



## ПРОДЪЛЖАВАЩОТО ОБУЧЕНИЕ КАТО ФАКТОР ЗА ИНОВАТИВНАТА АКТИВНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ ЮГОИЗТОЧНА БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Евгения Николова  
проф. д-р Мария Нейчева  
*Бургаски свободен университет*

## LIFELONG LEARNING AS A FACTOR FOR INNOVATION ACTIVITY OF BULGARIAN ENTERPRISES ACROSS SOUTHEASTERN BULGARIA

Associate Professor Evgeniya Nikolova, PhD  
Professor Mariya Neycheva, PhD  
*Burgas Free University*

**Abstract:** *The present study is based on a survey of enterprises in the south-eastern part of Bulgaria including the Black sea region on their innovation activity. It focuses on the contribution of lifelong learning specifically. More than half of the companies comprising the sample have never provided continuing education of managers or have participated only once. According to the correlation analysis being performed training in the field of organization management or production are not related to innovations in new products, logistics and distribution, production methods or supplementary activities. A likely reason for this statistically insignificant link is a lack of effective cooperation between enterprises and academic and research institutions as well as training providers capable of responding to the specific company's needs.*

**Key words:** *management training, innovation, continuing vocational education and training*

### 1. Въведение

Настоящото изследване се базира на резултатите от полево проучване на предприятията в югоизточна България, включително черноморския регион, относно иновационната им активност, като се фокусира върху ролята на продължаващото обучение. Над половината от фирмите в извадката или не са провеждали обучение на мениджмънта, или са отчели еднократно участие. Според корелационния анализ обучението в сферата на организационния мениджмънт и производството не са в статистически значима зависимост с иновациите в нови продукти, логистика и дистрибуция, производствени методи или поддържащи дейности. Вероятна причина е липсата на ефективно сътрудничество с научни и образователни институции, като и на доставчици на обучение, отговарящо на специфичните фирмени нужди изисквания.

Целта на това проучване е да предостави доказателства по темата, като проучи връзката между професионалното обучение на мениджърите, от една страна, и инова-

ционните дейности на компанията, от друга. Доколкото е известно на авторите, това е първото по рода си изследване за България и едно от малкото в литературата за продължаващото професионално обучение на мениджъри.

Емпиричният анализ е базиран на данни от проведена сред 75 фирми от Югоизточната част на страната. Ние издигаме следната хипотеза: Обучението на управленския екип в области като Организационен мениджмънт и Производство оказва положително въздействие на върху иновационната дейност на компанията.

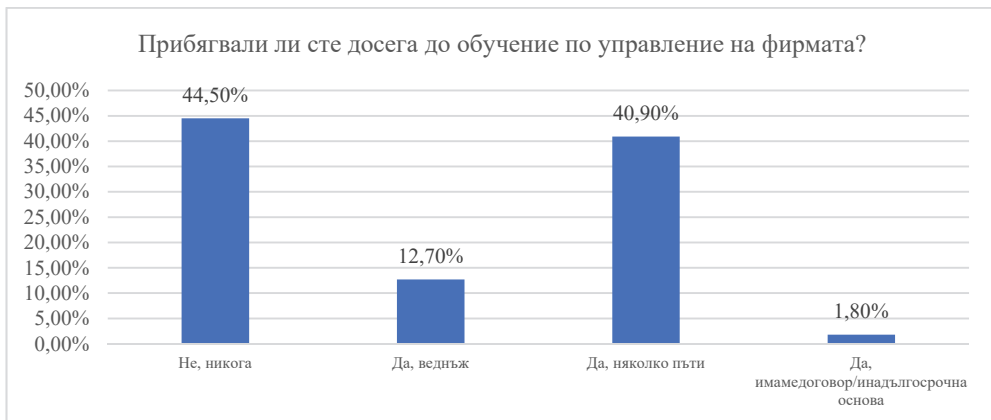
Обучението и образованието на човешкия ресурс в организацията се разглежда като важен фактор за иновационната активност поради връзката му с водещото знание [1]. Не всички емпирични изследвания, обаче, потвърждават тази положителна зависимост. Използвайки данни за Канада (1996 – 2006г.) Б. Достие [3] потвърждава хипотезата, че фирмените инвестиции в обучение водят до повече продуктови или процесни иновации поне в краткосрочна перспектива. Но, според Б. Козарин и Дж. Пърсивал [2] такава връзка е налице само за иновацията на процесите в предприятието. Продължаващото обучение по-скоро подобрява фирмените продукти без да издига фирмата до иновационен лидер. Въвеждането на нови бизнес модели и нови норми на потребителско поведение формира бъдещето [4] и детерминира определящата роля на човешкия капитал и конкретно актуалното знание, компетенции и умения на работната сила. Това може да се постигне чрез устойчиви инвестиции в продължаващо образование и обучение.

