

Ինովացիայի հետազոտություն

ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԱԹԵՐԹ, 2015

Այս հետազոտությունը հավաքագրում է տեղեկություններ իրավաբանական անձանց և անհատ ձեռնարկատերերի (այսուհետ՝ կազմակերպություն) **ինովացիոն գործունեության** մասին 3 տարիների ընթացքում՝ 2013-2015թթ. ներառյալ:

Ինովացիան դա նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանքի, գործընթացի, կազմակերպչական մեթոդի կամ մարկետինգային մեթոդի ներդրումն է ձեր կազմակերպության կողմից:

Ինովացիան պետք է ունենա այնպիսի բնութագիր կամ օգտագործման նպատակային ձևեր, որոնք կամ նոր են, կամ ապահովում են էական բարելավումներ՝ համեմատած կազմակերպության կողմից նախկինում օգտագործվածի կամ վաճառվածի հետ:

Ինովացիան պետք է լինի նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված միայն ձեր կազմակերպության համար: Այն սկզբնապես կարող է մշակված կամ օգտագործված լինել այլ կազմակերպությունների կողմից:

Ինովացիոն գործունեությունն ընդգրկում են մեքենաների, սարքավորումների, շինությունների, համակարգչային ծրագրերի և լիցենզիաների ձեռքբերում, մեքենաշինություն և մշակման աշխատանք, իրագործելիության ուսումնասիրություն, դիզայն, վերապատրաստում, հետազոտություններ և մշակումներ (ՀՄ) ու մարկետինգ, եթե դրանք ուղղակիորեն ձեռնարկվում են որևէ արտադրանքի կամ գործընթացի ինովացիա մշակելու և/կամ իրականացնելու համար: Մա նաև ներառում է ՀՄ բոլոր տեսակները՝ բաղկացած հետազոտական և մշակման գործունեություններից, որոնց նպատակն է ստեղծել նոր գիտելիքներ կամ լուծել գիտական կամ տեխնիկական խնդիրներ:

Հարցաթերթի 3-րդից մինչև 8-րդ բաժիններն ընդգրկում են արտադրանքի և գործընթացային ինովացիաները: Կազմակերպչական և մարկետինգային ինովացիաներն ընդգրկված են 9-րդ և 10-րդ բաժիններում:

Խնդրում ենք պատասխանել **բոլոր** հարցերին, եթե ցուցումներն այլ բան չեն նախատեսում:

Անձը, ում հետ կարելի է կապվել՝ հարցաթերթի վերաբերյալ որևէ հարցման անհրաժեշտության դեպքում.

Անուն, ազգանուն _____

Պաշտոն _____

Հեռ. _____

Էլ-փոստ _____

1. Ընդհանուր տեղեկություն կազմակերպության մասին

Կազմակերպության անունը _____

Հասցե _____

Հեռ. _____

Էլ-փոստ _____

Փոստային կոդ _____ Հիմնական գործունեություն _____

1.1. Ո՞ր աշխարհագրական շուկաներում է ձեր կազմակերպությունը վաճառել ապրանքներ և/կամ ծառայություններ 2013- 2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում.

	Այո 1	Ոչ 0
Ա. Տեղական/տարածքային մակարդակով Հայաստանում	☐	☐
Բ. Ազգային մակարդակով (Հայաստանի այլ մարզերում)	☐	☐
Գ. Եվրոպական միության կամ ասոցացված երկրներում*	☐	☐
Դ. Այլ երկրներում	☐	☐

Այս աշխարհագրական տարածքներից ո՞րն է եղել ձեր ամենամեծ շուկան շրջանառության տեսանկյունից 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում:

(Նշեք համապատասխան տառը) _____

*Ընդգրկում է Եվրոպական միության (ԵՄ) հետևյալ երկրները և ասոցացված երկրները. Ալբանիա, Ավստրիա, Բելգիա, Բոսնիա և Հերցեգովինա, Բուլղարիա, Խորվաթիա, Կիպրոս, Չեխիայի Հանրապետություն, Դանիա, Էստոնիա, Ֆինլանդիա, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Հունաստան, Հունգարիա, Իսլանդիա, Իտալիա, Իռլանդիա, Կոսովո, Լատվիա, Լիխտենշտեյն, Լիտվա, Լյուքսեմբուրգ, Մակեդոնիայի ՆՀՀ, Մալթա, Մոնտենեգրո, Նիդերլանդներ, Նորվեգիա, Լեհաստան, Պորտուգալիա, Ռումինիա, Սերբիա, Սլովենիա, Սլովակիա, Շվեյցարիա, Թուրքիա, Իսպանիա, Շվեդիա, և Միացյալ Թագավորություն:

2. Հիմնական տնտեսական տեղեկությունները ձեր կազմակերպության մասին

2.1. Որքա՞ն էր ձեր կազմակերպության ընդհանուր շրջանառությունը 2015թ. համար. (տվեք շրջանառությունը հազ. դրամով, հիմնական գներով): Շրջանառությունը սահմանվում է որպես ապրանքի և ծառայությունների շուկայական վաճառք (ներառեք բոլոր հարկերը, բացի ԱԱՀ /վարկային հաստատությունների համար դեբիտորական պարտքեր և նմանատիպ եկամուտներ, ապահովագրական ծառայությունների դեպքում տվեք համախառն (բրուտո) սակագները/):

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2.2. Որքա՞ն է եղել ձեր կազմակերպության աշխատողների միջին թվաքանակը 2015թ-ին.

