



ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН  
УНИВЕРСИТЕТ  
ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР

**ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ  
“ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР”  
ФАКУЛТЕТ “МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И  
АДМИНИСТРАЦИЯ”  
КАТЕДРА “АДМИНИСТРАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И  
ПОЛИТИЧЕСКИ НАУКИ”**

---

**Леона Юриева Асланова**

**ИНОВАЦИИТЕ - ФАКТОР ЗА УСПЕШНО СТОПАНСКО  
УПРАВЛЕНИЕ ПО ВРЕМЕ НА КРИЗА**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна  
степен „доктор“

Област на висше образование: 3. Социални, стопански и правни  
науки

Професионално направление: 3.7. Администрация и управление

**Научен ръководител:**

**доц. д-р Елеонора Танкова**

**ВАРНА  
2021**

Дисертационният труд е обсъден и насрочен за защита в катедра „Администрация, управление и политически науки” на факултет „Международна икономика и администрация” на ВСУ „Черноризец Храбър”, гр. Варна.

Дисертационният труд, с обем от 179 страници, се състои от увод, три глави, заключение, списък на използваните източници и списък на приложенията.

Приложенията, с обем от 158 страници, съдържат 7 таблици и 6 фигури, Въпросник и Емпирично изследване. Съдържанието на главите се разделя на отделни части, в края на всяка глава са направени конкретни изводи и обобщение.

Списъкът на използваната литература се състои от 106 източника на английски, испански и български език, разделени в три категории: източници на английски и испански език, източници на български език и дигитални източници.

Авторът на дисертационния труд се обучава на самостоятелна подготовка в катедра „Администрация, управление и политически науки”.

Защитата на дисертационния труд пред научно жури ще се състои на .....2021 г. от ..... ч. в .....  
..... на ВСУ „Черноризец Храбър” на заседание на научното жури.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се в канцелария на катедра “Международна икономика и администрация” на ВСУ „Черноризец Храбър”, стая Г-8, при Нина Паскова, секретар на катедрата и на сайта [www.vfu.bg](http://www.vfu.bg).

# I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

## УВОД

### 1. Актуалност и значимост на темата

Иновационният мениджмънт се дефинира като ново направление в общата сфера на бизнес администрацията и управлението, която предполага *създаване, планиране и контрол на нови организационни тенденции*, за да се подпомогне растежът на бизнеса. “Дисциплината иновации”, според Питър Дракър<sup>1</sup> и нейната практика - предприемачеството, се занимават с откриване на *нови пазарни ниши и ресурси, създаване на новаторски услуги, продукти, процеси, бизнес модели и технологии; тестване на пробивни корпоративни практики; прогнозиране на пазарни тенденции; нови конкурентни предимства*. Иновационният мениджмънт е мултидисциплинарен в своя генезис<sup>2</sup> и включва аспекти от други сфери на бизнеса като бизнес разузнаване и анализи, управление на качеството, управление на проекти, маркетинг, технологии, човешки ресурси и продажби.

В продължение на десетилетия, до появата на систематичен подход<sup>3</sup> в иновациите обучението по бизнес администрация е насочено към управление на големи процеси и компании. Основните предизвикателства пред иновативния мениджмънт в големите организации се свежда до четири елемента: стратегия, структура (процеси), корпоративна култура и хора (човешки капитал). Тези четири стълба на управлението се разглеждат като константа, но моделите и методологиите, свързани с иновациите, непрекъснато се променят и не престават да влияят върху начините, по които бизнесът се справя с нови предизвикателства. Новото образование на 21 век е свързано с предприемачеството и успеха на

---

<sup>1</sup> [6] Drucker, P., 2022, *The Discipline of Innovation*

<sup>2</sup> [1] Afua, A., 2003, *Innovation Management*

<sup>3</sup> [3] Barak, M., 2004, *Systematic Approaches for Inventive Thinking and Problem Solving: Implications for Engineering Education*

новосъздадените малки и средните компании, които се “упражняват” в риск и новаторство. То е радикално различно.

И докато промяната е винаги гарантирана, прогресът не е. Имплементирането на методи за иновации в работата на компаниите, рутинизирането и превръщането на тази дейност в постоянен процес понякога успява, а друг път се проваля. Същото наблюдение е валидно и за успеха на иновационните стратегии на ниво държавно управление и прилагането им в публичната сфера<sup>4</sup>.

Във водещите в глобален мащаб икономики половината от нарастването на брутния вътрешен продукт (БВП) е резултат от иновации и този дял се увеличава при повишаване на интензивността на създаване и използване на нови знания. Процесът дори може да се определи като “самозасилващ се”<sup>5</sup> – колкото по-сериозен е натрупаният потенциал, толкова по-резултатни са вложените усилия. Възниква обаче въпросът за възможността въобще за догонващ ръст в слабо развитите икономически страни, проблем, който не е решен както теоретично, така и практически. Причината е, че мащабът и обхватът на промяната, които настъпват в епохата на четвърта индустриална революция, която се характеризира както с дигитализацията, така и с остър ефект на подривните иновации<sup>6</sup>, задълбочава неравенството между развитите и догонващите общества. Проблемите, които то създава, трудно могат да получат количествено отражение, защото обществата са едновременно и потребители, и производители на подривни технологии и иновации, и влиянието върху благосъстоянието и стандарта на живот може да варира от отрицателно до положително, в зависимост от разбирането на националните лидери за успех на нациите<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> [2] Acemoglu, D., and Robinson, J.A., 2012, *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*

<sup>5</sup> [10] Geroski, P., Walters, C., 1995, *Innovative Activity Over the Business Cycle*

<sup>6</sup> [14] Шваб, К., 2016, *Четвъртата индустриална революция*

<sup>7</sup> [2] Acemoglu, D., and Robinson, J.A., 2012, *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*

За да бъде пълноценен ефектът от опита за иновиране, той трябва да отчете поредица от предизвикателства пред реализацията си - цяла верига или среда на възможности, която свързва изобретатели, доставчици, потребители, инвеститори, регулаторни органи, публични проекти, комерсиализация и образование, и стартъпи в тяхната цялост, и в една обща иновационна екосистема.

След Питър Дракър, който пръв дефинира едно различно разбиране за културата на иновации, след Йозеф Шумптер, по-скоро като специфична функция на предприемачеството<sup>8</sup>, отколкото като поддисциплина на маркетинга, много изследователи през последните десет години успяват да докажат, че в основата на иновациите вече има ясно разграничими креативни темплейти, които дават основание да говорим за систематичен подход и най-вече за систематично повторение на успеха на минали исторически явления и успешни изобретения, които в новия хоризонт на очакване, се оформят като отделна самостоятелна дисциплина със свои принципи и методологии. Науката за прогреса.

От особена важност е, че иновациите, като икономически изменения, имат съществено значение по време на криза. Защото могат да се идентифицират факторите за иновационен успех на компаниите във времена на рецесия, защото именно тогава иновациите могат да се окажат от ключово значение за икономическото възстановяване, защита и просперитет на организациите. Редица водещи изследователи са обединени около тезата, че *“Иновациите са фактор за преодоляване на икономически кризи”* (Й. Шумпетер, К. Кристенсен, П. Дракър, П. Героски, П. Земски и др.)

Фундаменталната роля на икономическите кризи е да подлага жизнеспособността и конкурентоспособността на компаниите на проверка. Слабите фалират, някои оцеляват, а иновативните ускоряват развитието си и подобряват представянето си, според редица изследователи. Терминът “криза”, в дисертационния труд, се ползва с икономическото си значение, като етап в икономиката, който се характеризира със спад на БВП, ниска инвестиционна и търговска активност, високи нива на безработица и инфлация. Разгледани са флукуациите в ликвидността, които настъпват при

---

<sup>8</sup> [6] Drucker P., 1985, *Innovation and Entrepreneurship*

различни по произход и първопричина кризи и спецификата на пандемията от 2020 г.

