

ИЗУЧАВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА ИНОВАЦИОННИЯ ПОТЕНЦИАЛ ВЪРХУ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА МЕБЕЛНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

RESEARCH ON THE IMPACT OF THE INNOVATION POTENTIAL ON  
THE COMPETITIVENESS OF FURNITURE ENTERPRISES

---

Вяра Кюрова  
Vyara Kyurova

**Abstract:** *The innovative potential of the enterprise is one of the major factors influencing its competitive economic development. It acts as a motivating mechanism in shaping the knowledge economy. An important tool for businesses in the field of furniture manufacturing in the competitive struggle for building competitive advantages and increasing competitiveness is innovation potential. In this context, the study of the impact of the innovation potential on the competitiveness of furniture enterprises is important. To assess the impact of the innovation on the competitiveness of furniture enterprises statistical methods for analysis of dependencies were used. The respective conclusions and recommendations are made.*

**Key words:** *furniture enterprise, correlation, innovation potential, impact, competitiveness*

## ВЪВЕДЕНИЕ

В условията на пазарна икономика се проявява тясна връзка между иновациите и пазара, който определя необходимостта от едни или други нововъведения и тяхната съдба. Важно условие за постигане на пазарен успех, за задържане на пазарния дял, за завладяване на нови пазари, за заемане на лидерски позиции в отрасъла и повишаване на конкурентоспособността на предприемаческия бизнес се явява именно новаторството в предприемаческата дейност<sup>1</sup>. Още повече, че добре управляваните иновации успешно комерсиализирани на пазара са инструмент, който компаниите могат да използват, за да спечели

---

<sup>1</sup> Кюрова, В., Маркетинг в предприемаческата дейност, Унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград, 2014, с. 21

конкурентни предимства, които ще им позволят да просперира, дори в условията на настоящата рецесия<sup>2</sup>.

Непрекъснатото разработване на нови продукти и търсене и усвояване на нови пазари се явяват съществени характеристики на всяко предприятие и икономика, които се стремят към разширяване на своето влияние и заемане на лидерски позиции не само на местно и национално, но и на глобално равнище. Същевременно в условията на пазарна икономика новите продукти, технологии и услуги са основия инструмент в конкурентната борба<sup>3</sup>. Иновационният потенциал на предприятието е един от важните фактори, влияещ върху неговото конкурентно икономическо развитие. Той играе ролята на мотивиращ механизъм във формирането на икономика на знанието.

В съвременните условия с особена острота стои задачата за търсене на нови източници за повишаване на конкурентоспособността<sup>4</sup>. За обезпечаване на конкурентни предимства на пазара предприятията се стремят да използват иновационни технологии и материали, създават иновационна продукция, разработват стратегии за иновационно развитие. Иновационната дейност на предприятията се явява основа за динамично развитие на промишлеността и икономиката като цяло. Нарастващите темпове и мащаби на производство, повишаване на качеството на продукцията вече не са достатъчни за постигане на конкурентно предимство на пазара<sup>5</sup>. Едно от основните условия за формиране на конкурентоспособна стратегическа перспектива за предприятието може да стане неговата иновационна активност<sup>6</sup>. Иновационният потенциал се явява една от основните детерминанти на иновационната дейност наред с потенциалното

---

<sup>2</sup> Zizlavsky, Ondrej, Factors Of An Innovation Potential Development Are Known, But Not Always Mastered, *ECONOMICS AND MANAGEMENT*, 2011. 16, p. 1019

<sup>3</sup> Молчанова, Н. Н. и кол., Маркетинг иноваций, Юрайт, М., 2015, с. 15

<sup>4</sup> Галица, Игорь А., Креативно-инновационный потенциал сотрудника и внутрихозяйственная интеллектуально-инновационная элита, *Икономика и управление*, бр. 2, 2015, с. 113