--	--	--	--	--	--	--	--

3.Արտադրանքի ինովացիա (ապրանք կամ ծառայություն)

Արտադրանքի ինովացիան դա նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված ապրանքի կամ ծառայության ներկայացումն է շուկայում՝ կապված դրա կարողությունների, սպառողին հարմար լինելու, բաղադրիչների կամ ենթահամակարգերի հետ:

- Ապրանքի ինովացիան (նոր կամ կատարելագործված) պետք է լինի նոր ձեր կազմակերպության համար, սակայն պարտադիր չէ, որ նոր լինի շուկայի համար:
- Արտադրանքի ինովացիան կարող են սկզբնապես մշակված լինել ձեր կազմակերպության կամ այլ կազմակերպությունների կողմից:

Ապրանքը սովորաբար շոշափելի օբյեկտ է, ինչպես սմարթֆոնը, կահույքը կամ համակարգչային ծրագրային փաթեթը, սակայն ներբեռնվող համակարգչային ծրագիրը, երաժշտությունը և ֆիլմը նույնպես ապրանքներ են: Ծառայությունը սովորաբար շոշափելի չէ, ինչպես օրինակ մանրածախ առևտուրը, ապահովագրությունը, կրթական դասընթացները, օդանավով ճամփորդելը, խորհրդատվությունը և այլն:

3.1. 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը ներակայացրե՞լ է.

	Այո 1	Ոչ 0
Ապրանքի ինովացիա. Նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված ապրանք (բացառեք նոր ապրանքի պարզ վերավաճառքը և գուտ էսթետիկ բնույթի փոփոխությունները)	☐	☐

Եթե «այո», նշեք ամենակարևոր ապրանքի անվանումը և հակիրճ նկարագրեք այն

Ծառայությունների ինովացիա. Նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված ծառայություններ	☐	☐
Եթե «այո», նշեք ամենակարևոր ծառայության անվանումը և հակիրճ նկարագրեք այն		

**Եթե բոլոր հարցերի պատասխանները «ոչ» են, անցեք 4-րդ բաժնին,
հակառակ դեպքում՝ անցեք 3.2 հարցին**

3.2. Ո՞վ է մշակել այս արտադրանքի ինովացիան.

	<i>Նշեք բոլոր հնարավոր պատասխանները</i>	
	Ապրանքի ինովացիա	Ծառայությունների ինովացիա
Ձեր կազմակերպությունն ինքնուրույն	☐	☐
Ձեր կազմակերպությունն այլ կազմակերպությունների հետ*	☐	☐
Ձեր կազմակերպությունը՝ սկզբնապես այլ կազմակերպությունների կողմից մշակված ապրանքը կամ ծառայությունները հարմարեցնելով կամ ձևափոխելով*	☐	☐
Այլ կազմակերպություններ	☐	☐

* Այդ թվում անկախ կազմակերպություններ գումարած ձեր կազմակերպությունների խմբի այլ մասեր (դուստր կազմակերպություններ, քույր կազմակերպություններ, գլխավոր գրասենյակ, և այլն): Կազմակերպություններն ընդգրկում են համալսարաններ, հետազոտական ինստիտուտներ, ոչ առևտրային կազմակերպություններ և այլն:

3.3. 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ձեր արտադրանքի որոշ ինովացիաներ (ապրանք կամ ծառայություն) եղել են.

		Այո 1	Ոչ 0
Նոր ձեր շուկայի համար	Ձեր կազմակերպությունը ներկայացրել է նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանք ձեր շուկայում ձեր մրցակիցներից առաջ (հնարավոր է այն արդեն հասանելի է այլ շուկաներում)	☐	☐
Նոր միայն ձեր կազմակերպության համար	Ձեր կազմակերպությունը ներկայացրել է նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանք, որը արդեն հասանելի էր ձեր մրցակիցների կողմից ձեր շուկայում	☐	☐

Վերևում բերված սահմանումներն օգտագործելով տվեք 2015թ. ձեր ընդհանուր շրջանառության տոկոսները.

2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ներկայացված նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանքից, որոնք եղել են նոր ձեր շուկայի համար					%
2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ներկայացված նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանքներից, որոնք եղել են նոր միայն ձեր կազմակերպության համար					%
Արտադրանքներից, որոնք չեն փոփոխվել կամ քիչ չափով են փոփոխվել՝ 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում (ներառյալ այլ կազմակերպություններից գնված նոր արտադրանքի վերավաճառքը)					%
Շրջանառությունը, ընդամենը	1	0	0		%

4. Գործընթացային ինովացիա

Գործընթացային ինովացիան դա **արտադրման նոր** կամ **նշանակալիորեն կատարելագործված** գործընթաց է, բաշխման մեթոդ կամ աջակցող գործողություն:

- Գործընթացային ինովացիան պետք է լինի **նոր ձեր կազմակերպության համար**, սակայն **պարտադիր չէ, որ դա լինի նոր ձեր շուկայի համար**:
- Հնարավոր է, որ ինովացիան սկզբնապես մշակված է եղել ձեր կազմակերպության կամ այլ կազմակերպությունների կողմից:
- Բացառեք զուտ կազմակերպչական ինովացիաները, դրանք ընդգրկված են 9-րդ բաժնում:

4.1. 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը ներկայացրե՞լ է.