Уолтър Шайдел (историк и преподавател в университета в Станфорд) в книгата си *Великият изравнител*<sup>9</sup>, издадена за пръв път през 2017 г., прокарва интересна теза. С течение на времето неравенството във всяко развито общество се увеличава, но тази тенденция се обръща в момент на “рестарт” на обществата, както според него се явяват кризите, поредени от четирите конника на Апокалипсиса: война, глад, природни катаклизми и епидемии. Кризите действат благоприятно за изравняване на неравенствата и бъдещ икономически просперитет и цикъл на спокойно развитие. По същия начин те изравняват стопанското представяне на големите и стартиращите компании и последните са печеливши от тях, като догонват и понякога дори изместват големите, което би било немислимо на равен или нарастващ пазар. Парадоксално е, защото поредица изследователи виждат МСП, като по-застрашен и “изчезващ вид” във времена на криза, защото големите предприятия имат буфери, ликвидност, по-големи възможности за маневриране, но емпиричните проучвания на школата на австрийските икономисти в областта на иновациите, които стават изявени преподаватели в САЩ (Й. Шумпетер, К. Кристенсен, П. Дракър, У. Шайдел) показва точно обратното. Смаляването на неравенството е валидно не само за физическите лица, но и за юридическите субекти във време на криза.

Ситуацията на пандемия от коронавирус Covid-19 през 2020 г. в света, която засегна и България с безпрецедентни мерки за социална изолация, карантина и спиране на дейността на конкретни икономически сектори, също подложи на проверка жизнеспособността на българския бизнес и по-конкретно на предполагаемо най-засегнатите от социално-икономическите мерки микро, малки и средни предприятия (МСП), които са гръбнака на българската икономика.

---

<sup>9</sup> [13] Scheidel, W., 2018, *The Great Leveler: Violence and the History of Inequality from the Stone Age to the Twenty-First Century*

Именно затова, изхождайки от хипотезите на Питър Дракър, “*че кризите стимулират иновациите*”<sup>10</sup> (“*първият най-важен и основен източник на иновациите са неочакваните обстоятелства*”), на Пол Героски, че “*компаниите иноватори демонстрират различно стопанско поведение по време на криза от компаниите не-иноватори*”<sup>11</sup>, и на Лари Кларк, че има четири ключови промени, които са измерими в стопанското поведение на иноваторите: “*адаптивност, ускоряване на процеси, незабавна реакция и нова стратегия*”<sup>12</sup>, реших да посоча индикатори, с които да измерим представянето на български компании в първата година на кризата от коронавируса през 2020 г.

Както твърди Брус Мехлман във “*Великата акселерация*”<sup>13</sup>, посочените по-горе хипотези за справяне с кризата, се наблюдават през:

- 1918-1919 г. със световната пандемия от испански грип (инфлуенца) обхванала целия свят;
- Великата депресия от 1929-1939 г.;
- 1957-1958 г. с пандемията от азиатски грип;
- 1968-1970 г., с пандемията от хонконгски грип;
- Световната финансова криза от 2007-2008 г.;
- и с настъпването на икономическата рецесия, следствие на пандемията от Covid-19 през 2020 г.

## **2. Обект и предмет на изследването**

Темата за справяне на българските компании с кризата може да бъде изследвана най-добре чрез проучване на тяхното стопанско поведение по време на икономическа криза.

---

<sup>10</sup> [7] Drucker, P., 2022, *The Discipline of Innovation*

<sup>11</sup> [9] Geroski, P., 2003, *The Evolution of New Markets*

<sup>12</sup> [4] Clark, L., 2020, *Innovation in a time of crisis*

<sup>13</sup> Мехлман, Б., 2020, *Великата акселерация*, непубликувано изследване, лекция в Станфорд 20.02.2020 г.

### **Обект на изследването са:**

А. Успешни иновационни стратегии и успешни иновационни практики на български компании, като предпоставка за успешно преодоляване на икономически кризи.

В. Факторите за успех в условията на икономическа криза.

**Предмет на изследването** са възможностите на малките и средни предприятия в България да отчитат вътрешната динамика на факторите в стопанското си представяне, които оказват влияние за оцеляването на бизнеса в условия на криза. Капацитетът им да интегрират тези новите измерения на кумулативния ефект от връзката между отделните фактори в добри иновационни управленски практики и стратегии за оцеляване.

### **3. Изследователски проблем**

Основният проблем в контекста на разглежданата проблематика е изясняването и открояването на основните фактори, които подкрепят или възпрепятстват бизнес развитието на българските компании и възможността им да създадат иновации в криза. Осъществяването на икономическа дейност се реализира в нов по мащаби и изисквания пазар, прилагат се нови бизнес модели. Тази ситуация създава за българските малки и средни предприятия среда с висока степен на неопределеност и неяснота.

### **4. Изследователска цел**

Настоящият труд е един от първите опити да се проследи развитието на българските микро, малки и средни предприятия от гледна точка на иновациите във време на икономическа криза.

**Основната цел на дисертационния труд** е на база на проучвания и задълбочено емпирично изследване на динамиката в стопанското поведение на малките и средни предприятия в България, отнасящи се до капацитета им за иновации, да се предложат препоръки за повишаване на конкурентоспособността и иновационния потенциал на бизнеса в условия на криза.



## **5. Авторова теза**

**Основната изследователска теза е, че:** иновациите са фактор за преодоляване на икономически кризи. Организациите, които залагат на бизнес развитие в кризисен период е нужно да постигнат силен вътрешно-фирмен консенсус между оцеляването и развитието, между бъдещия просперитет и моментното затруднение. За да бъде наистина радикална една иновация, тя се нуждае от появата на доминиращ дизайн и от иновационна екосистема, в която да се реализира потенциалът ѝ.

## **6. Задачи на дисертационния труд**

За реализирането целта на дисертационния труд са поставени следните изследователски задачи:

А. Да се открие наличието на иновационна дейност, като важна предпоставка за оцеляването и жизнеспособността на МСП в условия на криза.

В. Да се проучат и установят основните процеси и факторни променливи, които влияят на иновативността по време на финансова криза на МСП.

С. Да се докаже, че в новата реалност на средата в условията на криза, факторите и процесите имат нови измерения на въздействие върху стопанското поведение на МСП.

Д. Да се формулират препоръки със стратегически характер за бъдещи кризи в икономиката на страната.

Е. Да се проследи стопанското представяне на самоопределящите се като иновативни и неинновативни МСП по време на икономическа криза в България.

## **7. Методи на изследването**

Дисертационният труд се основава на проучването на специализираната литература в страната и в чужбина, на наблюдения, на консултации с научни работници и експерти от практиката. За постигането на целта и поставените задачи е проведено количествено авторово проучване в партньорство с

маркетинговата агенция JTN<sup>14</sup> на стопанското представяне по време на кризата от коронавирус Covid-19 сред управляващи мениджъри, собственици и основатели, които самостоятелно взимат решения за развитието на своя бизнес. Проучването се проведе за територията на република България в първите месеци на 2021 г. и обхваща, както микро, малки и средни предприятия, така и средни и големи търговски дружества. Участваха, като респонденти, ключови лица от 201 български търговски дружества.

