



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

Редон Баки Колеци

**Възможности за развитие на малките и средни
предприятия чрез управление на разходите
за разработване на нови продукти**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация

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

Научни ръководители:

Проф. д-р Любчо Варамезов

Доц. д-р Искра Пантелеева

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 „Индустириален бизнес и предприемачество“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

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

Дисертационният труд е с общ обем от 196 страници и е структуриран в: въведение (9 стр.), основен текст от три глави (149 стр.) и заключение (2 стр.). Представена е декларация за оригиналност и автентичност. Приложението е 7 страници. Информацията в дисертацията е визуализирана в 57 фигури и 7 таблици. Списъкът на използваната литература се състои от 219 източника, от които 151 – на латиница, и 68 – на кирилица.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 06.09.2024 г., от 14:00 ч., в Заседателна зала Ректорат при Стопанска академия „Д. А. Ценов“, гр. Свищов.

Материалите по защитата са на разположение на интересувалите 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 подтези
5. Методически инструментариум
6. Основни източници на информация
7. Ограничителни условия на изследването
8. Апробация на дисертационното изследване

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Списък на таблиците

Списък на фигурите

Списък на съкращенията

УВОД

Първа глава. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

- 1.1. Същностни аспекти на предприемачеството и връзка със сектора на малките и средните предприятия
- 1.2. Малките и средните предприятия – растеж и развитие
- 1.3. Подкрепа за развитието на малките и средните предприятия

Изводи от първа глава

Втора глава. РАЗХОДИ И РАЗРАБОТВАНЕ НА НОВИ ПРОДУКТИ

- 2.1. Същност и видове разходи
- 2.2. Иновациите в малките и средните предприятия – основни моменти и класификационно систематизиране
- 2.3. Разработване на нови продукти – същност и етапи
- 2.4. Управление на разходите за разработване на нови продукти и конкурентоспособност на МСП

Изводи от втора глава

**Трета глава. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИЕ ОТ
ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ**

3.1. Изследователска рамка и характеристика на респондентите

3.2. Представяне на резултатите

3.3. Анализ и тестване на хипотезите

Изводи на трета глава

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ИЗПОЛЗВАНА 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 ПО ТЕМАТА НА
ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

**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

Дисертационният труд разглежда успешното управление на разходите за разработване на нови продукти в малките и средните предприятия в Република Косово. Ефективното управление на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия има важно значение и поражда множество преки последици, оказващи влияние върху ефективността на предприятията.

Мотивацията за разработване на настоящия дисертационен труд е свързана с необходимостта на практиката да се анализира управлението на разходите като едно от основните условия за повишаване на ефективността на стопанските субекти, със специален акцент върху малките и средните предприятия като основен двигател на икономическата дейност и икономическия растеж и развитие. По-конкретно, целта е да се дефинира и анализира връзката между успешното управление на разходите при разработването на нови продукти и ефективността на малките и средните предприятия в Република Косово.

Съвременните условия на работа, които се характеризират преди всичко с динамични структурни промени, непрекъснат растеж и развитие на съвременните технологии, интернационализация и глобализация на пазарите, нарастваща глобална конкурентоспособност на компаниите, фрагментация на пазара и повишена несигурност неизбежно налагат необходимостта за гъвкавост на сектор на малките и средните предприятия. Доскоро преобладаваше мнението, че големите компании са склонни да прераснат в големи системи, които ще следват технологичното развитие, тъй като имат висока ефективност и производителност и голям потенциал за завладяване на световните пазари. Подобно разбиране и редицата му проявления се превърнаха в предизвикателство за глобализираните икономики и същевременно – възможност за икономическо развитие и просперитет. Постепенно, особено в края на 80-те години на 20 в., с промените в условията на работа и задълбочаващата се криза на големите компании в света, икономическите политики на развитите страни започнаха да проявяват засилен интерес и да предприемат действия, насочени към развитието на малкия бизнес, индустриалната конкурентоспособност, преструктурирането и приватизацията.

Осемдесетте години на 20-ти в. се характеризираха с бурни промени във функционирането на икономическите системи на отделните национални икономики, като изоставиха социалистическата система и положиха основите на едно по-стабилно демократично общество. Кризата, която засегна финансовите пазари, последвана от високи лихвени проценти, допълнително наложи

иманентната появата на малките и средните предприятия и доведе до нарастване на тяхното значение за вътрешната икономика. През този период, първо в Съединените щати се насърчи либералната и институционалната среда, която благоприятно рефлектира върху разрастването на тези предприятия и създаде подходящи условия за разширяването на подобни процеси и в други страни. В резултат, във все по-голям брой икономики започна развитие на научното познание и интензифициране на различни процеси, свързани с управлението на предприемаческата дейност. Този период ще бъде запомнен със силния ефект от предприемаческата реконструкция и с повишаващата се за икономическата наука значимост на малките и средните предприятия като носители на преструктурирането на икономическата система, генератори на нови идеи, мобилизатори на всички производствени фактори, притежаващи устойчивост, жизненост и изобретателска инициативност.

Актуалността на въпроса, предмет на настоящия дисертационен труд, се свързва с бурното развитие на предприемачеството и стремежа да се използва неговия конкурентоспособен потенциал за развитие на малките и средните предприятия, отчитайки ролята на предприемачите при създаването на нови продукти чрез тяхната креативност и изобретателност, поемането на рискове при въвеждането на нови изделия, способността им да управляват разходите за създаването и лансирането на пазара на иновативни продукти и услуги.

Несъмнено една от основните характеристики на съвременните пазарни икономики е способността им да функционират ефективно посредством развитието на сектора на малките и средните предприятия. Малките и средните предприятия са истински двигатели на икономическото развитие, поради което в дисертационния труд се обръща специално внимание и се очаква констатациите и заключенията да имат значение за по-нататъшния им ход на растеж.

Темата на дисертационния труд е съвременна, теоретично подкрепена, а нейните съществени аспекти намират приложение в съвременната бизнес среда. Проблемът с управлението на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия е интересен и актуален в световен и регионален план и все по-често се налага като реалност в страните от Република Косово. Съдържателното разработване на избраната проблематика последователно се изяснява и развива в рамките на отделните части на изложението, които са логически взаимосвързани и в своя интегритет целят да се изясни значението на успешното управление на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия.

Значимостта и актуалността на дисертационната проблематика я правят интересна. Тя попада в полезрението на много учени икономисти. Различните становища в литературата по проблемите на МСП и тяхното иновационно

развитие са определени за дискуссионни. За целите на това изследване са полезни разработките на водещи учени, изследователи и специалисти у нас и в чужбина, както от теоретично, така и от практическо естество.

2. Обект и предмет на изследването

Обект изследване е *управлението на разходите при разработването на нови продукти в малките и средни предприятия в Република Косово*. **Предмет на изследване** е *връзката между управлението на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия и тяхната конкурентоспособност*. Усилията са насочени към повишаване осведомеността за значението на малките и средни предприятия при въвеждането на нови продукти, успешното управление на разходите при тяхното въвеждане и необходимостта от по-подробен научен подход към него. Въз основа на изследването ще се получи ясна картина на управлението на разходите при въвеждането на нови продукти в малките и средните предприятия като един от факторите, допринасящи за успеха на стопанските субекти. Този аспект е особено актуален през последните години. Акцентът се поставя върху влиянието и приноса му за постигане мисията на предприятията (включит. предварително определените цели и планове), като по този начин може да се постигне подобряване на крайните резултати от операциите.

3. Цел и задачи на дисертационния труд

Въз основа на определените обект и предмет на изследване, чрез анализ на фактори, важни за системата за управление на разходите при въвеждането на нови продукти в малките и средните предприятия, са определени следните **цели на изследването**:

Основната цел на изследването е *да се установи наличието на положителна връзка между управлението на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия от Република Косово и тяхната конкурентоспособност*.

Като **специфични подцели** могат да се дефинират следните:

1. Установяване влиянието на участието на предприемачите от Република Косово при реализацията на идеята за нов продукт върху развитието на новите продукти.

2. Проучване въздействието на начина на изготвяне и характеристиките на бизнес плана върху намаляването на разходите за разработване на нови продукти в сектора на малките и средните предприятия от Република Косово.

3. Изследване влиянието, което наличието на знания и използването на програми в подкрепа на развитието на малките и средните предприятия от

Република Косово, оказват върху намаляването на разходите за разработването на нови продукти.

4. Установяване наличието на фактори във вътрешната и външната среда със значително влияние върху ефективността от дейността на малките и средните предприятия от Република Косово.

Допълнителни подкрепящи изследователски въпроси в рамките на дисертационния труд са:

1. Изследване наличието на положително въздействие на ангажираността на предприемача в процеса на реализация на идеята върху развитието на новия продукт;

2. Изследване степента на въздействие на предварителното осъществяване на цялостно проучване на иновационната идея от гледна точка на клиентите, пазара и конкуренцията, върху развитието на новите продукти;

3. Установяване наличието на положителна връзка между правилното идентифициране и разпределение на подходящите ресурси и намаляването на разходите за разработване на нов продукт.

4. Установяване наличието на връзка между информацията в бизнес плана относно конкуренцията и разходите за разработване на нови продукти.

5. Установяване наличието на положителна връзка между използването на финансовата подкрепа за развитието на малките и средните предприятия от Република Косово и намаляването на разходите за разработване на нов продукт.

6. Установяване наличието на положителна връзка между нефинансовата подкрепа за развитието на малките и средните предприятия от Република Косово и намаляването на разходите за разработване на нов продукт.

7. Установяване наличието на ефективност от дейността на малките и средните предприятия от Република Косово и влиянието на съвкупността от основни фактори на вътрешната и външната среда върху величината на ефективността.

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

1. Проучване на теоретичните разработки и изясняване на същностните характеристики на изследвания проблем.

2. На база теоретичното изследване разработване на методика за анализ и оценка на възможностите за усъвършенстване управлението на разходите за разработване и въвеждане на нови продукти/услуги.

3. Емпирично изследване на възможностите за усъвършенстване управлението на разходите за разработване и въвеждане на нови продукти.

4. Изследване на факторите, които оказват влияние върху възможностите за усъвършенстване управлението на разходите за разработване и въвеждане на нови продукти.

5. Конструиране на модел за успешно управление на разходите за разработване и въвеждане на нови продукти/услуги.

4. Изследователска теза и хипотези

Изследователска теза

По-доброто управление на разходите при разработването на нови продукти повишава конкурентоспособността на малките и средните предприятия.

Хипотези на изследването

Въз основа на дефинираните обект, предмет цел и задачи на изследването, се задават една общата хипотеза и три специфични хипотези. В рамките на всяка от специфичните хипотези се обособяват по две индивидуални хипотези.

***Първа специфична хипотеза (PH1):** Правилното реализиране на предприемаческата идеята в рамките на първоначалния етап от предприемаческия процес влияе положително върху разработването на нов продукт.*

Индивидуална хипотеза 1: Проучването на идеята от гледна точка на клиентите, пазара и конкуренцията ще има **Обща хипотеза: Управлението на разходите при разработването на нови продукти е съществен фактор за подобряване на конкурентоспособността на малките и средните предприятия от Република Косово.**

положително въздействие върху развитието на нови продукти.