	Այո 1	Ոչ 0
Ապրանքի կամ ծառայության արտադրման համար մշակող արդյունաբերության նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված մեթոդներ <i>Եթե «այո», նշեք ամենակարևոր մեթոդի անվանումը և հակիրճ նկարագրեք այն</i>	☐	☐
Ձեր ծախսերի, ապրանքի կամ ծառայությունների համար նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված նյութատեխնիկական հագեցվածություն, առաքման կամ բաշխման մեթոդներ <i>Եթե «այո», նշեք ամենակարևոր մեթոդի անվանումը և հակիրճ նկարագրեք այն</i>	☐	☐
Ձեր գործընթացների համար նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված աջակցող գործողություններ, օրինակ՝ շահագործման համակարգեր կամ գնման, հաշվապահական կամ համակարգչային գործառնություններ <i>Եթե «այո», նշեք ամենակարևոր գործողության անվանումը և հակիրճ նկարագրեք այն</i>	☐	☐

**Եթե բոլոր հարցերի պատասխանը «ոչ» է, անցեք 5-րդ բաժնին,
հակառակ դեպքում, անցեք 4.2 հարցին**

4.2. Ո՞վ է մշակել այս գործընթացային ինովացիան.

	<i>Նշեք բոլոր հնարավոր պատասխանները</i>
Ձեր կազմակերպությունն ինքնուրույն	☐
Ձեր կազմակերպությունն այլ կազմակերպությունների հետ*	☐
Ձեր կազմակերպությունը՝ սկզբնապես այլ կազմակերպությունների կողմից մշակված ապրանքը կամ ծառայությունը հարմարեցնելու կամ ձևափոխելու միջոցով*	☐
Այլ կազմակերպություններ*	☐
<i>*Այդ թվում՝ անկախ կազմակերպություններ գումարած ձեր կազմակերպությունների խմբի այլ մասեր (դուստր կազմակերպություններ, քույր կազմակերպություններ, գլխավոր գրասենյակ, և այլն): Կազմակերպություններն ընդգրկում են համալսարաններ, հետազոտական ինստիտուտներ, ոչ առևտրային կազմակերպություններ և այլն:</i>	

5. Շարունակական կամ մինչ իրականացումը դադարեցված գործունեություններ արտադրանքի կամ գործընթացային ինովացիայի համար

Ինովացիոն գործունեություններն ընդգրկում են մեքենաների, սարքավորումների, շինությունների, համակարգչային ծրագրերի և լիցենզիաների ձեռքբերում, մեքենաշինություն և մշակման աշխատանք, իրագործելիության ուսումնասիրություն, դիզայն, վերապատրաստում, ՀՄ և մարկետինգ, երբ դրանք ուղղակիորեն ձեռնարկվում են զարգացնելու և/կամ իրականացնելու որևէ արտադրանքի կամ գործընթացի ինովացիա: Սա ներառում է նաև ՀՄ բոլոր տեսակները՝ բաղկացած հետազոտական և մշակման աշխատանքներից, որոնց նպատակն է ստեղծել նոր գիտելիքներ կամ լուծել գիտատեխնիկական խնդիրներ:

5.1. 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունն արդյոք ունեցե՞լ է ինովացիոն գործունեություններ, որոնց արդյունքում արտադրանքի կամ գործընթացային ինովացիա չի ստեղծվել, որովհետև գործունեությունները.

	Այո 1	Ոչ 0
Դադարեցվել կամ կասեցվել են նախքան ավարտը	☐	☐
Դեռևս ընթացքի մեջ են	☐	☐

Եթե 3.1, 4.1 և 5.1 հարցերի բոլոր տարբերակների պատասխանները «ոչ» են,

ապա անցեք 9-րդ բաժնին,

հակառակ դեպքում անցեք 6-րդ բաժնին

6. Գործունեություններ և ծախսեր արտադրանքի և գործընթացային ինովացիայի համար

6.1. 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը զբաղվե՞լ է հետևյալ ինովացիոն գործունեություններով.

