компаниите со поголем капацитет се способни полесно да ја идентификуваат вистинската побарувачка за нови продукти и технологии на странските пазари како и полесно да ги стават во производство таквите домашни продукти. (Санду, Циоцанел, 2014)

Во истражувањето на Харис и Мофат од 2008 година авторите тврдат дека има позитивна релација помеѓу иновациите, R&D и извозот. Според нив претпријатијата кои инвестирале во истражување и развој имале нешто повеќе од 48% поголема веројатност за извезуваат. Инвестирањето во R&D не било само како причина да се зголеми иновацијата, бидејќи претпријатијата со R&D, имаат можност да ја зголемат иновацијата за 20%, туку и да се зголеми не материјалната важност односно инвестирање во кадарот на претпријатието. Влијанието на заостанатото истражување пак влијае негативно врз извозот, што укажува на тоа дека претпријатијата што потрошиле за истражување и развој во претходниот период (на пр., во текот на 2002-2004 година) биле 14% помала веројатност за извоз во тековниот период (на пр., 2004-2006 година). (Харис, Мофат, 2008)

ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕ

Во денешните бизнис околности и во време на технолошки подем, големо конкурентно опкружување, иновациите можат да бидат клучот до остварувањето на конкурентска предност. Деловните субјекти треба да направат подетална анализа и да вложат во работа и развивање на иновациите, на долг рок со цел да можат да ја зголемат нивната конкурентност и да го максимализираат профитот. Според податоците од глобалната студија за индексирање на иновациите од 2018 година, направена од страна на Cornell Johnson Business College и WIPO (world intellectual property organization) Македонија се наоѓа на 71 место далеку зад земјите од Европската Унија. Тоа укажува на податокот дека компаниите во Македонија посебно средните и големите претпријатија мора да вложуваат многу во развојот на долг рок. Кај компаниите иновациите во најголем дел од случајот во Република Македонија се одвиваат во одделите за истражување и развој или истражување и дизајн но помал број на компании имаат ваков тип на одделинија кои работат со оваа проблематика.

Повеќето од компаниите кои имаат вакви оддели се наоѓаат во ТИП зоните а овие компании воедно имаат и големо влијание врз трговската динамика на државата. Трговијата и иновациите се меѓусебно поврзани и тоа е еден од битните елементи во конкурентската предност. Од една страна, трговијата може да послужи како начин за ширење на знаењето низ земјите. Од друга страна, трговијата влијае на поттикот на фирмите кон иновативни активности вклучувајќи истражување и развој и други активности преку кои се зголемува конкуренција и извозните можности. (Nabuo Kitiyama, OECD,2012).

Шумпетер сметал дека во едно зрело капиталистичко општество, иновативната активност во смисол на зголемување на истражувањето и развој се зголемува повеќе од пропорционално одколку големината на фирмата. Оваа претпоставка може да се оправда врз основа на тоа што поголемите фирми се подобро приспособени да ги искористат економиите од обем и опсегот во процесот на спроведување на истражување и развој (Шумпетер, 1950; Коен и Левин, 1989).

Имајќи го предвид претходно наведеното, предметот на истражување ќе биде насочен кон идентификување на иновативните активности на деловните субјекти во Република Северна Македонија, со посебен осврт на средните компании и поврзноста, односно влијанието врз извозните перформанси на овие субјекти.

ЦЕЛИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Примарна цел на трудот ќе биде да се истражи потенцијалот, односно иновативните практики и функционирање на R&D оддели во македонските компании и поврзаноста со извозните перформанси на истите. Како посебни цели кои ќе се истражуваат се следните:

- ✓ Идентификување на иновативни стратегии за поголем извозен потенцијал на деловните субјекти
- ✓ Идентификување на деловни практики со егзистирање на оддели за истражување и развој
- ✓ Да се потенцираат придобивките од функционирањето на одделите за истражување и развој
- ✓ Да се увиди иновативниот извозен потенцијал на деловните субјекти
- ✓ да се увиди како видовите на иновации ефектуираат на извозот на добрата

ХИПОТЕТИЧКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Главна хипотеза на истражувањето е иновативните активности имаат позитивно влијание врз извозните перформанси на деловните субјекти.

