



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – Свищов
Факултет „Производствен и търговски бизнес”
Катедра „Индустириален бизнес и предприемачество”

Феим Азем Брава

ВЛИЯНИЕ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
ВЪРХУ ПРИДОБИВАНЕТО НА КОНКУРЕНТНИ
ПРЕДИМСТВА НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“
по научна специалност „Икономика и управление“ (Индустрия)

Научни ръководители:

Доц. д-р Искра Пантелеева

Проф. д-р Любчо Варамезов

Свищов

2024 г.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита по реда на Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в СА „Д. А. Ценов“ от катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Авторът е докторант в задочна форма на обучение към катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Дисертационният труд е с общ обем от 196 страници и е структуриран в: увод (6 стр.), основен текст от три глави (160 стр.) и заключение (4 стр.). Представена е декларация за оригиналност и автентичност. Приложенията, с общ обем от 12 страници, са 2 на брой. Информацията в дисертацията е визуализирана в 9 фигури и 61 таблици. Списъкът на използваната литература се състои от 133 източника, от които 130 – на латиница и 3 – на кирилица.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 6 септември 2024 г., от 10,30 ч. в Заседателна зала Ректорат при Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се в отдел „Докторантура и академично израстване“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов – <https://www.uni-svishtov.bg/bg>

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на изследването
2. Обект и предмет на изследването
3. Цел и задачи на дисертационния труд
4. Изследователска теза и хипотези
5. Методология на изследването
6. Основни източници на информация
7. Ограничителни условия на изследването
8. Апробация на дисертационното изследване

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Увод

Първа глава. ТЕОРЕТИЧНА РАЗРАБОТКА НА ПРОБЛЕМА

1. Предприемачество и предприемачи
 - 1.1. Предприемачеството като двигател на социално-икономическото развитие
 - 1.2. Предприемачът като основна фигура в предприемаческия процес
 - 1.3. Видове предприемачи
 - 1.4. Предприемаческата идентичност през призмата на обучението по предприемачество
 - 1.5. Предприемачески компетенции
2. Обучение и предприемаческо обучение
 - 2.1. Обучението като стратегически инструмент на съвременното управление
 - 2.2. Предприемаческо обучение
3. Конкурентоспособност и конкурентни предимства на малките и средните предприятия
 - 3.1. Същност и значение на малките и средните предприятия
 - 3.2. Конкурентоспособност на малките и средните предприятия
4. Изводи и обобщения от първа глава

Втора глава. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

1. Проблемно-предметна рамка на изследването
2. Актуалност на изследването
3. Понятийно-категориален модел на изследване
4. Цел и задачи на изследването
5. Хипотетична рамка
6. Методически подход
7. Изследователски инструменти

Трета глава. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

1. Профил на респондентите
2. Проверка на хипотеза 1
3. Проверка на хипотеза 2
4. Проверка на хипотези с корелационен анализ
5. Интерпретация на хипотетичната рамка

Заключение

Литература

Приложения

Декларация за оригиналност и достоверност

III. СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

IV. СПРАВКА НА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСНИ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ

VI. СПРАВКА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МИНИМАЛНИТЕ НАЦИОНАЛНИ ИЗИСКВАНИЯ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОЦЕДУРА ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ОНС „ДОКТОР“

VII. СПИСЪК НА УЧАСТИЯТА В НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И ФОРУМИ

VIII. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на изследването

Днес развитите страни променят своята бизнес философия и се фокусират върху хората и техния творчески потенциал, знания и опит като най-важните ресурси за производство и развитие. В „индустрията на знанието“ основната движеща сила е предприемаческият интелект и творческото въображение на хората. Оцеляването и успехът на организацията зависят от пълноценното използване на човешкия ум. Силата и успехът на организацията зависи все по-малко от машините, оборудването, недвижимите имоти, с които тя разполага, и повече от качеството на персонала и т.нар. „политика на ума“.

Изграждането на общество, основано на знанието, е процес, който трябва да функционира непрекъснато, като се вземе предвид икономическият и социален контекст на обществото. Като функция на собственото си развитие всяка държава трябва да създаде предпоставки за икономически дейности с по-висока добавена стойност, по-добри и по-продуктивни работни места, социален просперитет и използване на собствените си ресурси в съответствие с философията на устойчивото развитие. Ключов елемент за икономическия прогрес, освен капитала и технологиите, е работната сила, т.е. нейните компетенции за предприемаческа дейност и качествено, ефикасно и ефективно изпълнение на работните задачи.

През последните десетилетия, предприемачеството получи все по-голямо признание от изследователи, практики и политици като важен двигател на икономическото развитие и измененията в общественото благосъстояние. Предприемаческият дух днес се разглежда като основен източник на иновации във всички индустрии, което води до раждането на нови предприятия и растеж и обновяване на вече съществуващи бизнес организации.

Подходите за насърчаване на предприемаческата дейност, приети на правителствено ниво в различните държави, са различни. Текущото състояние на световната икономика, икономическите кризи и/или рецесия създават необходимостта от развитие на подходящ предприемачески дух, от разширяване прилагането на предприемаческото обучение, целящо придобиването на знания и умения, необходими за правилното използване на непрекъснато разкриващите се бизнес възможности и за изграждане на конкурентни предимства на бизнес организациите.

Ако основната цел на всеки служител се разглежда от гледна точка на личния принос в предоставянето на най-високо ниво на обслужване, качество и стойност на продукта, насърчаването на предприемаческия дух в служителите ще им позволи да придобият подходящи предприемачески компетенции на всички нива на организацията като качествена основа за организационно развитие в определена посока. Основната препоръка на Европейската конференция за обучение по предприемачество в Европа, проведена в Осло, подчертава, че предприемачеството трябва да се разбира не само като управление на бизнес, но и като развитие на предприемаческо поведение (креативност, инициативност, независимост, работа в екип). Интегрирането на предприемаческото и бизнес поведение в работата чрез разработване на проекти за идентифициране на ключови компетенции сред служителите е аспект от екзистенциално значение за организационното развитие. Всъщност за личността на служителите е от основно значение да се изживеят като бъдещи предприемачи, да получат адекватно обучение, което ще им позволи да развият тенденция към самостоятелност и независимост, склонност да поставят под въпрос своите минали и бъдещи действия, да бъдат ориентирани към постигане на резултати и готови да ги аргументират, да представят идеите си пред мениджърите.

Предприемаческото обучение се очертава като важна, но все още недостатъчно разработена и, в определена степен, неразбрана област на изследване. Дисертационният труд се фокусира върху развитието на тази област от гледна точка на социално конструираното учене, базирано на опита и поведението при учене на предприемачите в МСП. Единицата на анализ е малкият и средният предприемач. В дисертационния труд е разработена концептуална рамка за анализ на обучението по предприемачество, от една страна, и от друга страна, основите и перспективите на обучението по предприемачество, което ще позволи на предприемачите да постигнат конкурентно предимство и да повишат нивото на иновации в МСП.

Предприемаческите компетенции и връзката им с обучението по предприемачество като функция на тяхното развитие представляват специално предизвикателство за изследователите. Изследването на предприемачите само по себе си е голямо предизвикателство и носи със себе си определени трудности. В резултат на настоящото изследване ще се получи по-задълбочена и широка информация за предприемаческата идентичност, необходимите предприемачески компетенции, които ще позволят на предприемачите да постигнат конкурентно предимство. Изследването на предприемаческите компетенции и обучението по

предприемачество води не само до иновации в дейността на МСП, но и до използване на информация, знания и идеи за ефикасно и ефективно реализиране на предприемаческите роли. Обучението по предприемачество се превръща в основен ресурс за производство и развитие. Знанието като основна детерминанта на човешкия капитал е важен фактор за управлението на МСП и създаването на стойност за организациите.

2. Обект и предмет на изследването

Обект на изследване в дисертационния труд е *предприемаческото обучение*, а негов **предмет** – *влиянето му върху придобиването на конкурентни предимства от малките и средните предприятия.*

3. Цел и задачи на дисертационния труд

Основната цел на настоящия дисертационен труд е *да се изследва влиянието на предприемаческото обучение върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия. В допълнение, в настоящето изследване се подчертава ролята на предприемаческата идентичност и се дефинират необходимите предприемачески компетенции, придобиването на които ще позволи на предприемачите да постигнат конкурентно предимство.*

Постигането на така дефинираната цел е свързано с решаването на следните **изследователски задачи**:

Първо, да се направи преглед и анализ на специализираната литература в областта на предприемачеството, обучението по предприемачество, предприемаческите идентичност и компетентност, конкурентните предимства и конкурентоспособността на малките и средните предприятия.

Второ, да се разработи методологически подход и методически инструментариум за изследване на влиянието на предприемаческото обучение върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия.

Трето, да се проведе емпирично проучване, резултатите от което ще покажат дали приетите хипотези се потвърждават или отхвърлят.

4. Изследователска теза и хипотези

Изследователска теза

Основната теза, която се защитава в дисертационния труд, може да се дефинира така: *Обучението по предприемачество, което развива предприемаческите компетенции за лична ефективност и компетенциите на работното място, води до придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия.*

Хипотези

За доказването на изследователската теза се разглеждат следните хипотези:

Генерална хипотеза: Обучението по предприемачество, което развива компетенциите за лична ефективност и компетенциите на работното място на предприемачите, ще доведе до придобиване на конкурентно предимство на малките и средните предприятия.

Специална хипотеза 1: Предприемаческите компетенции за лична ефективност, развити чрез обучение по предприемачество, имат положително въздействие върху придобиването на конкурентно предимство на МСП.

Индивидуална хипотеза 1.1: Развиването на междуличностни умения чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху придобиването на конкурентно предимство на МСП.

Индивидуална хипотеза 1.2: Развиването на умения за поемане на риск чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху придобиването на конкурентно предимство на МСП.

Индивидуална хипотеза 1.3: Развиването на инициативни умения чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

Индивидуална хипотеза 1.4: Развиването на умения за отговорност чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

Специална хипотеза 2: Предприемаческите компетенции на работното място, развити чрез обучение по предприемачество, имат положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

Индивидуална хипотеза 2.1: Развиването на креативността чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП.

Индивидуална хипотеза 2.2: Развиването на фокуса върху клиента чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

Индивидуална хипотеза 2.3: Развиването на иновации чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП.

Индивидуална хипотеза 2.4: Развиването на умения за решаване на проблеми чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

5. Методология на изследването

Изследователският дизайн на докторската дисертация включва прилагането на множество научни методи. Основните научни методи, използвани в научната работа са: методите на индукцията и дедукцията, анализа, синтеза и сравнителния анализ.

Индукционният метод има за цел да анализира актуалната научна и професионална литература, която разработва проблема за предприемаческите компетенции и обучението по предприемачество. Всъщност методът на индукция идентифицира теоретичните знания, характеристики, модели и теории, които разработват дефинирания феномен в изследването.

Методът на дедукция е основата за извеждане на изводи от тестваните хипотези. Методът на дедукцията дава възможност за разработване на теорията за предмета на изследване, в случай на идентифициране на предприемаческите компетенции, които са във функция за постигане на конкурентно предимство чрез прилагане на обучението по предприемачество. След това се преминава към операционализация на ниво отделни и индивидуални хипотези, които включват зависими и независими променливи.

В изследването е приложен и методът на сравнителния анализ. Хипотезите са генерирани в хипотетична рамка, за да бъдат тествани чрез проучване върху подходящо подбрана извадка от МСП. Проверката на хипотезите се извършва с количествено изследване и статистическа обработка на данните, получени от анкетния въпросник. Сравнителното изследване дава възможност за обобщаване на заключенията, тъй като потвърждаването на хипотези може да се счита за научна истина.

Като цяло става въпрос за приложни изследвания, свързани с ясно дефинирана цел и имащи практическо приложение в МСП.

Изследователската техника, използвана в научната работа е анкета. Техниката на анкетиране дава възможност за получаване на подходящи знания и необходимите предприемачески компетенции, които могат да бъдат развити чрез прилагане на обучението по предприемачество, за да се постигне конкурентно

предимство. Използваният в изследването инструмент е анкетна карта. Анкетните карти предоставят удобен начин за събиране на данни от по-голям брой респонденти от определена географска област. Това е инструмент с висока честота на използване, тъй като респондентите могат свободно да изразят мнението си и да останат анонимни.

6. Основни източници на информация

При теоретичното разработване на проблема и изграждането на методологическите основи на изследването, както и последващото приложение на изградената методика и проведения анализ са използвани актуални изследвания по темата на дисертационния труд и емпирични данни, получени в резултат на проведено емпирично проучване. Основни информационни източници, използвани в дисертационния труд, са: специализирана научна литература по тематиката на дисертационното изследване (учебници, монографии, книги, научни студии и статии, сборници от научни форуми и др.); официална информация от статистически институции; данни от емпирични проучвания с тематика и обхват, близки до настоящото изследване; информация от наблюдения и регистрация на статистически данни; Интернет сайтове, бази данни и др., в областта на обучението по предприемачество, предприемаческите компетенции и конкурентоспособността на малките и средните предприятия и др. За набирането на емпирични данни е разработена анкетна карта, която бе изпратена на мениджъри на активни в момента на проучването малки и средни предприятия, опериращи на територията на Република Косово. Получените от анкетната карта данни са обработени с Microsoft Excel и статистическата програма SPSS, за да се формулират съответните качествени и количествени заключения.