Индивидуална хипотеза 2: Степента на ангажираност на предприемача в процеса на реализация на предприемаческата идея ще повлияе положително върху развитието на новия продукт.

***Втора специфична хипотеза (PH2):** Разработването на бизнес план от предприемача има положително въздействие върху намаляването на разходите за разработване на нов продукт.*

Индивидуална хипотеза 1: Идентифицирането и разпределението на подходящи ресурси в рамките на бизнес плана влияе върху разходите за разработване на новия продукт.

Индивидуална хипотеза 2: Информацията за конкуренцията, съдържаща се в бизнес плана, влияе върху разходите за разработка на новия продукт.

***Трета специфична хипотеза (PH3):** Познаването и използването на програми за подкрепа на развитието на малките и средните предприятия от мениджърите от Република Косово оказва влияние върху намаляването на разходите за разработване на нови продукти.*

Индивидуална хипотеза 1: Финансовата подкрепа за развитието на малките и средните предприятия оказва влияние върху намаляването на разходите за разработване на нов продукт.

Индивидуална хипотеза 2: Нефинансовата подкрепа за развитието на малките и средните предприятия оказва влияние върху намаляването на разходите за разработване на нови продукти.

5. Методически инструментариум

Паралелно с изясняването и анализа на теоретичните знания относно ролята и значението на управлението на разходите при разработването на нови продукти в малките и средните предприятия в Република Косово, е необходимо практиката да се допълни с емпирика за функционирането на бизнеса, разходната динамика в разработването и реализирането на иновационни резултати, с фокус върху ефективното ѝ управление, промените в подхода на организациите за управление на разходите като цяло и тяхното използване на конкурентния пазар.

Методическият инструментариум е насочен към съчетано използване на съвкупността от научноизследователски подходи (исторически, дескриптивен, системен, структурен, целеви, функционален, клъстерен и др. подходи), на чиято основа е разработена методиката на теоретичното и емпиричното проучване. Предвид сложността на изследваните въпроси, е необходимо използването на методи, които ще доведат до постигането на предварително определената цел. Общият подход е аналитичен, последван от използването на съвкупност от научни методи: анализ и синтез на информация, включително анализ на базови данни и информационни източници, документален анализ, контент-анализ (анализ на съдържанието), абстракция и конкретизация, индукция, дедукция, логически метод, формализация, вторичен анализ на данни, наблюдение, интервюиране, консултиране, сравнение, експертни оценки, тестов метод (със структуриран въпросник), моделиране, графично и таблично представяне на информацията, статистически анализ и др.

Чрез използване на метода на индукция и дедукция са получени знания за условията, връзките и динамиката на промените по отношение на обекта и предмета на изследване. Използването на дедуктивния метод е важно, тъй като с негова помощ са идентифицирани съставните компоненти на обекта, определени са количествените отношения между тях и е установен ефектът като цяло. Методът на индукция съдейства и за по-доброто проучване на решенията на цялото, тъй като се вземат предвид техните компоненти.

6. Основни източници на информация

Теоретичната разработка и анализът в рамките на дисертационния труд са подкрепени с актуални знания и емпирични данни. Информационни източници са: специализирана научна литература (учебници, дисертации, книги, научна периодика, сборници от научни форуми и др.); официална информация от статистически институции; данни от емпирични проучвания с тематика и обхват, близки до настоящото изследване; специализиран периодичен печат; данни от анкетни проучвания, проведени консултации и интервюта; информация от наблюдения и регистрация на статистически данни; Интернет сайтове, бази данни и др., в областта на управлението на малкия бизнес и иновациите, разработването на нови продукти, разходите за разработването и въвеждането на иновационни резултати и др. За целите на изследването е използван въпросник за проучване, който бе изпратен на активни малки и средни предприятия, функциониращи на територията на Република Косово. Информацията от Анкетния въпросник е използвана за формулирането на съответни качествени и количествени заключения, обработени с Microsoft Excel и SPSS програма (статистическа програма за обработка на въпросници).

7. Ограничителни условия на изследването

Поради широкия обхват на изследваната проблематика в рамките на дисертационния труд са въведени следните ограничения:

- *Ограничения по отношение на предмета на изследване.* Дисертационният труд изследва възможностите за развитие на малките и средни предприятия чрез управление на разходите за разработване на нови продукти Фокусът в резултатите от изследването е насочен към практическите измерения и валидиране на хипотезите. Извън предмета на проучване са социално-психологическите, нормативно-правните, организационните и рисовите аспекти на проблематиката, както и задълбоченото широкообхватно проучване на сектора на малките и средните предприятия.

Емпиричното проучване по темата на дисертационния труд е насочено към установяване реалната картина в сектора на малките и средните предприятия, които осъществяват иновационна дейност и реализират на пазара на иновационни резултати.

- *Ограничения по отношение на обекта на изследване.* В дисертационния труд се проучват теоретичните и емпиричните проекции на избраната тематика в рамките на активните нефинансови малки и средни предприятия от Република Косово. Броят на респондентите е определен въз основа на следните *критерии*: предприятия от групата на малките и средните

икономически субекти, активна иновационна дейност, наличие на реализирани иновационни проекти, частна форма на собственост, успешно реализирани на пазара нови продукти.

- *Ограничение по отношение на периода на изследване.* Изследването е проведено в периода от март 2018 г. до септември 2018 г., като са анкетирани 124 респонденти.

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. По темата на дисертацията в специализирани издания са публикувани: 13 статии и 4 доклада. Части от дисертационния труд са представени научни форуми.

II. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В структурен план дисертационният труд се състои от въведение (9 стр.), три глави (149 стр.), заключение (2 стр.), списък с използвана литература (16 стр.), и приложения (7 стр.). В съдържателно отношение дисертационният труд е структуриран по следния начин:

Списък на таблиците

Списък на фигурите

Използвани съкращения

Увод

Глава I. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Същностни аспекти на предприемачеството и връзка със сектора на малките и средните предприятия

1.2. Малките и средните предприятия – растеж и развитие

1.3. Подкрепа за развитието на малките и средните предприятия

Изводи от първа глава

Втора II. РАЗХОДИ И РАЗРАБОТВАНЕ НА НОВИ ПРОДУКТИ

2.1. Същност и видове разходи.....

2.2. Иновациите в малките и средните предприятия – основни моменти и класификационно систематизиране

2.3. Разработване на нови продукти – същност и етапи

2.4. Управление на разходите за разработване на нови продукти и конкурентоспособност на МСП

Изводи от втора глава

Глава III. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИЕ ОТ ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

3.1. Изследователска рамка и профил на респондентите

3.2. Представяне на резултатите

3.3. Анализ и тестване на хипотезите

Изводи от трета глава

Заключение

Използвана литература

Приложения

Декларация за оригиналност и автентичност

III. СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Увод

В уводната част на дисертационния труд се обосновава актуалността и значимостта на изследването. Дефинират се обектът, предметът, целта, задачите, изследователската теза и хипотезите. Представят се методическият инструментариум, източниците на информационно осигуряване и ограничителните условия на изследването.

ГЛАВА I. ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В **Първа глава** се изясняват същностните аспекти на предприемачеството, като се прави връзка със сектора на МСП. Представят се основи постановки относно развитието и растежа на МСП и възможната им подкрепа.

Главата се състои от три параграфа в следната последователност:

В **Параграф 1.1** на Първа глава се представят теоретични постановки относно предприемачеството като една от най-интересните сфери на съвременните икономика и бизнес. На тази база се прави връзка със сектора на МСП. Коментира се, че не всички малки предприятия могат да се разглеждат като предприемачески, а техните мениджъри собственици – като предприемачи. Освен това, предприемачеството не следва да се ограничава само до осъществяването на нови начинания, а предприемачите да се възприемат като управляващи единствено собствения си бизнес (Carland, Hoy, Boulton, et al., 1984; Kirby, 2009). Същевременно, в повечето случаи предприемачеството се свързва със създаването на нови предприятия и с управлението на малък бизнес (Gibb, 1996). Прави се обобщение, че *предприемачеството е свързано с малките и средните предприятия, които в съвременния свят имат значителни позиции в създаването на нови работни места и добавена стойност за икономиките.*

Прави се кратък исторически преглед на развитието на предприемачеството и на приноса на най-значимите изследователи по темата, като се формулират обобщения на следните виждания за предприемачеството:

- Създаване на повече приходи, в сравнение с разходите, направени за осъществяването на дейността (*Икономическа теория*);
- Дейност на дадено лице, в рамките на която то управлява други лица с цел реализирането на една идея (*Мениджмънтът*);
- Създаване на подходящо социално отношение към новото (*Социология*);
- Хора със специални функции, стремящи се към бъдещето и постиженията (*Психология*).

Обобщавайки различните виждания, под предприемачество може да се разбира като *перманентен процес на идентифициране на нови възможности и пренасочване на финансови, физически и човешки ресурси от места на социално възпроизвеждане, където недостатъчно се използват, към места, където могат да се реализират по-големи ефекти*. Вниманието се фокусира върху изясняването на четири ключови фактори. Това са (Ahmad & Seymour, 6 February 2008, pp. 1-22): предприемаческата дейност; създаването на уникална комбинация от ресурси, идентифицирането на възможностите на пазара и/или използването на иновационни възможности; значимостта и разбирането на бизнеса и по-широкото му обкръжение; възможността за създаване на стойност.

Утвърждава се, че *предприемачеството и предприемаческата дейност създават множество позитиви, а предприемачите съдействат за реализирането на редица ползи на регионално и национално ниво. Стимулира се самостоятелната заетост, разкриването на нови работни места, повишава се жизненото равнище, формират се допълнителни парични потоци/приходи/доходи/печалба, което засяга огромни групи лица и субекти – служители, клиенти, стейкхолдери, други членове на предприемаческите общности (финансисти и съветници), обществото като цяло (чрез данъци и такси), и др.*

В параграфа се коментира, че икономическото проявление на предприемаческата активност намира израз в реализирането на предприемаческия процес. Отбелязва се, че са налице множество дефиниции и систематизации на етапите му на протичане. Представя се една от систематизациите, очертаваща основните концептуални аспекти, целеви ориентири и практически трансформации. Прави се обобщението, че предприемачеството е непрекъснат процес на изследване, анализ, вземане на решения, поемане на риск и реализиране на печалба, че успехът на предприемачите се основава на постоянните промени и навременните реакции спрямо новите условия, разчитайки на креативността на мениджъра, на характеристиките на иновационните продукти/услуги и високото качество. Постава се акцент върху многокултурната икономика в резултат на глобализацията на пазарите новата икономика. Изтъква се, че иновацията е едно от ключовите измерения на предприемачеството, като само чрез иновации предприятията могат да оцеляват и се развиват. Фокусира се върху профила на предприемача и значението на притежаваните знания, опит и поведение, с принос за целенасочените усилия към развиването на бизнес, особено базиран на новаторството, в посока към търсенето и създаването на нови продукти. Коментират се основните характеристики на успешните предприемачи и стремежът им към високи постижения. Параграфът завършва с обобщения относно основните теоретични моменти, свързани с предприемачеството, предприемачите, предприемаческия бизнес и МСП.