ПЛАН И МЕТОД НА РАБОТА

Во текот на ова истражување ќе бидат преименети различни видови на квантитативни и квалитативни методи на истражувачка работа. Истражувањето ќе биде сочинето од секундарни и примарни податоци.

Секундарното истражување ќе биде сочинето од наставни книги, научни трудови и научни истражувања, публикации, статии, извештаи и обработка на податоци од ДЗС, НБРМ, меѓународни релевантни организации и сл. Примарното истражување ќе се спроведе преку однапред структуриран анкетен прашалник наменет за деловни субјекти и преку директни интервјуа со претставници на компании. Примена ќе најдат: метод на компарација, метод на синтеза, генерализација и спецификација, како и метод на анализа. Преку, соодветен статистички метод и програма ќе бидат обработени собраните податоци со цел дескриптивно и квантитативно да се прикажат соодветни анализи, заклучоци и препораки.

ОЧЕКУВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Од резултатите на овој труд се очекува да се добијат насоки за подобрување на иновативните пристапи, примена на стратегии и методи во одделите за истражување и развој со цел да се зголеми извозот на компаниите. Од анализите за поврзаноста со иновациите кои се имплементирани на продуктите и нивната поврзаност со извозот се очекува да се идентификуваат клучните податоци и да се види какви стратегии треба да се применуваат за зголемување на извозните перформанси.

Очекуваните резултати што ќе излезат од ова истражување ќе претставуваат идни препораки за подобрување и зајакнување на работните процеси на компаниите особено оние кои се насочени кон меѓународниот пазар. Трудот ќе даде преглед и на добри практики за примена на иновативни стратегии со цел поголемо учество на меѓународните пазари.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

Baden-Fuller, C. and M. Pitt (1996) *Strategic Innovation*. Routledge, London

Evans, P. and T. Wurster (2000) *Blown to Bits: How the new economics of information transforms strategy*. Harvard Business School Press, Cambridge, Mass.

Francis, D. and J. Bessant (2005) 'Targeting innovation and implications for capability development', *Technovation*

Frascati Manual 2015 Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development

Hout T. (1990) *Competing against Time: How time-based competition is reshaping global markets*. Free Press, New York

Hammar N., Bellarpi Y, (2021), R&D, innovation and productivity relationships: Evidence from threshold panel model, *International Journal of Innovation Studies*, 113 – 126

Harris R, Moffat J, (2011), *R&D, Innovation & Exporting in Britain: An Empirical Analysis*, SERC

Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995) *The knowledge-creating company*. New York ; Oxford: Oxford University Press

Oslo Manual, guidelines for collecting and interpreting innovation data, OECD, 2005

Ozcelik, E. & Taymaz, E. (2004) Does Innovativeness Matter for International Competitiveness in Developing Countries? The Case of Turkish Manufacturing Industries, *Research Policy*, 33, 409-424

Pavitt, K. (2000) *Technology, Management and Systems of Innovation*. Edward Elgar, London

Pinho, J. C. & Martins, L. (2010) Exporting Barriers: Insights from Portuguese Small and Medium-Sized Exporters and Non-exporters, *Journal of International Entrepreneurship*, 8, 254-272

Kitiyama Nabuo, OECD, 2012

Rupin Jeremiah, *R&D Configurations and Innovation Outcomes the Case of Swedish R&D Offshore*, Stockholm School of Economics, 2017

Schumpeter, J. (1950) *Capitalism, Socialism and Democracy*, 3rd edn. Harper & Row, New York.

Şahin B, (2014) *The Relationship Between R&D Expenditures and Economic Growth: Panel Data Analysis 1990-2013*

Филиповски Александар, Богоеска Костоска Габриела, Водич за иновации на мали и средни претпријатија, Скопје, 2019