7. Ограничителни условия на изследването

Широкообхватната проблематика на дисертационния труд налага въвеждането на някои ограничения:

Ограничения по отношение на предмета на изследване. Дисертационният труд изследва влиянието на обучението по предприемачество върху придобиването на конкурентни предимства от малките и средни предприятия. Вниманието на автора на дисертацията е насочено преди всичко към практическите измерения на изследването и проверката на предварително дефинираните хипотези и подхипотези. Така извън предмета на проучване остават някои други аспекти на изследването (организационно-управленски аспекти на малкия и средния бизнес, нормативна база на тяхното функциониране, политики в областта на предприемаческото обучение и др.).

Ограничения по отношение на обхвата на проучените компании. Проучените компании са определени, като са взети предвид следните критерии: Географско представителство на организации от територията на Република Косово; Малки и средни организации; Според вида на собствеността – проучени са само компании, които са частна собственост; Включените респонденти са: мениджъри; Представяне на организации според сферата на дейност (производствени, непроизводствени).

Ограничение по отношение на периода на изследване. Анкетното проучване е проведено сред 120 респондента в периода май-юни 2022 г. на територията на Р Косово.

8. Аprobация на дисертационното изследване

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита от катедра „Индустиален бизнес и предприемачество” при Стопанска академия „Д. А. Ценов” – гр. Свищов. Близки до темата на дисертацията в специализирани издания са публикувани 5 статии (3 в съавторство и 2 авторски). Части от дисертационния труд са представени на различни научни форуми – докторантски сесии, конференции и др.

II. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В структурен план дисертационният труд се състои от увод (5 стр.), три глави (160 стр.), заключение (4 стр.), списък с използвана литература (13 стр.), и приложения (11 стр.). В съдържателно отношение дисертационният труд е структуриран по следния начин:

Увод

Първа глава. ТЕОРЕТИЧНА РАЗРАБОТКА НА ПРОБЛЕМА

1. Предприемачество и предприемачи
 - 1.1. Предприемачеството като двигател на социално-икономическото развитие
 - 1.2. Предприемачът като основна фигура в предприемаческия процес
 - 1.3. Видове предприемачи
 - 1.4. Предприемаческата идентичност през призмата на обучението по предприемачество
 - 1.5. Предприемачески компетенции
2. Обучение и предприемаческо обучение
 - 2.1. Обучението като стратегически инструмент на съвременното управление
 - 2.2. Предприемаческо обучение
3. Конкурентоспособност и конкурентни предимства на малките и средните предприятия
 - 3.1. Същност и значение на малките и средните предприятия
 - 3.2. Конкурентоспособност на малките и средните предприятия
4. Изводи и обобщения от първа глава

Втора глава. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

1. Проблемно-предметна рамка на изследването
2. Актуалност на изследването
3. Понятийно-категориален модел на изследване
4. Цел и задачи на изследването
5. Хипотетична рамка
6. Методически подход
7. Изследователски инструменти

Трета глава. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

1. Профил на респондентите
2. Проверка на хипотеза 1
3. Проверка на хипотеза 2
4. Проверка на хипотези с корелационен анализ
5. Интерпретация на хипотетичната рамка

Заклучение

Литература

Приложения

Декларация за оригиналност и достоверност

III. СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Увод

Във въвеждащата част на дисертационния труд се обосновава актуалността и практическата значимост на изследването. Дефинират се обектът, предметът, целта, задачите, изследователската теза и хипотезите. Представя се методологията на научното изследване.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧНА РАЗРАБОТКА НА ПРОБЛЕМА

В **първа глава** се поставя теоретичната база, свързана с темата. Представят се дефиниции на основните понятия, използвани в дисертационния труд. Представят се в систематизиран вид виждания на различни автори по въпросите за предприемачеството и предприемаческото обучение, предприемаческите компетенции и идентичност, конкурентните предимства и конкурентоспособността на малките и средните предприятия.

Главата се състои от четири параграфа в следната последователност:

1. **Предприемачество и предприемачи**

Първият **параграф** се състои от пет подпараграфа. В *първия подпараграф* предприемачеството се разглежда като основен двигател на социално-икономическото развитие. Посочва се, че интересът към предприемачеството започва предимно през 80-те години на миналия век и се ускорява след края на века. Изтъква се, че приносът на новите предприятия за растежа на националните икономики не остава незабелязан и през последните десетилетия предприемачеството получава все по-голямо признание сред икономисти и политици като важен двигател на подобренията в общественото благосъстояние (Martínez et al., 2010). В световен мащаб и в частност, в развиващите се страни, икономическият пейзаж се променя, с движение от преки чуждестранни инвестиции до самостоятелна заетост и предприемачество. Непрекъснато нараства броя на хората, които обмислят самостоятелната заетост като възможност за кариера поради високото ниво на безработица в тези икономики (Njoroge & Gathungu, 2013).

Авторът отбелязва, че мнозина автори приравняват предприемачество с откриването на собствен бизнес. Не малка част от изследователите обаче смятат, че предприемачеството е повече от това. За някои предприемач е човек, който е готов да поеме риска (от ново начинание), ако има значителна възможност за печалба. Други подчертават ролята на предприемача като новатор, който продава своята иновация. За трети предприемачите създават нови стоки или процеси, които се търсят на пазара и в момента тяхното търсене не е удовлетворено.

Според автора предприемачеството е създаване и изграждане на нещо ценно. Това означава, че предприемачеството включва създаване и разпространение на стойност за отделни групи, организации и общество като резултат от реализиране на възможност. То е динамичен процес на създаване на нарастващо богатство по иновативни начини (Amzad et al., 2009).

Проследява се развитието на концепцията за предприемачество, създадена за първи път през 1700 г. , чието значение се развива оттогава до днес. През 20 век Joseph Schumpeter (1883-1950) се фокусира върху това как предприемаческият стремеж към иновации и напредък създава внезапни сътресения и промени. Schumpeter вижда предприемачеството като сила на "творческото разрушение". Предприемачът въвежда нови комбинации, правейки старите отрасли остарели. Предварително установените начини за правене на бизнес се разрушават от създаването на нови и по-добри начини за управление. Бизнес експертът Peter Drucker доразвива тази идея още повече, описвайки предприемача като човек, който действително търси промяна, откликва на нея и я вижда като възможност.

Отбелязва се, че концепцията за предприемачеството е подробно проучена. В почти всички дефиниции на предприемачеството има съгласие за вида поведение, което включва: (1) поемане на инициатива, (2) организиране и реорганизиране на социални и икономически механизми за превръщане на ресурсите и ситуациите в практически сметка и (3) приемането на риск или провал (Njoroge & Gathungu, 2013). По света, правителствата са признали важноста на предприемачеството в мотивирането на хората, бизнеса и свързаните заинтересовани страни да възприемат и развиват нови възможности, които могат да насърчат положителната промяна и създаване на икономически растеж в тези общества (Blenker et al, 2008). Предприемаческият дух днес се разглежда като основен източник на иновации във всички индустрии, което води до раждането на нови предприятия и растеж и обновяване на вече съществуващи бизнес организации.

Според автора ролята на предприемачеството в икономическото развитие включва нещо повече от просто увеличаване на обема на производство и увеличаване на дохода на глава от населението. Тя включва още инициране и създаване на промени в структурата на бизнеса и обществото. За да доведат тези промени до увеличаване на производството и икономически растеж, трябва да са налице иновации, водещи до инвестиции в нови продукти и нови начинания.

Във **втория подпараграф** предприемачът се разглежда като основна фигура в предприемаческия процес. Според Amzad et al. (2009) предприемачът е този, който използва ресурси, труд, материали и други активи или техни комбинации, които правят стойността им по-голяма от преди, а също и този, който въвежда промени, иновации и нов ред. Предприемачите са лица, които поемат

основните рискове по отношение на капитал, време и/или ангажираност в кариерата или осигуряване на стойност на някакъв продукт или услуга. Продуктът или услугата може или не да бъде нов или уникален, но стойността трябва по някакъв начин да бъде вдъхната от предприемача чрез получаване и локализиране на необходимите умения и ресурси.

Посочва се, че най-често срещаната дефиниция на предприемача е „Човек, който организира, управлява и поема риск за управление на бизнес или предприятие.“ Peter Drucker отбелязва, че предприемачът винаги търси промяна, откликва на нея и я разглежда като възможност. Разбира се, далеч не всички правят това, но този, който притежава предприемаческите качества за усещане на възможност, поемане на риск, инициатива, способност за мобилизиране на ресурси и капацитет за планиране, организиране, прилагане и изпълнение, може да бъде описан като човек, притежаващ предприемачески качества. Тези качества са подкрепени от предприемачески дух, както и от желание за поемане на предизвикателства с желание за създаване на нови начинания. Някой, който може да види възможност и създава организация, за да реализира тази възможност, т.е. този, който адаптира към тази идея ресурси и организация за създаване и прилагане на ново начинание, е предприемач.

Отбелязва се, че успешните предприемачи са на различна възраст, нива на доходи, пол или раса. Те се различават по образование и опит. Но изследванията показват, че най-успешните предприемачи споделят някои лични качества, включително креативност, отдаденост, решителност, гъвкавост, лидерство, страст, увереност и яснота (OECD, 2003).

Предприемачът е изследван в многобройни проучвания с помощта на различни методологии и накрая се стигна до заключението, че психологическият профил или дефиницията на предприемача е привидно невъзможна задача. По този начин психологическият подход в изследването на предприемача вече се е изместил от изследването на личността към изследването на поведението, мотивацията и познанието. Изследването на мотивацията и познанието на предприемачите е подход, който се стреми да разбере повече за това, което предшества предприемаческото поведение, отколкото личностните характеристики/профила на предприемачите. Изследванията, които вземат предвид индивидуалните предприемачески намерения, са един от най-старите подходи за разбиране на предприемаческите процеси и са приети от редица автори.

Развитието на нов бизнес изисква индивидът да направи съзнателен избор и решение и това е съзнателно поведение, което е умишлено по природа. Следователно изглежда логично, че намеренията могат да осигурят ценна представа за типа индивид, привлечен да стане предприемач. Shapiro & Sokol

(1982) разработиха модел на „формиране на предприемаческо събитие“, който взема предвид промените в жизнения път и тяхното влияние върху възприятието за желателност и възприятието за осъществимост в лицето, свързано със създаването на ново начинание. Според този модел промените в живота (изместванията) предизвикват промяна в предприемаческото намерение и последващото поведение. Промяната може да настъпи или в отрицателна форма (загуба на работа), или в положителна форма (финансова подкрепа). Намерението да станеш предприемач и да стартираш бизнес проект зависи от възприятието за желателност (искам ли да го направя) и осъществимост (има ли възможност да го направя) във връзка с дейността за постигане на целта.

Теорията за планираното поведение е друг модел на намерение и се използва заради своята предсказваща сила и приложимост в различни области на съдържание, включително предприемачество. Въз основа на вярвания, нагласи и преднамерени връзки, вярванията и нагласите на дадено лице относно определено поведение разказват за намерението му да извърши това поведение. В предприемачески контекст това означава, че вярванията и нагласите на предприемача по отношение на предприемачеството формират намерението му да създава нови проекти. Krueger et al. (2000) изследват предсказващата способност на теорията за планираното поведение във връзка с намеренията за започване на нов бизнес и потвърдиха, че отношението и възприеманият поведенчески контрол са значително свързани с предприемаческите намерения.

Отбелязва се, че всички настоящи изследвания, засягащи предприемаческите компетенции, безрезервно приемат, че предприемачите се различават от непредприемачите по отношение на компетенциите, които притежават. Никой обаче не е изследвал емпирично дали предприемаческите компетенции могат или не да направят разлика между предприемачи и мениджъри. Днес предприемачеството е от фундаментално значение за нашето общество. Предприемаческите компании допринасят за икономическото благо чрез увеличаване на иновативния капацитет на икономиката. Нещо повече, предприемачеството създава нови предприятия и работни места, които са от решаващо значение за днешния глобален бизнес климат. Както Low и MacMillan твърдят, създаването на нови фирми е критична движеща сила за икономическото развитие, създавайки стотици хиляди нови работни места, повишавайки държавните и местните данъци върху доходите, увеличавайки износа и като цяло увеличавайки националната производителност (Low & MacMillan, 1988). Изследването на предприемачите започва с подхода на личностните черти. Този подход счита, че има различни черти на характера и мотиви, които разделят предприемачите от непредприемачите и успешните предприемачи от неуспешните предприемачи.