		Այո 1	Ոչ 0
Մեփական հետազոտություն և մշակում (ՀՄ)	Հետազոտությունների և մշակման գործունեություններ, որոնք ձեր կազմակերպությունը ձեռնարկել է նոր գիտելիքներ ստեղծելու կամ գիտատեխնիկական խնդիրներ լուծելու համար (այդ թվում կազմակերպության ներսում համակարգչային ծրագրերի մշակում, որը բավարարում է սույն պահանջները) <i>Եթե «այո», արդյո՞ք ձեր կազմակերպությունը 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում իրականացրել է ՀՄ.</i> Շարունակաբար (ունեցել էք մշտական ՀՄ ☐ 1 աշխատակազմ կազմակերպության ներսում) Հազվադեպ (միայն ըստ անհրաժեշտության) ☐ 2	☐	☐
Արտաքին ՀՄ	Ձեր կազմակերպությունը պայմանագրով ՀՄ հանձնել է այլ կազմակերպությունների (այդ թվում ձեր խմբի կազմակերպություններին) կամ պետական կամ մասնավոր հետազոտական կազմակերպությունների	☐	☐
Մեքենաների, սարքավորումների, համակարգչային ծրագրերի և շինությունների ձեռքբերում	Առաջատար մեքենասարքավորումների, համակարգչային ծրագրերի և շինությունների ձեռքբերում, որոնք պետք է օգտագործվեն նոր կամ նշանակալիորեն բարելավված արտադրանքի կամ գործընթացների համար	☐	☐
Այլ կազմակերպություններից գիտելիքի ձեռքբերում	Գոյություն ունեցող տեխնոլոգիայի իմացության, հեղինակային իրավունքով պաշտպանված աշխատանքների, արտոնագրված և ոչ արտոնագրված գյուտերի և այլնի ձեռքբերում այլ կազմակերպություններից՝ նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանքի և գործընթացների մշակման համար	☐	☐
Վերապատրաստում ինովացիոն գործունեությունների համար	Ձեր աշխատակազմի համար կազմակերպության ներսում կամ ըստ պայմանագրի կազմակերպությունից դուրս վերապատրաստումներ՝ նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանքի և գործընթացների մշակման և/կամ ներկայացման համար	☐	☐
Ինովացիաների ներկայացում շուկայում	Կազմակերպության ներսում կամ պայմանագրով այլ կազմակերպության հանձնված գործողություններ՝ շուկայում ձեր նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված ապրանքի կամ ծառայությանների կայացման, այդ թվում և շուկայի հետազոտության, և գովազդ սկսելու համար	☐	☐
Դիզայն	Կազմակերպության ներսում կամ պայմանագրով այլ կազմակերպության հանձնված գործողություններ՝ ապրանքի կամ ծառայության ձևը, արտաքին տեսքը կամ օգտագործման եղանակը փոփոխելու համար	☐	☐
Այլ	Կազմակերպության ներսում կամ պայմանագրով այլ կազմակերպության հանձնված գործողություններ՝ իրականացնելու նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանք և գործընթացներ, օրինակ իրագործելիության ուսումնասիրություն, փորձարկում, գործիքներով հազեցվածություն, արտադրության կազմակերպում և այլն:	☐	☐

6.2. Որքա՞ն է ծախսել ձեր կազմակերպությունը հետևյալ ինովացիոն գործունեություններից յուրաքանչյուրի վրա **2015թ-ին**: Ինովացիոն գործունեությունները սահմանված են վերևում՝ 6.1 հարցում: Ներառեք ընթացիկ ծախսերը (այդ թվում աշխատուժի վրա կատարված ծախսերը, պայմանագրով այլ կազմակերպության հանձնված գործողությունները և առնչվող այլ ծախսերը) ինչպես նաև կապիտալ ծախսերը շինությունների և սարքավորումների վրա (տվեք ծախսերը հազ. դրամով):

Խնդրում ենք լրացնել «0», եթե ձեր կազմակերպությունը 2015թ. չի ունեցել ծախսեր նման գործողության համար: Խնդրում ենք գնահատել, եթե չկան ճշգրիտ հաշվապահական տվյալներ

Կազմակերպության ներսում ՀՄ (ներառեք ընթացիկ ծախսերը, հատկապես ՀՄ-ի համար իրականացված աշխատուժի վրա կատարված ծախսերը և շինությունների ու սարքավորումների վրա կապիտալ ծախսերը)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Արտաքին ՀՄ

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Մեքենաների, սարքավորումների, համակարգչային ծրագրերի և շինությունների ձեռքբերում (բացառեք այն ծախսերը, որոնք ՀՄ-ի համար են)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Առկա գիտելիքի ձեռքբերում այլ կազմակերպություններից

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Ինովացիայի մնացած բոլոր գործողությունները, ներառյալ դիզայնի, վերապատրաստման, մարկետինգային և այլ գործողությունները

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Ծախսեր, ընդամենը

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

7. Պետական ֆինանսական աջակցություն ինովացիային

7.1. 2013-2015թթ. ժամանակահավածում ստացե՞լ եք պետական ֆինանսական աջակցություն ինովացիայի համար: Ներառեք ֆինանսական աջակցությունը հարկային արտոնությունների կամ հարկերի նվազեցման, դրամաշնորհների, սուբսիդավորված փոխառությունների, փոխառության երաշխավորման միջոցով: Բացառեք պետական հատվածի* համար ըստ պայմանագրի իրականացվող ՀՄ-ներն ու այլ ինովացիոն գործունեություններն ամբողջությամբ:

Այո	Ոչ
<i>1</i>	<i>0</i>
☐	☐

** Պետական հատվածը ներառում է պետական սեփականություն հանդիսացող կազմակերպություններ, ինչպես օրինակ պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմիններ, դպրոցներ, հիվանդանոցներ, անվտանգության, տրանսպորտային, բնակարանային, էլեկտրաէներգիայի և այլ ծառայություններ մատուցող պետական հաստատություններ:*

8. Համագործակցությունն արտադրանքի և գործընթացային ինովացիաների համար

8.1. 2013-2015թթ. ժամանակահավածում ձեր կազմակերպությունը համագործակցե՞լ է այլ կազմակերպությունների հետ ձեր ինովացիաներից որևէ մեկի շրջանակներում: Ինովացիոն համագործակցությունը դա այլ կազմակերպությունների հետ ակտիվ համագործակցությունն է ինովացիոն գործողությունների առնչությամբ: Պարտադիր չէ, որ երկու գործընկերներն էլ առևտրային օգուտ ստանան: Բացառեք պայմանագրով աշխատանքի հանձնումն այլ կազմակերպության, որի հետ չունեք որևէ ակտիվ համագործակցություն:

Ոչ	☐ (Մնցեք 9-րդ բաժնին)
Այո	☐ (Մնցեք 8.2. հարցին)

8.2. Խնդրում ենք, նշեք համագործակցող գործընկերոջ տեսակն ըստ գտնվելու վայրի.

Նշեք բոլոր հնարավոր պատասխանները

Համագործակցության գործընկերոջ տեսակը	Հայաստան	Եվրոպա*	Միացյալ նահանգներ	Չինաստան կամ Հնդկաստան	Այլ երկրներ
Ա. Այլ կազմակերպություններ ձեր կազմակերպությունների խմբում	☐	☐	☐	☐	☐
Բ. Սարքավորումների, նյութերի, դետալների կամ համակարգչային ծրագրերի մատակարարներ	☐	☐	☐	☐	☐
Գ. Հաճախորդներ կամ գնորդներ մասնավոր հատվածից	☐	☐	☐	☐	☐
Դ. Հաճախորդներ կամ գնորդներ պետական հատվածից	☐	☐	☐	☐	☐
Ե. Մրցակիցներ կամ այլ ազմակերպություններ**	☐	☐	☐	☐	☐
Զ. Խորհրդատուներ և առևտրային լաբորատորիաներ	☐	☐	☐	☐	☐
Է. Համալսարաններ կամ այլ ԲՈՒՀ-եր	☐	☐	☐	☐	☐
Ը. Պետական կամ մասնավոր հետազոտական ինստիտուտներ	☐	☐	☐	☐	☐

* Այդ թվում Եվրոպական միության (ԵՄ) հետևյալ երկրները և ասոցացված երկրները. Ալբանիա, Ավստրիա, Բելգիա, Բոսնիա և Հերցեգովինա, Բուլղարիա, Խորվաթիա, Կիպրոս, Չեխիայի Հանրապետություն, Դանիա, Էստոնիա, Ֆինլանդիա, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Հունաստան, Հունգարիա, Իսլանդիա, Իտալիա, Բոլանդիա, Կոսովո, Լատվիա, Լիխտենշտեյն, Լիտվա, Լյուքսեմբուրգ, Մակեդոնիայի ՆՀՀ, Մալթա, Մոնտենեգրո, Նիդերլանդներ, Նորվեգիա, Լեհաստան, Պորտուգալիա, Ռումինիա, Սերբիա, Սլովենիա, Սլովակիա, Շվեյցարիա, Թուրքիա, Բուլղարիա, Շվեդիա, և Միացյալ Թագավորություն:

** Այս հարցը վերաբերվում է ինովացիայի համագործակցող գործընկերներին և հնարավոր համագործակցություններից մեկն այն է, որ գործընկերը միննույն հատվածից է (NACE գործունեությունների խումբ), ինչ որ տվյալ կազմակերպությունը: Օրինակ՝ Կոկա Կոլան և Պեպսին մրցակիցներ են, բայց կարող են միասին աշխատել բնապահպանական ինովացիա ստեղծելու ուղղությամբ:

8.3. Ո՞ր համագործակցող գործընկերն է (8.2. կետի) եղել ամենարժեքավորը ձեր կազմակերպության համար.

(Նշեք համապատասխան տառը) _____

9. Կազմակերպչական ինովացիա

Կազմակերպչական ինովացիան դա նոր կազմակերպչական մեթոդ է ձեր կազմակերպության բիզնես փորձառություններում (այդ թվում և գիտելիքի կառավարումը), աշխատատեղի կազմակերպման կամ արտաքին հարաբերություններում, որը նախկինում չի օգտագործվել ձեր կազմակերպության կողմից:

- Դա պետք է լինի դեկավարության կողմից ռազմավարական որոշումների արդյունք
- Բացառեք միաձուլումները և ձեռքբերումները, նույնիսկ առաջին անգամվա դեպքում:

9.1. 2013-2015թթ. Ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը ներկայացրե՞լ է.