В *Параграф 1.2.* на Първа глава се представят основните моменти от теоретичното знание, насочено към изясняване на ключови моменти, свързани с възможностите за постигане на ефективност от бизнес инициативите на предприемача, проявлението и стремежа за реализиране на растеж и развитие. Изтъква се, че ефикасността и ефективността представляват индикатори за успеха на всяко предприятие и тяхното определяне е от съществено значение за текущото състояние на предприятието и за дефиниране посоката на бъдещо развитие. Представя се съвкупността от характеристики и факторни елементи, които играят позитивна роля за просперитета на предприемаческия бизнес.

Твърди се, че освен прилагането на личностно-компонентния подход за идентифициране на ключовите предпоставки за формиране на позитивен предприемачески профил, като благоприятно условие за постигане на бизнес успехи, растеж и развитие на предприемаческото начинание, са необходими познания и за процесно-времето протичане на дейностите и операциите в рамките на предприемаческия процес. Според теорията на жизнения цикъл преобразователните процеси във времеви контекст протичат по предварително определен модел и преминават през стандартни, също предварително определени етапи. Коментират се вижданията на изследователите относно различните модели на жизнения цикъл, факторите с ключово значение за жизнеспособността на предприятието и характеристиките/спецификата на неговия икономически живот.

Отбелязва се, че наличието на информация за моментното състояние на предприятието и фазата, през която то преминава, има важно значение за идентифициране на правилното поведение на предприемача и за стратегията, която е подходяща той да избере; за решенията, които следва да вземе относно разходите и за възможността/необходимостта да инвестира допълнително в разработването на нови продукти и т.н. Лесно могат да се разпознаят големите, гъвкави и жизнени предприятия и малките тромави организации, както и обратното – големите организации, които „като динозавър умират“, и малките динамични предприятия, които бележат успехи и бързо напредват в развитието си. Следователно придобиването на статут на „успешни“/„неуспешни“ или „гъвкави“/„тронави“ предприятия не винаги се определя на база хронологическата/историческата им възраст, нито размерът на предприятието предварително дефинира неговите жизнени и бизнес възможности.

Посочва се, че сред факторите, имащи ключово значение за жизнеспособността на предприятието и характеристиките/спецификата на неговия икономически живот, могат да се идентифицират много на брой, с различна степен на важност и сила на въздействие фактори. От гледна точка на изследователския обхват на дисертационния труд, се обръща внимание на два фактора: гъвкавост на предприятието и степен на контрол върху вътрешните

процеси. Прави се паралел между „старата“ индустриална икономика и т.нар. т.нар. нова икономика. Обобщава се, че изследователският интерес към малкия бизнес е изключително голям. Редица автори проучват практиката, правят опити да моделират фазите в развитието на МСП, да идентифицират етапите на растеж на малкия бизнес и т.н. Всеки автор дава своето виждане по отношение на броя и наименованията на отделните етапи - от създаването, през целия живот на функциониране, до момента на приключване или трансформиране на малкия бизнес. Независимо от различното идентификационно съдържание на етапите, посочвано от отделните автори, могат да се представят общи, логически обвързани моменти, изпълващи съдържанието на тези етапи.

В края на параграфа се заключава, че с преминаването към икономика на знанието, развитието на големите транснационални пазари и засилването на конкуренцията, за да реализират определени предимства, съвременните МСП са принудени да осъществяват интензивно технологично развитие, съпътствано с разумна производствена специализация. Такава специализация може да се насочи в посока разработването на нови или усъвършенствани продукти/услуги за сегментирани целеви групи на вътрешния и чуждестранните пазари или в посока разработване и производство на компоненти или монтажни елементи за международни продукти, с което предприятието стратегически да се обвърже с партньор/и от страната и чужбина.

В Параграф 1.3. на Първа глава се очертават възможностите за финансова и нефинансова подкрепа на МСП. Подчертава се, че финансирането им е труден и сложен, но необходим за тяхното създаване и последващо функциониране процес. Историческите данни показват, че развитието на различните организационни форми на бизнеса е иманентно свързано с и детерминирано от непрекъснатата потребност за осигуряването на допълнителни финансови източници. Посочва се, че в рамките на различните стадии на развитие на предприятията, предприемачите могат да използват различни източници за финансиране на своя бизнес, като практиката показва, че могат да се идентифицират и определени закономерности или доминиращи предпочитания.

Политиката за финансиране на иновационното развитие (особено изборът между различните алтернативи за финансиране и определянето на оптималното съотношение между собствения и заемния капитал) представлява важен фактор за развитието на предприемаческия бизнес и за самия предприемач, който се стреми да осигури позитивни предпоставки за постигането на дългосрочна стабилност и успешното функциониране. Решенията за провеждането на финансовата политика са в компетенциите на фирмения мениджмънт или на самия предприемач, като целта е постигането на краткосрочна и дългосрочна финансова стабилност. (Belopavlović, Lazarević-Moravčević & Stefanović, 2011).

За разлика от големите предприятия, при предоставянето на финансови ресурси, МСП се считат за силно рискови, тъй като често техният мениджърски състав не притежава необходимия опит и не е достатъчно обучен; производствената програма е недиверсифицирана и често се основава само на един продукт, който е възможно да бъде непознат/неразпознаваем; съществуват проблеми с осигуряването на добър финансист поради ограничените възможности за добро заплащане на професионалните му услуги; готовността за сътрудничество е малка; собствениците се страхуват, че ще им бъде отнета собствеността, ако използват външни финансови активи, и др.

В параграфа се систематизират и изяснява основните финансови инструменти за подкрепа (кредитиране, лизинг, факторинг, бизнес ангели, финансиране чрез фондовите пазари – облигации, акции, записи, и др.), като се изясняват техни същностни аспекти и очертават някои техни предимства и недостатъци от гледна точка на МСП. Изтъква се, че нефинансовата подкрепа за развитието на МСП обхваща широк спектър от услуги: предоставяне на правни съвети; създаване на мрежи (чрез интернет) на предприемачи от цялата страна; осигуряване на достъп до бази данни в областта на предприемачеството в страната и чужбина, осъществяване образователни функции, информиране чрез публикации в областта на предприемачеството, промоционални дейности за насърчаване на предприемачеството, организиране на обучения и семинари за обмяна на опит и др. За да се приложи нефинансовата подкрепа на малките и средните предприятия, институционалната инфраструктура е необходима. Подкрепата на МСП най-често се осъществява чрез: създаването на политики, стратегии и специфични институции за подкрепа. Отбелязва се, че основната задача на институционалната подкрепа е осигуряване на консултации, образование, информация за гладкото функциониране и растежа на малките и средните предприятия. Институционалната рамка сама по себе си е недостатъчна за развитието на МСП, но допълнена с икономическите политики, законовите и подзаконовите нормативни актове и националните стратегии, е ключово условие за тяхното функциониране. Най-важните институции за подпомагане на МСП са: Националната агенция за развитие на МСП, Регионалните агенции за развитие на МСП, бизнес инкубаторите, евро информационните центрове, изследователските и развойните институции, търговските камари, образователните институции, браншовите и предприемачески асоциации и др. институции, специфични за отделните страни.

Изводи от първа глава

- Предприемачеството е благодатна сфера за инициирането на различни бизнес дейности, а секторът на МСП – подходяща среда за тяхното реализиране. За предприемачите, секторът на МСП предоставя редица предимства за успешно стартиране, като същевременно са необходими целенасочени усилия за преодоляването на множеството бариери и проблеми. Предизвикателствата, породени от промените в средата и непредвидимите често пъти икономически тенденции провокират интензифициране на процесите и дейностите, и максимално използване на личностния потенциал на предприемача.

- Постигането на растеж и развитие е важно за всички предприятия, независимо от техния размер, предмет на дейност и целеви ориентири. За МСП то обаче има допълнителни аспекти, произтичащи от техния особености, предимства, недостатъци, капацитетни възможности и потенциално препоръчителни локализационни позиции в стойностната верига на производството и пазарните сегментации. От съществено значение е способността на предприемача да инициира своя бизнес в подходящия момент, да използва максимално съвкупността от личностни и професионални качества, да осигури подходящите ресурсна комбинация и екип.

- Независимо от множеството предимства и позитиви, МСП се сблъскват с редица проблеми, поради което се налага осъществяването на целенасочена и многоаспектна подкрепа от различни правителствени и неправителствени институции, разработването и прилагането на стимулиращи политики, стратегии и инструменти. Важен акцент е финансовото осигуряване на бизнеса и предоставянето на възможности за неговото финансиране и ресурсно осигуряване.

- Финансирането на МСП е сложен, но необходим процес, съпътстващ тяхното създаване и по-нататъшно функциониране. Историческите данни показват, че развитието на различни форми на организация на бизнеса се определя от необходимостта и вечната борба за осигуряване на допълнителни ресурси за финансиране на тяхното развитие. Успешното управление на подходящата ресурсна комбинация (собствени и привлечени) е от решаващо значение за постигането на ефективност, ефикасност и рентабилност от дейността на МСП.

- Налице е необходимост от едновременното подходящо комбиниране на факторни характеристики, ресурсна база, екипно единство и редица други предпоставки. За постигането на успех обаче, предприемачите следва да насочат усилията си към непрекъснато развитие, основано на иновации – да търсят и прилагат нови възможности за пазарно позициониране чрез нови продукти и услуги и своевременно задоволяване на нововъзникващите пазарни потребности.

ГЛАВА II. РАЗХОДИ И РАЗРАБОТВАНЕ НА НОВИ ПРОДУКТИ

Във **Втора глава** са разгледани въпросите, свързани с разходите и иновациите, като са представели техните същностни и класификационни аспекти. Изяснени са ключовите моменти в етапното развитие на иновационните идеи за нови продукти. Прави се обвързка между управлението на разходите за разработване на нови продукти и конкурентоспособността на МСП.

Втора глава се състои от четири параграфа.

В **Параграф 2.1.** на Втора глава се представят същностните аспекти и видовото разнообразие на разходите, които предприемачите правят в процеса на функциониране на техния бизнес. Всяка организация в днешната динамична и конкурентна среда има за цел да оцелее на пазара и да реализира възможно най-голяма печалба. Печалбата зависи от действително направените разходи, поради което определянето на разходите в ежедневния бизнес има ключова роля.

Коментира се, че за да работи едно предприятие успешно, е необходимо непрекъснато да се наблюдават, анализират и оценяват разходите. Поради тяхната сложност, с цел по-доброто им разбиране и управление, е необходимо да се познава добре спецификата на отделните видове разходи, момента на тяхното проявление, възможностите за комбинативно управление през различни времеви периоди и др.

В теорията и практиката съществува и може да се представи **многообразие от признаци за класифициране на отделните видове разходи и за конструиране на приложима система от видово форматирани групирания на измерители и стойностни показатели**. Сред най-популярните и наложилите се в практиката разграничения на разходите по отделни класификационни признаци са: *разходи по икономически елементи; разходи за дейността, разходи по място на възникване и притежатели/носители, разходи според причината за тяхното възникване, разходи според начина на реагиране спрямо промяната в размера на дейността, разходи в зависимост от начина на предвиждане, разходи в зависимост от вида на контрола и др.*

В зависимост от използвания критерий, разходите на предприятието могат да бъдат обособени в следните класификационни групи (<https://interaccount.eu/>):

– *Спрямо управленската им функция*: производствени (Manufacturing Costs) и непроизводствени (оперативни) разходи (Non-manufacturing Costs).