В *третия подпараграф* се разглеждат и видовете предприемачи. Предприемачите могат да бъдат от различни видове и може да предпочетат да действат сами или да споделят рисковете в групи с други. Въз основа на класификацията на Drucker (1985) са разгледани следните видове предприемачи:

- Самостоятелен оператор, който по същество работи сам или има няколко служители.
- Активните партньори са основно соло оператори, които имат партньори, които допринасят с пари за бизнеса, без да участват активно в него.
- Партньори са тези предприемачи, които управляват компанията като съвместна дейност, всички те активно участват в работата на компанията.
- Инвеститорите са тези, чиято основна компетентност е тяхната креативност и изобретателност.
- Предизвикателите са тези, които влизат в бизнеса, защото е предизвикателство и се отегчават, когато всичко изглежда решено и изглежда, че се справят добре.
- Купувачите предпочитат да закупят бизнес, вместо да започнат собствен, това им се струва по-малко рискова алтернатива.
- Бизнес до живот - тези, които гледат на бизнеса си като на неразделна част от живота си.

В този подпараграф са разгледани и различните видове предприемачески характеристики. Често срещана тема в тези литератури е дали притежаването на определени характеристики ще направи фирмата повече или по-малко успешна. Една категория от тези характеристики са демографските характеристики като пол, възраст, етнически произход и произход на родителите. Втората категория са предприемаческите психологически и поведенчески характеристики, използващи различни подходи като мотивация, лични качества, ценности, цели и нагласи. Третата категория са основните човешки фактори като ниво на образование, трудов опит, първоначален опит, обучение и умения и техническо ноу-хау. Много предприемачески характеристики изглежда са положително свързани с представянето на фирмата. Те подчертават важността на психологическите характеристики, управленските способности, както и фактора произход и опит.

В *четвъртия подпараграф* е разгледана предприемаческата идентичност през призмата на предприемаческото обучение. Отбелязва се, че идентичността, дори когато е специфична за индивида, е социален феномен и следователно се изгражда чрез взаимодействие с другите. Индивидите са способни да поддържат множество идентичности по отношение на роли, свързани с тяхната работа и семеен статус, както и други социални контексти (Blenker et al., 2012).

Според автора предприемаческите обучения, които се интересуват от улесняване на процеса на изграждане на предприемаческа идентичност, трябва да

включват силно ангажирани ментори и мрежи от заинтересовани страни, с които предприемачите могат да оформят своята идентичност. В допълнение, в обучението по предприемачество могат да се прилагат методи, които включват разказване на истории, които предприемачите могат да използват, за да легитимират своята идентичност.

Изследванията в обучението по предприемачество очертават компетенциите, уменията и знанията, необходими за предприемачеството, като изследват дали преподаваните умения са приложими в предприемаческата практика. Те подчертават, че идентичността е от съществено значение за смисъла, мотивацията, вземането на решения и други дейности, които могат да се считат за критични в предприемачеството действие.

Редица изследователи и теоретици твърдят и доказват, че идентичността е социален феномен. В психологията Baumeister (2011) обобщава работата си върху собствеността и идентичността по следния начин: „Идентичността се определя отчасти от нейното място в социалната система, включително роли и привързаности“.

За да действат предприемачески, хората се разглеждат като нуждаещи се от набор от способности, които са лични, организационни и социални. Компонентите, които влияят върху предприемаческите способности, включват идентичност и знания (свързани с индивида), както и мрежи, легитимност и локалност (разглеждани като свързани с контекста). Работата по развиване на предприемаческа идентичност, която основно е свързана с биографията на човека, включва не само вътрешна саморефлексия, но и социална ангажираност - чрез разговор и действие. Но когато се ангажират социално, особено с установени социални групи, хората, които искат да поемат ролята на предприемач, често се борят с това как тази роля се вписва в съществуващите идентичности и роли. Нашият фокус е да разберем изграждането на предприемаческа идентичност от гледна точка на обучението по предприемачество, така че изследователското разбиране да може да се приложи за улесняване на изграждането на идентичност.

Професионалната идентичност на мениджърите се развива в културния контекст и в социалните групи, в които те се държат професионално. Образованието също е част от развитието на идентичността, което създава един вид мислене по време на процеса на учене през целия живот. Обучението по предприемачество трябва да подготви хората с уменията, необходими за стартиране на предприятия.

В *петия подпараграф* се разглеждат предприемаческите компетенции. Отбелязва се, че голямото разнообразие от дефиниции на понятието „компетентност“, срещано в научната литература, е истинско предизвикателство

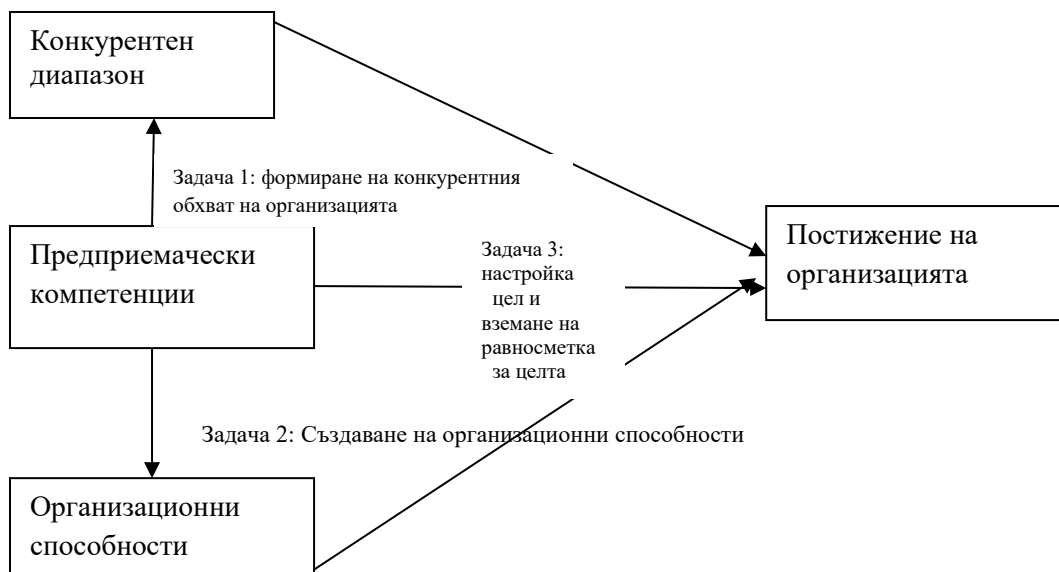
за изследователите. То често се отъждествява с термини като „умения“, „експертиза“, „проницателност (Smith & Morse, 2005).

Има поне две ключови значения или употреби на термина компетентност: компетентност като поведение, което индивидът демонстрира; и компетенциите като минимални стандарти на представянето (Strebler et al., 1997). Предприемаческите компетенции често се определят като специфична група от компетентности, свързани с упражняването на успешно предприемачество.

Прави се разграничение между управленските компетенции и предприемачески компетенции (Lerner and Almor, 2002). Предприемаческите компетенции са необходими за стартиране на бизнес, докато управленските умения са необходими за разрастване на бизнеса, като компетентността в предприемачеството изисква компетенции и в двете области (Man et al., 2002).

Има доказателства за това, че разбирането на необходимите компетенции и променящата се роля на предприемача през различните фази на развитие на бизнеса ще подпомогне развитието на компетентността и от своя страна ще има последици за успешния бизнес растеж (Churchill & Lewis, 1983), т.е. придобиване на конкурентни предимства.

В този подпараграф е представен модел на компетенциите (Фигура 1).



Фигура 1. КЕО модел на компетенциите

Източник: Man, Thomas W.Y., Theresa Lau. and K.F. Chan. 2002. The competitiveness of small and medium enterprises a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. Journal of Business Venturing.

Въз основа на концепцията за компетенциите и подхода на компетенциите, Man et al. (2002) предлага концептуален модел, който свързва характеристиките на малките и средните предприятия, собствениците-мениджъри и организационните постижения. Както е показано на фигура 1, моделът разграничава четири основни конструкта: предприемачески компетенции, конкурентен обхват, организационни способности и фирмени постижения. Конкурентоспособността и организационните способности представляват структурата на външния фактор на околната среда и вътрешния фактор на фирмата, съответно. В центъра на модела са връзките между предприемаческите компетенции и други конструкти. Тези взаимоотношения са концептуализирани като три основни предприемачески задачи: формиране на конкурентния обхват на фирмата, създаване на организационни способности и определяне на цел и предприемане на действия за целта, чрез оценка на конкурентния обхват и използване на организационните способности. В модела на Man et al. (2002), предприемаческите компетенции играят ключова роля при определяне на представянето на фирмата. Въпреки че конкурентният обхват и организационните способности все още са двата определящи фактора за постиженията на фирмата, те се влияят от предприемаческите компетенции. Емпирично се наблюдава значителна връзка между предприемаческите компетенции и представянето на фирмата.

В обобщение, предприемаческите компетенции се разглеждат като важни за бизнес растежа и успеха, както и разбирането на природата и ролята на тези компетенции може да има важни последици за практиката.

2. Обучение и предприемаческо обучение

Втори параграф на първа глава е посветен на обучението и, в частност, на предприемаческото обучение. В *първия подпараграф* обучението се разглежда като стратегически инструмент на съвременното управление. Отбелязва се, че най-важната част на това обучение от когнитивна гледна точка се крие в неговото постоянство. Съответно обучението се различава на:

Групово/екипно обучение. Тук акцентът е върху креативността и свободното движение на идеи, а не върху придобиването на групови квалификации и способности. Екипният метод на обучение може да бъде стандарт за обучение за цялата организация.

Организационно обучение. Всъщност организационното обучение предполага споделяне на знания, вярвания и предразсъдъци между индивиди и групи. Такова функциониране на организацията не е просто сбор от усилията на индивидите или груповите усилия. Това е резултат от организационно обучение, кодирано в начина, по който индивидуалното и груповото знание функционират

и се прилагат. Организационното обучение се случва, когато правим всичко по-горе заедно.

Адаптивното учене или учене в един кръг (single loop learning) е основна форма на учене, при която знанията се придобиват и се правят промени само в рамките на предварително определен набор от допускания, които остават извън всякакви въпроси. С адаптивното обучение организацията коригира своите дейности, ако те се отклоняват от предварително дефинирания курс.

Генеративното обучение или обучение в двоен цикъл (double loop learning) представлява придобиване на знания, които преразглеждат и променят основните допускания, върху които се изграждат съществуващите начини на работа. Така че с генеративното обучение съществуващите начини на работа не се усъвършенстват, но се създават напълно нови допускания, които водят до промени, които са радикални в този тип обучение, тъй като се променят основните допускания и дефиниции, на които се основава функционирането на организацията.

Във втори подпараграф се разглежда предприемаческото обучение. Отбелязва се, че ролята на образованието и обучението за предоставяне на предприемачите на необходимите бизнес умения и знания за планиране, създаване и развитие на своите бизнес идеи, е голяма и се признава от учени, практики и правителства. Това е така, защото според теорията за човешкия капитал, инвестициите в знания, умения и способности подобряват производствения капацитет, увеличават компетенциите и възможностите за иновативни и гъвкави отговори на предизвикателствата на околната среда.

Jones & English (2004) определят обучението по предприемачество като процес на предоставяне на хората на способността да разпознават търговските възможности и прозрение, самочувствие, знания и умения за действие спрямо тях. Martínez et al. (2010) дефинират обучението по предприемачество в широк смисъл като изграждане на знания и умения „за“ или „с цел“ предприемачество като цяло, като част от признати образователни програми на институции за начално, средно или висше образование. Авторите определят обучението по предприемачество като изграждане на знания и умения в подготовката за стартиране на бизнес. Обучението е вид подобряване на ориентацията върху знания, отношение и умения (Seun & Kalsom, 2015).

Предприемачество изисква отличителни компетенции (Nisula & Pekkola, 2012): визия, адаптивност, убедителност, увереност, конкурентоспособност, поемане на риск, честност, постоянство и интегриране на знания в различни дисциплини. ***Тези компетенции могат да се придобият чрез обучение. Обучението е от решаващо значение за развитието и създаването на предприемачи.*** Резултатите от някои проучвания показват, че липсата на

обучение и образование се оказва бариера пред предприемачите и реализирането на различни програми за обучение могат да решат този проблем (Idrus et al., 2014). Подобни проучвания предоставят рамка за съдържанието на бъдещи програми за обучение по предприемачество, които могат да помогнат за създаването на нови предприятия, разрастването на съществуващите и генерирането на нови работни места.