	Այո 1	Ոչ 0
Ընթացակարգերը կազմակերպելու համար նոր բիզնես փորձառություններ (այն է՝ մատակարարման շղթայի կառավարման (ՄՇԿ)* առաջին անգամ օգտագործում, բիզնես գործընթացների վերակառուցում, գիտելիքի կառավարում, խելացի արտադրում**, որակի կառավարում և այլն)	☐	☐
Աշխատանքային պարտականությունների և որոշումների կայացման նոր մեթոդներ (այն է՝ աշխատակիցների պարտականությունների, թիմային աշխատանքի, ապակենտրոնացման, բաժինների ինտեգրման կամ ապաինտեգրման, կրթական/վերապատրաստման և այլնի համար նոր համակարգերի առաջին անգամ կիրառում)	☐	☐
Այլ մասնավոր կամ պետական կազմակերպությունների հետ արտաքին հարաբերությունների կազմակերպման նոր մեթոդներ (այն է՝ առաջին անգամ դաշինքների, գործընկերությունների, պատվիրակման կամ ենթակապալառուի հետ պայմանագրի և այլնի օգտագործում)	☐	☐

* ՄՇԿ-ն դա ապրանքի և ծառայությունների հոսքի կառավարումն է: Այն իրենից ներկայացնում է մատակարարման շղթայի գործողությունների կառավարում՝ հաճախորդի արժեքն առավելագույնի հասցնելու և կայուն մրցակցային առավելության հասնելու նպատակով: Ներկայում ՄՇԿ-ն հայտնի է որպես համակարգչային ծրագիր: ՄՇԿ-ի համակարգչային ծրագրի երկու հիմնական տեսակ կա՝ պլանավորման հավելվածներ և կատարման հավելվածներ: Պլանավորման հավելվածներն օգտվում են առաջատար ալգորիթմներից՝ որոշելու համար պատվերը լավագույնս կատարելու ուղին: Կատարման հավելվածները հետևում են ապրանքի ֆիզիկական կարգավիճակին, նյութերի կառավարմանը, ֆինանսական տեղեկատվությանը՝ ընդգրկելով բոլոր կողմերին:

** Խելացի արդյունաբերությունը դա տեսություն է, համաձայն որի կարող էք նվազեցնել կորուստները և պահել այն մարդկանց, սարքավորումները և աշխատանքային տարածքը, որոնք արձագանքում են նրան, ինչի կարիքն այս պահին կա: Խելացի արտադրումը կոնվեյերական/փոխարկիչ մեթոդաբանություն է: Այն նաև հայտնի է որպես Տոյոտայի արտադրման համակարգ, կամ ճիշտ ժամկետներում արտադրում: Հիմնական սկզբունքներն են.

1. վերացնել անտեղի կորուստները,
2. նվազեցնել գույքացուցակը,
3. առավելագույնի հասցնել հոսքը,
4. արտադրել ըստ հաճախորդի պահանջարկի,
5. բավարարել հաճախորդի պահանջները,
6. կատարել ճիշտ առաջին անգամից,
7. արտոնություններ տալ աշխատողներին,
8. նախատեսել արագ փոփոխություններ,
9. համագործակցել մատակարարների հետ,
10. ստեղծել շարունակական բարելավումների մշակույթ:

10. Մարկետինգային ինովացիա

Մարկետինգային ինովացիան դա նոր մարկետինգային հայեցակարգի կամ ռազմավարության իրականացումն է, որն էապես տարբերվում է ձեր կազմակերպության առկա մարկետինգային մեթոդներից և որը դեռևս չի օգտագործվել:

- Այն պահանջում է նշանակալի փոփոխություններ արտադրանքի դիզայնի կամ փաթեթավորման, գովազդի տեղադրման, առաջադրման կամ գնի որոշման մեջ:
- Բացառեք սեզոնային, պարբերական և այլ սովորական փոփոխությունները մարկետինգային մեթոդներում:

10.1. 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը ներկայացրե՞լ է.

	Այո 1	Ոչ 0
Ապրանքի կամ ծառայության էությունիկ դիզայնի կամ փաթեթավորման նշանակալի փոփոխություններ (բացառեք այն փոփոխությունները, որոնք փոխում են արտադրանքի <i>ֆունկցիոնալ կամ սպառողական բնութագիրը: Սրանք արտադրանքի ինովացիաներ են</i>)	☐	☐
Նոր տեղեկատվական միջոց կամ տեխնոլոգիա արտադրանքի գովազդի համար (<i>առաջին անգամ նոր գովազդային տեղեկատվական միջոցի, բրենդի նոր նկարի, հավատարմության քարտերի ներդրման և այլնի օգտագործում</i>)	☐	☐
Արտադրանքի գովազդի տեղադրման կամ վաճառքի ուղիների նոր մեթոդներ (<i>առաջին անգամ ֆրանչայզինգի կամ բաշխման արտոնագրերի, ուղղակի վաճառքի, էքսկլյուզիվ մանրածախ առևտրի, արտադրանքի ներկայացման համար նոր հայեցակարգերի օգտագործում</i>)	☐	☐
Ապրանքի կամ ծառայությունների գների որոշման համար նոր մեթոդներ (<i>առաջին անգամ ըստ պահանջարկի գների փոփոխման որոշման, զեղչային համակարգի և այլնի օգտագործում</i>)	☐	☐