– *В зависимост от възможността да бъдат начислени към определен разходен обект*: преки (директни) (Direct Costs) и непреки (индиректни разходи) (Indirect Costs);

– *Спрямо времето на отписването им в зависимост от приходите от продажби*: продуктови (Product Costs) и разходи за период (Period Costs);

– В зависимост от поведението им спрямо промените в обема на дейността: фиксирани (Fixed Costs); променливи (Variable Costs) и смесени (полу-променливи) разходи (Semi-variable Costs);

– *Спрямо обхвата им*: общи (Total Costs) и разходи за единица продукция (Unit Costs);

– В зависимост от значимостта им за изпълнение на дейностите по планиране, контрол и вземането на решения: контролируеми и неконтролируеми (Controllable and Non-controllable Costs); стандартни (Standard Costs); допълнителни (инкрементални) и маргинални (Incremental and Marginal Costs); необратими („потънали“) (Sunk Costs); релевантни и ирелевантни (Relevant and Irrelevant Costs); опортюнистични (Opportunity Costs); понетарни и немонетарни разходи (Monetary and Non-monetary Costs) и др.

Ключово място в системата на разходите заема признака „икономически елементи“. Класифицирането на **разходите по икономически елементи** предоставя възможност на фирмения мениджмънт да установи *размера на направените разходи по отделни първични елементни източници и да идентифицира специфичните причинно-следствени връзки от позициите на необходимост, целесъобразност, ефективност и управляемост*. От позициите на осъществяваната иновационна активност на предприятията следва да се поддържа база данни и проследимост на реализираните дейности : В техния обхват попадат:

1. НИРД, извършена в предприятието (НИРД, която се провежда с цел създаване на нови знания или за разрешаване на научни или технически проблеми, вкл. собствени софтуерни разработки, които отговарят на тези изисквания).

2. НИРД, закупена от друго предприятие (НИРД, за извършването на която предприятието е сключило договор с други предприятия, вкл. и такива от групата, или от научноизследователски организации).

3. Придобиване на машини, оборудване, софтуер и сгради, свързани с иновациите (машини, оборудване, софтуер и сгради, придобити специално за производството и внедряването на нови или значително усъвършенствани продукти и процеси).

4. Придобиване на съществуващи знания от други предприятия и организации (придобиване на ноу-хау, авторски права, патентовани и непатентовани изобретения и други видове знания, необходими за разработването на нови или значително усъвършенствани продукти и процеси).

5. Обучение, свързано с иновациите (обучение на персонала специално насочено към придобиване на знания и умения, необходими за разработване и внедряване на нови или значително усъвършенствани продукти и процеси).

6. Маркетингови дейности по представяне на иновациите (представяне на пазара на новите или значително усъвършенствани стоки и услуги, включително маркетинговите проучвания и стартовата реклама).

7. Дизайн (включва дейностите, извършени от предприятието или чрез възлагане от друго предприятие, по проектиране и промяна на формата или външния вид на стоките и услугите).

На тази база могат да се обособят следните видове разходи, които МСП реализират в процеса на своята иновационна активност:

1. Разходи за научноизследователската и развойна дейност (НИРД).
2. Разходи за инженерни, дизайнерски и други творчески дейности.
3. разходи за маркетингови дейности и такива, свързани с изграждане на пазарната стойност на марката (бранда).
4. Разходи за дейности, свързани с интелектуалната собственост.
5. Разходи за обучения на персонала.
6. Разходи за дейности по създаване на софтуерен продукт или база данни.
7. Разходи за придобиване или отдаване под наем на материален актив.
8. Разходи за дейности, свързани с управлението на иновацията.

Коментира се, че разходите представляват една от най-значимите категории в управлението на дейността и качеството. Съвременният подход към разходите изисква постоянен анализ, насочен към постигането на *оптимално качество*. При определянето на разходи за осигуряване на качеството, винаги е необходимо да се търси оптимална връзка: качество/цена. Независимо от силно вероятностния характер на дейностите, резултатите от тях и финансово-икономическите показатели, свързани с разработването на нови продукти, вниманието следва да бъде насочено към полагането на усилия да балансиране на разходите, предполагаемия размер на цената, търсеното качество и общата удовлетвореност по редица показатели. Застъпва се виждането, че успехът на водещите компании се дължи и благодарение на постигането на най-високо качество.

Параграфът завършва обобщението, че *съвременният подход за управление на разходите* изисква *поддържането на актуална база данни, непрекъснати мониторинг, анализ и оценка, насочени към разработването подходяща стратегия, прилагането на адекватен инструментариум за регистриране и отчитане, насочени към идентифицирането на възможности за оптимизиране на разходите, при балансираност между различните направления на дейността и осигуряване на добра финансова основа за бъдещото развитие на предприятието, поддържайки желаните нива на качеството*.

В **Параграф 2.2.** на Втора глава са разгледани основни въпроси, свързани с иновациите в МСП. Акцентирано е върху тяхното видово разнообразие по различни класификационни признаци. Коментира се, че през последните десетилетия

терминът „иновация“ е сред най-често изпилваните от бизнеса и институциите понятие. Налице са голям брой дефиниции и опити да се изяснят най-важните аспекти в неговото концептуално дефиниране. Независимо от това, същностните аспекти на иновацията могат да се синтезират и представят в **опорни точки** (Петров, Георгиев & др., 2008, с. 373-374; Варамезов & Пантелеева, 2022, стр. 22):

- ✓ *Новост* – иновацията се свързва с нова идея (инвенция).
- ✓ *Реални промени* – въз основа на новостта се осъществява целена-сочена дейност за промени в това, което се предлага (продукти и услуги) и в начина, по който се произвежда, разпространява и реализира на пазара.
- ✓ *Практическа приложимост* – налице е възможност за реализиране на иновационната идея в конкретен резултат, който може да се използва.
- ✓ *Процесност* – иновацията се разглежда като процес, включващ логически обособени, но свързани фази, дейности и операции. (Бенев, 1996, с. 6; Георгиев & Цветков, 1997, с. 35)
- ✓ *Положителна оценка от потребителя (пазара) или търговска реализируемост* – фактическата оценка на новостта и на нейния носител (съдържащият я обект) се получава от потребителите (пазара).
- ✓ *Установим материален или нематериален резултат от въвеждането на новостта* (Бенев, 1996, с. 6) – трябва да бъде възможно установяването на резултата от развитието на новата идея.

В параграфа се изясняват същностните аспекти на иновациите и се класифицират различните проявления на иновационната активното под формата на специфични иновационни резултати. Видовото разнообразие се прави въз основа на признаците – *степенна на новост от гледна точка на пазара; продукта като цяло (система) и продукта като компоненти (части, елементи); причината, която е породила иновациите; източника-причина за появата на новото решение; базата за генериране на иновациите; равнището на новост за предприятието, пазара и потребителите; влиянието, което оказват върху потребителското поведение; от гледна точка на системния подход (предприятието като система); според Ръководството от Осло* и др.

Представя се систематизация и на МСП – от гледна точка на иновациите и иновационно им поведение, въз основа на признаците: характер и вид на фирмената стратегията, източник на технологичния трансфер (знания) и траекторията на промените, потенциал за извършване на научноизследователска и развойна дейност, степен на участие в научноизследователски програми, характер на икономическата дейност, дял на преките разходи, отделяни за научноизследователска и развойна дейност спрямо величината на общите приходи от дейността и др.

Обобщава се, че иновациите са необходими за оцеляването, растежа и развитието на всяко предприятие, както и за изменение на неговата конкурентна позиция. Чрез иновациите предприятието придобива временен монопол, който прави възможно създаването на допълнителна печалба на пазара. Ключът към успешните иновации в МСП е в ориентирането им към максимално адекватно, бързо и ползотворно използване на създаденото/наличното знание още в самото начало, на етап инициране, като търси ефективна връзка с университетите и големите предприятия. (Black, 2005; Boston & Schuetze, 1998, Mothe & Paquet, eds). Поради тази причина, че често са подложени на влиянието на т.нар. ефект на „географско преливане“

В *Параграф 2.3.* на Втора глава се изясняват същността и етапите на разработване на нови продукти в МСП. В началото се изтъква се, че еволюцията на иновациите се характеризира с висока сложност и изискваща необичайно мислене и поведение. Тази специфика намира проявление и в рамките на иновационния процес и неговите етапни характеристики. Представя се различна структуризация на броя и наименованията на отделните етапи, формиращи иновационния процес, започвайки по-агрегирания трикомпонентен състав на етапите: идея, развитие и комерсиализация. На тази база се изясняват следващи, по-детайлни етапни модели на иновационния процес в МСП.

Отбелязва се, че **иновациите в МСП** са предимно *еволюционни, продиктувани са от потребностите на пазара и не водят до съществени промени в поведението на потребителите, а иновационният процес* се възприема като *процес на възникване, разработване, производство и пазарна реализация на идеи за нови или усъвършенствани продукти (стоки или услуги) и процеси, като резултатът трябва да бъде съществен по отношение на равнището на произвеждана продукция, качеството на продуктите или разходите за производство и дистрибуция* (Eurostat и НСИ). В рамките на този процес МСП осъществяват иновационна дейност, която най-общо може да включва (Варамезов, Пантелеева & Найденов, 2009):

- Научно-изследователска и опитно-конструкторска работа по разработването на иновацията, лабораторни изследвания, изготвяне на образци на новите изделия.

- Избор на необходимите суровини и материали за производство на новите изделия.

- Проектиране, изготвяне, изпитване и усвояване на образците на новата техника, необходима за производството на новите продукти.

- Разработване на нови организационни решения, насочени към новите изделия.

- Изследване, разработване и придобиване на необходимите информационни ресурси.

- Подготовка, обучение, преквалификация и подбор на персонала, който ще осъществява продуктите иновации.

- Извършване на дейности или придобиване на съответните документи за защита на интелектуалната собственост – патенти, лицензи, ноу-хау.

- Организация и осъществяване на маркетингови изследвания, свързани с лансирането на новите продукти на пазара и тяхната реализация и др.

В параграфа се разглеждат различни варианти на етапни модели на иновационния процес. Отбелязва се, че етапите на иновационния процес могат да бъдат обособени и наименувани по различни начини, в зависимост от виждането на предприемача, според размера на бизнеса и числеността на пресовала, необходимостта да се следва определена логика при подготовката и реализирането на дейностите във времето и др.

Прави се връзка с бизнес плана, който предприемачът разработва. Акцентира се върху значението на информацията, която той съдържа, и върху необходимостта от съгласуваност между дейностите и очакваните резултати от иновационния процес, от една страна, и очертаната линия на иновационно поведение, конкретизирана чрез качествени и количествени данни в бизнес плана на предприемача.