Обучението по предприемачество играе съществена роля при формирането на нагласи, умения и култура. ***Подчертава се, че предприемаческите умения, нагласи и поведение могат да бъдат научени и предприемаческото образование и обучение през целия живот на индивида е наложително.***

3. Конкурентоспособност и конкурентни предимства на малките и средните предприятия

В **трети параграф** на първа глава се разглеждат конкурентоспособността и конкурентните предимства на малките и средните предприятия (МСП). Той се състои от два подпараграфа. ***Първият подпараграф*** е посветен на същността и значението на МСП. Констатира се, че големите предприятия от години се радват на подкрепа от страна на правителствата, финансовия сектор и други заинтересовани страни, но тази ситуация бързо се променя във всички икономики в световен мащаб, като фокусът се измества към развитието на малкия бизнес. Малките и средните предприятия често са цитирани като „кръвта на живота“ на модерните икономики, защото съставляват над 75% от предприятията и осигуряват средства за препитание на бедните (Gunasekaran et al., 2011).

Подчертава се ролята на МСП в социално-икономическото развитие на държавите в световен мащаб. Тяхното значение може да се види по отношение на приноса им към икономическия растеж, създаването на работни места, намаляването на бедността и развитието на индустриалната база. Потенциалът и ключовата роля на МСП за облекчаване на бедността и създаване на работни места се подчертава и от други автори (Ayyagari et al., 2014; De Wit & de Kok, J., 2014).

МСП имат изключителен потенциал за гъвкаво адаптиране към икономическата обстановка в страната и променящата се пазарна конюнктура и са от голямо значение за развитието на националната икономика (Ahmedova, 2015). МСП формират най-голям дял сред бизнес единиците, които съставят националната, регионалната и европейската икономика. Този факт обуславя не само изследователския интерес, но и държавната политика по отношение на този сектор и насърчава търсенето на нови управленски подходи за повишаване на тяхната конкурентоспособност.

МСП са катализатори за растеж, защото те осигуряват така необходимата заетост, което насърчава икономическия растеж (Schreyer, 1996). Въпреки

критичната роля на сектора обаче, той е изправен пред много предизвикателства, като над 90% от МСП да не доживяват третия си рожден ден (Njoroge & Gathungu, 2013).

Разпространението на малкия бизнес е добре дошло, тъй като развитието на малки и средни предприятия (МСП) допринася значително за създаването на работни места, социална стабилност и икономическо благосъстояние по света (Ladzani & Van Vuuren, 2002). Въпреки че тези бизнеси са относително малки по мащаб, с ограничени средства и слаби структури, те имат значителен принос за икономическия просперитет, създават безброй работни места и насърчават социалната стабилност.

Отбелязва се, че управлението на МСП не се различава фундаментално от управлението на голяма организация. Една основна разлика обаче е, че малкият бизнес обикновено се управлява от мениджър собственик, който често е самият предприемач, докато голяма корпорация често се управлява от мениджър, който не е задължително да притежава акции в компанията. Останалото е просто въпрос за разлики в мащаба. Малък бизнес работи в много малък мащаб в сравнение с една корпорация.

Глобализацията, подпомогната главно от технологичния напредък и бързата промяна в нуждите на потребителите е основно предизвикателство за конкурентоспособността на МСП. МСП вече не трябва да вземат предвид само своите вътрешни съперници, докато начертават своя курс на растеж и развитие, но трябва да приемат и широкообхватна стратегия в тяхната индустрия и да оценят как тенденциите и пазарната динамика в световната икономика биха могли да повлияят на техния бизнес, за да оцелеят.

Изтъкват се и предимствата на МСП пред големите компании. Например, малък бизнес може да бъде стартиран на много ниска цена и на непълно работно време. Този бизнес също е много подходящ за маркетинг, защото може лесно да обслужва специализирани ниши, нещо, което би било по-трудно преди интернет революцията, която започна в края на 90-те години. Адаптирането към промяната е от решаващо значение в бизнеса и особено в малкия бизнес. Обикновено е по-лесно за малкия бизнес да реагира бързо на пазара. Собствениците на малък бизнес развиват по-близки отношения със своите клиенти и клиенти, което води до по-високо доверие. Независимостта е друго предимство на притежаването на малък бизнес. Свободата да работят независимо е награда за собствениците на малък бизнес. В допълнение, много хора желаят да вземат свои собствени решения, да поемат собствените си рискове и да жънат наградите от собствените си усилия. Собствениците на малък бизнес имат удовлетворението да вземат свои собствени решения в рамките на ограниченията, наложени от икономически и други фактори на околната среда.

Във *втория подпараграф* се разглеждат конкурентните предимства и конкурентоспособността на МСП. Отбелязва се, че интензивната конкуренция както на световните, така и на местните пазари поставя все по-големи изисквания към фирмите за постигане на конкурентоспособност. Особено в по-малките отворени икономики, като тези в балканските страни, и в частност, в Република Косово, конкурентоспособността позволява на фирмите да увеличат своя потенциал, който не може да бъде напълно експлоатиран на ограничените малки вътрешни пазари.

Разглеждат се различните виждания за същността на конкурентоспособността, като се отбелязва липсата на общоприета дефиниция на това понятие. Много често конкурентоспособността на компанията се ограничава до конкурентоспособността на продукта (продуктите), който тя произвежда. С други думи, ако продуктът на едно предприятие се предпочитат от потребителите на даден пазар, то предприятието е конкурентоспособно на този пазар. Конкурентоспособността на компанията обаче е нещо повече от продуктова конкурентоспособност. Според Велев (2007) конкурентоспособността на предприятието се изразява в неговата способност чрез непрекъснато обновяване и подобряване да създава и поддържа устойчиви конкурентни предимства, водещи до по-високи икономически резултати за дълъг период.

Описани са основните характеристики на конкурентоспособността, които разкриват нейната същност и съдържание (Савелъева, 2009; Варамезов и др., 2015):

√ Конкурентоспособността се проявява само при наличието на конкуренция. Само в много редки случаи тя има „абсолютен” характер.

√ Конкурентоспособността има относителен характер и проявление в резултат на съпоставяне (сравнение) на анализирания обект (субект) с конкуриращ се с него обект (субект).

√ Конкурентоспособността има динамичен характер, т.е. тя се изменя във времето и зависи от редица фактори и обстоятелства.

√ Конкурентоспособността винаги има конкретно проявление, т.е. тя е свързана с конкретни условия и преди всичко с конкретен пазар или пазарен сегмент, с конкретен период от време и др.

√ Важна от практическа гледна точка е възможността да се оказва влияние на конкурентоспособността, т.е. тя може да се управлява.

√ Конкурентоспособността е съвкупност не само от конкурентни предимства, но и от конкурентни слабости. Целият комплекс от конкурентни предимства може да бъде зачеркнат от една съществена конкурентна слабост.

√ Конкуентоспособността подлежи на количествена оценка. Това предполага наличие на субект на оценка (който оценява), обект на оценка (какво се оценява), цели (критерии) на оценка.

√ Конкуентоспособността е сложна (многоаспектна) и противоречива категория. Многоаспектността на тази категория се изразява в разглеждането ѝ на различните типове пазари (стоков, капиталов, трудов и др.), на различни равнища (продукт, предприятие, отрасъл, национална икономика) и т.н. Противоречивостта на конкурентоспособността се изразява в необходимостта от съчетание на интересите на стокопроизводители и потребители.

Концепцията за конкурентоспособността на ниво фирма се разбира като способността на компанията да се конкурира в конкурентна среда, да расте и да бъде печеливша (Sira et al., 2015), т.е. означава превъзходни и трайни многоизмерни икономически резултати. Конкуентоспособността на това ниво е свързана в дългосрочен план основно с рентабилността на компанията (Jambor and Vabu, 2016), но често се свързва и с природата на индустрията и търговските бариери. Тя трябва да отразява всички източници на конкурентоспособност и техните бъдещи перспективи (Aiginger & Vogel, 2015), т.е. да се анализира от различни ъгли и да улови приноса на различни ресурси и способности.

Разгледани са и редица ендогенни и екзогенни фактори, които пряко влияят върху конкурентоспособността на МСП (вж. Табл.1).

Таблица 1. Фактори на конкурентоспособността

Външни фактори	Вътрешни
Заетост	Маркетинг
Производителност	Иновации
Възможности за предлагане на капитал	Производителност
Глобализация	Базирано на знанието развитие
ЕС	Управление, организация, структура
Бизнес отношения	Предлагане на капитал
Алианси	Ефективност на разходите
Мрежи	Съответствие

Източник: Kadocsa, G. (2010). Possible ways for improving the competitiveness of SMEs. A Central-European approach. МЕВ 2010 – 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, June 4–5, 2010, Budapest, Hungary

За успешното функциониране на конкурентния пазар предприятието трябва да притежава предимства пред своите основни конкуренти. Между категориите конкурентоспособност и конкурентните предимства съществува причинно-следствена връзка: конкурентоспособността е резултат от наличието на конкурентни предимства, без последните е невъзможна конкурентоспособността (Савельева, 2009).

Конкуреннтното предимство на компанията е свързано с ресурсите, способностите и основните компетенции на организацията. То съществува, когато фирмата е в състояние да осигури същите ползи като конкурентите, но на по-ниска цена (разходно предимство) или доставя ползи, които надвишават тези на конкурентните продукти (диференцирано предимство).

4. Изводи и обобщения от първа глава

В последния, **четвърти параграф** на първа глава, авторът прави съответните изводи и обобщения:

Първо, приносът на новите предприятия за растежа на националните икономики не остава незабелязан и през последните десетилетия предприемачеството получава все по-голямо признание сред икономисти и политици като важен двигател на подобренията в общественото благосъстояние. Ролята на предприемачеството в икономическото развитие обаче включва повече от увеличаването на обема на производство и на доходите на глава от населението. Тя се свързва още с иницирането и създаването на промени в структурата на бизнеса и обществото.

Второ, предприемачът е основна фигура в предприемаческия процес и е този, който използва ресурси, труд, материали и други активи или техни комбинации, които правят стойността им по-голяма от преди, а също и този, който въвежда промени, иновации и нов ред. Предприемачът поема основните рискове по отношение на капитал, време и/или ангажираност в кариерата или осигурява стойност за някакъв продукт или услуга.

Трето, изследванията в областта на обучението по предприемачество очертават компетенциите, уменията и знанията, необходими за предприемачеството, както и дали преподаваните умения са приложими в предприемаческата практика. Предприемаческата идентичност е от съществено значение за смисъла, мотивацията, вземането на решения и други дейности, които могат да се считат за критични в предприемачеството действие.

Четвърто, интересът към предприемаческата компетентност произтича от предполагаемата връзка между компетенциите и придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия.

Пето, предприемаческото обучение е стратегически инструмент на съвременното управление и най-важната част на това обучение от когнитивна гледна точка се крие в неговото постоянство.

Шесто, през последните десетилетия обучението по предприемачество и предоставянето на програми, насочени към насърчаване на предприемаческата дейност и стартиране на бизнес нарастват в глобален мащаб.

Седмо, чрез организиране и провеждане на предприемаческо обучение малките и средните предприятия могат да придобият конкурентни предимства.

ГЛАВА II. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Във втора глава се поставят методологическите основи на изследването. Очертават се проблемно-предметната рамка на изследването, понятийно-категориалния модел и хипотетична рамка, изясняват се неговата актуалност и значимост, цели и задачи, методически подход и изследователски инструменти.

Втора глава се състои от седем параграфа.

1. Проблемно-предметна рамка на изследването

В *първия параграф* се очертава проблемно-предметната рамка на изследването. Изтъква се, че предприемачеството е категория, тясно свързана с нови идеи и иновации и е движеща сила за икономически растеж. Предприемачеството е процес на проучване и разпознаване на пазарните възможности, планиране, организиране и прогнозиране, което предполага и поемане на рискове. По същество предприемачеството се основава на иновация, която може да бъде нов продукт или услуга, но също и иновативен бизнес процес. Предприемаческото общество се основава на креативност, иновации и поемане на риск, което води до реализиране на нови и смели идеи. Прилагането на тези идеи ще отвори пътища за нови индустрии, ще увеличи технологичната производителност и по този начин ще генерира устойчив и дългосрочен икономически растеж.

Посочва се, че голяма част от предприемачите стават неефективни в резултат на недостатъчните си познания да управляват себе си, другите хора и бизнес начинанието (организацията). Няма съмнение, че управлението е един от ключовите фактори, които позволяват на предприемачите да постигнат успех в бизнеса и предприемаческите дейности. Мениджмънтът помага на предприемачите ефективно да планират, организират, координират и контролират своите предприемачески дейности. В рамките на предприемаческия мениджмънт може да се види, че има многобройни изследвания върху предприемачеството, но изследванията как да управляваме самия предприемач, как да се учим и мислим предприемачески, са до голяма степен оскъдни. Това е празнината, която трябва да бъде запълнена чрез изследване. В знанието как предприемачите могат да обърнат внимание на „правилния начин“ за управление на бизнеса си. Важно е, че предприемачите изпълняват множество управленски функции като планиране, организиране, координиране и контрол. Управлението на всички изброени функции от един човек не е лесна задача. Тези, които могат да управляват всички тези функции ефективно, могат да доведат бизнеса до успех, за разлика от тези, които не могат и ще се сблъскат с провал.