## **8. Ограничения на дисертационния труд**

- Обект на анализ на дисертационния труд не са въпроси извън рамките на предмета, обекта, целите и задачите на изследването, въпреки богатия обзор на приложими и важни за емпиричното проучване и представените в дисертационния труд резултати.
- Допълнителни въпроси, които пряко или косвено кореспондират с темата на дисертацията, са посочвани или цитирани, само доколкото имат отношение към темата и по-доброто и подробно разбиране на автора, без да са изследвани в дълбочина.
- Емпиричното изследване е ограничено до извадката и задачите, които пряко си поставя да изследва, и трябва да се разглежда във връзка с тясно специализираните въпроси, които третира.
- Настоящият дисертационен труд не претендира за цялостна изчерпателност по темата, доколкото емпиричното проучване е проведено на територията на РБ, през 2020 г. и касае конкретните за територията, периода, обстоятелствата, посочени в него измерения.
- Термините и понятията, които са прецизирани, преведени от чужд език, въведени и/или доуточнени от автора, се ползват с цел по-добро разбиране на спецификата на темата, слабо застъпена в българската научна икономическа теория до 2021 г.

---

<sup>14</sup> <https://jtnresearch.com/>

## II. ОБЕМ И СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд се състои от увод, изложение (в три глави), заключение, приноси на дисертационния труд, емпиричното изследване, използвана литература, публикации на автора по темата и приложения с общ обем от 337 стр.

Във връзка с дисертационния труд са направени пет публикации на автора – четири на български език и една на английски език. Цитираната литература обхваща 106 източника, от които 16 са на български език и 90 на английски език.

Дисертационният труд е разгледан и одобрен от катедрен съвет на катедра „Администрация, управление и политически науки“ към факултет “Международна икономика и администрация” при Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“.

### ***Структура на дисертационния труд:***

*Използвани съкращения и термини*

*Увод*

*Глава I – Теоретичен обзор и анализ на концепцията за иновации в съвременната наука.*

*1.1. Развитие на концепцията за иновации в съвременната наука*

*1.2. Прецизиране и обогатяване на разбирането на понятието за “иновация” и неговото изучаване в контекста на дисертационния труд*

*1.3. Концепцията за иновации в контекста на развитието на управленски бизнес стратегии и иновационно стопанско поведение*

*II. Втора глава. Тенденции и предизвикателства пред МСП и развитието на успешни иновационни стратегии в условия на икономическа нестабилност*

*2.1. Организационни практики за развитие на успешни иновационни стратегии*

*2.2. Новите реалности на глобалната бизнес среда в условията на икономическа нестабилност и предприемачество*

*2.3. Предизвикателства пред МСП в България в контекста на Covid-19 кризата*

*III. Трета глава. Фактори за устойчиво стопанско поведение и развитие на иновационни стратегии (резултати от емпирично изследване)*

*3.1. Методология на емпиричното изследване и подробно представяне на демографския и социографския профил на анкетираните*

*3.2. Анализ и интерпретация на данни и резултати от проведеното емпирично изследване*

*3.3. Концептуални насоки за ефективно иновационно поведение към МСП по време на криза*

*Заклучение*

*Значение и приноси на изследването*

*Използвана литература*

*Публикации на автора по темата*

*Приложения*

### **III. КРАТКО СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

В увода на дисертационния труд е обоснован изборът на темата в контекста на нейната актуалност и практическа приложимост. Формулирани са изследователският проблем и авторската теза. Дефинирана е целта на изследването и са посочени поставените за решаване изследователски задачи. Определени са обектът и предметът на дисертационното изследване. Посочени са използваният изследователски инструментариум, както и ограниченията по изследваната проблематика.

В дисертационният труд са разгледани голям обем автори и теоретични концепции относно дефинирането на понятието “иновация” в научната литература и неизяснената проблематика, която то обхваща. Авторът въвежда и приема разбиране за термина “иновация”, като масов икономически феномен, който се реализира под формата на свръхпродукти, свръхуслуги, свръхпроцеси и свръхбизнес модели, които имат *1. Превъзхождащ дизайн 2. Съвършенство на функция и форма 3. Потенциал за масова употреба и дистрибуция.*

В първа глава *Теоретичен обзор и анализ на концепцията за иновации в съвременната наука* е направен цялостен обзор и аналитичен прочит на възникването и обособяването на термина “иновация” в икономическата наука.

В **Параграф 1** са посочени методическите, етимологични и дефинитивни проблеми във връзка с понятието за “иновация”. Систематизирани са научните източници във връзка с темата и са проследени хронологично развитието на теоретичните концепции във връзка с иновациите, иновационния мениджмънт и предприемачеството. Преведени са на български език от английски език термини и важни цитати. Допълнени и анализирани са взаимовръзките между отделните концепции и автори.

В **Параграф 2** са прецизирани и обогатени основни понятия и дефиниции в областта на иновациите, открит е механизмът за техния прочит в контекста на проблемната ситуация на финансовата криза, породена от пандемията от Covid-19. Посочени са примерите на редица изследователи за прилагането на систематичния подход в иновациите.

Посочени са трите отделни дискурса в областта на теорията на иновациите - икономическата еволюционна теория, теорията на технологичните подривни иновации и развитието на образование за предприемачество, чрез конкретни методологии.

В **Параграф 3** е направен преглед на прилагането на концепцията за иновации в управленските бизнес стратегии на три нива: организационно, държавно и наднационално, какъвто е случаят с принадлежността на България към Европейския съюз и синхронизирането на националните приоритети и интереси с тези на другите държави членки на ЕС. Идеята за устойчиво развитие в икономика базирана на знанието е пряко свързана с управлението на иновациите в бизнеса и публичния сектор, и разбирането за иновативността, като фактор за успех.

Направен е сравнителен анализ и преглед на ситуацията в България в контекста на иновациите в рамките на ЕС и в света.

## *Обобщения и изводи към глава I:*

*Глава I осъществява комплексен анализ на проблемната ситуация. Прецизирани и обогатени са като значение основни термини и понятия. Понятието за иновация е представено, като икономически феномен, който се реализира под формата на свръх-продукти, свръх-услуги, свръх-процеси и свръх-бизнес модели с цел улесняване и подобряване на човешкия живот. Нововъведенията са еволюционни и неизбежни, но прогресът се състои от повторяеми позитивни икономически цикли, които надграждат вече постигнатото, като разрушават ненужното или остарялото старо и го заместват с по-полезно и модерно ново.*

*Иновациите се разпространяват на достъпна цена за масовия потребител и навлизат в широка употреба, като обратното на тяхното въздействие се определя, като “маловация” от лат. loqi, отрицателен (malus) или анти-иновация, де-новация, чието прекомерно разпространение под формата на акцизни стоки, се свързва с периоди на социална деградация и стагнация, икономическа рецесия.*

*Освен дихотомиите иновация-изобретение, иновация-имитация, иновация-status quo, е важно да се разглеждат и тези иновация-маловация, за да се идентифицират и възпират пазарни феномени, които нанасят вреда на обществото, като разпространението на никотина, чрез цигарите, алкохола, хазарта или прекомерната употреба на пластмасови продукти и др.*

*Различните изследователи имат различни изходни постановки и хипотези при употребата на икономическия термин “иновация”, които се обединяват от концепцията за позитивно икономическо и социално въздействие, кретивност и приложност на употребата.*

*Иновациите са разглеждани като икономически изменения, които спомагат на организациите, държавите, обществата да преодоляват успешно периоди на криза. Представен е контекстът на стратегическото планиране за успешно*

*устойчиво иновационно поведение, който се изучава и базира на систематичен подход към иновациите.*

*Разгледано е мястото на България в контекста на Глобалния индекс за иновации и индекска за иновации на Европейския съюз, за да се определи по-ясно проблематиката на иновациите на национално ниво и качеството на националната иновационната екосистема, в рамките на която е проведено емпиричното изследване.*

Във втора глава - *Тенденции и предизвикателства пред МСП и развитието на успешни иновационни стратегии в условия на икономическа нестабилност* са открити успешните организационни практики и стратегии за развитие на успешни иновационни стратегии на организационно и национално ниво.