В **Параграф 2.4.** на Втора глава се утвърждава, че в съвременната бизнес среда ефективното управление на разходите има съществено значение за поддържането на рентабилността и конкурентоспособността. Стратегическото управление на разходите оказва влияние върху редица области, включително върху управление на веригата за доставки, производствените процеси и разработването на продукти (Sheikh, 23 April 2024). Според Хвастик и Колосовски (2014, с. 351) ключът към възходящото развитие на МСП през 21 век е качеството на продукта, конкурентните разходи, бързата доставка и гъвкавостта. Бързото внедряване на иновативните решения е ключово реализирането на конкурентно предимство. Въпреки че иновативният подход към развитието на едно предприятие може да подобри гъвкавостта и качеството на продукта, той може да отнеме много време и да бъде недостъпен. Вискателният клиент очаква нови продукти, които да задоволят нуждите му. Намерението за бърза печалба, което ще донесе бързо внедрената иновация, може да окаже негативно влияние върху иновационен процес.

МСП са изправени пред редица предизвикателства в областта на разходите. В тази връзка могат да се използват редица добри практики за оптимизиране на разходните показатели (Sheikh, 23 April 2024):

– **Продуктови разходи** – стратегиите за разработване на продукти и ценообразуване са от основно значение за определяне на конкурентоспособността на продукта на пазара. Ето някои подходи с най-добри практики, които могат да се приложат за ефективно управление на разходите за продукти: моделиране на разходите на Шулд (Should): оценяване на разходите за жизнения цикъл, опаковка на стоки.

– **Разходи по веригата на доставки** – оптимизирането на разходите за доставка без компромис с риска, качеството и ефективността е наложително. Ключовите подходи за ефективно справяне с тези разходи включват: стратегическо снабдяване, ефективно идентифициране на доставчици и преговори.

– **Производствени разходи** – производствените процеси представляват значителна част от общите разходи за много предприятия. Оптимизирането на тези процеси е от ключово значение за минимизиране на разходите и увеличаване на рентабилността, като следните предлагат ефективни подходи за постигане на това: превъзходство в производството, анализ на стойността и инженеринг на стойността (VAVE) и базово ниво на разходите.

Предлага се за усъвършенстване управлението на разходите при разработването на нови продукти могат да се идентифицират възможности в следните направления:

▪ Използване на подходящи методи за управление на разходите по време на разработването на продукта:

– Модулен дизайн: Разбиване на продукт на модули, които могат да бъдат разработени независимо и сглобени по-късно.

– Общ компонент: Използване на общи компоненти в различни продукти за намаляване на разходите.

– Продуктови платформи: Създаване на обща платформа за множество продуктови варианти.

▪ Стратегически подход за управление на разходите:

– Производствените компании могат да се възползват от стратегическия подход за управление на разходите.

– Помага за преодоляване на нестабилността на разходите и следи жизнения цикъл на продуктите.

– Освен това въвежда интегрирана система за устойчиво развитие за производствени компании.

▪ Мониторинг на производствените разходи.

▪ Гъвкавост при разработването на новите продукти за МСП. Освен това, за да оцелеят в днешния конкурентен глобален пазар, МСП трябва да преминават

от последователно към паралелно разработване на продукти. Този подход съкращава циклите на разработка, намалява разходите и гарантира високо качество на продукта.

Отбелязва се, че двигателите на структурните промени (каквито са например иновационните изменения и проявленията на иновационната активност) имат **стратегически характер** и носят дългосрочни ефекти. В тази връзка е необходимо да се проследяват разходите по отношение на (Rounaghi, Jarrar & Dana, 2021): промените в размера на дейността, промените по отношение на технологиите и промените в сложността на продуктите. Като чисто „административни“ *движещи сили*, въздействащи върху факторите, които МСП следва да управляват в краткосрочен план чрез различни **оперативни решения** за намаляване на разходите, могат да посочат промените в *трудовете и организационно-административните процеси, в производствения процес и във взаимоотношенията с доставчиците и дистрибуторите*.

Изводи от втора глава

- Връзката между управлението на разходите в МСП и разработването на нови продукти не бива да се пренебрегва, тъй като един от ключовите фактори, влияещи върху представянето на МСП, е именно начинът, по който се управляват разходите в предприятието.

- Разходите са икономическа категория, пряко свързана с печалбата на предприятията и с успеха от дейността им. Тъй като печалбата на стопанските субекти представлява разликата между общите приходи и общите разходи, всяко увеличение на разходите, при равни други условия, води до намаляване на разликата между тях и съответно – до намаляване на печалбата.

- Разходите като икономическа категория имат важно значение и оказват влияние върху всеки един аспект от дейността на предприятията. Това налага осъществяването на непрекъснат анализ. За по-лесното реализиране на практика, съвременният подход за управление на разходите изисква конструирането, проследяването и систематичното декомпозиране на видовото разнообразие на разходите, по начин, който позволява да се идентифицират тесните места, добрите практики и възможностите за намаляване на разходните величини. Стремешът е към по-добро управление на разходите като цяло и към оптимизиране на времевите и структурните съсредоточености на тяхното извършване, при използването различни бази. Категоризирането и разпределението на разходите всъщност зависи от тяхното практическо приложение и в същото време – представлява предпоставка на последващи подобрения и оптимизации.

- Налице е огромно многообразие от класификационни признаци и систематизации на разходите. От съществено значение е тяхното познаване и

анализиране на основните им характеристики, на начина, по който се променят в процеса на функциониране на предприятието и особено – от гледна точка на времевите хоризонти на активностите. Това предполага търсенето на обвързки с бъдещото поведение, насочено към развитие.

- Един от най-успешните начини за постигане на развитие е осъществяването на иновации. Обвързването на иновациите като източник на нови възможности с доброто управление на разходите на предприятието като цяло, в съгласувателен режим с разходните процеси при разработването на нови продукти, предоставя благоприятна среда за фирмен растеж и за добри конкурентни позиции не само в сектора на МСП, но и в системата на националната икономика (особено при ефективни бизнес комуникации и възможност за получаване на експертна помощ, организационно-административна подкрепа от функциониращата инфраструктура в рамките на предприемаческата и иновационната екосистема).

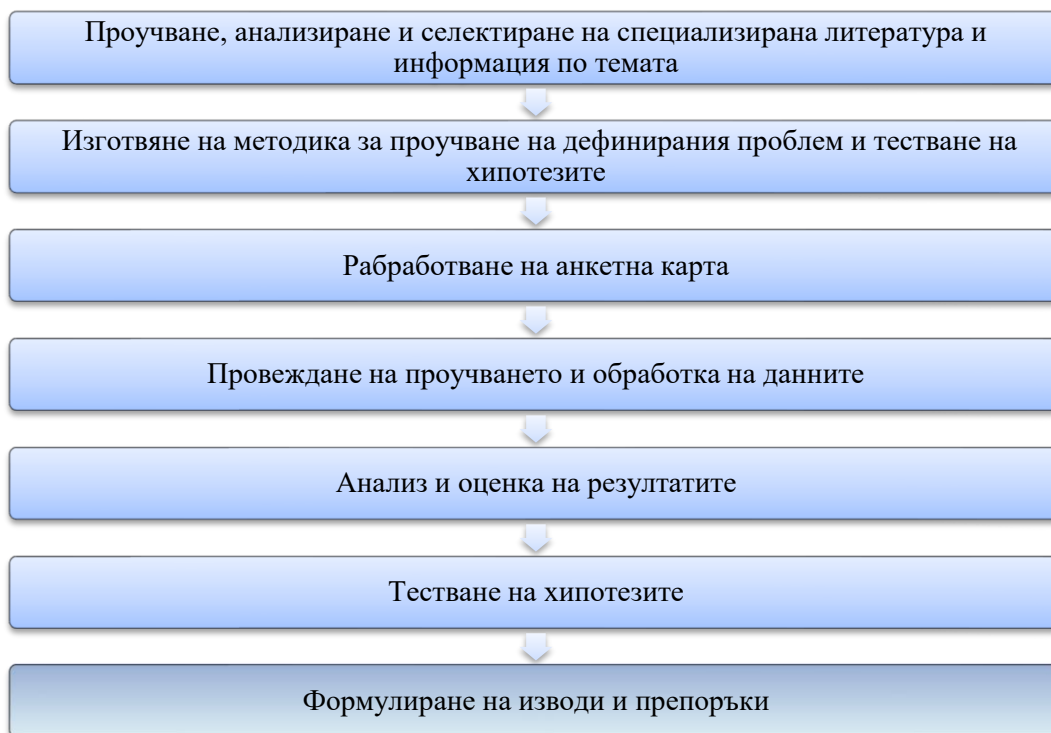
ГЛАВА III. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИЕ ОТ ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

В трета глава се представят резултатите от емпиричното изследване. Очертава се изследователската рамка на проучването. Прави се характеристика на респондентите и се конкретизира техния профил. Въз основа на събраните данни се анализират и тестват формулираните хипотези.

Трета глава се състои от три параграфа.

В *Параграф 3.1.* на Трета глава се изясняват основни методико-организационни аспекти на изследването, представя се обхватът и профилът на изследваните респонденти/единици.

Чрез емпиричното изследване се цели да се проучат възможностите за усъвършенстване управлението на разходите за разработване на нови продукти с цел повишаване конкурентоспособността на МСП, обект на проучване. За целите на емпиричното изследване е разработен модел, основан на процесите, свързани с осъществяването му, които включват планиране, организиране, провеждане и е съставен от следните етапи:



Фигура 1: Методологически етапи на провеждане на емпиричното изследване

В обхвата на емпиричното изследване попадат успешни малки и средни предприятия от частния сектор на Република Косово. Проучването е проведено през 2018 г. Първичните данни са събрани въз основа на попълнени анкетни карти от 124 респонденти (физически лица). Броят на респондентите съответства на броя на емпиричните/статистическите единици (малки и средни предприятия).

Профилът на респондентите и на статистическите единици е представен в табл. 1.

Таблица 1. Профил на респондентите и на статистическите единици

Признак	Честота	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Профил на респондентите (физически лица)				
Полова структура на респондентите				
Мъж	30	24,2	24,2	24,2
Жена	94	75,8	75,8	100,0
Възраст на респондентите, в години				
18-25 години	14	11,3	11,3	11,3
26-35 години	95	76,6	76,6	87,9
36-45 години	12	9,7	9,7	97,6
46-55 години	2	1,6	1,6	99,2
56-65 години	1	0,8	0,8	100,0

Образователен статус				
Средно образование	3	2,4	2,4	2,4
Висше образование – бакалавър	69	55,6	55,6	58,1
Висше образование – магистър	38	30,6	30,6	88,7
Доктор	14	11,3	11,3	100,0
Трудов стаж, в години				
По-малко от 5 години	50	40,3	40,3	40,3
От 5 до 10 години	64	51,6	51,6	91,9
От 10 до 15 години	8	6,5	6,5	98,4
Повече от 15 години	2	1,6	1,6	100,0
Профил на статистическите единици (МСП)				
Правен статус				
Самостоятелно предприятие	33	26,6	26,6	26,6
Дъщерно дружество	91	73,4	73,4	100,0
Вид на капитала				
Собствен капитал	79	63,7	63,7	63,7
Чуждестранен капитал	14	11,3	11,3	75,0
Смесен капитал	31	25,0	25,0	100,0
Продължителност на функциониране				
1-5 години	11	8,9	8,9	8,9
5-15 години	75	60,5	60,5	69,4
15-25 години	15	12,1	12,1	81,5
Повече от 25 години	23	18,5	18,5	100,0
Общо	124	100,0	100,0	–

Синтезираният формат на профила на участвалите в емпиричното изследване има следният вид:

- Доминиращ дял на жените респонденти (75,8% жени и 24,2% мъже).
- Доминиращ дял младите респонденти (76,6% на възраст между 26-35 години и 11,3% – между 18-25 години).
- Доминиращ дял на притежаващите висше образование (бакалавър – 55,6%, магистър – 30,6%, с научна степен – 11,3%).
- Доминиращ дял на респондентите с трудов стаж в предприятието от 5 до 10 г. (51,6%).
- Доминира дял на МСП с икономически живот между 5 и 15 г. (60,5%).
- Доминира дял на самостоятелно функциониращи нефинансови МСП (73,4%).
- Доминира дял на МСП, осъществяващи предприемаческа дейност със собствен капитал (63,7%).
- Доминира дял на МСП, осъществяващи предприемаческа дейност със собствен капитал (63,7%).