В този контекст, според автора, е *необходимо да се въведе обучението по предприемачество като процес*, чрез който предприемачите ще осъзнаят

предприемаческите характеристики, които ще имат положително въздействие върху развитието на МСП.

Докторската дисертация предлага две положения. Първото е, че *ученето е основна и неразделна част от предприемаческия процес*, в който човешките, социалните и поведенческите дейности са толкова важни, колкото и икономическите аспекти, които най-често се изтъкват. Второто е *концептуалният модел, който обяснява, че процесът на обучение по предприемачество може да се приложи в обучението и развитието на предприемачеството*. Предприемачеството е взаимосвързан процес на създаване, разпознаване на възможности, иновации, вземане на решения и практика. Многобройни дефиниции, дадени от много автори, посочват, че ученето е процес, в който хората развиват способности да действат различно, да знаят, да действат и да разбират защо. Чрез ученето хората създават знания чрез опит и създават нова реалност. Както предприемачеството, така и ученето са взаимосвързани поведенчески и социални процеси. Терминът обучение по предприемачество означава да се научиш да разпознаваш възможностите и да действаш според тях и да общуваш в посока на инициране, организиране и управление на бизнес начинания.

Обучението по предприемачество представлява важна област за изследване, която все още не е достатъчно разбрана в академичен аспект на предприемачеството или от практическа гледна точка в развитието на нови предприемачи. Докторската дисертация има за цел да отговори на изследователските въпроси: как хората се учат да работят по предприемачески начин - какви са значимите процеси и преживявания в тяхното обучение, които могат да бъдат свързани със съществуващите теории за обучение? Как да разработим полезна рамка за разбиране на обучението по предприемачество, както приложено в предприемаческата практика, така и концептуално от преподаватели?

Тъй като пазарите се развиват и жизнените цикли на продуктите се ускоряват, „притежаването“ на определен пазарен сегмент става по-трудно и по-малко ценно. В такава среда същността на стратегията се крие не в структурата на продуктите и пазарите на компанията, а в динамиката на нейното поведение. Една успешна компания бързо влиза и излиза от продукти, пазари и понякога дори бизнес сегменти. Но в основата на всичко това е ***набор от основни компетенции или способности***, които са трудни за имитиране и разграничаване на компанията от конкуренцията. Тези основни компетенции, както и непрекъснатите стратегически инвестиции в тях, управляват дългосрочната динамика и потенциал на компанията.

Обучението по предприемачество е:

- Учене и действие по иновативен и опортюнистичен начин.

- Движение между идеи и дейности: приложно творчество.
- Разпознаване, създаване и изследване на възможности.
- Социални взаимодействия за самостоятелно и социално обучение.
- Създаване на различни форми на стойност.
- Инициране и управление на организации.

Отговорът на въпроса защо обучението по предприемачество е важно се крие във факта, че обществото и икономиките се възстановяват чрез обучение по предприемачество, тоест чрез иновации се създава стойност за клиентите и обществото. Индивидите чрез обучението по предприемачество имат възможност да мислят креативно и по този начин ще могат да стимулират визия, амбиции и действия. Не се пренебрегва и развитието на самоувереността при действие в несигурност. Особено важно е да се подчертае, че чрез учене през целия живот хората се учат как да оцеляват и се развиват.

Предприемачеството, като една от осемте ключови компетентности в Европа, все още не е напълно разбрано и прилагано в Р Косово. От дългосрочна перспектива, с цел напредък на обществото и икономиката като цяло, съществува необходимост от включване на предприемачеството във всички нива на образование, което ще даде възможност за обучение по предприемачество извън формалното образование. Обучението по предприемачество може да се разгледа в широк и тесен аспект. **Широката** концепция на обучението по предприемачество е функция на развиване на предприемачески наклонности, умения, способности, което включва развитие на инициативност, създаване на стойност, независимост, отговорност и други качества, както и усвояване на основни икономически понятия. **Тясната, специфична** концепция за образование и обучение по предприемачество е функция на движението на стопански субекти и тяхното управление. Европейският парламент и Европейската комисия в своите препоръки за развитие на предприемачеството са посочили дефинициите и принципите за ключовите компетенции на ученето през целия живот. Според тази гледна точка предприемачеството представлява способността на индивида да превръща идеите в действия. Това предполага креативност, новаторство, способност за поемане на разумни рискове, както и способност за планиране, организиране и ръководене на проекти за постигане на определени цели.

Подробното обяснение на предприемачеството и предприемача показват насоките за определяне на проблемно-предметната рамка в изследването. Обучението по предприемачество се очертава като важна, но слабо разбрана област на изследване. Документът се фокусира върху развитието на тази област от гледна точка на социално конструираното учене, базирано на опита и поведението при учене на малките и средните предприемачи. Единицата на анализ е малкият и средният предприемач. Разработена е концептуална рамка за анализ

на обучението по предприемачество, от една страна, и от друга страна, основните и перспективите на обучението по предприемачество, което ще позволи на предприемачите да постигнат конкурентно предимство и да повишат нивото на иновации на МСП.

В този контекст обектът на изследването е обучението по предприемачество, а негов предмет – влиянието на обучението по предприемачество върху придобиването на конкурентни предимства на МСП.

2. Актуалност на изследването

Във **втория параграф** се обосновава актуалността на изследването. Имайки предвид факта, че единственото постоянно нещо в света е промяната, ясно е, че малките и средни предприятия и предприемачите днес се сблъскват с промяната ежедневно. Промените включват промени в ежедневните операции, организационни стратегии, култура, хора, технологии и др. Успешните предприемачи се характеризират с умения да ръководят и управляват промяната. Успешните предприемачи демонстрират ефикасност, ефективност, производителност и иновации в работата с МСП. В контекста на това се налага както необходимостта, така и актуалността на изследването, което е резултат от виждането, че основните фактори, които се оказват решаващи в управлението на МСП са: хора, процес и култура. Този вид мислене позволява на *предприемачите да прилагат обучението по предприемачество като функция за развиване на предприемачески компетенции*, които ще им позволят да успеят в работата си и в същото време да постигнат конкурентоспособност и да се трансформират в обучаващи се организации. Възниква въпросът защо трябва да се развива и насърчава предприемаческият дух сред МСП? Защо предприемачите имат нужда от обучение по предприемачество? Отговорът се крие в чисто икономически причини. *Предприемаческото обучение помага на предприемачите (включително младите предприемачи) да развият качества като самоувереност, инициативност, креативност, работа в екип, самоефективност, страст, мотивация за действие, желание за учене, интелектуално любопитство, признание за добре свършената работа.* Това са особено важни характеристики в обучението по предприемачество. Всяка индивидуална или групова дейност, която налага необходимостта от развитие на посочените характеристики, може да се счита за градивна, тъй като насърчава желанието да се предприеме нещо в посока на развитие и насърчаване на предприемаческия дух. Предприемачеството в малките и средни предприятия е известно като индивидуално предприемачество, което се основава на личностните характеристики на индивида, тоест на неговите знания, умения и способности. Когато говорим за предприемачество, обикновено имаме предвид индивидуалното

предприемачество, което се проявява в стартиране на собствен бизнес или закупуване на съществуващ бизнес от физическо лице.

3. Понятийно-категориален модел на изследване

Третият параграф на втора глава представя понятийно-категориалния модел на изследването. В докторската дисертация са посочени ключовите индивидуални компетенции, които определят дали човек е предприемач или не, и кои са основните предприемачески компетенции, които ще позволят успеха на предприемача и МСП. Съответно, има нужда от подробен анализ на литературата по предприемачество, за да се създаде концептуална рамка на предприемачеството, свързана с индивидуалните умения. Изследването трябва да покаже, че ключовите компетенции на индивидуално ниво, които трябва да бъдат развити чрез обучение по предприемачество, за да стане индивидът успешен предприемач, ще насърчи предприемаческата ориентация на организацията, в която работи. Той също така ще идентифицира компетенциите, които позволяват на служителите да действат като предприемачи, тъй като това е полезно за всяка организация, която е ангажирана с предприемачеството, или за всяка образователна институция, която се ангажира да развива предприемачески компетенции сред студентите.

Предприемачеството и предприемаческите компетенции са подробно изследвани в от множество автори. Докторската дисертация се фокусира върху онези компетенции, които характеризират предприемача. Таблица 2 представя обобщение на прегледа на литературата, илюстрирайки 20 компетентности, признати за важни и влиятелни за постигане на предприемаческа ефективност (Robles & Zárraga-Rodríguez, 2014).

Таблица 2. Предприемачески компетенции

КОМПЕТЕНЦИИ	ДЕФИНИЦИЯ
Предположения за риска	Способност да толерира двусмислие и несигурни ситуации и да взема добри решения в такива ситуации, като същевременно може да контролира емоциите си.
Автономия/ самоопределяне	Способност за вземане на независими решения въз основа на ясното разбиране на възможностите и отговорностите, които това води след себе си.
Търсене и анализ на информация	Способност за намиране и споделяне на полезна бизнес информация за решаване на проблеми чрез използване на пълния потенциал на организацията.
Качество на работа	Способност за интензивна и упорита работа в посока постигане на целите, като търси непрекъснато усъвършенстване.
Комуникация	Способност за активно слушане, задаване на въпроси, изразяване на идеи и концепции по ефективен начин.
Самоувереност	Способност за идентифициране на нови предизвикателства с отношение на увереност в собствените възможности, решения или възгледи.
Развитие на	Способност за създаване и поддържане на мрежи от контакти с лица, които са или ще бъдат полезни за постигане на целите.

Социални мрежи/мрежи за поддръжка	Способност да работите усилено и непрекъснато в променящи се ситуации, с много различни партньори.
Динамичност	Способност за бързо и адекватно адаптиране към различни контексти, ситуации, хора.
Инициативност	Способност за предприемане на действия, създаване на възможности и подобряване на резултатите без външни изисквания.
Иновация	Способност за извършване на оригинална, неочаквана, подходяща (навременна, полезна) нова работа според нуждите.
Интегритет	Способността да се действа според казаното или признатото за важно.
Лидерство	Способността да ръководите действието на група в определена посока чрез създаване на атмосфера на енергия и лоялност, поставяне на цели, следване на тези цели и предоставяне на обратна връзка, която интегрира възгледите на другите.
Самоконтрол	Способност за саморегулация и познаване на собствените ограничения.
Ориентация към резултати	Способност за насърчаване, насочване и избор на поведение за постигане на целите.
Социална мобилност	Способността да повишавате или понижавате позицията си в скалата на икономическото благосъстояние.
Преговори	Способност да водите или контролирате дискусия чрез създаване на среда за сътрудничество и полагане на усилия за укрепване на тази връзка.
Премахване на проблемите	Способност за гъвкаво справяне с ограничени ситуации и тяхното преодоляване и способност за справяне с противоречия.
Отговорност	Способност за поддържане на последователност между действия, поведение и думи, поемане на отговорност за собствените грешки.
Екипна работа	Способност за активно участие в постигането на обща цел, наблюдайки на екипните, а не на личните цели.

Източник: Lorena Robles, Marta Zárraga-Rodríguez, Key Competencies for Entrepreneurship, 2nd GLOBAL CONFERENCE on BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT and TOURISM, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic, <https://core.ac.uk/download/pdf/82046294.pdf>

Тъй като някои компетенции са повече или по-малко универсални от други, изследователите са разработили модел на компетенции като пирамида, където универсалните компетенции са разположени в основата на пирамидата, докато специфичните компетенции са разположени на върха на пирамидата. Това не означава, че на определени компетенции се дава приоритет пред други, а те просто са разделени на слоеве от компетенции, които осигуряват ползи за предприемачите от различни индустрии и сектори на дейност (Фиг.2).



Фигура 2. Видове компетенции

Източник: Consortium for Entrepreneurship Education (<http://www.entre-ed.org/>)

В контекста на подробното обяснение на всички аспекти на предприемаческите компетенции, които могат да бъдат развити чрез предприемаческо обучение и да бъдат функция на предприемаческата ориентация и предприемаческия успех, възниква въпросът за **концептуално-категориалния модел**, който ще бъде приложим на практика.

Обучението по предприемачество предлага на предприемачите на МСП значителни перспективи, чрез които те могат да постигнат конкурентно предимство, което ще доведе до успеха на МСП. Възниква въпросът и за ролята на обучението по предприемачество във функцията за развитие на предприемаческите компетенции сред предприемачите в МСП. Предприемачът отразява своята предприемаческа ориентация чрез предприемаческото поведение, в основата на което лежат предприемаческите роли, които изпълнява по време на работа в МСП и предприемаческите компетенции, от които те се нуждаят, за да могат да изпълняват безпроблемно предприемаческите роли. Предприемаческите компетенции, които са от голямо значение за постигане на конкурентно предимство за предприемачите, са групирани в две групи:

- Предприемачески компетенции за лична ефективност, които включват: междуличностни умения, поемане на риск, инициативност, отговорност.

- Предприемачески компетенции на работното място, които включват: креативност, фокус върху клиента, иновации и решаване на проблеми.