<sup>5</sup> Нургалиева, Ш. М., Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия, *Вопросы современной науки и практики. УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. ВЕРНАДСКОГО*, № 1 (11), Том 1, 2008, с. 238

<sup>6</sup> Нургалиева, Ш. М., Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия, *Вопросы современной науки и практики. УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. ВЕРНАДСКОГО*, № 1 (11), Том 1, 2008, с. 238

търсене на създаваната продукция<sup>7</sup>. Следователно изучаването на иновационния потенциал е от съществено значение за вземане на конкретни управленски решения, свързани с ефективно осъществяване на маркетинговата дейност и възможностите за повишаване на конкурентоспособността на предприятието. Същността на иновационния потенциал на предприятията се разглежда от редица автори. Изхождайки от сложната и комплексна структура на иновационния потенциал Muradov и Huseynov определят иновационния потенциал на предприятието като съвкупност от материални, финансови, интелектуални и научно-технологични ресурси и ресурси от друг вид, които са важни за реализацията на иновационната дейност<sup>8</sup>. Сходно е и становището на някои автори, които подчертават, че той е необходим за осъществяване на иновационната дейност<sup>9</sup>, в съответствие с държавните стандарти се определя като „иновационен потенциал на организацията“<sup>10</sup>. Друго заслужаващо внимание схващане е това на Zizlavsky, според който иновационния потенциал на предприятието следва да се разглежда като способността на предприятието да използва ефективно своите собствени вътрешни ресурси при съществуващите условия с цел да се подобри качеството или ефективността на даден продукт или процес<sup>11</sup>. От своя страна някои автори посочват, че иновационния потенциал е системен показател, характеризиращ степента на готовност и способност на предприятието към производство на конкурентоспособна иновационна продукция<sup>12</sup>. Важен акцент, който Danilina и Mingaleva поставят е, че иновационния потенциал е комбинация от характеристиките на

---

<sup>7</sup> Баженов, Г. Е., О. А. Кислицына, Иновационный потенциал предприятия: экономический аспект, Вестник Томского государственного университета, № 323, 2009, с. 223

<sup>8</sup> Muradov, All., R. Huseynov, Peculiarities of economic development on the basis of innovation and innovation potential, Technology Transfer and Innovations, 2nd Annual Conference & Networking, PRADEC Conference Proceedings, Vol. 2, Issue 2, November 2013, p. 135

<sup>9</sup> Гунин, В. Н. и др., Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров „Управление развитием организации“. Модель 7, ИНФРА-М, М., 2000, с. 111

<sup>10</sup> Баженов, Г. Е., О. А. Кислицына, Иновационный потенциал предприятия: экономический аспект, Вестник Томского государственного университета, № 323, 2009, с. 223

<sup>11</sup> Zizlavsky, Ondrej, Factors Of An Innovation Potential Development Are Known, But Not Always Mastered, ECONOMICS AND MANAGEMENT, 2011. 16, p. 1019

<sup>12</sup> Нургалиева, Ш. М., Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия, Вопросы современной науки и практики. УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. ВЕРНАДСКОГО, № 1 (11), Том 1, 2008, с. 239

предприятието, които определят неговата способност за създаване и практическо използване на иновациите<sup>13</sup>. Същевременно виждането на Кислицына за иновационния потенциал е, че неговата величина е база за определяне на конкурентоспособността на предприятието и определящ параметър за разработване на иновационна стратегия за развитие на предприятието<sup>14</sup>. Цитираните становища определят важната роля на иновационния потенциал на предприятието за равнището на тяхната конкурентоспособност. В тази връзка е необходимо да се има предвид, че за ефективно използване на иновационния потенциал важна роля играят човешките ресурси и по-конкретно знанията, качествата и уменията на лидерите. Основание за това твърдение ни дава и обстоятелството, че „в съвременното иновационно лидерство емоционално интелигентният лидер създава атмосфера на доверие и уважение, дава съдържание на работата на подчинените, така, че те да се стремят не само да удовлетворят личните си потребности, но и да донесат максимална полза на организацията“<sup>15</sup>.