За провеждане на емпиричното изследване се разработва въпросник с 43 въпроса. Всеки от респондентите изразява мнение и прави оценка на предприятието, в което работи, или на което е собственик. (или двете). За обобщаване мнението на респондентите/емпиричните единици, включени в изследването, данните се обособяват в рамките на няколко категории:

1) Въпроси, свързани с респондентите (пол, възраст, образование, позиция в предприятието);

2) Въпроси, свързани със статистическите единици (възраст/продължителност на живот на предприятието, собственост от капитала, брой на конкурентните предприятия);

3) Въпроси, свързани с основните изследователски отговори относно:

- идеята за разработване на нови продукти;
- ангажимента на предприемача за реализиране на идеята за разработване на нови продукти;
- определянето и разпределението на подходящите ресурси;
- разработването на нови продукти;
- разработването и съдържанието на бизнес плана (предприемаческия план) – относно конкуренция, финансова и нефинансова подкрепа за развитието на предприятието, влияние на бизнес плана върху разработването на новите продукти и др.

За тестване на хипотезите въз основа на емпиричните данни, като **зависима променлива** се избира: *„Разработване на нови продукти“*, а като **независими променливи**: *„Изследване на идеята от гледна точка на купувачите, пазара и конкуренцията“*, *„Степен на ангажираност на предприемача при реализирането на идеята“*; *„Идентифициране и разпределение на подходящите ресурси“*, *„Информация, съдържаща се в бизнес плана по отношение на конкуренцията“*, *„Финансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия“* и *„Нефинансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия“*.

За посочените променливи се изчисляват и представят подходящи статистически показатели (получени чрез обработка на данните в програмата SPSS) от процедурата за описателна статистика (вж. табл. 2). За целите на статистическата обработка се въвежда бална оценка, като количествена интерпретация на качествените индикатори: „Не съм съгласен изобщо“ – 1; „Не съм съгласен“ – 2; „По-скоро не съм съгласен“ – 3; „Неутрален“ – 4; „По-скоро съм съгласен“ – 5; „Съгласен съм“ – 6; и „Напълно съм съгласен“ – 7.

Таблица 2. Индикатори на описателната статистика за променливите, включени в модела

Описателна статистика				
	Брой	Значение		Стандартно отклонение
	Статистика	Статистика	Стандартна грешка	Статистика
Изследване на идеята	124	4,94	,152	1,690
Ангажимент към предприемача	124	5,02	,141	1,569
Идентифициране и разпределяне на ресурси	124	4,44	,159	1,773
Финансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия	124	4,14	,165	1,836
Нефинансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия	124	4,81	,155	1,727
Бизнес план	124	4,13	,166	1,852
Разработване на нови продукти	124	3,84	,164	1,823
Валиден брой (по списък)	124	-	–	–

От таблица 2 се вижда, че *най-голямата стойност на стандартното отклонение или най-високата средна променливост* в отговорите на анкетираните са променливите: бизнес план, финансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия, разработване на нови продукти, докато най-ниска средна променливост може да се отбележи в променливата ангажираност на предприемача при реализирането на идеята. *Най-високата стандартна грешка* се отчита за бизнес плана, а най-малката стандартна грешка – за ангажимента на предприемача.

В *Параграф 3.2.* на Трета глава се представят резултатите от емпиричното изследване по отношение на основните изследователски въпроси:

- степен на разработеност на иновационната идея, преди стартирането на иновационния процес и реализирането на разходи по нейното изпълнение;
- предназначение и функционалност на новия продукт, включени в предприемаческата идея (на етап инициране);
- възприемане на предприемаческата идея като резултат от систематично усилие, свързано с използването на различни методи и техники;
- прилагане на различни методи и техники за създаването на предприемаческата за нов продукт;

- възможност предприемаческата идея да се развие и трансформира в проект за нов продукт, който да рамкира времето, ресурсното и концептуалното доразвитие и реализиране на предприемаческата идея;
- съсредоточеност на предприемача върху разработването на нови продукти с цел по-голяма печалба;
- наличие на професионален опит в областта на разработването на нови продукти, при липса на достатъчно свобода в предходна работа, като отправна точка за пораждаване на недоволство и провокиране към инициране стартирането на собствен предприемачески бизнес;
- използване притежаваните технически и професионални знания и умения като позитивна личностна стратегия, която носи ползи на предприемача;
- фокус на предприемача върху по-добро използване на пазарните възможности;
- прилагане на пазарната ориентация при идентифицирането на възможностите за разработване на нови продукти;
- иновационната идея като резултат от разпознаването на възможностите в средата;
- проучване за наличието на капитал, материални и трудови ресурси и тр при разработване на новия продукт
- характеристики на разработения бизнес план – доколко е логичен, кратък и убедителен ;
- връзка и въздействие на информацията в разделите на бизнес плана върху разработването на нови продукти и постигането на позитивни резултати – аналитична информация за предприятието, финансовите процеси, описание на пазара на новия продукт, информация за конкуренцията, ресурсите, необходими за разработването и производството на новия продукт и др.;
- проучена идея за разработване на нов продукт от гледна точка на съществуващия и потенциалния пазар;
- проучена идея за разработване на нов продукт от гледна точка на потенциалния пазар;
- дейности по проектиране и пускане на продукта на пазара, включени в развитието на новия продукт;
- предлагане на оферта в отговор на пазарните потребности;
- използване на кредити от търговските банки, договори за лизинг, бизнес ангели, за разработване на нови продукти;
- използване на национални програми за развитие в подкрепа на финансирането на малките и средните предприятия;

- връзка между правните и административни условия за развитие на малките и средните предприятия и разработването на нови продукти;
- връзка на иновационната стратегия към разработването на нови продукти;
- значение на бизнес инкубаторите за разработването на нови продукти;
- роля на институциите за научноизследователска и развойна дейност при разработването на нови продукти;

Синтезирано представените в дисертационния труд емпирични данни дават представа за поведението на МСП в Република Косово и за отношението на респондентите към разработването на нови продукти, към необходимите предварителни и съпътстващи ангажименти и връзката им с последващото пазарно позициониране на МСП. Данните индикират за някои проблематични конфигурации, но същевременно показват и оптимистични възприятия относно текущите и бъдещите намерения и поведения на предприемаческите дейности в сектора на МСП. Резултатите от изселването предоставят добра основа за последващо тестване на формулираните хипотези.

В **Параграф 3.3** на Трета глава е направена проверка на хипотезите въз основа на получените данни от практическото проучване.

В основната на изпозаливания методически подход за реализиране на емпиричното изследване е следваният алгоритъм от стъпки: дефиниране на съвкупност от зависими и независими променливи; избор на подходящи статистически показатели; осъществяване на статистически процедури; тестване на хипотезите; формулиране на съответни изводи и препоръки.

Първа специфична хипотеза (ПХ1). Индивидуална хипотеза 1.1

Таблица 3. Групирани данни за дадените променливи

Обобщение на процеса на обработка						
	Случай					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	%	Брой	%	Брой	%
Изследване на идеята * Разработване на нови продукти	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
Резултати от χ^2 - теста						
χ^2 -- Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	125,070 ^a	36		,000		
Коефициент на вероятност	132,153	36		,000		
Линейна асоциация	62,737	1		,000		

Брой валидни случаи	124		
а. 43 клетки (87,8%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е ,29.			

Изчислена стойност на $\chi^2=125,070$. Стойността на показателя за риска от грешка е 0,05%, а броят на степените на свобода $df = 36$. Теоретичната (критична) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 125,070) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се заключи, че изследването на идеята по отношение на клиентите, пазара и конкуренцията ще окаже положително влияние върху развитието на новия продукт, което се потвърждава от факта, грешката е $1-\alpha$, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риск за грешката, което е $p = 0,000$.

Индивидуална хипотеза 1.2

Таблица 4. Групирани данни за променливите и резултати от χ^2 - теста

Обобщение на процеса на обработка						
	Случаи					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	%	Брой	%	Брой	%
Ангажимент към предприемача * Разработване на нови продукти	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
χ^2 -- Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	140,640 ^a	36		,000		
Коефициент на вероятност	136,455	36		,000		
Линейна асоциация	47,851	1		,000		
Брой валидни случаи	124					
а. 44 клетки (89.8%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е .19.						

Изчислена стойност на $\chi^2=140,640$. Стойността на показателя за риска от грешка е 0,05%, а броят на степените на свобода $df = 36$. Теоретичната (критична) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 140,640) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се обобщи, че степента на ангажираност на предприемача при реализирането на идеята ще окаже положително влияние върху развитието на новия продукт, което се потвърждава от факта, че определенният риск от грешка е $1-\alpha$, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риск за грешката, което е $p = 0,000$.

Втора специфична хипотеза (ПХ2). Индивидуална хипотеза 2.1

Таблица 5. Групирани данни за променливите и резултати от χ^2 - теста

Обобщение на процеса на обработка						
	Случаи					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	%	Брой	%	Брой	%
Идентифициране и разпределяне на ресурси * Разработване на нови продукти	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
χ^2 -- Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	168.617 ^a	36		.000		
Коефициент на вероятност	167.556	36		.000		
Линейна асоциация	74.252	1		.000		
Брой валидни случаи	124					
a. 48 клетки (98,0%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е .58.						

Изчислена стойност = 168,617. Стойността на показателя за риска от грешка е 0,05%, като броят на степените на свобода $df = 36$. Теоретичната (критична) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 168,617) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се обобщи, че идентифицирането и разпределението на съответните ресурси ще повлияе върху развитието на новия продукт. Това се потвърждава от факта, че дефинираният риск от грешка е 1 -а, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риск за грешката, което е $p = 0,000$.

Индивидуална хипотеза 2.2

Таблица 6. Групирани данни за променливите и резултати от χ^2 - теста

Обобщение на процеса на обработка						
	Случаи					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	%	Брой	%	Брой	%
Бизнес план * Разработване на нови продукти	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
χ^2 -- Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	201.269 ^a	36		.000		
Коефициент на вероятност	203.630	36		.000		
Линейна асоциация	85.168	1		.000		
Брой валидни случаи	124					
a. 48 клетки (98,0%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е .97.						