## **2. Характеристики на извадката**

В анкетата с въпроса „Провеждали ли сте някога обучение на ръководството на компанията?“ се определя дали компаниите са провели професионално обучение за мениджмънт. Диаграмата на фигура 1 показва пропорционалното разделение на предприятията от Югоизточна България в зависимост от интензивността на провежданото обучение.

Прави впечатление голям брой компании или никога не са провеждали обучение (45%), или няколко пъти са провеждали обучение на мениджъри (41%). Но трябва да се отбележи и, че 44.50% от фирмите в извадката не са провеждали обучение на мениджмънта, а 1.70% са отчели еднократно участие (виж фигура 1).

Набор от въпроси идентифицира области, в които е насочено обучението: Лидерство; Формулиране на стратегия/планиране; Организационно управление; Финансово управление; Маркетинг/Продажби; Производство, Информационни технологии и Управление на човешките ресурси. Диаграмите на фиг. 2 представят структура на обученията по видове в зависимост от интензивност на провеждането му във фирми: веднъж проведено обучение; обучения, проведени няколко пъти и наличие на договор(и) за обучения на дългосрочно основа.



Фигура 1. Интензивност на обученията по фирмено управление в предприятията на Югоизточна България

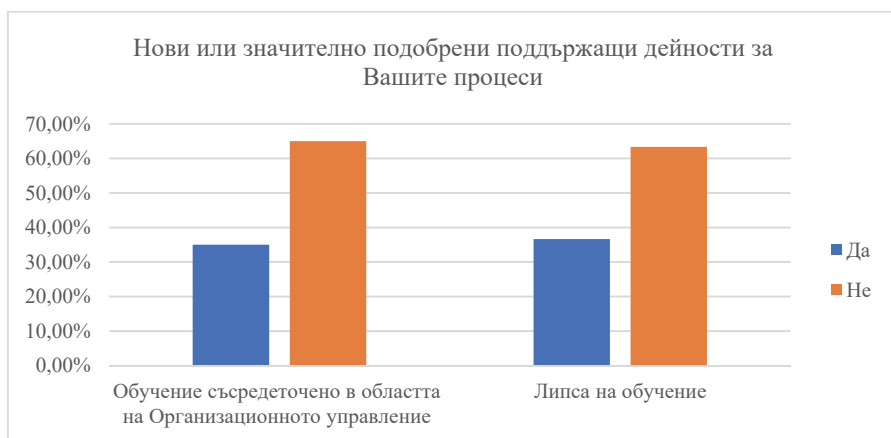
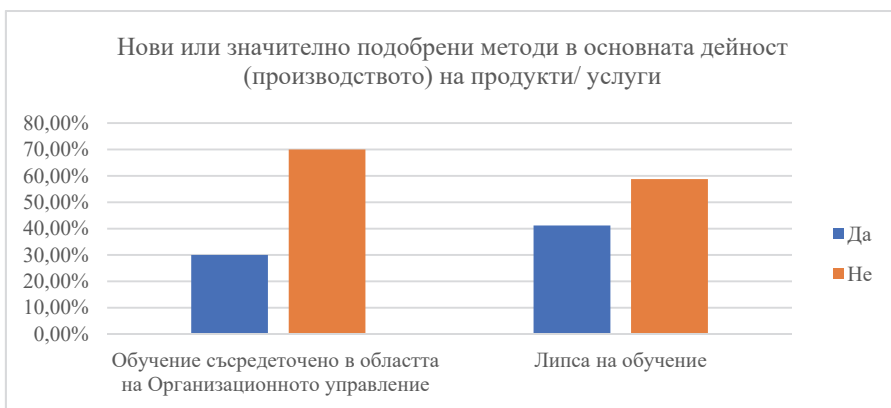
Първата диаграма ясно показва, че в групата компании, които са провели еднократно обучение, предпочитани области са Финансов мениджмънт и Производство. В групата компании, които са участвали в периодични обучения/консултации, предпочитаните области са Маркетинг/Продажби, Финансов мениджмънт и Формулиране на стратегия/планиране. Приоритетните теми за редовни обучения на базата на дългосрочни партньорства са Формулиране на стратегия/планиране, Организационен мениджмънт и Маркетинг/Продажби.