Същевременно изучаването на конкурентите е един от важните фактори, позволяващи на предприятието да стане лидер в отрасъла и да заеме най-добрата пазарна позиция. Познаването на конкурентната структура на пазара се явява задължително условие за всяко предприятие, защото тя определя повечето аспекти от неговата дейност и тези правила, по които му предстои да играе и изхождайки от които то ще придобие пазарни предимства<sup>16</sup>. Конкурентоспособността на предприятието представлява потенциална възможност за неговата ефективна дейност на пазара с цел постигане на конкурентни предимства<sup>17</sup>.

---

<sup>13</sup> Danilina, H., Zh. Mingaleva, Improving of Innovation Potential Efficiency of Industrial Enterprise, Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Socio-Economic Sciences and Humanities), 2013, p. 191

<sup>14</sup> Кислицына, О. А., Экономическая оценка инновационного потенциала предприятия, Сборник научных трудов НГТУ, № 1 (59), 2010, с. 112; Баженов, Г. Е., О. А. Кислицына, Инновационный потенциал предприятия: экономический аспект, Вестник Томского государственного университета, № 323, 2009, с. 224

<sup>15</sup> Ушева, М., Емоционалният интелект – определящ фактор за развитието на иновационно лидерство в съвременния мениджмънт, Управление и устойчиво развитие, ЛТУ, бр. 1, 2012, с. 144

<sup>16</sup> Носова, Н. С., Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борьбы, Дашков и К, М., 2015, с. 7

<sup>17</sup> Горбашко, Е. А., И. А. Максимцев, Ю. Р. Алексеевна, Н. Ю. Четыркина, Управление конкурентоспособностью (теория и практика), Юрайт, М., 2015, с. 33

Очевидно е, че важен инструмент за бизнеса в сферата на мебелното производство в конкурентната борба, за изграждането на конкурентни предимства и за повишаването на конкурентоспособността е иновационния потенциал. Следователно с оглед оптимизирането на иновационната дейност на предприятието интерес представлява изследването на влиянието, взаимната връзка и зависимост между иновационния потенциал и конкурентоспособността на предприятието.

В този контекст целта на разработката е да се изследва зависимостта между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия.

## МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Настоящата разработка се основава на данни от анкетно проучване на 17 мебелни предприятия на територията на област Благоевград през ноември 2015 г. За получаване на качествена оценка за иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия считаме за удачно анкетирането по метода на отзовалите се. Основната причина за избора на този метод е неговата адекватност по отношение на спецификата както на изследваните субекти, така и на данните, които трябва да бъдат получени.

Разкриването на влиянието на иновационният потенциал върху конкурентоспособността на мебелните предприятия изисква приложението на подходящи измерители и методи. Следователно възниква въпроса за системата от показатели за анализ и оценка на влиянието на иновационния потенциал върху конкурентоспособността на мебелните предприятия.

По отношение на оценката на иновационния потенциал в научната литература няма единно становище на авторите за системата от показатели за оценка на иновационния потенциал на мебелните предприятия. Така например някои от авторите предлагат оценката на иновационния потенциал да се основава на структурните му компоненти като кадрови, информационен, пазарен, научно-технически, производствен, финансов, организационен и друг потенциал<sup>18</sup>. Danilina и Mingaleva считат, че най-важни за оценката на

---

<sup>18</sup> Нургалиева, Ш. М., Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия, Вопросы современной науки и практики. УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. ВЕРНАДСКОГО, № 1 (11), Том 1, 2008, с. 239