Изчислена стойност = 201,269. Стойността на показателя за риска от грешка е 0,05%, а броят на степените на свобода $df = 36$. Теоретичната (критична) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 201,269) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се направи заключение, че информацията, съдържаща се в бизнес плана по отношение на конкуренцията, влияе върху развитието на новия продукт. Това се потвърждава от факта, че дефинираният риск за грешката е $1-\alpha$, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риск от грешка, което е $p = 0,000$.

Трета специфична хипотеза (ПХ2). Индивидуална хипотеза 3.1

Таблица 7. Групирани данни за променливите и резултати от χ^2 - теста

Обобщение на обработка на случаите						
	Случаи					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	Процент	Брой	Процент	Брой	Процент
Финансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия *	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
Разработване на нови продукти						
χ^2 - Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	298.564 ^a	36		.000		
Коефициент на вероятност	257.967	36		.000		
Линейна асоциация	103.540	1		.000		
Брой валидни случаи	124					
a. 49 клетки (100.0%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е .68.						

Изчислена стойност = 298,564. За риска от грешка е 0,05%, а броят на степените на свобода: $df = 36$. Теоретичната (критична) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 298,564) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се направи заключение, че финансовата подкрепа за развитието на МСП оказва влияние върху разработването на новия продукт. Това се потвърждава от факта, че дефинираният риск за грешката е $1-\alpha$, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риск от грешка, което е $p = 0,000$.

Индивидуална хипотеза 3.2

Таблица 8. Групирани данни за променливите резултати от χ^2 - теста

Обобщение на обработка на случаите						
	Случаи					
	Валидни		Липсващи		Общо	
	Брой	Процент	Брой	Процент	Брой	Процент
Нефинансова подкрепа за развитието на малки и средни предприятия *	124	100,0%	0	0,0%	124	100,0%
Разработване на нови продукти						
χ^2 -- Тестове						
	Стойност	Брой степени на свобода (df)		Асимптотично значение (двустранно)		
χ^2 - Пиърсън	100,797 ^a	36		,000		
Коефициент на вероятност	105,802	36		,000		
Линейна асоциация	62,633	1		,000		
Брой валидни случаи	124					
а. 48 клетки (98,0%) имат очаквана стойност, по-ниска от 5. Минималната очаквана стойност е 0,19.						

Изчислена стойност = 100,797. Рискът от грешка е 0,05%, а броят на степените на свобода $df = 36$. Теоретичната (критичната) стойност на теста е $(0,05; 36) = 43,77$. Тъй като $(= 100,797) > (= 43,77)$ хипотезата **се приема** и може да се направи заключение, че нефинансовата подкрепа за развитието на МСП оказва влияние върху разработването на нов продукт. Това се потвърждава от факта, че дефинираният риск за грешката е $1-\alpha$, т.е. 0,05 е по-голяма от стойността на реализираното ниво на риска от грешка, което е $p = 0,000$.

Въз основа на получените статистически данни и изводи за конкретните хипотези можем да потвърдим общата хипотеза, а именно, че управлението на разходите при разработването на нови продукти е сериозен фактор за подобряване на конкурентоспособността на малките и средните предприятия

Изводи от трета глава

МСП са основни участници в икономическа система, които създават работни места, съдействат за интензифициране на иновациите и стимулират икономическия растеж. Същевременно, те са изправени пред редица предизвикателства, които затрудняват тяхното развитие. Съвременната икономическа среда, характеризираща се с нарушени логистични вериги, преконфигуриране на глобалните пазари, повишена инфлация и лихвени проценти, нарастващи разходи, сложни геополитически предизвикателства и др., поражда редица проблеми, с които МСП следва да се справят ежедневно:

- ✓ Доступ до капитали. Затрудненият достъп до капитали важи с обособена сила за по-малките предприятия, като банките и другите финансови институции често възприемат по-предпазлив подход при отпускането на финансови средства. Това провокира затруднения при осигуряването на инвестиции в ново оборудване, проблематично наемане на служители или ограничения по отношение разширяването на дейността.
- ✓ Управление на паричните потоци. Налице е необходимост от достатъчно финансови средства за покриване на разходите и инвестиране в растеж. Изготвянето на бюджети и прогнозирането на паричните потоци е ключово и същевременно е твърде проблематично за МСП. Забавените плащания от клиенти, неочакваните разходи и колебанията в приходите могат да повлияят на паричните потоци.
- ✓ Конкуренция. МСП са изправени пред силна конкуренция от други предприятия. Конкурирането с ГП може да бъде особено предизвикателно, тъй като те често разполагат с повече ресурси и с утвърдени марки. Възниква потребност собственикът или мениджърът на МСП да намерите начини да диференцира бизнеса си и да затвърди пазарните си позиции.
- ✓ Управление на таланти. МСП често имат ограничени ресурси и значителна конкуренция от страна на ГП, което прави наемането и задържането на квалифицирани служители трудна задача. Предизвикателство е предоставянето на големи възнаграждения. В подобна ситуация акцентът следва да бъде съсредоточаване върху силните страни на предприемача и на потенциално успешните идеи за нови продукти.

В среда с подобни характеристики, МСП се нуждаят от успешен предприемач, подходящи партньори и адекватна подкрепа от съответната иновационна и предприемаческа среда. Данните от емпиричното проучване на предприятията от Република Косово показват наличието на проблеми и едновременно - сравнително оптимистични нагласи и отношение към разработването на нови продукти, което в определена степен се дължи на профила на респондентите.

Резултатите показват:

- ✓ Положителна връзка между проучването на идеята по отношение на клиентите, пазара и конкуренцията и разработването на новия продукт.
- ✓ Положителна зависимост между степента на ангажираност на предприемача при реализирането на идеята и развитието на новия продукт.
- ✓ Положителна връзка между идентифицирането и разпределението на подходящите ресурси и развитието на новия продукт.

- ✓ Положителна връзка между информацията, съдържаща се в бизнес плана, по отношение на конкуренцията и разработването на новия продукт.
- ✓ Положителна връзка между финансовата подкрепа за развитието на МСП и разработването на нов продукт.
- ✓ Положителна връзка между нефинансовата подкрепа за развитието на МСП и разработването на нови продукти.

Заклучение

В заключението са представени обобщения и изводи от осъщественото теоретично и емпирично проучване по темата на дисертационния труд:

МСП са жизненоважна част от икономиката на всяка страна. Ако желаят да постигат устойчива конкурентоспособност и да играят съществена роля на вътрешния и на международния план, те трябва непрекъснато да се модернизират и развиват, да обновяват асортимента на предлаганите продукти и услуги, да реализират пазарни успехи и нарастващи доходи.

Статистическите изследвания показват, че МСП представляват около 98% от общия бизнес в Европа и наемат повече от 90 милиона души. Съвременните бизнес условия, в които те функционират, полагат усилия за растеж и конкурентоспособност, се характеризират с динамични структурни промени, непрекъснато развитие на технологиите, интернационализация и фрагментация на пазарите, повишена несигурност и др. В подобна среда МСП са изправени пред редица предизвикателства, свързани с привличането на нови клиенти, управлението на разходите и показателите си за рентабилност, осигуряване на квалифициран персонал, работа в дигитална среда, активно комуникиране, включително чрез социалните медии и др.

За справянето със сложната среда, множеството предизвикателства и редицата проблеми, МСП следва да полагат усилия за поддържането на добро текущо представяне, идентифициране на специфична ниша и търсене на възможности за поддържане на иновационно активно поведение. Един от най-успешните начини за адекватно предприемаческото поведение по отношение намаляването на разходите, справянето с недостига на персонал и нарастващата ролята на изкуствения интелект, е осъществяването на проактивно поведение на базата на добре разработен бизнес план и гъвкава реакция на пазарните индикации.

Финансирането на МСП е сложен, но неизбежен процес, съпътстващ дейността на предприемача и функционирането на бизнеса му. Историческите данни показват, че развитието на различните икономически формирования се осъществява паралелно с борбата им за осигуряване на допълнителни ресурси за

финансиране на тяхното развитие. В подобна ситуация, значението на разходите е огромно. Необходимо е вземането на бизнес решения на базата на предварителен анализ при тясна връзка с процеса на планиране и контролиране на разходите.

Предприемачите като търсещи шансове и реализиращи иновационни/предприемачески възможности трябва да се съсредоточат върху потенциала на идеята и целевия пазар, разкривайки и изследвайки потребностите на клиентите, предишните пазарни неуспехи и възможностите за разрешаване проблемите на потребителите. В тази връзка, те се нуждаят от навременна информация за процесите и тенденциите в редица направления – демографски, политически, правни, социални и технологични. На тази база предприемаческото поведение ще бъде по-обосновано и оперативно по-подготвено за промените в средата.

Разпознаването на възможностите в заобикалящата среда е първата стъпка в предприемаческия процес. Идеята е иницираща декларация на предприемача, която съдържа съществените характеристики на продукта и начина, по който той ще реши проблемите на пазара. Добрата идея обаче сама по себе си не гарантира успех. Необходима е оценка на потенциала за нейния успех от гледна точка най-вече на пазара и клиентите. Припознаването на потенциалната възможност, бързото ѝ концептуално развитие и ранното ѝ представяне на пазара като продуктово решение, по-добро от това, конкурентите, предполага по-големи шансове за постигане на предприемаческите цели.

Въз основа на анализа на резултатите от емпиричното изследване може да се твърди, че са налице позитивни процеси, но са необходими и последващи действия с цел поддържане и повишаване нивото на конкурентоспособност на МСП в Република Косово. Секторът е изправен пред редица предизвикателства и би било интересно и потребно да се продължат изследванията по темата под формата на допълнителни, по-задълбочени и широкообхватни практически проучвания, като предмет на бъдещи научноизследователски активности на автора на дисертационния труд.

IV. СПРАВКА НА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСНИ МОМЕНТИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Въз основа на широкообхватно и критично изследване са анализирани и допълнени част от съществуващите теоретични постановки, свързани с предприемачеството, МСП, разходите и иновациите.
2. Разработена е методика за анализ и оценка на възможностите за усъвършенстване управлението на разходите за разработване на нови продукти в МСП. Методиката е апробирана сред МСП, функциониращи на територията на Република Косово.
3. На база резултатите от емпиричното изследване и апробираната методика са установени параметрите и бизнес проявленията в поведението на МСП от Република Косово, като е очертана профилната конфигурация на бизнес иновационните направления по тематично-предметната ос „предприемачество – малки и средни предприятия – разходи – управление на разходите за разработване на нови продукти – конкурентоспособност на МСП“.

V. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Статии:

1. Lamaj, B. & Koleci, R. (2021). Securities Exchanges [Борси за ценни книжа]. Knowledge – Capital of the future, in *Knowledge International Journal*, Budva, Montenegro. Vol. 45.5, April 15, 2021, pp. 1089-1093. ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X.
2. Koleci, B. & Koleci, R. (2020). Culture Impact in Organization Management [Влияние на културата в управлението на организацията]. Knowledge – Capital of the future, pp. 211-217, in: *Knowledge International Journal*, Budva, Montenegro, Vol. 40.1, June 20, 2020. ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X.
3. Koleci, V. & Koleci, R. (2020). Management planning and functioning in Small and Medium Enterprises in Kosovo [Планиране на управлението и функционирането на малките и средните предприятия в Косово]. Knowledge – Capital of the future, *International Scientific Conference Knowledge without borders*, Vol. 36.1, pp.69-72, Vrnjačka Banja, Serbia, January 2020. ISBN: 2545-4439 ISBN: 1857-923X.
4. Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Ekonomia e Kosovës dhe menaxhimi i ndryshimve [Икономиката на Косово и управлението на промените]. *Knowledge International Journal*, Vol. 32.1, pp.69-74, ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, 25.07.2019.
5. Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Sistemi i matjes së performancës në ndërmarrjet e Republikës së Kosovës. [Система за измерване на ефективността в предприятията на Република Косово]. *Knowledge International Journal*, Vol. 32.1, ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje Macedonia, 25.07.2019.
6. Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Performanca dhe karakteristikat e menaxhimit në sektorin public [Характеристики на ефективността и управлението в публичния сектор]. *Knowledge International Journal*, Vol. 32.1/4, pp. 101-104, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, Macedonia, 25.07.2019.
7. Koleci, R. (2019). Perspektiva dhe menaxhimi i mjedisit turistik në Republikën e Kosovës. *Knowledge International Journal*, Vol. 32.4, pp. 435-439, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, Macedonia, 25.07.2019.
8. Koleci, R. (2019). Organizational structure in an Enterprise [Организационна структура в предприятието]. *Knowledge International Journal*, Vol. 31.5, pp. 635-1639, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Budva, 07.06.2019.

9. Koleci, R. (2019). Role and manager's role and leader in management function [Роля и роля на мениджъра и лидера в управленската функция]. *Knowledge International Journal*, Vol. 30.6, pp. 1687-1690, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Vrnjaska Banja, Serbia, March 29, 2019.
10. Koleci, R. (2018). Management in decision making taking control in business [Мениджмънт на контрола при вземането на решения в бизнеса. *Knowledge International Journal*, Vol. 28.5, pp.1575-1579, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact Factor, Bansko, Bulgaria, December 14, 2018.
11. Koleci, R. (2018). Roli i marketingut në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme [Ролята на маркетинга в малките и средните предприятия]. *Knowledge International Journal*, Vol. 23.6, pp. 1815-1818. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X Budva, Montenegro, May 24, 2018.
12. Koleci, R. (2018). Menaxhimi i marketingut në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. [Управление на маркетинга в малки и средни предприятия]. *Knowledge International Journal*, Vol. 24,1, pp.187- 191. ISBN 2545-4439 ISBN 25.07.2019-923X. Skopje, July 05, 2018.
13. Koleci, R. (2018). Ndërmjetsit Financiar. [Финансово посредничество]. *Knowledge International Journal*, Vol. 26.6, pp. 1727-1730. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact Factor, Agia Triada, Greece, September 28, 2018.

Доклади:

1. Koleci, R. (2017). Menaxhimi i ndryshimit në ndërmarrjet [Управление на промените в предприятията]. *Knowledge International Journal*, International Scientific Conference Knowledge Without Borders, Vrnjaska Banja, Republik of Serbia, 31 March – 02 April 2017.
2. Koleci, R. (2016). Marketingu dhe menaxhimi i ndryshimeve [Маркетинг и управление на промените]. *Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers*, Vol. 12.1, International Scientific Conference The teacher of the future. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, Durres, R. Albania 17-19 June 2016.
3. Koleci, R. (2015). Menaxhmet vo funksia na efikasnost [Управление на функциите в ефективността]. *Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers*, IVth International Scientific conference: Knowledge – Capital of The Future, Topic KNOWLEDGE AND WHAD, pp. 371-378, Bansko, R. Bulgaria, 17-19 April 2015.
4. Koleci, R. (2015). Recesioni dhe vështirësitë në ekonominë globale [Рецесия и трудности в световната икономика]. *Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers*, Vth International Scientific conference: Knowledge – Capital of the Future, Topic KNOWLEDGE AND WHAD, pp. 322-326, Bansko, R. Bulgaria, 21-25 May 2015.

**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>	
Възможности за развитие на малките и средни предприятия чрез управление на разходите за разработване на нови продукти	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>	
<i>7. Статии и доклади, публикувани в нереферирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове</i>	
<i>Статии:</i>	
Lamaј, B. & Koleci, R. (2021). Securities Exchanges [Борси за ценни книжа]. Knowledge – Capital of the future, in <i>Knowledge International Journal</i> , Budva, Montenegro. Vol. 45.5, April 15, 2021, pp. 1089-1093. ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X.	5
Koleci, B. & Koleci, R. (2020). Culture Impact in Organization Management [Влияние на културата в управлението на организацията]. Knowledge – Capital of the future, pp. 211-217, in: <i>Knowledge International Journal</i> , Budva, Montenegro, Vol. 40.1, June 20, 2020. ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X.	5
Koleci, V. & Koleci, R. (2020). Management planning and functioning in Small and Medium Enterprises in Kosovo [Планиране на управлението и функционирането на малките и средните предприятия в Косово]. Knowledge – Capital of the future, <i>International Scientific Conference Knowledge without borders</i> , Vol. 36.1, pp.69-72, Vrnjačka Banja, Serbia, January 2020. ISBN: 2545-4439 ISBN: 1857-923X.	5
Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Ekonomia e Kosovës dhe menaxhimi i ndryshimve [Икономиката на Косово и управлението на промените]. <i>Knowledge International Journal</i> , Vol. 32.1, pp.69-74, ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, 25.07.2019.	5

<p>Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Sistemi i matjes së performancës në ndërmarrjet e Republikës së Kosovës. [Система за измерване на ефективността в предприятията на Република Косово]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 32.1, ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje Macedonia, 25.07.2019.</p>	5
<p>Koleci, B. & Koleci, R. (2019). Performanca dhe karakteristikat e menaxhimit në sektorin public [Характеристики на ефективността и управлението в публичния сектор]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 32.1/4, pp. 101-104, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, Macedonia, 25.07.2019.</p>	5
<p>Koleci, R. (2019). Perspektiva dhe menaxhimi i mjedisit turistik në Republikën e Kosovës. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 32.4, pp. 435-439, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Skopje, Macedonia, 25.07.2019.</p>	10
<p>Koleci, R. (2019). Organizational structure in an Enterprise [Организациона структура в предприятието]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 31.5, pp. 635-1639, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Budva, 07.06.2019.</p>	10
<p>Koleci, R. (2019). Role and manager's role and leader in management function [Роля и роля на мениджъра и лидера в управленската функция]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 30.6, pp. 1687-1690, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact & Quality Factor and EBSCO, Vrnjacka Banja, Serbia, March 29, 2019.</p>	10
<p>Koleci, R. (2018). Menagement in decision making taking control in business [Мениджмънт на контрола при вземането на решения в бизнеса]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 28.5, pp.1575-1579, ISBN: 2545-4439, ISBN: 1857-923X, with Global Impact Factor, Bansko, Bulgaria, December 14, 2018.</p>	10
<p>Koleci, R. (2018). Roli i marketingut në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme [Ролята на маркетинга в малките и средните предприятия]. <i>Knowledge International Journal</i>, Vol. 23.6, pp. 1815-1818. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X Budva, Montenegro, May 24, 2018.</p>	10
<p>Koleci, R. (2018). Menaxhimi i marketingut në ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. [Управление на маркетинга в малки и средни предприятия].</p>	10

<i>Knowledge International Journal</i> , Vol. 24,1, pp.187- 191. ISBN 2545-4439 ISBN 25.07.2019-923X. Skopje, July 05, 2018.	
Koleci, R. (2018). Ndërmjetsit Financiar. [Финансово посредничество]. <i>Knowledge International Journal</i> , Vol. 26.6, pp. 1727-1730. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, with Global Impact Factor, Agia Triada, Greece, September 28, 2018.	10
Доклади:	
Koleci, R. (2017). Menaxhimi i ndryshimit në ndërmarrjet [Управление на промените в предприятията]. <i>Knowledge International Journal</i> , International Scientific Conference Knowledge Without Borders, Vrnjačka Banja, Republik of Serbia, 31 March – 02 April 2017.	10
Koleci, R. (2016). Marketingu dhe menaxhimi i ndryshimeve [Маркетинг и управление на промените]. <i>Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers</i> , Vol. 12.1, International Scientific Conference The teacher of the future. ISBN 2545-4439 ISBN 1857-923X, Durres, R. Albania 17-19 June 2016.	10
Koleci, R. (2015). Menaxhmet vo funksia na efikasnost [Управление на функциите в ефективността]. <i>Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers, IVrd International Scientific conference: Knowledge – Capital of The Future</i> , Topic KNOWELDGE AND WHAD, pp. 371-378, Bansko, R. Bulgaria, 17-19 April 2015.	10
Koleci, R. (2015). Recesioni dhe vështirësitë në ekonominë globale [Рецесия и трудности в световната икономика]. <i>Knowledge International Journal Scientific & Applicative Papers, Vrd International Scientific conference: Knowledge – Capital of the Future</i> , Topic KNOWLEDGE AND WHAD, pp. 322-326, Bansko, R. Bulgaria, 21-25 May 2015.	10
Общ брой набрани точки – сума от показатели от 4 до 10	140
Изискуем брой точки – сума от показателите от 4 до 10	30

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

Конференции:

1. International Scientific Conference „Knowledge – capital of the future“, Budva, Montenegro, April 15, 2021.
2. International Scientific Conference „Knowledge – capital of the future“, Budva, Montenegro, June 20, 2020.
3. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Vrnjačka Banja, Serbia, January 2020.
4. 7th International Conference on Education and Social Sciences, DUBAI (UAE), 20-22 January, 2020.
5. XXII International Scientific Conference „The power of knowledge“, Kavala, Greece, 11-13.10, 2019.
6. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Skopje, 25.07.2019.
7. International Scientific Conference „Knowledge Without Borders“, Budva, Montenegro, 07.06, 2019.
8. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Skopje, July 05.2018.
9. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Budva, Montenegro, May 24, 2018.
10. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Agia Triada, Greece, September 28, 2018.
11. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Vranjčka Banja, Serbia, March 16, 2018.
12. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Bansko, Bulgaria, December 15-17, 2017.
13. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Agia Triada, Greece, September 29, 2017.
14. International Scientific Conference „Knowledge Without Borders“, Vrnjačka Banja, Republic of Serbia, 31 March – 02 April 2017.
15. International Scientific Conference „Knowledge in Practice“, Bansko, Republic of Bulgaria, December 16-18, 2016.

Семинари:

1. International Scientific Conference „Knowledge – capital of the future“, Budva, Montenegro, April 15, 2021.
2. International Scientific Conference „Knowledge – capital of the future“, Budva, Montenegro, June 20, 2020.
3. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Vrnjačka Banja, Serbia, January 2020.
4. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Skopje, 25.07.2019.
5. International Scientific Conference „Knowledge without borders“, Bansko, Bulgaria, December 15-17, 2017.
6. International Scientific Conference „Knowledge in Practice“, Bansko, Republic of Bulgaria, December 16-18, 2016.

VIII. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

от Редон Баки Колеци

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 „Възможности за развитие на малките и средни предприятия чрез управление на разходите за разработване на нови продукти” 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

/Редон Колеци/