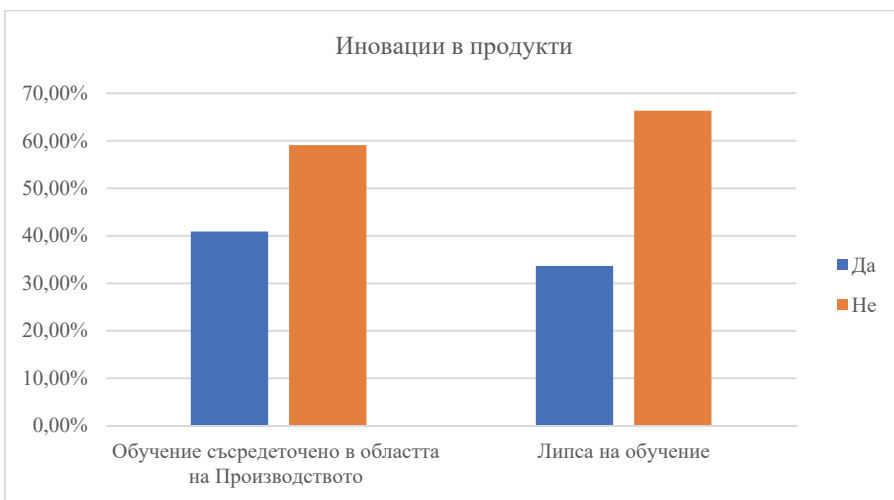
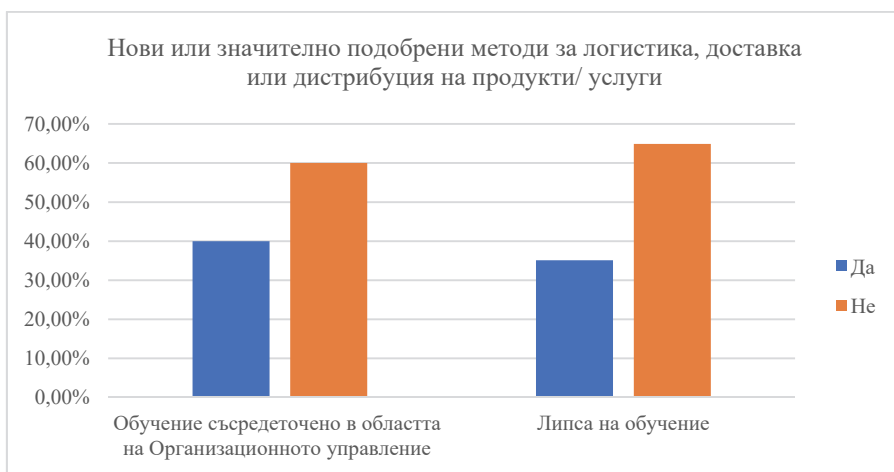


Фигура 2. Структура на обученията по видове, провеждани от фирми за трите нива на интензивност

### 3. Проверка на хипотези: основни резултати

Този раздел представя резултатите от проверката на хипотези. Настоящото изследване се фокусира върху въпроса дали обучението по организационен мениджмънт и производство влияят върху въвеждането на иновации в дейностите на фирмата. За целта се проверява дали двете групи фирми, провели/ не провели обучение по организационно управление, имат еднакви разпределения на отговорите относно въпросите за въвеждане на: нови и значително подобрени методи в основната дейност (производство на продукти/услуги); нови или значително подобрени поддържащи дейности за процесите във фирмата и нови или значително подобрени методи за логистика, доставка или дистрибуция на продукти/ услуги, както и проверка за еднакви разпределения на отговорите относно иновации в продукти при обучение в областта на производството.