В **Параграф 1** прегледът на този въпрос естествено поставя фокус върху вътрешната и външната динамика на организацията, върху наличието и развитието на капацитет в организацията, необходим за изпълнението на ориентирани към иновациите практики. Посочено е, че когато организацията е изправена пред криза и се налага в ускорен режим да взема решения за 1.) справяне с кризата 2.) планиране на кризисния период и промяна на предварително заложените цели, алокирани ресурси и планове 3.) планиране на възстановяването след кризата, изборът на конкретен вид стратегия е решаващ за оцеляването ѝ. Сама по себе си всяка стратегия представлява структуриран подход, който включва принципи, методика и инструментариум за въздействие.

От организационна гледна точка типовете стратегии могат да бъдат класифицирани от една страна като 1.) отбранителни и 2.) нападателни, от друга страна, като 1.) реактивни и 2.) проактивни.

Към първия тип стратегии се отнасят стратегиите за отбрана, свиване, разделяне, изпреварване, разширяване, освобождаване, ликвидиране и др. А към втория - групови стратегии, сегментирани стратегии и индивидуални стратегии.

В **Параграф 2** са представени новите реалности на глобалната бизнес среда в условията на икономическа нестабилност и предприемачество.

Посочено е, че в съвременната научна литература понятието предприемачество е неизменно свързано и с новите проявления на

действителността, които се изразяват в по-чести кризи, икономическа и социална нестабилност, адаптация към високите технологии и преход към дигитализацията. Подобно на иновациите, предприемачеството е другият силен акцент в модерните политики за икономически растеж, където отново теоретичната основа е плаваща. Съществуват поне четири подхода при изследването на предприемачеството, които го идентифицират с: 1.) икономическата му функция; 2.) самия индивид; 3.) определени способности на индивида; и 4.) поведението на индивида.

Направен е преглед на видовете кризисни стратегии и са посочени примери за български компании, реализирали иновации в криза.

**В Параграф 3** са посочени предизвикателства пред МСП в България в контекста на Covid-19 кризата.

Реализиране е обширен преглед на литературата от предходни световни епидемии, както и моделирането на потенциалните макроикономически последици, които показват, че ефектът от Covid-19 може да има дългосрочни последици върху българските МСП.

Посочени са предприетите ключови мерки за справяне с кризата на национално и Европейско ниво, като е направен сравнителен анализ на тяхната ефективност, в контекста на ЕС и иновационните политики и стратегии на РБ.

### ***Обобщения и изводи към глава II:***

*В глава II на дисертационния труд са очертани възможни насоки за изследване на стопанското представяне и измерителите за иновационна дейност на проучените 201 български търговски дружества. В рамките на проучването, което разграничава стопанското поведение по време на кризата на иновативните и неинновативните компании, се установява и че кризата може да повлияе и позитивно на по-бързото усвояване на предприемачески компетенции, защото притиснати от обстоятелствата, мениджърите са принудени да взимат решения в ситуация на несигурност и висока степен на неопределеност и неяснота. Това се оказва и един от стимулите за догонване на действителността (чрез*



*нововъведения и промени) и модерността (чрез дигитализацията на процесите) в организациите.*

*Кризите ускоряват създаването на иновации и приемането им. В режим на “криза” обществата и организациите са притиснати да се променят и промяната води до по-бързо приемане на новото. Ключовите изследователи на стопанското управление на организациите по време на криза във връзка с предприемачеството, които разглеждаме (Ф. Котлър, П. Героски, У. Баумол) доказват позитивната връзка между инвестициите в иновации по време на криза и бъдещата жизнеспособност на организациите. Основните фактори на психологическото и стопанското поведение на търговските дружества, които засяга проучването, са изследвани и потвърдени от други изследователи, като значими за иновационната и развойна дейност на МСП.*

*Иновациите се явяват жизнено-важен фактор за преодоляването на икономически кризи, особено в среда на високи несигурност, неустойчивост и нестабилност на пазарната икономика.*

*Основните предизвикателства пред МСП са търсенето на ликвидност, запазването на работните места и поминъка, нарушените вериги на доставки и процеси на продажба, дигитализацията и обръщането към високите технологии, като решение, работата от дома.*

В трета глава - *Фактори за устойчиво стопанско поведение и развитие на иновационни стратегии (резултати от емпирично изследване)* са представни методологията на емпиричното изследване, анализ и интерпретация на резултатите и са формулирани ключови препоръки относно стратегията и политиките, съответно на МСП и публичния сектор, за преодоляване на негативните последици от рецесията чрез иновации.

В Параграф 1 е пояснено, че дисертационният труд се основава на проучването на специализираната литература в страната и в чужбина, на наблюдения, на консултации с научни работници и експерти от практиката. За постигането на целта и поставените задачи е проведено количествено изследване, на стопанското

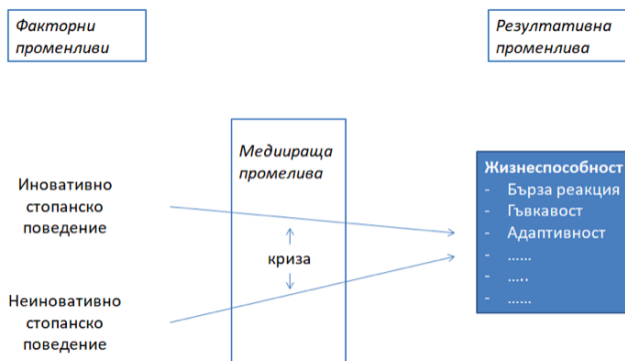
представяне по време на кризата от коронавирус Covid-19 сред управляващи мениджъри, собственици и основатели, които самостоятелно взимат решения за развитието на своя бизнес. Проучването се проведе за територията на република България в първите месеци на 2021 г. и обхваща, както микро, малки и средни предприятия, така и средни и големи търговски дружества. Участват, като респонденти, ключови лица от 201 български търговски дружества.

В основата на изследването е поставена идеята да се разграничи стопанското поведение и представяне на търговски дружества, които се определят, като *иновативни* и *неиновативни* и да *поставим акцент върху представянето на МСП*. Да се установи, дали ключовите лица в компаниите успяват да преодолеят негативните последици от кризата, чрез иновации и да се открият иновациите като важен фактор за преодоляването на икономически кризи.

Показан е моделът на емпиричното изследване, авторова разработка:

#### Методология на изследване

За постигане на целите, заложи в основата на изследователското търсене, създадохме следния изследователски модел – фигура 1.



Фиг. 1 Модел на изследване

В **Параграф 2** са представени анализът и интерпретация на данни и резултати от проведеното емпирично изследване.

*Посочени са най-големите предизвикателства за справяне с кризата, които дружествата в емпиричното изследване посочват 1.) намалелите приходи 2.) виртуалната работа от дома 3.) непрестанно променящите се и неясни, и непредвидими изисквания към бизнеса и физическите лица от страна на държавата.*

От получените резултати е видно, че 38% се определят като иновативни и 62% търговски дружества се определят като неинновативни.

Проучването изследва още:

- Моделите на бизнес поведение по време на кризата Covid-19
- Измерва скоростта на реакция, адаптивността, гъвкавостта и способността за трансформация на бизнеса, иновативността по количествени измерители за показателите, които формират категориите
- Разграничава иновативни и не-инновативни компании
- Определя дали иновативните и не-инновативните компании имат различен подход към стратегията, човешките ресурси, финансите по време на криза
- Сравнява настоящите резултати и бъдещите очаквания на иновативните и не-инновативните компании за развитието на техния бизнес в следващи периоди

**Част от важните изводи от него, които наблюдаваме и можем да обобщим са следните:**

1. Над 60% от изследваните компании не са имали достъп до външно финансиране по време на кризата от Covid-19 през 2020 г. От моя гледна точка, това е един от съществените фактори за тяхното оцеляване, който самите организации идентифицират като приоритетен - достъп до ликвидност, финансов ресурс в момента на стрес.