Всички тези предприемачески компетенции се притежават от предприемачите до известна степен. Като се има предвид фактът, че техните МСП работят в динамична среда, има необходимост предприемачите да осъзнаят предимствата и слабостите, които имат по отношение на притежаването на предприемачески компетенции и да прилагат обучението по предприемачество като функция за развиване на необходимите предприемачески компетенции. По този начин този подход ще доведе до безпроблемна реализация на предприемаческите роли, което ще подчертае предприемаческата ориентация на предприемача и МСП, и ще доведе до предприемачески успех, измерен чрез постигане на конкурентно предимство. Такъв подход осигурява солидна основа за разбиране на предприемаческата идентичност, с всички знания, умения, способности и компетентности и за поставяне на ученето като индивидуален и социален процес във функцията на идентифициране и използване на възможностите, за да бъде в състояние да създава и/или управлява бизнес начинанието по ефективен, ефикасен и иновативен начин. По този начин ще бъдат спазени всички принципи в предприемачеството, което ще доведе до постигане на конкурентно предимство. Този подход е особено важен за млади предприемачи, които са в началото на създаването на свое собствено бизнес начинание, за бъдещи млади предприемачи, както и за предприемачи, които вече имат опит, за да прилагат концепцията за учене през целия живот в ежедневната си работа и управление на МСП. В модела, който ще бъде изследван в докторската дисертация, обучението по предприемачество е отправната точка. Обучението по предприемачество като социален и индивидуален процес определя предприемаческата идентичност и уменията, знанията и способностите, които един предприемач на МСП притежава. Наборът от знания, умения и способности, които са необходими за изпълнение на предприемаческите роли в рамките на МСП, определят организационната предприемаческа ориентация. Именно този подход налага необходимостта от приложимост на обучението по предприемачество във функцията на развитието на компетенциите сред предприемачите за лична ефективност и компетенции на работното място. Разбира се, това включва и други видове компетенции, но този документ се фокусира върху тези две групи компетенции, докато останалите компетенции остават да бъдат изследвани в бъдеще.

4. Цел и задачи на изследването

В **четвърти параграф** са представени целта и задачите на изследването. Целта на дисертационния труд е да се изследва влиянието на предприемаческото обучение върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия. В допълнение, в настоящето изследване се подчертава ролята на предприемаческата идентичност и се дефинират необходимите предприемачески компетенции, придобиването на които ще позволи на предприемачите да постигнат конкурентно предимство. Провеждането на изследването, както в теоретична, така и в емпирична насока, позволява да се получи по-задълбочена и широка информация за предприемаческата идентичност, необходимите предприемачески компетенции, които ще позволят на предприемачите да постигнат конкурентно предимство. Изследователската работа дава ясна картина на предприемаческата идентичност, както и на необходимите предприемачески компетенции, които ще позволят на предприемачите да постигнат конкурентно предимство.

За постигането на формулираната по-горе цел на дисертационния труд е необходимо да се решат следните изследователски задачи:

Първо, да се направи преглед и анализ на специализираната литература в областта на предприемачеството, обучението по предприемачество, предприемаческите идентичност и компетентност, конкурентните предимства и конкурентоспособността на малките и средните предприятия.

Второ, да се разработи методологически подход и методически инструментариум за изследване на влиянието на предприемаческото обучение върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия.

Трето, да се проведе емпирично проучване, резултатите от което ще покажат дали приетите хипотези се потвърждават или отхвърлят.

5. Хипотетична рамка

Пети параграф очертава хипотетичната рамка на изследването. Формулирани са генерална хипотеза и две специални хипотези. Генералната хипотеза гласи, че Обучението по предприемачество, което развива компетенциите за лична ефективност и компетенциите на работното място на предприемачите, ще доведе до придобиване на конкурентно предимство на малките и средните предприятия. Според първата специална хипотеза Предприемаческите компетенции за лична ефективност, развити чрез обучение по предприемачество, имат положително въздействие върху придобиването на конкурентно предимство на МСП, а според втората Предприемаческите компетенции на работното място, развити чрез обучение по предприемачество,

имат положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство за МСП.

6. Методически подход

В **шести параграф** е описан методическият подход на изследването. Основните научни методи, използвани в научната работа са: методите на индукцията и дедукцията, анализа, синтеза и сравнителния анализ.

Индукционният метод има за цел да анализира актуалната научна и професионална литература, която разработва проблема за предприемаческите компетенции и обучението по предприемачество.

Методът на дедукция е основата за извеждане на изводи от тестваните хипотези. Методът на дедукцията дава възможност за разработване на теорията за предмета на изследване, в случай на идентифициране на предприемаческите компетенции, които са във функция за постигане на конкурентно предимство чрез прилагане на обучението по предприемачество. След това се преминава към операционализация на ниво отделни и индивидуални хипотези, които включват зависими и независими променливи.

В изследването е приложен и методът на сравнителния анализ. Хипотезите са генерирани в хипотетична рамка, за да бъдат тествани чрез проучване върху подходящо подбрана извадка от МСП. Проверката на хипотезите се извършва с количествено изследване и статистическа обработка на данните, получени от анкетния въпросник. Сравнителното изследване дава възможност за обобщаване на заключенията, тъй като потвърждаването на хипотези може да се счита за научна истина.

Като цяло става въпрос за приложни изследвания, свързани с ясно дефинирана цел и имащи практическо приложение в МСП.

Изследователската техника, използвана в научната работа е анкетно проучване, а използваният в изследването инструмент е анкетна карта. Анкетните карти предоставят удобен начин за събиране на данни от по-голям брой респонденти от определена географска област. Това е инструмент с висока честота на използване, тъй като респондентите могат свободно да изразят мнението си и да останат анонимни.

7. Изследователски инструменти

В **седми параграф** е представен основният изследователски инструмент – анкетната карта. Изследването е проведено с цел измерване на независимите променливи:

Развиване на междуличностни умения.

Развиване на умения за поемане на риск.

Развиване на инициативността.

Развиване на умения за отговорност.

Развиване на креативността.

Развиване на фокуса върху клиента.

Развиване на иновации.

Развиване на умения за решаване на проблеми.

и зависимата променлива: Постигане на конкурентно предимство.

ГЛАВА III. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

В трета глава се изпълнява последната изследователска задача на дисертационния труд. В нея са изложени и анализирани резултатите от изследването, а хипотезите са подложени на проверка.

Трета глава се състои от пет параграфа.

1. Профил на респондентите

В **първия параграф** се очертава профила на респондентите. Добива се ясна представа за пола и възрастта на анкетираниите мениджъри от МСП, както и за размера на предприятията, областта, в която оперират (производствена или непроизводствена), и тяхната история.

2. Проверка на хипотеза 1

Във **втори параграф**, въз основа на получените резултати от емпиричното проучване, се подлага на проверка хипотеза 1.

Хипотеза 1 изследва връзката между предприемаческите компетенции за лична ефективност, развити чрез обучение по предприемачество и придобиването на конкурентно предимство от предприемачите в МСП. Тази хипотеза обхваща 4 предприемачески компетенции, които попадат в компетенциите за лична ефективност на предприемача, а именно:

1. Развиване на междуличностни умения.
2. Развиване на умения за поемане на риск.
3. Развиване на инициативност.
4. Развиване на умение за отговорност.

Основното предположение, което се анализира, представлява виждането на автора, че споменатите 4 компетенции могат да бъдат развити чрез прилагане на обучение по предприемачество и че те влияят положително върху придобиването на конкурентно предимство от предприемачите в МСП. Споменатите предприемачески компетенции помагат на предприемачите да положат основите на управлението на МСП, като поставят основния фокус върху личността на предприемача.

Резултатите от изследването показват, че има статистическа значимост между променливите, измерени в МСП, и че хипотезата е приета. Междуличностните умения играят основна роля в ежедневната дейност на МСП.

Те са тясно свързани с емоционалната интелигентност и в професионален контекст представляват атрибути, използвани за разбиране какво мотивира служителите и как използват знанията си, за да постигнат отлични резултати. В работата на МСП междуличностните умения стават все по-важни. Има редица умения, за които може да се каже, че се определят като междуличностни, които се използват в различна степен на работното място в зависимост от това къде е работата и какво е нивото на отговорност. Едно от най-важните междуличностни умения е да работиш в екип, да общуваш ефективно, както и да проявяваш необходимата ангажираност и работна етика. Увереността, сътрудничеството и позитивността са едни от най-необходимите междуличностни умения. Междуличностните умения са необходими, защото без тях ежедневието на бизнес и ежедневните операции в МСП биха били много трудни, тъй като всички аспекти на работата включват комуникация. Много работни места също включват сътрудничество и взаимодействие с различни видове хора, а междуличностните умения са жизненоважни за постигане на успех в работата. Най-важните междуличностни умения, които определят работата на МСП, са самочувствие, професионализъм, бизнес етика, сътрудничество. Правилното ниво на увереност на работното място може да отвори врати и да помогне за постигане на отлично представяне и постигане на конкурентно предимство. Може също така да допринесе за избора на подходящ подход в различни ситуации, както и за положителното и ефективно справяне с тях. За да бъдете успешни и по този начин да постигнете конкурентно предимство, е особено важно да развиете самоувереност, тъй като това подобрява начина, по който хората възприемат нагласи, идеи и мнения. Самоувереността също така позволява ефективно справяне с предизвикателни ситуации, което позволява постигането на нови и по-високи цели в работата. Професионализмът включва начина, по който се представяте, от външния ви вид до начина, по който се отнасяте към другите хора.

Друг аспект, който е разработен по отношение на предприемаческите компетенции за лична ефективност, е развиването на умения за поемане на риск чрез обучение по предприемачество. Авторът застъпва мнението, че това ще има положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство от страна на предприемачите в МСП. Този аспект анализира връзката между независимата променлива: „развиване на умения за поемане на риск чрез обучение по предприемачество“ и зависимата променлива: „придобиване на конкурентно предимство на МСП“. От получените резултати следва, че има статистическа значимост между променливите, измерени в организациите, и че хипотезата е приета.

Поемането на риск като умение и предприемачеството представляват два свързани термина, които непрекъснато са обект на интерес от страна на

множество изследователи. В повечето дефиниции предприемачите се свързват с риск и поемане на риск. Предприемачите трябва да поемат рискове, за да реализират идеите си. При анализа и тестването на хипотезата се разглежда и изследва връзката между предприемача и поемането на риск, както и значението на ефекта от поемането на риск за постигане на конкурентно предимство. Бизнесът и ежедневната дейност на МСП включва и предполага поемане на риск и работа в условия на несигурност. Поемането на риск, като предприемаческа компетентност за постигане на лична ефективност, отличава предприемачите от другите хора, както и от конкуренцията, и по този начин им позволява да постигнат конкурентно предимство. Предприемачите или т.нар "поемащите риск" се характеризират с: високи очаквания, постоянно учене, насърчаване на промените, инстинкти за доверие, "хазарт" и др.

Третият аспект на предприемаческите компетенции за лична ефективност е развитието на уменията за инициатива. Основната позиция на автора е, че развиването на умения за инициатива чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. По този начин обект на анализ ще бъде връзката между независимата променлива: „развиване на умения за инициатива чрез обучение по предприемачество“ и зависимата променлива: „придобиване на конкурентно предимство на МСП“.

От получените резултати се налага изводът, че има статистическа значимост между дадените променливи, измерени в организациите. От това следва, че индивидуалната хипотеза се приема. Независимата променлива: развиване на умения за инициатива чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП са статистически значими. Чувството за инициатива се отнася до способността на индивида да трансформира идеи в действия. Тя включва креативност, иновации и поемане на риск, както и способност за планиране и управление на проекти с цел постигане на конкурентно предимство. Това умение подпомага хората не само в ежедневието, но и на работното място, за да осъзнаят контекста на своята работа и способността да идентифицират и разпознават възможности. Инициативност означава предприемане на дейности по собствена воля, без външно влияние. За да постигнете резултати в бизнеса или да постигнете конкурентно предимство, трябва да поемете инициативата да правите нещата. Високата инициативност означава постигане на по-високи резултати. Ако няма нито желание, нито инициатива, тогава е очевидно, че човек не може да постигне конкурентно предимство или да постигне успех в бизнес начинание. Успехът в постигането на резултати се крие в поемането на инициатива.

Последният аспект, тоест четвъртата предприемаческа компетентност, която е част от предприемаческите компетенции за лична ефективност, е

отговорността. Отговорът на въпросите „какво означава да си отговорен предприемач?“ и „какво покрива отговорността?“ се крие в анализа на хипотеза 1.4. която гласи: развиването на умения за отговорност чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. Всъщност анализът включва тестване на връзката между независимата променлива: развиване на умения за отговорност чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП. Гледната точка на автора по отношение на връзката между дадените променливи е, че развиването на умения за отговорност чрез обучение по предприемачество има положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство.