Եթե պատասխանել եք «ոչ» 3.1, 4.1, 5.1, 9.1 և 10.1 հարցերի բոլոր տարբերակներին, անցեք 13 հարցին, հակառակ դեպքում անցեք 11-րդ հարցին:

11. Գործոններ, որոնք խոչնդոտում են ինովացիոն գործունեությունները

11.1. 2013-2015թթ. ընթացքում ձեր կազմակերպության ինովացիոն գործունեությունները կանխելու կամ խոչնդոտ հանդիսանալու հարցում որքա՞ն կարևոր են եղել հետևյալ գործոնները.

	Կարևորության աստիճանը			
	Բարձր	Միջին	Ցածր	Գործոնը չի հանդիպել
Ծախսի հետ կապված գործոններ				
Ֆինանսական միջոցների պակաս ձեր կազմակերպության կամ կազմակարգչական խմբի ներսում	☐	☐	☐	☐
Ձեր կազմակերպությունից դուրս գտնվող աղբյուրներից ֆինանսավորման պակաս	☐	☐	☐	☐
Չափազանց բարձր ծախսեր ինովացիայի համար	☐	☐	☐	☐
Իմացական գործոններ				
Որակավորված անձնակազմի պակաս	☐	☐	☐	☐
Տեխնոլոգիայի վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս	☐	☐	☐	☐
Շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս	☐	☐	☐	☐
Ինովացիայի համար համագործակցող գործընկերներ գտնելու դժվարություն	☐	☐	☐	☐
Շուկայական գործոններ				
Շուկայում գերիշխում են հաստատված կազմակերպությունները	☐	☐	☐	☐
Անորոշ պահանջարկ ապրանքի կամ ծառայությունների համար	☐	☐	☐	☐
Ինովացիա չանելու պատճառներ				
Ձեր կազմակերպության նախորդ ինովացիաներով պայմանավորված անհրաժեշտ չի եղել	☐	☐	☐	☐
Անհրաժեշտ չի եղել անորոշ պահանջարկի կամ ինովացիայի պահանջարկ չլինելու պատճառով	☐	☐	☐	☐

12-րդ հարցը վերաբերվում է այն կազմակերպություններին, որոնք ներկայացրել/իրականացրել են ինովացիա («այո» 3.1, 4.1, 9.1 և 10.1 հարցերին):

12. Բնապահպանական օգուտներ ապահովող ինովացիաներ

Բնապահպանական օգուտներ ապահովող ինովացիան դա նոր կամ նշանակալիորեն կատարելագործված արտադրանք (ապրանք կամ ծառայություն), գործընթաց, կազմակերպչական մեթոդ կամ մարկետինգային մեթոդ է, որն ապահովում է բնապահպանական օգուտներ ի համեմատություն այլընտրանքների:

- Բնապահպանական օգուտները կարող են լինել ինովացիայի առաջնային նպատակը կամ այլ նպատակների լրացուցիչ արտադրանքը:
- Ինովացիայի բնապահպանական օգուտները կարող են ծագել ապրանքի կամ ծառայության արտադրման ընթացքում կամ դրա սպառման կամ արտադրանքի վերջնական սպառողի կողմից օգտագործման ընթացքում: Վերջնական սպառողը կարող է լինել անհատ, մեկ այլ կազմակերպություն, կառավարությունը և այլն:

12.1. 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում ձեր կազմակերպությունը ներկայացրե՞լ է արտադրանք (ապրանք կամ ծառայություն), գործընթաց, կազմակերպչական կամ մարկետինգային ինովացիա, որն ապահովել է հետևյալ բնապահպանական օգուտներից որևէ մեկը.

	Այո 1	Ոչ 0
<u>Ձեր կազմակերպության կողմից ապահովված բնապահպանական օգուտները</u>		
Արտադրանքի յուրաքանչյուր միավորի համար նյութերի կամ ջրի օգտագործման կրճատում	☐	☐
Էներգիայի օգտագործման կրճատում կամ CO ₂ «ոտնահետք» (ընդհանուր ածխածնային արտադրության նվազեցում)	☐	☐
Օդի, ջրի, հողի նվազ աղտոտում և աղմուկի նվազեցում	☐	☐
Նյութերի որոշ մասի փոխարինում պակաս աղտոտող/վնասակար փոխարինողներով	☐	☐
Վառելիքային հանածոներից ստացված էներգիայի որոշ մասի փոխարինում վերականգնվող էներգիայի աղբյուրներով	☐	☐
Վերամշակված թափոններ, ջուր կամ նյութեր սեփական օգտագործման կամ վաճառքի համար	☐	☐
<u>Բնապահպանական օգուտներ, որոնք ապահովել են ապրանքի կամ ծառայության սպառման կամ վերջնական սպառողի կողմից օգտագործման ընթացքում</u>		
Էներգիայի օգտագործման կրճատում կամ CO ₂ «ոտնահետք»	☐	☐
Օդի, ջրի, հողի նվազ աղտոտում և աղմուկի նվազեցում	☐	☐
Օգտագործումից հետո արտադրանքի հեշտացված վերամշակում	☐	☐
Արտադրանքի երկարացված կյանք ավելի երկարաժամկետ օգտագործման արտադրանքի միջոցով	☐	☐