2. Над 1/4 от тези, които са получили външно финансиране, не са взели над 5000 лв.

3. 31% от компаниите, които са подобрили и иновирали процесите си по време на кризата за работа с клиенти,

доставчици, партньори, ще запазят подобренията и след нейното отминаване.

4. Съотношението жени/мъже в организацията се оказва ключов фактор за нивото на иновативност. Колкото по-добър е балансът, толкова по-добро ниво на иновативност определят за себе си компаниите.

5. 2/3 от изследваните 200 български компании са опимистично настроени към бъдещето и посочват, че дружествата им ще оцелеят в дългосрочен период от време. Процентът е по-висок при тези, които се самоопределят като иновативни.

### **Обобщение на най-важните резултати:**

- 51% от компаниите посочват и че не са имали предварително подготвена стратегия за справяне с кризи. Това означава, че половината от проучените респондентите са регистрирали на обстоятелствата постфактум и реактивно, а не проактивно. Няма ли са процеси, стратегия и предварително подготвен екип за справяне с кризи, нито са обмисляли такива.

- 17% от дружествата отговарят, че са имали специализиран и добре подготвен екип за справяне с кризи.

- Едва 17% от дружествата са имали заделен финансов буфер, който напълно е покрил нуждите им по време на финансовата криза през 2020 г.

- По-голямата част от дружествата виждат нисък риск от фалит за себе си през следващия период, като процентът е по-висок при иновативните компании. Те са по-уверени в бъдещето си оцеляване.

- В същото време, между 26% и 31% висок риск, се движат отговорите на въпроса, колко е вероятно множество компании от вашия сектор да фалират в следващ период?

Спецификата и най-голямата разлика, която се откроява по линия на иновативните и неинновативните е по линия на резултативните фактори в инновационната дейност.

Спрямо предварително заложените хипотези, категорично се потвърди, че самоопределящите се, като иновативни дружества, се

справят с кризата по-успешно от самоопределящите се, като неиновативни.

В **Параграф 3** са посочени концептуални насоки за ефективно иновационно поведение към МСП по време на криза.

Направен е преглед на националната иновационна система, която е определена като исторически естествено формирала се съвкупност от дейностите на национално представените институции, организации и бизнес формирания по създаването на ново знание, неговото разпространяване, усвояване и практическо използване в рамките на иновационния процес. Разгледана е ролята на икономиката базирана на знанието в политиката за развитие на ЕС след 2000 г., иновационната стратегия на РБ, политиките на РБ и нуждите пред българската предприемаческа екосистема в контекста на кризата и извън нея, както и по-конкретно на МСП.

От тези нужди и на база резултатите на проведеното емпирично изследване са изведени и основните **четири** препоръки за успешно преодоляване на икономическите кризи от МСП в България:

**Препоръка 1:** Ясна публична кризисна стратегия с ясен план за разгръщане и план за възстановяване след кризата, които да са недвусмислени, добре комуникирани и да се отчитат техните стъпки (или промяна в сценариите) и изпълнение последователно пред обществото чрез публичните информационни канали и медиите.

Тази препоръка се базира на отговора на над 70% от анкетиранияте, че сред основните предизвикателства за справяне с кризата са открити "непрестанно променящите се и неясни, и непредвидими изисквания към бизнеса и физическите лица от страна на държата"

**Препоръка 2:** Навременна публична ликвидна подкрепа не за всички МСП, за именно за тези с развойна и иновационна дейност в първите три месеца след настъпване на кризата; стимулиране на големите компании също да окажат подкрепа на стартъпите в кризата, тъй като те са естествени техни клиенти и спомоществатели; Стабилизиране на веригите на доставки за основни категории продукти с подкрепата на държавата и създаване на алтернативни източници на ресурси и нови вериги на доставка вътре в страната, които да са споделени секторно.

Голяма част от анкетиранияте МСП посочват, че не са имали достъп до ликвидна подкрепа в този период или тази, до която са

имали достъп е била крайно недостатъчна. Оказва се, че един от проблемите е именно дефиницията за МСП, защото между компании, които имат оборот под прага за ДДС регистрация и тези с около 100 000 лв. оборот има голяма разлика в нуждите, още повече, че е нужно да се вземат предвид стратифициращи фактори, като броя на персонала, размера на възнагражденията, секторния профил и др.

**Препоръка 3:** Стимули в кризата да се създават нови продукти и услуги в “режим на криза”, които решават локални проблеми чрез изграждане на публично-частни иновационни партньорства и финансиране на локални решения, с цел допълнителни стимули към разволя на иновации в България. Ползване на локални изобретения и иновативни концепции за подобряване на живота на населението.

Кризата е изключително подходящ период за стимулиране на локално производство от страна на публичния сектор. От една страна, за продуктите и услугите от първа необходимост, това е и въпрос на национална сигурност, а от друга, така може да се адресират недостигът на суровини, чрез кооперативност на търговските дружества и нарушените вериги на доставки, чрез идентифициране на “заместващи” бизнес модели, продукти и услуги.

**Препоръка 4:** Изграждане на единна консултативна база от иноватори и изобретатели в подкрепа на бизнеса, с цел повишаване на иновационния капацитет на РБ.

### **Обобщения и изводи към Глава III:**

*В Глава III са представени резултатите от емпиричното изследване и важни акценти от интерпретацията им. В резултат на проучването са видими големите разлики от извадката в представянето на иновативните и неинновативните МСП по време на икономическа криза. Търсенето на липсата и/или наличието на въздействие на фактора “иновативност” върху стопанското представяне в криза на българските МСП откроява важните резултативни променливи в стопанското поведение.*

*Факторите на въздействието на база проведеното емпирично изследване доказват, че компаниите и техните*

*ключови лица могат да влияят позитивно на стопанското поведение на предприятията, ако се приложат целеви мерки за повишаване на знанията и културата на иновации в организациите във време на криза. Кризите по естествен път стават и катализатор на иновативни умения за оцеляване и на иновативни идеи за приспособяване, така че “неиновативните” дружества могат да черпят познания и опит от иновативните в специално създадени за целта работни групи и центрове за стимулиране на корелационни подходи.*

*Затова и концептуалните насоки, които е важно да бъдат взети предвид са свързани, както с повишаването на иновационния капацитет на българските МСП, така и с повишаване на капацитета на всички източници за подкрепа за МСП. С повишване на ефективността на стратегиите за публична подкрепа на МСП, чрез по-добра информираност за нуждите и проблемите, които стоят пред тях, както и чрез адресиране на изграждането на капацитет за предварителна подготовка за кризи, успешни стратегии и тактики за преодоляването им, план за възстановяване и развитие след кризата.*

*Подчертана е изключително важната роля на икономиката базирана на знанието за развитието на иновационен капацитет. Иновационните политики са тясно свързани с развитието на икономиката на знанието, тъй като в тяхната основа е залегнала идеята за генериране на нови знания и иновации, които да доведат до генерирането на икономическа стойност и подобряване на икономическия растеж. През последното десетилетие повечето от страните-членки на Европейския съюз (ЕС) са предприели целенасочени мерки за реализиране на иновационната си политика чрез разработване и изпълнение на иновационни стратегии в съответствие с стратегическата цел на ЕС за изграждане на ефективна икономика на знанието. В страни, като например, Финландия и Швеция, които спадат към групата на „водиците иноватори“ и могат да бъдат определени като развити икономики на знанието, иновационните политики са обвързани с политиките за образование и развитие на научните изследвания и са тясно*

*свързани с мерки за подпомагане на процеса на комерсиализация на резултатите от научноизследователската дейност.*

#### **IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Дисертационният труд изследва условията, възможностите и предизвикателствата пред иновациите в условия на криза, разглеждайки актуални въпроси в развитието и управлението на МСП в България, в отговор на съвременните тенденции за развитие и стопанско управление, наложили се в резултат на процесите на глобализация и дигитализация, и във връзка със стремежа за постигане на устойчиво развитие и трансфер на иновации.