иновационния потенциал са финансовите, човешките и социалните компоненти<sup>19</sup>. Други автори предлагат оценката да се базира на следните групи показатели: кадрови, материално-технически, информационни и резултиращи показатели на иновационната дейност, характеризиращи нейната целесъобразност<sup>20</sup>. За аналитично изследване на иновационния потенциал според Кислицынае е необходимо да се използват показатели, отразяващи от една страна състоянието на иновационния потенциал на предприятието по количествен и качествен състав на основните видове икономически ресурси, използвани в иновационната дейност, а от друга - резултатността от използването на тези ресурси на етапа на разработване, производство и реализация на иновационните продукти<sup>21</sup>. Цитираният автор предлага следните групи показатели: разходни; кадрови; показатели за техническото равнище на производственото оборудване; показатели за нематериалните активи; показатели за продължителността на създаване и внедряване на нововъведенията; показатели за обновяване на продукцията; показатели за резултативността от нововъведенията.

Според нас анализът и оценката на иновационния потенциал на мебелните предприятия може да се осъществи на основата на системата от следните показатели: квалификационно равнище на специалистите; заети в иновационни проекти; степен на подготовка на специалистите; дял на принципно нови продукти в общия обем на реализираната продукция; дял на усъвършенстваните продукти в общия обем на реализираната продукция; пазарен дял, заеман от иновациите на предприятието по аналогични продукти; дял на печалбата от новите продукти в общата печалба на предприятието; разходи за научно-технически изследвания; разходи за внедряване на нововъведението; средна продължителност на внедрените нововъведения; удовлетвореност на специалистите от информацията.

---

<sup>19</sup> Danilina, H., Zh. Mingaleva, Improving of Innovation Potential Efficiency of Industrial Enterprise, Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Socio-Economic Sciences and Humanities), 2013, p. 193

<sup>20</sup> Баженов, Г. Е., О. А. Кислицына, Иновационный потенциал предприятия: экономический аспект, Вестник Томского государственного университета, № 323, 2009, с. 225

<sup>21</sup> Кислицына, О. А., Экономическая оценка инновационного потенциала предприятия, Сборник научных трудов НГТУ, № 1 (59), 2010, с. 113-114

За оценката на конкурентоспособността на предприятието считаме, че най-обхватна и точна система от показатели предлага М. Велев. Според цитирания автор тази система от показатели включва: равнище на конкурентоспособност на продуктите на предприятието; равнище на производителност на труда на предприятието; финансови резултати на предприятието; равнище на иновативност на предприятието; промяна на обема на дейността на предприятието; иновативност на предприятието; производствена и маркетингова гъвкавост на предприятието; адаптивност на предприятието към пазара<sup>22</sup>.

Важен е и въпроса за избор на метод, който следва да се прилага и с чиято помощ може да се изследва зависимостта между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия. За тази цел като най-подходящи според нас са методите на дисперсионен, регресионен и корелационен анализ.

С оглед установяване на наличие или отсъствие на зависимост между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия се прилага метода на дисперсионния анализ, който е един от най-често прилаганите методи за статистическа проверка на хипотези за равенство между повече от две средни<sup>23</sup>.

Прилагането на еднофакторен регресионен анализ ще позволи да се изследва връзката между иновационния потенциал на мебелните предприятия, който е явлението фактор ( $x_i$ ) и тяхната конкурентоспособност, която е явлението следствие ( $y_i$ ).

Възможност да се измери степента на зависимост между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия, които са в причинно-следствена връзка помежду си<sup>24</sup> дава метода на корелационен анализ. По-конкретно чрез този анализ се установява дали връзката има закономерен или неслучаен характер и колко тясно са свързани помежду си или колко силно си взаимодействат

---

<sup>22</sup> Велев, М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Софттрейд, С., 2004, с. 85 –90; с. 108 -111

<sup>23</sup> Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2013, с. 171; Ранчева, Ем., Статистика, Технологика, Пловдив, 2010, с. 281; Калоянов, Т., Статистика, Тракия–М, С., 2004, с. 248; Петров, В., П. Ангелова, Кр. Славева, Статистически методи за изследвания в социалната сфера, Акад. изд. „Д. А. Ценов“, Свищов, 2006, с. 94

<sup>24</sup> Вж по-подробно Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2010, с. 187

явленията<sup>25</sup>. За установяване на силата на зависимостта между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия най-подходящо е да се определи коефициента на корелация на Пирсън.