Връзката между дадените променливи показва, че независимата променлива: развиване на умения за отговорност чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП са статистически значими, от което следва изводът, че индивидуалната хипотеза 1.4., тествана в МСП, се приема. Да си отговорен предприемач, да поемаш отговорност означава управление и мотивиране на служителите. Поемането на отговорност включва и социална отговорност. Отговорността позволява на предприемача да прави разликата между успеха и провала. За да изгради успешен бизнес, предприемачът трябва да носи отговорност за него. Отговорен предприемач означава да си ясен, кратък, ориентиран към резултати, клиенти, цели и критично мислене. Всъщност това е предприемаческа компетентност, която осигурява основата за ръководене и управление на МСП. В своята работа предприемачът е изправен пред силен натиск. Отговорността често се избягва от много хора, но факт е, че тя осигурява основата за управление на бизнес. Много често се случва предприемачите да избягват пряка отговорност за своите МСП или провали. Отговорността е предприемаческото умение, което прави разликата между успешен и провален бизнес.

В контекста на анализа от тестваната хипотеза може да се направи извод, че съществува статистическа значимост между предприемаческите компетенции за личната ефективност и постигането на конкурентно предимство на МСП. Следователно обучението по предприемачество трябва да помогне на предприемачите да развият необходимите предприемачески компетенции, които ще помогнат на предприемачите да осъзнаят своите слабости и силни страни и да повишат знанията си във функцията за развиване на необходимите предприемачески компетенции.

3. Проверка на хипотеза 2

Хипотеза 2 изследва връзката между предприемаческите компетенции на работното място, развити чрез обучение по предприемачество, и придобиването на конкурентно предимство от предприемачите в МСП. Тази хипотеза обхваща 4-те предприемачески компетенции, които попадат в компетенциите на работното място на предприемача, а именно:

1. Развиване на креативността.
2. Развиване на иновации.
3. Развиване на фокуса върху клиента.
4. Развиване на умения за решаване на проблеми.

Първоначалното предположение, което е обект на анализ, представлява виждането на автора, че посочените 4 компетенции могат да бъдат развити чрез прилагане на обучение по предприемачество и че те влияят положително върху постигането на конкурентно предимство от предприемачите в МСП. Споменатите предприемачески компетенции помагат на предприемачите да положат основите в управлението и развитието на МСП, като поставят основния фокус върху предприемаческите компетенции, от които предприемачът се нуждае по време на дейността.

Резултатите показват, че има статистически значима положителна връзка между предприемаческите компетенции на работното място и постигането на конкурентно предимство на предприемачите в МСП. В този контекст може да се заключи, че предприемаческите компетенции на работното място, развити чрез обучение по предприемачество, имат положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство от предприемачите в МСП. Предприемаческите компетенции на работното място, включително креативност, иновации, фокус върху клиентите и решаване на проблеми, са ключови компетенции, които имат пряко въздействие върху начина, по който предприемачите управляват МСП. За да получим отговор на изследователския въпрос дали посочените по-горе предприемачески компетенции са свързани с постигането на конкурентно предимство се преминава към тестване на всяка отделна хипотеза поотделно. Първата значима предприемаческа компетентност от компетенциите на работното място сред предприемачите е креативността. Тук отношението на автора, изтъкнато в индивидуалната хипотеза 2.1. гласи, че: развиването на креативността чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. Съответно ще бъде тествана връзката между независимата променлива: развиване на креативността чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП. Резултатите показват статистически значима положителна връзка между развиването на креативността

и постигането на конкурентно предимство на МСП. Що се отнася до характеристиките на креативните хора, те могат да бъдат силно мотивирани личности, които прекарват много години в перфектно управление на избраната от тях професия. Противно на стереотипното схващане, не е задължително креативните хора да са гении и принципно затворени личности. Напротив, те са по-отворени към експериментиране с различни дейности. Силно креативните хора са недоволни от статуквото и постоянно търсят нови и необичайни решения на проблемите, пред които е изправена организацията. В съвременните условия на работа креативността е най-желаната потребност за всяка организация. За повечето предприемачи е напълно ясно, че креативността е важно условие за оцеляване на динамични и силно конкурентни пазари. Креативното поведение не е характерно само за успешните предприемачи. Успехът на едно МСП зависи от творческите дейности на всички служители, поради което човешкият капитал трябва да се разглежда като важен ресурс.

Друга важна предприемаческа компетентност, която произтича от креативността, е умението за внедряване на иновации. Отговорите на въпросите „какво означава да си иновативен?“ и „как да прилагаме иновации?“ всъщност ще осигурят значителна обосновка за виждането, че: развиването на иновации чрез предприемаческо обучение ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. Следователно, предмет на анализ е връзката между независимата променлива: развиване на иновациите чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП. Изследването установи статистически значима положителна връзка между развиването на иновациите и постигането на конкурентно предимство.

През последните няколко десетилетия се наблюдава нарастване на значението на иновациите, което води до растеж на нови МСП всяка година. Напредъкът в технологиите променя света много бързо. Освен това иновациите водят до конкурентоспособност сред МСП. Ако МСП искат да останат конкурентоспособни на пазара, те трябва да въведат иновации в своите продукти и услуги. Иновацията често се разглежда като прилагане на нови решения, които отговарят на нови изисквания, неизразени нужди или съществуващи пазарни нужди. Това се постига с по-ефективни продукти, услуги, процеси, технологии или бизнес модели, които вече присъстват на пазара. Иновациите са ключова характеристика на предприемачеството. Всъщност може да се каже, че иновациите са това, което прави един предприемачески бизнес „предприемачески“. Предприемаческият бизнес е изложен на постоянни промени. Промените възникват чрез действието на външни (промени в законите и разпоредбите, промени в технологиите, икономически промени) и вътрешни сили

(въвеждане на ново оборудване, промени в организацията, отношенията между служителите). От многото проблеми, пред които са изправени предприемачите, промените са от най-големия проблем. Иновациите са инструмент на предприемачеството. Трябва да се има предвид, че иновациите създават ресурси.

В допълнение към креативността и иновациите, важна предприемаческа компетентност на работното място е фокусът върху клиента. А именно пазарната ориентация, прилагането на маркетингови стратегии позволява на предприемачите да постигнат конкурентно предимство. Изследователската позиция гласи: развиването на фокуса върху клиента чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. Резултатът е тестване на връзката между независимата променлива: развиване на фокуса върху клиента чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП. Налице е статистически значима положителна връзка между развиването на фокуса на уменията върху купувачите и постигането на конкурентно предимство. Това означава, че желанията, нуждите и мотивите на купувачите, продиктувани от пазара, оформят организацията и създават стратегията за растеж. МСП основно трябва да обслужва потребителите. Желанието на предприемачите да използват своите уникални социални и бизнес мрежи, да приемат и управляват рисковете, да действат проактивно и да имат способността да правят иновации, са централни за културата, стратегията и тактиката на фокусиране върху клиента, създаване на стойност за клиента, насочване към маркетинг и дългосрочна перспектива на постижението. Интензивната и интерактивна връзка между предприемача и клиентите е един от ключовите елементи, които формират гледната точка на МСП. Пазарната ориентация е един от централните компоненти, който възниква като отговор на МСП на търсенето на продукти/услуги. Тя се определя като среда на организацията, в която се създава необходимото поведение за създаване на стойност за клиентите и следователно по-ефективна производителност. Това е процес на задоволяване на нуждите на клиентите чрез анализи и оценки на желанията на клиентите на МСП. По този начин пазарната ориентация може да бъде определена чрез поведенчески индикатори като решимост на потребителите и създаване на стойност по два критерия: дългосрочен фокус и рентабилност. Успешните организации наблягат на фокуса върху клиента. Бизнесът трябва да е наясно с имиджа си, тъй като той влияе върху възприятието на клиентите за компанията. Фокусът върху клиента може да се разглежда като централната движеща сила, която кара МСП да създават, изграждат и поддържат взаимоотношения с клиенти. Връзката между МСП и клиентите е такава, при

която организацията се идентифицира с клиентите на основно ниво, а клиентите се идентифицират с организацията.

Друга важна предприемаческа компетентност, свързана с работното място, е решаването на проблеми. Предполага се, че разрешаването на проблеми в МСП от предприемача има положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство. Изходното мнение на автора е, че: развиването на умения за решаване на проблеми чрез обучение по предприемачество ще повлияе положително върху постигането на конкурентно предимство на МСП. Следователно статистическата обработка ще тества връзката между независимата променлива: развиване на умения за решаване на проблеми чрез обучение по предприемачество и зависимата променлива: постигане на конкурентно предимство на МСП. Резултатите от емпиричното проучване показват статистически значима положителна връзка между уменията за решаване на проблеми и постигането на конкурентно предимство.

Предприемачеството е най-пряко свързано с малките и средни предприятия. Те могат да съществуват и да се развиват само в конкретна икономическа среда. Това е пазарната среда, с частна собственост и среда, в която е създадена богата мрежа от различни видове подкрепа за предприемачеството, т.нар. предприемаческа среда. Ето защо днес правителствата на всички съвременни икономики работят за създаване на благоприятен инвестиционен климат, което е съществена предпоставка за увеличаване на продуктивните инвестиции и по този начин за разширяване на съществуващи бизнеси и навлизане на нови бизнеси на пазара. Предприемачеството и секторът на малките и средни предприятия (МСП) в глобалните борси имат значителна роля за развитието на всяка национална икономика. Те допринасят за увеличаване на броя на заетите, увеличаване на износа и вноса, повишаване стандарта на хората и др. или с други думи укрепват цялостното функциониране на самата държава. Ето защо подкрепата, която идва от държавата и политиките, които се подготвят за развитието на предприемачеството и сектора на малките и средни предприятия, чрез изготвянето и прилагането на стратегии, програми с ясно дефинирани мерки и дейности, са важен елемент от всяка институция, която се занимава с подкрепа на предприемачеството и сектора на малките и средни предприятия.

4. Проверка на хипотези с корелационен анализ

Корелационният коефициент на Pearson беше използван за изчисляване на корелацията между изследваните променливи. SPSS показва статистиката за тестване на хипотезите и изчисляване на коефициента на корелация. Според получените данни може да се прецени дали общата хипотеза се приема или не.

Основният възглед относно първата хипотеза е, че има положителна корелация между предприемаческите компетенции на личната ефективност,

развити чрез обучение по предприемачество, и постигането на конкурентно предимство на МСП. Когато основната цел на предприемача е да постигне конкурентно предимство, първата стъпка е да има развити предприемачески компетенции за лична ефективност. В този контекст е необходимо да се анализират необходимите предприемачески компетенции за лична ефективност, които могат и трябва да бъдат развити чрез обучение по предприемачество. Обработените данни показват тази връзка. По този начин, във връзка с основната нагласа, съдържаща се в специалната хипотеза 1, предприемаческите компетенции за лична ефективност, развити чрез обучение по предприемачество, имат положително въздействие върху постигането на конкурентно предимство на МСП.

Таблица 3. Данни за корелацията между дадените променливи

Correlations

	Предприемачески_компетенции_за_лична_ефективност	Придобиване_на_конкурентно_предимство
Предприемачески_компетенции_за_лична_ефективност	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,375** ,000 120
Придобиване_на_конкурентно_предимство	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,375** ,000 120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Стойността на корелационния коефициент на Pearson R е 0,375 и показва положителна линейно нарастваща тенденция на корелация. Връзката се вижда и от р-стойността за статистическа значимост на резултата, чиято стойност е 0,001. Статистическият критерий $.001 < 0.05$ т.е. $p < \alpha$ е изпълнен.

В допълнение към корелацията на Pearson, SPSS предоставя също стойностите на tau-b на Kendall и rho на Spearman (коефициент на Spearman) като симетрични корелации, представени в таблица 4.

От показания резултат може да се отбележи, че стойността на t-теста за статистическа значимост е напълно идентична с тази на корелацията на Pearson ($p = 0.001$). От друга страна, коефициентът на корелация е 0,268 (tau-b на Kendall) и 0,337 (rho на Spearman). С други думи, симетричните корелации също показват факта, че има умерена положителна корелация между променливите. В контекста на казаното дотук се очертава обосновааният извод, че има връзка между независимата и зависимата променлива и че хипотезата е приета.

Таблица 4. Данни за tau-b на Kendall и rho на Spearman между дадените променливи
Correlations

			Предприемачески _компетенции_за _лична_ефективн ост	Придобиване_на_ конкурентно_пред имство
Kendall's tau_b	Предприемачески _компетенции_за_ лична_ефективно ст	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 . 120	,268** ,000 120
	Придобиване_на_ конкурентно_пред имство	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,268** ,000 120	1,000 . 120
Spearman's rho	Предприемачески _компетенции_за_ лична_ефективно ст	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 . 120	,337** ,000 120
	Придобиване_на_ конкурентно_пред имство	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,337** ,000 120	1,000 . 120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Основното предположение по отношение на хипотеза 2, която се отнася до предприемаческите компетенции на работното място и постигането на конкурентно предимство, е, че има положителна връзка между тези два компонента. Стойността на коефициента на корелация на Pearson ® е 0,561 и показва силно положителна тенденция на линейна нарастваща корелация. Връзката се вижда и от р-стойността за статистическа значимост на резултата, чиято стойност е 0,001. Статистическият критерий $.001 < 0.05$ т.е. $p < \alpha$ е изпълнен.