Откроена е спецификата на кризата, следствие на пандемията от Covid-19, като са обобщени типовете кризисни стратегии, факторите, които благоприятстват иновациите, регулаторната рамка на ЕС и България в този период, специфичните мерки, които засягат работата на МСП и специфичните особености на секторните политики и средата.

В изпълнение на изследователска Задача А е направен комплексен анализ на проблемната ситуация. Прецизирани и обогатени са като значение основни термини и понятия в областта на иновациите. Понятието за иновация е представено, като икономически феномен, който се реализира под формата на масов дизайн на свръх-продукти, свръх-услуги, свръх-процеси и свръх-бизнес модели с цел улесняване и подобряване на човешкия живот. Иновациите са разглеждани като икономически изменения, които спомагат на организациите, държавите, обществата да преодоляват успешно периоди на криза. Представен е контекстът на стратегическото планиране за успешно устойчиво иновационно поведение, който се изучава и базира на систематичен подход към иновациите.

Разгледано и анализирано е мястото на България в контекста на Глобалния индекс за иновации (GIF) и таблото за иновации на Европейския съюз (European Innovation Scoreboard), за да се определи по-ясно проблематиката на иновациите на национално ниво и качеството на националната иновационна екосистема, в рамките на която е проведено емпиричното изследване през 2021 г.



В глава II на дисертационния труд са очертани възможни насоки за изследване на стопанското представяне и измерителите - резултативни и факторни променливи - за иновационна дейност на проучените 201 български търговски дружества и по-конкретно на МСП, които са подчинени на заявените изследователски Задачи В и С.

В рамките на проучването, което разграничава стопанското поведение по време на кризата на иновативните и неинновативните компании, се установява и че кризата може да повлияе и позитивно на по-бързото усвояване на предприемачески компетенции, защото притиснати от обстоятелствата, мениджърите са принудени да взимат решения в ситуация на несигурност и висока степен на неопределеност и неяснота. Това се оказва и един от стимулите за догонване на действителността (чрез нововъведения и промени) и модерността (чрез дигитализацията на процесите) в организациите.

Кризите ускоряват създаването на иновации и приемането им. В режим на “криза” обществата и организациите са притиснати да се променят и промяната води до по-бързо приемане на новото, което вече не се обмисля, като заплахата на статуквото, а като належаща необходимост. Ключовите изследователи на стопанското управление на организациите по време на криза във връзка с предприемачеството, които разглеждаме (Ф. Котлър, П. Героски, У. Баумол) доказват позитивната връзка между инвестициите в иновации по време на криза и бъдещата жизнеспособност на организациите. Основните фактори на психологическото и стопанското поведение на търговските дружества, които засяга проучването, са изследвани и потвърдени от други изследователи, като значими за иновационната и развойна дейност на МСП.

Ако при нормални обстоятелства една компания се конкурира с преки и непреки конкуренти в своите пазарни ниши, когато настъпи криза тя се конкурира и с нея. Кризата се превръща в основен конкурент, защото именно тя има *подривен* или *разрушителен* ефект върху бизнеса. Оттук следват поне два много важни извода: всяка криза има подривно-разрушителен ефект върху бизнеса в два плана, които не трябва да се разглеждат само в тяхната крайност: може да го унищожи или да го принуди да оцелее (да иновира).

В икономиката конкуренция е термин, който обхваща идеята за индивиди и фирми, които се стремят към по-голям дял от пазара за

продажба или закупуване на стоки и услуги. Кризите трябва да бъдат разглеждани и осмисляни като конкуренти на бизнеса, защото са им присъщи всички характеристики на конкуренцията. Какво се опитва да направи кризата: да вземе дял от бизнеса на едно дружество за себе си по един неособено етичен и предсказуем начин при това. Кризите са обратното на "Лесè-фер" честната и етична пазарна конкуренция. Нарушават пазарните закони и се опитват да установят монопол, който дружеството трябва да разруши.

Да се тълкува кризата като конкурент е и здравословна мисловна нагласа, която събужда състезателния хъс и инстинкта за самосъхранение. Еволюция, мутация, революция, оцеляване. Без значение кой термин ползваме и феноменологията на коя теория обслужва конкретен вкус или икономически нюх - от латински език думата *evolutio* -означава „разгръщане“, „разкриване“ на (човешкия) потенциал.

*Иновациите разкриват потенциала на едно търговско дружество да оцелява и да просперира, дори в моменти на криза, както ясно доказахме с проведеното проучване сред 201 търговски дружества през 2021 г. в България.*

Представените резултати от емпиричното изследване и тяхната интерпретация, са обвързани с изследователска Задача Е и демонстрират видими големите разлики от извадката в представянето на иновативните и неиновативните МСП по време на икономическа криза. Търсенето на липсата и/или наличието на въздействие на фактора “иновативност” върху стопанското представяне в криза на българските МСП откроява важните резултативни променливи в стопанското им поведение по време на криза.

Факторите на въздействието на база проведеното емпирично изследване доказват, че компаниите и техните ключови лица могат да влияят позитивно на стопанското поведение на предприятията, ако се приложат целеви мерки за повишаване на знанията и културата на иновации в организациите във време на криза. Кризите по естествен път стават и катализатор на иновативни умения за оцеляване и на иновативни идеи за приспособяване, така че “неиновативните” дружества могат да черпят познания и опит от иновативните в специално създадени за целта работни групи и центрове за стимулиране на корелационни подходи.

Затова и концептуалните насоки, които е важно да бъдат взети предвид са свързани, както с повишаването на иновационния капацитет на българските МСП, така и с повишаване на капацитета на всички източници за подкрепа на МСП в държавата и предприемаческата екосистема. С повишване на ефективността на стратегиите за публична подкрепа на МСП, чрез по-добра информираност за нуждите и проблемите, които стоят пред тях, както и чрез адресиране на изграждането на капацитет за предварителна подготовка за кризи, успешни стратегии и тактики за преодоляването им, план за възстановяване и развитие след кризата.

Подчертана е изключително важната роля на икономиката базирана на знанието за развитието на иновационен капацитет. Иновационните политики са тясно свързани с развитието на икономика на знанието (ИБЗ), тъй като в тяхната основа е залегнала идеята за генериране на нови знания и иновации, които да доведат до генерирането на икономическа стойност и подобряване на икономическия растеж. През последното десетилетие повечето от страните-членки на Европейския съюз (ЕС) са предприели целенасочени мерки за реализиране на иновационната си политика чрез разработване и изпълнение на иновационни стратегии в съответствие с стратегическата цел на ЕС за изграждане на ефективна икономика на знанието. В страни, като например, Финландия и Швеция, които спадат към групата на „ведещите иноватори“ и могат да бъдат определени като развити икономики на знанието, иновационните политики са обвързани с политиките за образование и развитие на научните изследвания, и са тясно свързани с мерки за подпомагане на процеса на комерсиализация на резултатите от научноизследователската дейност.