С оглед определянето на това каква част от общите промени в  $y$ , се дължи на промени в изследваните фактори се изчислява коефициентът на детерминация (на определението).

Определянето на оценката на иновационния потенциал и на конкурентоспособността на мебелните предприятия се основава на изчисляване на средна аритметична величина. Необходимо е да се има предвид, че всеки от показателите, характеризиращи иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия, анкетираните оценяват по седемстепенна бална скала за оценяване, включваща оценки от 1 (много ниско равнище/степен) до 7 (отлично равнище/степен).

## АНАЛИЗ И ОБСЪЖДАНЕ

Стойностите на балните оценки на иновационния потенциал и на конкурентоспособността на мебелните предприятия, които са необходими за извършването на дисперсионния, регресионния и корелационния анализ са представени в табл. 1 и табл. 2.

Получените резултати от дисперсионният анализ относно влиянието на оценките на иновационния потенциал на предприятията върху оценките на тяхната конкурентоспособност позволяват да се установи дали влиянието на иновационния потенциал е съществено или несъществено. Изчислената стойност на емпиричната характеристика на F – критерия на Фишер  $F_{em} = 10,35$ . Теоретичната стойност на F – критерия при равнище на значимост  $\alpha = 0,5$  е  $F_m = 3,80$ . Следователно  $F_{em} \geq F_m$ , което дава основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и за приемане на алтернативната хипотеза, че различията в стойността на балните оценки на иновационния потенциал влияят съществено върху оценките на конкурентоспособността на изследваните мебелни предприятия.

---

<sup>25</sup> Съйкова, Ив., С. Тодорова, Статистическото изследване (постановка, методи, оценка на резултатите), ИК „Люрен“, С., 1994, с. 245



**Таблица 1.** Бални оценки на иновационния потенциал и на конкурентоспособността на мебелните предприятия

Предприятие	Бална оценка на иновационния потенциал ( $x_i$ )	Бална оценка на конкурентоспособността ( $y_i$ )
1	2,05	4,05
2	4,20	5,55
3	5,00	6,20
4	4,55	5,20
5	3,25	4,90
6	4,00	5,25
7	3,25	4,15
8	4,70	6,30
9	4,35	5,00
10	4,10	4,80
11	4,00	5,10
12	2,75	3,35
13	4,90	6,75
14	3,75	4,95
15	4,45	6,25
16	3,95	5,60
17	4,15	5,65

Източник: собствено проучване

**Таблица 2.** Разпределение на мебелните предприятия според балните оценки на иновационния потенциал

Равнище на иновационния потенциал	Конкурентоспособност на предприятията (бална оценка)	Брой предприятия
Задоволително (бална оценка до 3,00)	4,05; 3,35	2
Средно (бална оценка от 3,00 до 4,00)	4,90; 5,25; 4,15; 5,10; 4,95; 5,60	6
Добро (бална оценка над 4,00)	5,55; 6,20; 5,20; 6,30; 5,00; 4,80; 6,75; 6,25; 5,65	9

Източник: собствено проучване

При регресионния анализ на зависимостта между оценките на иновационния потенциал и на конкурентоспособността на мебелните предприятия регресионният коефициент е положителен, т.е.  $b = 0,98$ . Следователно увеличението на средната бална оценка на иновационния потенциал с единица води средно до нарастване на балната оценка на конкурентоспособността на мебелните предприятия с 0,98.

Изчислената стойност на коефициента на корелация на Пирсън  $R_{y/x} = 0,87$ , показва, че съществува силна зависимост между иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия.