12.2. 2013-2015թթ. ընթացքում որքա՞ն կարևոր են եղել հետևյալ գործոնները ձեր կազմակերպության որոշումներում՝ բնապահպանական օգուտներ ապահովող ինովացիաներ ներկայացնելու վերաբերյալ

	Կարևորության աստիճանը			
	Բարձր 3	Միջին 2	Ցածր 1	Կարևոր չէ 0
Առկա բնապահպանական կանոնակարգերը	☐	☐	☐	☐
Առկա բնապահպանական հարկեր կամ վճարներ	☐	☐	☐	☐
Բնապահպանական կանոնակարգերը կամ հարկերը ապագայում	☐	☐	☐	☐
Պետական դրամաշնորհներ, սուբսիդիաներ կամ այլ ֆինանսական խրախուսանքներ բնապահպանական ինովացիաների համար	☐	☐	☐	☐
Բնապահպանական ինովացիաների նկատմամբ ընթացիկ կամ ակնկալվող պահանջարկը շուկայում	☐	☐	☐	☐
Ձեր կազմակերպության հեղինակության բարձրացումը	☐	☐	☐	☐
Ձեր հատվածում բնապահպանական լավ փորձառության համար կամավոր գործողությունները կամ նախաձեռնությունները	☐	☐	☐	☐
Էներգիայի, ջրի կամ նյութերի բարձր արժեք	☐	☐	☐	☐
Պետական գնումների պայմանագրերի համար պահանջները բավարարելու անհրաժեշտություն	☐	☐	☐	☐

Պատասխանեք 13-րդ բաժնին, եթե ձեր կազմակերպությունը չի ներկայացրել ինովացիա և չի ունեցել շարունակական/կամ մինչև իրականացումը դադարեցված ինովացիաներ 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում («ոչ» 3.1, 4.1, 5.1, 9.1 և 10.1 հարցերի բոլոր տարբերակներին)

13. Ոչ-նորարարներ

13.1. Հետևյալից ո՞րն է լավագույնս նկարագրում, թե ինչու ձեր կազմակերպությունը չի ունեցել ինովացիաներ 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում.

Չի եղել գրավիչ պատճառ ինովացիայի համար	☐	<i>Նշեք միայն մեկը</i>
Դիտարկել է ինովացիայի ստեղծումը, սակայն դրա համար չափազանց մեծ արգելքներ են եղել	☐	<i>Սնցեք 13.2-ին</i>
	☐	<i>Սնցեք 13.3-ին</i>

13.2. Որքանո՞վ են կարևոր եղել հետևյալ պատճառները, որ ձեր կազմակերպությունը 2013-2015թթ. ընկած ժամանակահատվածում ինովացիաներ չի իրականացրել.

	Կարևորության աստիճանը			
	Բարձր	Միջին	Ցածր	Կարևոր չէ
	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0</i>
Շուկայում ինովացիայի ցածր պահանջարկ	☐	☐	☐	☐
Նախորդ ինովացիաներով պայմանավորված նորի անհրաժեշտություն չի եղել	☐	☐	☐	☐
Շուկայում ձեր կազմակերպության փոքր մրցակցության պատճառով ինովացիա կատարելն անհրաժեշտ չի եղել	☐	☐	☐	☐
Ինովացիաների համար լավ գաղափարներ չեն եղել	☐	☐	☐	☐

13.3. Որքանո՞վ կարևոր են եղել հետևյալ արգելքները ձեր կազմակերպության ինովացիայի համար 2013-2015թթ. ժամանակահատվածում.

	Կարևորության աստիճանը			
	Բարձր	Միջին	Ցածր	Կարևոր չէ
	<i>3</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	<i>0</i>
Ձեր կազմակերպության ոչ բավարար ֆինանսական միջոցներ ինովացիայի համար	☐	☐	☐	☐
Վարկային կամ մասնավոր կապիտալի պակաս	☐	☐	☐	☐
Ձեր կազմակերպությունում հմուտ աշխատակիցների պակաս	☐	☐	☐	☐
Ինովացիայի համար պետական դրամաշնորհներ կամ սուբսիդիաներ ստանալու դժվարություններ	☐	☐	☐	☐
Համագործակցող գործընկերների պակաս	☐	☐	☐	☐
Շուկայի անորոշ պահանջարկ ձեր ինովացիոն գաղափարների համար	☐	☐	☐	☐
Տեխնոլոգիայի վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս	☐	☐	☐	☐
Շուկաների վերաբերյալ տեղեկատվության պակաս	☐	☐	☐	☐
Չափազանց մեծ մրցակցություն շուկայում	☐	☐	☐	☐