Приносът на конкретното дисертационно емпирично изследване е както по линия на основните показатели, които измерваме в иновативното или неинновативното представяне на компаниите: *способност за справяне с рискове и скорост на реакцията, адаптивност, гъвкавост, трансформативност, иновативност* по време на кризата вследствие на пандемията от Covid-19 и получените резултати, така и във връзка с това, че това е първото икономическо проучване, което сравнява стопанското поведение и представяне на самоопределящи се, като иновативни и неинновативни компании у нас.

Съвременна световна икономика се доминира от богатите страни<sup>15</sup>. Ако се съчетае общата стойност на стоките и услугите, произведени през 2020 г. в богатите страни, и се сравни със стойността на цялата световна продукция, се установява, че цялото богатство е концентрирано в страните от ОИСР. Дори ако коригираме изчисленията си, за да елиминираме ефекта от разлики в цените, така че една купа ориз, например, да има еднаква цена в САЩ и в Китай, делът на страните с високи доходи в производството остава над 50% през 2020 г. Този дял е доста впечатляващ знаейки се, че по-малко от 15% от световното население живее в тези страни. Косото производство спрямо Западна Европа и САЩ и по-важното - постоянството на това разпределение на доходите в период от вече над 130 години принуждава анализаторите да говорят за ядрото на развитите икономики - тези базирани на иновациите, и периферията на развиващите се страни.

Както се открие в теоретичната част, България не би могла да се похвали с високи показатели в областта на иновациите на макроикономическо ниво и има редица индикатори, по които не е конкурентноспособна. В същото време, ако вземем предвид 2020 г., както коментира уводът (според У. Шайдел)<sup>16</sup>, като “рестартираща година”, предвид кризата, ще е видно, че в проведеното емпирично изследване броят на МСП, които се справят с кризата добре, демонстрирайки висок иновационен капацитет е обещаващ.

В заключението е време да се обобщят и аргументите за “технологичен оптимизъм” за България. В основата на четирите “И-та” на икономическия растеж, който е сложно и комплексно явление, има четири водещи фактора, както твърдят INSEAD<sup>17</sup>: *иновации, инвестиции, институции и изходни условия*. Първите

---

<sup>15</sup> [12] Lindegaard, S., 2020, *The Open Innovation Revolution: Essentials, Roadblocks, and Leadership Skills*

<sup>16</sup> [13] Scheidel, W., 2018, *The Great Leveler: Violence and the History of Inequality from the Stone Age to the Twenty-First Century*

<sup>17</sup> [8] Fatás, A., Mihov I. (2009), *The 4 I's of Economic Growth, INSEAD Business School Presentation*

определят технологичната граница на света и разделението на ядро и периферия, вторият - капацитета за догонващ ръст (Китай, Южна Корея, Япония). Институциите и тяхна облекчена администрация, отсъствието на корупция, “служене на гражданите и бизнеса” са третият важен фактор, а “изходните условия” са точката на рестарт<sup>18</sup>, от която обществата имат шанс да се променят и да тръгнат в нова посока.

България, като член на ЕС, макар и последна в повечето икономически класации до момента, всъщност, има по-добър шанс за напредък и ръст от много от държавите в ядрото, именно заради неблагоприятните изходни условия. Парадоксално, иновациите “поникват” добре на празна почва, както показва примерът на Сингапур, Коста Рика или Естония, в моменти, в които обществата “рестартират” разбирането си за споделена добавена стойност, приоритети и инвестиции в нови сектори (след политическа или икономическа криза). На кръстопътя между краткосрочната и дългосрочната устойчива икономическа визия за развитие<sup>19</sup>. На границата на старото последно място и възможното иновационно лидерство, когато се въведе обща стратегическа рамка за икономика на знанието.

Иновациите винаги се мислят в дългосрочен контекст, доколкото, както изяснихме в преходните глави, изискват системен дизайн, дълъг цикъл от време, за да се наложи масова им употреба и усещане за позитивно социално въздействие от страна на обществото, което да приеме тяхната употреба, като неизбежна за своя просперитет. Както по-голямата част от проучените ключови лица посочват, иновациите родени в криза, които бързо са доказали своята ефективност, ще бъдат запазени за дълго време в живота на организациите и е напълно вероятно да се превърнат в устойчиви концепции, не само в България, но и в цял свят като: хибридна работа от вкъщи и дома, виртуалните срещи и дистанционното

---

<sup>18</sup> [2] Acemoglu, D., and Robinson, J.A., 2012, *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*

<sup>19</sup> [11] Keynes, M. J., 1930, *Economic Possibilities for our Grandchildren*

обучение, новите канали на комуникация и обслужване на клиенти и др.

От особена важност е, че след криза идват моментът на оптимизъм и възходящ икономически цикъл, тези етапи, в които “чашата е наполовина пълна”<sup>20</sup>, които са също толкова стимулиращи иновациите, колкото и неочакваните обстоятелства. Това дава шанс на България след тежката 2020 г. да промени освен възприятията и фактите, и да забърза своя иновационен потенциал, като преформулира стратегическите си приоритети, визия и стратегия за развитие, така че да остави за нашите правници икономика, базирана на знанието и основи на капацитет за иновационно лидерство.

Съществуването на икономика на знанието на глобално ниво не изключва възможността отделните икономики да се развиват както от различно стартово ниво, така и с различен темп на растеж<sup>21</sup>. С други думи, за определена група държави, сред които и България, става невъзможно постигането на устойчив икономически ръст без участие в икономиката на знанието, защото ниските корпоративни данъци, ниските разходи за труд и изнесената дейност, на които в момента се базират чуждестранните инвестиции в страната, не биха могли да представляват трайна предпоставка за конкурентоспособност без инвестиция в иновации.

Именно последното ще направи разликата, която е толкова нужна за привличането на чуждестранни инвестиции в България, насочване на образованието в посока ключовите знания и умения на 21 век (сред които винаги на “иновативността” е отредена водеща позиция), адаптирането на българската икономика от икономика на “ишлеме”, на полу-проводниците, полу-частите, полу-компонентите към икономика на знанието, която да създава водещи концепции за живота и средата на обитаване за следващите поколения. Както твърди Джон Мейнард Кейнс в есето си *“Икономически*

---

<sup>20</sup> [7] Drucker, F. P. (2002), *The Discipline of Innovation - реферира се към един от източниците на иновации, според П. Дракър, а именно “промяната на нагласата”*

<sup>21</sup> [14.] Танкова, Е. (2012), *Икономика и общество, базирани на знание*

възможности за нашите правнуци”<sup>22</sup> през далечната 1930 г. в началото на Великата депресия<sup>23</sup>, “ако погледнем 100 години напред в бъдещето ще видим, че прогресът е неизбежен”. Въпросът е дали искаме да вземем предвид фундаменталните промени, които ще настъпят в света от сега, защото “бъдещето влиза в нас, за да се трансформира в нас, много преди да се случи”.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> [11] Keynes, M. J., 1930, *Economic Possibilities for our Grandchildren*

<sup>23</sup> Голямата депресия е тежка световна икономическа депресия през 30-те години на XX век. Нейният времеви обхват е различен в отделните страни, но в повечето от тях тя започва през 1929 г. и продължава до края на 30-те години. Тя е най-продължителната, тежка и широкообхватна депресия през XX век и е сочена в съвременната литература като мярка за най-тежък срив на световната икономика.

<sup>24</sup> Цитат на Райнер Мария Рилке

## V. ЗНАЧЕНИЕ И ПРИНОСИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Сред най-важните приноси на настоящия дисертационен труд можем да открием следните, като ги разделяме на теоретични, методически и препоръки:

### **Научни:**

- Прецизирани са и са обогатени като значение основни термини и понятия в областта на иновациите.
- Представен е контекстът на стратегическото планиране, дългосрочното визионерство и икономиката на знанието като предпоставка за изучаване и базиране на иновациите върху систематичен подход.