Таблица 5. Данни за корелацията между променливите „предприемачески компетенции на работното място“ и „придобиване на конкурентно предимство“

Correlations

		Предприемачески _компетенции_на_ работното_място	Придобиване_н а_конкурентно_ предимство
Предприемачески компет енции_на_работното_мяст о	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 . 120	,561** ,000 120
Придобиване_на_конкуре нтно_предимство	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,561** ,000 120	1 . 120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Резултатите за статистическа значимост могат да бъдат определени, както от таблицата на корелационния коефициент на Pearson, така и от таблицата на Chi Square ($X^2= 0,001$) тест за статистическа значимост на получения по-горе резултат. В допълнение към корелацията на Pearson, SPSS предоставя също стойностите на tau-b на Kendall и rho на Spearman (коефициент на Spearman) като симетрични корелации, представени в таблица 6.

Таблица 6. Данни за tau-b на Kendall и rho на Spearman между дадените променливи

Correlations			Предприемачески_компетенции_на_работното_място	Придобиване_на_конкурентно_предимство
Kendall's tau_b	Предприемачески_компетенции_на_работното_място	Correlation Coefficient	1,000	,435**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	120	120
Spearman's rho	Придобиване_на_конкурентно_предимство	Correlation Coefficient	,435**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	120	120
Kendall's tau_b	Предприемачески_компетенции_на_работното_място	Correlation Coefficient	1,000	,591**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	120	120
Spearman's rho	Придобиване_на_конкурентно_предимство	Correlation Coefficient	,591**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

От показания резултат, получен в таблица 6, може да се отбележи, че стойността за статистическа значимост е напълно идентична с тази на корелацията на Pearson ($p= 000$). От друга страна, коефициентът на корелация е 0,435 (tau-b на Kendall) и 0,591 (rho на Spearman). С други думи, симетричните корелации също показват факта, че има силно положителна корелация между променливите. В контекста на казаното дотук се налага изводът, че съществува силно положителна корелация между независимата и зависимата променлива, което показва факта, че специалната хипотеза 2 е приета.

5. Интерпретация на хипотетичната рамка

В **петия параграф** на трета глава се интерпретира хипотетичната рамка. Изследването, насочено към разбиране на перспективите на обучението по предприемачество за постигане на конкурентно предимство от предприемачите в МСП, беше проведено в малки и средни предприятия. Специален акцент беше поставен върху ролята на обучението по предприемачество във функцията за развитие на предприемачески компетенции сред предприемачите в МСП. Получените резултати са обработени с корелационен коефициент на Pearson, симетрична непараметрична корелация (tau-b на Kendall и rho на Spearman) и Chi

Square (X^2), като целта на анализа е да се докаже наличието на определени връзки в модела. Получените резултати от емпиричните тестове потвърдиха наличието на такава връзка, която се предполагаше, че съществува.

Предложеният модел в изследването остава непроменен (виж фигура 3 във втора глава). Обучението по предприемачество има водеща роля. Обучението по предприемачество моделира предприемаческата идентичност и необходимите умения, знания и способности, които имат важна роля за постигането на конкурентно предимство на МСП. По този начин предприемачът, чрез уменията и способностите, които развива непрекъснато, осъзнава предприемаческите роли в МСП и по този начин моделира предприемаческата ориентация на МСП.

Подобен подход определя ролята и перспективите на обучението по предприемачество във функцията за развитие на компетенции сред предприемачите за лична ефективност и компетенции на работното място. Прилагането на обучението по предприемачество по този начин ще бъде основата за постигане на успех на МСП, което означава: конкурентно предимство.

Заклучение

Успехът на малките и средни предприятия зависи от предприемаческите компетенции, притежавани от предприемачите и начина, по който ги прилагат в ежедневните си операции. Именно въпросът как предприемаческите компетенции са свързани с постигането на конкурентно предимство на МСП беше обект на изследване в дисертационния труд. В него се подчертава ролята и перспективите на обучението по предприемачество във функцията за развитие на предприемачески компетенции и тяхното въздействие върху бизнес резултатите и/или успеха на малките и средни предприятия. Дисертационният труд предоставя основа за определяне на рамка от необходимите предприемачески компетенции, които ще бъдат приложими в МСП. Съобразно изследователските дилеми на автора по този въпрос, изследването се проведе в три части, теоретична разработка на проблема на изследването, методологическа основа на изследването и анализ на получените емпирични данни, за да се направят накрая изводи и препоръки за бъдещи изследвания.

Безспорен факт е, че понятията „предприемачество“, „предприемачески мениджмънт“, „предприемаческа ориентация“ са особено актуални в сферата на МСП. По-специално, предприемаческите характеристики като креативност, иновации, решаване на проблеми са в центъра на дейността на МСП и потвърждават връзката между МСП и предприемачеството. Посочва се, че предприемачеството оказва голямо влияние върху здравето на МСП.

Предприемаческите характеристики: разпознаване на възможности, иновации, независимост в мисленето, поемане на риск, инициатива, отговорност са основните умения и компетенции, които собствениците на малък бизнес трябва да притежават, за да постигнат успех на пазара и да спечелят конкурентно предимство. Предприемаческите характеристики имат положителен ефект върху бизнес успеха на МСП. Следователно ролята на обучението по предприемачество се подчертава като процес, чрез който предприемачите ще осъзнаят развитието на необходимите предприемачески характеристики, които ще допринесат за успеха на МСП.

Обучението по предприемачество е неразделна част от предприемаческия процес, в който икономическите, човешките, социалните и поведенческите дейности са особено важни. На тази основа е разработен концептуален модел, който дава обосновка, че процесът на обучение по предприемачество е приложим в обучението и развитието на предприемачеството. Чрез обучението по предприемачество предприемачите създават нови знания и създават нова реалност, което показва факта на взаимна връзка между предприемачеството и ученето. Перспективите на предприемаческото обучение за постигане на конкурентно предимство от предприемачите в МСП определят посоките на развитие на този проблем от гледна точка на опита и поведението към ученето на предприемачите на МСП. Личността на предприемача служи като основа за разработването на концептуалната рамка на обучението по предприемачество и перспективите от обучението по предприемачество, което ще позволи на предприемачите да постигнат конкурентно предимство. Ролята на обучението по предприемачество във функцията за развитие на предприемачески компетенции сред предприемачите в МСП определя комбинацията от необходимите знания, умения и нагласи. Предприемачеството в МСП изисква придобиване на определени умения и знания, както и развитие на способности, които са необходими на предприемачите. За тази цел в изследването е разработен модел, при който обучението по предприемачество е отправна точка. Като социален и индивидуален процес, той определя предприемаческата идентичност и дефинира необходимите умения, знания и способности, с които разполага предприемачът в МСП. Всички тези необходими знания, умения и способности позволяват на предприемача да изпълнява предприемаческите роли, определящи предприемаческата ориентация на МСП. Следователно приложимостта на обучението по предприемачество е в посока на развиване на компетенции сред предприемачите за лична ефективност и компетенции на работното място.

Обучението по предприемачество насърчава процесите на учене и подобрява съответните предприемачески компетенции. В организациите обучението по предприемачество представлява важен механизъм за укрепване на

предприемаческото поведение и предприемаческата ориентация, като ги насърчава да бъдат отворени към нови предизвикателства, идеи и промени. Обучението по предприемачество се основава на опит, който може да бъде пряк или делегиран. Това означава, че ученето започва с придобиването на нова информация чрез преживяване, но за да бъде успешно, то също така изисква процес на обмислено вземане на решения, за да се случи. Това се прави, за да се интерпретира значението на новата информация.

Теорията и практиката показват, че предприемачи могат да бъдат създадени. Важният въпрос обаче е как те могат да бъдат създадени на стратегическа основа и как формалното и неформалното образование могат да помогнат за създаването на отлични предприемачи, за да се гарантира дългосрочно устойчиво икономическо развитие и благоденствие в страната.

IV. СПРАВКА НА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСНИ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Въз основа на широкообхватно литературно проучване е обогатено теоретичното познание в областта на обучението по предприемачество и предприемаческите компетенции. Приложен е подход, при който предприемаческата идентичност е разгледана през призмата на предприемаческото обучение. Систематизирани са конкурентните предимства на малките и средните предприятия.

2. Разработен и апробиран е изследователски инструментариум за оценка на влиянието на предприемаческото обучение върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия.

3. Направена е авторова систематизация на предприемаческите компетенции, придобиването на които в процеса на предприемаческото обучение ще позволи постигането на конкурентно предимство на малките и средните предприятия.

4. Разработен е понятийно-категориален модел за влиянието на предприемаческото обучение върху конкурентното предимство на МСП посредством предприемачески роли, предприемаческа ориентация и компетенции за лична ефективност и компетенции на работното място.

**V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ НА ДОКТОРАНТ ФЕИМ АЗЕМ
БРАВА**

1. Lajqi, H. & **Brava, F.** (2010). The role of remittances, the case of Kosova. *Vizione*, 15: 73 – 78.
2. **Brava, F.** (2018). Policies and management in the field of security in Kosovo, *KNOWLEDGE - International Journal*, 26(6): 1839 – 1842.
3. Terziev, V. & **Brava, F.** (2018). The Role of the Security Policy in Kosovo. *Journal of Innovations and Sustainability*, 4(3): 69 – 74.
4. **Brava, F.** (2019). Importance of foreign direct investments (FDI) in Kosovo and creation of favorable policies in attracting them. *KNOWLEDGE - International Journal*, 30(6): 1607-1609.
5. **Brava, F.** & Kekenoski, L. (2019). International trade and protection in front free trade. *KNOWLEDGE - International Journal*, 31(5): 1455 – 1458.

**VI. СПРАВКА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МИНИМАЛНИТЕ
НАЦИОНАЛНИ ИЗИСКВАНИЯ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОЦЕДУРА ЗА
ПРИДОБИВАНЕ НА ОНС „ДОКТОР“**

Показател	Точки
Група от показатели А.	
<i>Показател 1. Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“.</i>	
Влияние на обучението по предприемачество върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия	50
<i>Дисертацията е обсъдена и е открита процедура по нейната защита.</i>	
Група от показатели Г.	
<i>Сума от показатели от 4 до 10</i>	
7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове	
Lajqi, H. & Brava, F. (2010). The role of remittances, the case of Kosova. <i>Vizione</i> , 15: 73 – 78.	5
Brava, F. (2018). Policies and management in the field of security in Kosovo, <i>KNOWLEDGE - International Journal</i> , 26(6): 1839 – 1842.	10
Terziev, V. & Brava, F. (2018). The Role of the Security Policy in Kosovo. <i>Journal of Innovations and Sustainability</i> , 4(3): 69 – 74.	5
Brava, F. (2019). Importance of foreign direct investments (FDI) in Kosovo and creation of favorable policies in attracting them. <i>KNOWLEDGE - International Journal</i> , 30(6): 1607-1609.	10
Brava, F. & Kekenoski, L. (2019). International trade and protection in front free trade. <i>KNOWLEDGE - International Journal</i> , 31(5): 1455 – 1458.	5
<i>Общ брой набрани точки – сума от показатели от 4 до 10</i>	35
Изискуем брой точки – сума от показателите от 4 до 10	30

VII. СПИСЪК НА УЧАСТИЯТА В НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ НАУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И ФОРУМИ

Конференции:

Докторантска научна сесия, декември 2023 г., Стопанска академия „Д. А. Ценов“, Свищов.

International Scientific Conference „Knowledge – capital of the future“, Budva, Montenegro, June 20, 2020.

XXII International Scientific Conference „The power of knowledge“, Kavala, Greece, 11-13.10, 2019.

International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Skopje, 25.07.2019.

International Scientific Conference „Knowledge Without Borders“, Budva, Montenegro, 07.06, 2019.

International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Skopje, July 05.2018.

International Scientific Conference „Knowledge in Practice“, Bansko, Republic of Bulgaria, December 16-18, 2016.

VIII. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

от **Феим Азем Брава**

Във връзка с провеждането на процедура за придобиване на образователната и научна степен „доктор” по докторска програма „Икономика и управление” (Индустрия) декларирам:

1. Резултатите и приносите в дисертационния труд на тема „Влияние на обучението по предприемачество върху придобиването на конкурентни предимства на малките и средните предприятия” са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които авторът няма участия.

2. Представената от автора информация, във вид на копия на документи и публикации, лично съставени справки и др. съответства на обективната истина.

3. Резултатите, които са получени, описани и/или публикувани от други автори, са надлежно и подробно цитирани в библиографията.

Декларатор:

гр. Свищов

/Феим Брава/