Чрез стойността на коефициента на детерминация  $K_{dem} = 0,7569$  се установява, че съществена част (75,69 %) от общите промени в явлението следствие конкурентоспособност се дължат на промените в явлението фактор иновационен потенциал.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от проучването дават основание да се направят следните обобщаващи изводи:

1. Иновационният потенциал оказва съществено влияние върху конкурентоспособността на изследваните мебелни предприятия.

2. Нарастването на оценката на иновационния потенциал с единица води до нарастване на оценката на конкурентоспособността на мебелните предприятия с 0,98.

3. Констатира се наличието на силна зависимост между равнището на иновационния потенциал и конкурентоспособността на мебелните предприятия.

4. Установява се, че голяма част (75,69 %) от общите промени в явлението следствие конкурентоспособност се дължат на промените в явлението фактор иновационен потенциал.

5. Голямото значение на иновационния потенциал за конкурентоспособността на мебелните предприятия изисква непрекъснати, целенасочени управленски действия насочени към оптимизиране на иновационната дейност и разработването и прилагането на ефективни, адекватни на динамичните промени в конкурентната среда, иновационни стратегии.

6. Необходимо е мебелните предприятия да възприемат иновационната дейност като един от техните стратегически приоритети,

тъй като ефективно използване на иновационния потенциал е предпоставка за получаване на допълнителна печалба, запазване на конкурентните предимства, а също не на последно място по степен на важност и запазване и увеличаване на пазарния дял.

## **ЛИТЕРАТУРА**

Баженов, Г. Е., О. А. Кислицына, Иновационный потенциал предприятия: экономический аспект, Вестник Томского государственного университета, № 323, 2009

Велев, М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Софттрейд, С., 2004

Галица, Игорь А., Креативно-инновационный потенциал сотрудника и внутрихозяйственная интеллектуально-инновационная элита, Экономика и управление, бр. 2, 2015

Горбашко, Е. А., И. А. Максимцев, Ю. Р. Алексеевна, Н. Ю. Четыркина, Управление конкурентоспособностью (теория и практика), Юрайт, М., 2015

Гунин, В. Н. и др., Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров „Управление развитием организации“. Модель 7, ИНФРА-М, М., 2000

Калоянов, Т., Статистика, Тракия–М, С., 2004

Кислицына, О. А., Экономическая оценка инновационного потенциала предприятия, Сборник научных трудов НГТУ, № 1 (59), 2010

Кюрова, В., Маркетинг в предприемаческата дейност, Унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград, 2014

Молчанова, Н. Н. и кол., Маркетинг инноваций, Юрайт, М., 2015

Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2013

Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2010

Носова, Н. С., Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борьбы, Дашков и К, М., 2015

Нургалиева, Ш. М., Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия, Вопросы современной науки и практики. УНИВЕРСИТЕТ им. В. И. ВЕРНАДСКОГО, № 1 (11), Том 1, 2008

Петров, В., П. Ангелова, Кр. Славева, Статистически методи за изследвания в социалната сфера, Акад. изд. „Д. А. Ценов“, Свищов, 2006

Ранчева, Ем., Статистика, Технологика, Пловдив, 2010

Съйкова, Ив., С. Тодорова, Статистическото изследване (постановка, методи, оценка на резултатите), ИК „Люрен“, С., 1994

Ушева, М., Емоционалният интелект – определящ фактор за развитието на иновационно лидерство в съвременния мениджмънт, Управление и устойчиво развитие, ЛТУ, бр. 1, 2012

Danilina, H., Zh. Mingaleva, Improving of Innovation Potential Efficiency of Industrial Enterprise, Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Socio-Economic Sciences and Humanities), 2013

Muradov, All.,R. Huseynov, Peculiarities of economic development on the basis of innovation and innovation potential, Technology Transfer and Innovations, 2nd Annual Conference & Networking, PRADEC Conference Proceedings, Vol. 2, Issue 2, November 2013

Zizlavsky, Ondrej, Factors Of An Innovation Potential Development Are Known, But Not Always Mastered, ECONOMICS AND MANAGEMENT, 2011. 16