### **Научно-приложни:**

- Изведени са авторови методологически насоки за изследване на стопанското поведение и са открити измерители (результативни и факторни променливи) за иновационна дейност на проучените 201 български търговски дружества и по конкретно на МСП.
- Доказана е стабилна положителна връзка между иновативността и успешното стопанско представяне.
- Идентифицирани и анализирани са факторите, оказващи критично въздействие върху оцеляването по време на криза на българските МСП.
- Анализирани са и са оценени стратегиите и механизмите за растеж по време на криза на българските МСП.

### **Приложни:**

- Формулирани са препоръки със стратегически характер за стопанското поведение на търговските предприятия по време на бъдещи кризи в икономиката на страната, както и за повишаване на иновационния капацитет на българската икономика.
- Препоръчани са конкретни области, в които мениджърите на български МСП да усвояват нови знания и показатели за тяхното измерване.

В допълнение са посочени и областите, в които българските МСП са имали най-сериозна нужда от подкрепа според проведеното



емпирично изследване по време на кризата от Covid-19 през 2020-2021 г.: подготовка и формулиране на кризисни стратегии и планове за изпълнение и възстановяване; повишаване на тяхната конкурентоспособност и устойчивост чрез обучения, достъп до финансиране и достъп до актуална и навременна информация за хода на икономическото развитие на страната.

Постигнатите резултати, изводи и проучване могат да послужат като бъдеща основа за сходни изследвания и съпоставка на резултатите в следващ период на рецесия и като ценен информационен показател за степента на иновативност по време на криза на българските МСП.

## VI. ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА В АВТОРЕФЕРАТА

### На английски език:

[1.] **Afua, A. (2003).** *Innovation Management*, Oxford University Press, Second Edition, p. 400.

[2.] **Acemoglu, D., and Robinson, J.A., (2012).** *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*, Profile Books, London, p. 546.

[3.] **Barak, M. (2004).** *Systematic Approaches for Inventive Thinking and Problem Solving: Implications for Engineering Education*, Tempus Publications, Int. J. Engng Ed. Vol. 20, No4, p. 612-618.

[4.] **Clark, L. (2020).** *Innovation in a Time of Crisis*, Harvard Business Review, 26.04.2020.

[5.] **Dees, J. G. (1998).** *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Kauffman Foundation and Stanford University.

[6.] **Drucker, F. P. (1985).** *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Harper&Row Publishers, New York, p. 288.

[7.] **Drucker, F. P. (2002).** *The Discipline of Innovation*, Harvard Business Review (August, 2002).

[8.] **Fatás, A., Mihov I. (2009),** *The 4 I's of Economic Growth*, IN-SEAD Business School Presentation

[9.] **Geroski, P. (2003).** *The Evolution of New Markets*, Oxford University Press, p. 240.

[10.] **Geroski P., Walters, C. (1995).** *Innovative Activity Over the Business Cycle*, Economic Journal.

[11.] **Keynes, M. J. (1930).** *Economic Possibilities for our Grandchildren* in *Essays in Persuasion* (New York: Harcourt Brace, 1932), p. 358-373

[12.] **Lindegard, S. (2020).** *The Open Innovation Revolution: Essentials, Roadblocks, and Leadership Skills*, Wiley, p. 240

[13.] **Scheidel, W. (2018).** *The Great Leveler: Violence and the History of Inequality from the Stone Age to the Twenty-First Century*, Princeton University Press, p. 528

### **На български език:**

[14.] **Танкова, Е. (2012),** *Икономика и общество, базирани на знание*, ВСУ “Черноризец Храбър”, 192 стр.

[15.] **Шваб, К. (2016).** *Четвъртата индустриална революция*, ИК Хермес, 239 стр.

## **VII. ПУБЛИКАЦИИ НА АВТОРА ПО ТЕМАТА**

### **Публикации на автора в специализирани научни издания:**

- Давидков, Ц., Д. Йорданова, Р. Каназирева, **Л. Асланова**, Р. Минковски (2018), “*Обучението по предприемачество: развитие на дидактически аспекти*”, XVI International Scientific Conference “Management & Engineering”18”, June 24 – 27 2018 – Sozopol; Conference Proceedings, vol. 1, pp 305 – 314., издателство: Technical University - Sofia - Faculty of Management & Co, 2018, стр.:305-314, ISSN (print):1310-3946
- Давидков, Ц., Д. Йорданова, Р. Каназирева, **Л. Асланова**, Р. Минковски (2018), “*Обучението по предприемачество: развитие на дидактически аспекти*”, XVI International Scientific Conference “Management & Engineering”18”, June 24 – 27 2018 – Sozopol; Conference Proceedings, vol. 1, pp 305 – 314.,

издателство: Technical University - Sofia - Faculty of Management & Co, 2018, електронна публикация ([http://iscme.tu-iiim.org/uploads/2018/ISCME18\\_VOL1\\_2018\\_d.pdf](http://iscme.tu-iiim.org/uploads/2018/ISCME18_VOL1_2018_d.pdf)), ISSN (online):1314-6327, PhD

- **Aslanova, Leona** (2019) *The discipline of innovation and its entrepreneurship practice today*, 31.03.2019, IAI Book of Abstracts, Vienna University Conference 2019, Edited Collection by Cambridge Scholar 2019 г. (<https://ia-institute.com/iai-book-of-abstracts-vienna-university-conference-2019/>), ISBN 978-608-4881-00-1: [https://ia-institute.com/wp-content/uploads/2019/03/Book-of-Abstracts-Vienna-2019\\_Final-2.pdf](https://ia-institute.com/wp-content/uploads/2019/03/Book-of-Abstracts-Vienna-2019_Final-2.pdf)
- **Л. Асланова**, *Организациите в криза - иноваторите печелят*, сборник от Третата обща докторантска конференция „Млади изследователи“, организирана от СУ „Св. Климент Охридски“, 27.02.2020 г., *предстояща публикация* в сборник том 4
- **Л. Асланова**, *Изобретението може да има случаен характер, но иновацията е винаги систематична*, сп. Българска Наука, *предстояща публикация* брой 146, октомври 2021 г., <https://nauka.bg/category/spisanie/>, (online) ISSN:1314-1031
- **Л. Асланова**, *Концепцията за иновации в съвременната наука*, e-Journal VFU”, електронно списание, издавано от Варненския свободен университет „Черноризец Храбър”, ISSN 1313-7514, публикация в брой 15, септември 2021 г. <https://ejournal.vfu.bg/en/administrationandmanagement.html>

#### **Публикации на автора в медиите или неспециализирани научни издания:**

- **Л. Асланова**, Esonomy.bg, 08.05.2014 г. онлайн публикация: ["Как да се научим да бъдем креативни и иновативни?"](#)
- **Л. Асланова**, Капитал, 15.01.2016 г. “Фитнес за бизнеса: Няколко практически съвета как да подобрите ефективността на компанията си като заложите на lean методология”, [онлайн публикация](#)
- **Л. Асланова**, Труд, 05.05.2016 г., “Произведено къде”, не тежи колкото “произведено как”, [онлайн публикация](#)

- **Л. Асланова**, Капитал, 07.08.2016 г., *“Имаме нужда от радикална образователна реформа”*, [онлайн публикация](#)
- **Л. Асланова**, Капитал, сборник HR&Management Innovations, *“Как да направим компанията си иновативна?”*, октомври 2016 г., стр 45-48, [онлайн публикация](#)
- **Л. Асланова**, Economy.bg, 16.07.2020 г., онлайн публикация: [“Кризите стимулират иновациите и ускоряват процесите”](#)
- **Л. Асланова**, Economy.bg, 16.07.2020 г., онлайн публикация: [“Как работят акселераторските програми?”](#)