Фигура 3. Структура на отговорите на респондентите за въвеждане/не въвеждане на иновации в двете групи компании – с проведено и не проведено обучение

Диаграмите на фигура 3 онагледяват разпределението на отговорите на респондентите за въвеждане/не въвеждане на иновации в двете групи компании – с проведено и не проведено обучение.

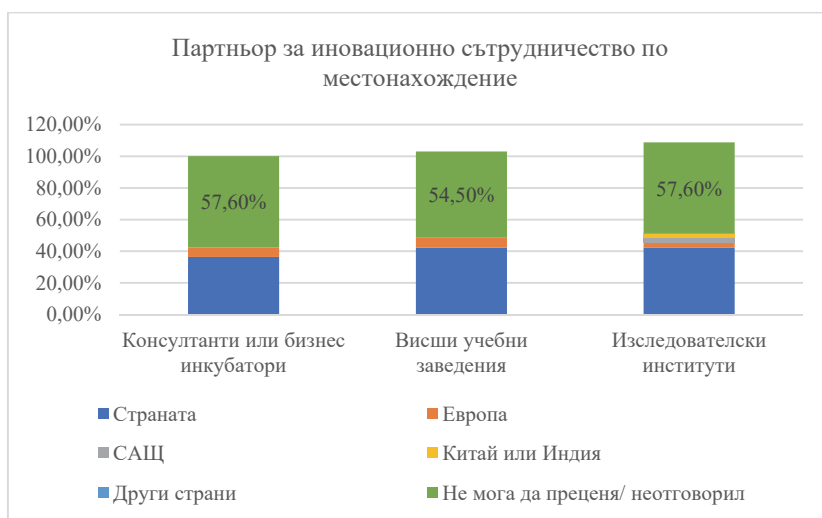
Един от тестове, който се използва, за да се провери дали е вероятно двете групи да произлизат от една и съща популация, е хи-квадрат тестът [5]. В нашите четири случая се оказва, че нулевата хипотеза „Двете извадки идват от една и съща популация“ се приема. Това показва, че на практика обученията по организационно управление и производство не са постигнали ефект върху иновационната инициативност във фирмите.

Кооперациите за научноизследователска и развойна дейност стават все по-важни поради липсата на капацитет за научни изследвания и развитие на МСП. Сътрудничеството с организации със същите дейности, компании от същия сектор, университетски организации и изследователски институти често може да помогне за намирането на решения на проблемите. Проучването показва, че около половината от анке-

тираните не отговарят на въпросите за сътрудничество с консултантски и бизнес инкубатори, университетски организации и изследователски институти. Може да се предположи, че причината за това е липсата на подобно сътрудничество на компанията, в която работят с този тип организации.

### **Заклучение**

Настоящият доклад изследва взаимното допълване между продължаващото професионално обучение на мениджърите, от една страна, и иновационните дейности на техните компании, от друга. Изследването се основава на резултатите от анкета, проведена сред мениджърските екипи на 75 български фирми от югоизточния регион на България. Проведените тестове показват, че обучението на мениджърите в областта на производството и организационното управление не се оказва ефект върху иновационната инициативност във фирмите. Друг любопитен извод, който може да се направи от анкетата е, че около половината от анкетираните компании не са изградили активно сътрудничество с консултантски и бизнес инкубатори, университетски организации и изследователски институти.



*Фигура 4. Разпределение на партньора за сътрудничество за иновации, базиран на местоположение*

### **Литература:**

1. Bauernschuster, S. O. Falck, S. Hebllich, Training and innovation. Journal of Human capital. Vol. 3(4), p. 323-353, 2009.
2. Cozzarin, B., J. Percival, Differential effects of training on innovation, Economics of Innovation and New Technology, 2021.
3. Dostie, B., The Impact of Training on Innovation. Industrial and Labor Relations Review, vol. 71(1), p. 64-87, 2017.
4. Ruseva, V., Business and marketing innovations in enterprises with contributions to the circular economy, Industrial Growth Conference 2020, Conference Proceedings Book, p. 412-420, 2021.
5. Yule, G. Udny, On the Methods of Measuring Association Between Two Attributes, Journal of the Royal Statistical Society, 75 (6), pp. 579–652, 1912.