ФИРМЕНА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНИ ТЪРГОВСКИ ОТНОШЕНИЯ В ЕПОХАТА НА ГЛОБАЛНА НЕСИГУРНОСТ

Перспективи и стратегии за устойчиво развитие



Под общата редакция на доц. д-р Драгомир Илиев

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2026

ФИРМЕНА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНИ ТЪРГОВСКИ ОТНОШЕНИЯ В ЕПОХАТА НА ГЛОБАЛНА НЕСИГУРНОСТ

Перспективи и стратегии за устойчиво развитие

Колективна монография

Под общата редакция на
доц. д-р Драгомир Илиев

Академично издателство „Ценов“
2026

Настоящата колективна монография е разработена и публикувана с подкрепата на Института за научни изследвания към Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов по Проект ИП2-2025: *„Предизвикателства пред фирмената интернационализация и външнотърговските отношения в условия на глобална несигурност“* с ръководител доц. д-р Драгомир Илиев.

Всички права запазени. Нито една част от тази книга не може да бъде размножавана, обработвана със системи за съхранение на информация или предавана по каквито и да е начини, включително фото копиране, без писменото разрешение на издателя.

Настоящото издание не е предназначено за продажба и всяка продажба и препродажба се разглежда от издателя като нарушаване на авторските права.

Рецензенти:
Проф. д-р Галина Захариева
Проф. д-р Светослав Илийчовски

© Академично издателство „Ценов“, 2026

Достъпно на | Available at: dlib.uni-svishtov.bg/handle/10610/5375

DOI: doi.org/10.58861/tae.mono.PZKY5014

ISBN: 978-954-23-2694-6

СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ …… 7

ЧАСТ ПЪРВА …….. 11
ГЕОИКОНОМИЧЕСКА НЕСИГУРНОСТ, РЕГИОНАЛНА ИНТЕГРАЦИЯ И УСЛОВИЯ ЗА МЕЖДУНАРОДНА ТЪРГОВИЯ

Глава 1. …… 12
Теоретичен и литературен обзор: ефективността на икономическите санкции в съвременната геоикономическа динамика

Георги Витков

Проследява дебата за ефективността на санкциите и ролята на търговските и финансовите мрежи при ограничаване на достъпа до ресурси.

Глава 2. …….. 21
Протекционизъм и регулаторни бариери в условията на глобална несигурност: отражение върху енергийния преход и пазарната интеграция в Европейския съюз

Жени Антонова

Разглежда европейските регулаторни инструменти, стратегическите зависимости и отражението им върху енергийния преход и пазарната интеграция.

Глава 3. ……. 51
Динамика на преките чуждестранни инвестиции в контекста на Африканската континентална зона за свободна търговия

Анита Йорданова

Анализира динамиката на преките чуждестранни инвестиции в седем държави след ранната ратификация и началото на търговията по AfCFTA.

Глава 4. …….. 76
Общият говорим език и двустранният износ на европейските страни

Маргарита Михайлова, Драгомир Илиев

Оценява връзката между езиковата свързаност и двустранния стоков износ на 36 европейски страни през 2012-2024 г. и съпоставя резултатите по региони.

ЧАСТ ВТОРА …….. 88
ДОСТЪП ДО МЕЖДУНАРОДНИ ПАЗАРИ И ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ

Глава 5. …… 89
Дигиталната интернационализация като фактор за устойчивост на предприятията в условията на глобална несигурност

Невин Ангелова

Изследва електронните продажби, платформите и облачните услуги като средства за пазарен достъп, диверсификация и устойчивост.

Глава 6. …….. 105
Образованието като фактор за развитие на дигитални способности и международна конкурентоспособност на МСП в условията на платформена икономика

Юксела Брахимбашева

Изяснява как образованието и обучението подпомагат изграждането на дигитални способности и международната конкурентоспособност на МСП.

Глава 7. …… 127
Сезонният недостиг на кадри в туризма и ролята на работниците от трети държави

Ивайло Петров

Анализира кадровия недостиг в българския туризъм и условията, при които наемането на работници от трети държави подпомага сезонната заетост.

ЧАСТ ТРЕТА ……. 176
УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЦЕСИТЕ И МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАРТНЬОРСТВА

Глава 8. …….. 177
Форми и механизми за адаптация на външнотърговските връзки към глобалната несигурност

Здравко Любенов

Разглежда как геополитическият риск и логистичните сътресения променят външнотърговските връзки. Съпоставя механизмите за адаптация, сред които диверсификацията, регионализацията и преструктурирането на веригите за доставки.

Глава 9. ……. 190
Управление на процесите, измерване на ефективността и оптимизация на ресурсите в международните компании

Веселин Михайлов

Предлага рамка за измерване на процесната ефективност, управление на капацитета и оптимизация на ресурсите в международните компании.

Глава 10. …… 212
LEAN SIX SIGMA като инструмент за оптимизация на бизнес процесите в условията на глобална несигурност

Веселин Михайлов

Представя цикъла DMAIC и инструменти за намаляване на загубите, вариациите и дефектите в бизнес процесите.

Глава 11. …… 229
Финансови модели и механизми за разплащане в международните аутсорсинг партньорства

Веселин Михайлов

Съпоставя модели за ценообразуване и разплащане и разглежда договорните и финансовите рискове при международния аутсорсинг.

ЗА АВТОРИТЕ …… 241

Глава 6
ОБРАЗОВАНИЕТО КАТО ФАКТОР ЗА РАЗВИТИЕ НА ДИГИТАЛНИ СПОСОБНОСТИ И МЕЖДУНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА МСП В УСЛОВИЯТА НА ПЛАТФОРМЕНА ИКОНОМИКА

Юксела Брахимбашева

Въведение

Дигиталната трансформация променя съществено условията, при които малките и средните предприятия (МСП) осъществяват своята дейност и участват на международните пазари. Развитието на електронната търговия, дигиталните платформи, облачните технологии, анализа на данни и изкуствения интелект създава нови възможности за достигане до клиенти, партньори и ресурси извън националните граници. Особено значение придобива платформената икономика, при която предприятията могат да използват външна дигитална инфраструктура за осъществяване на търговски, маркетингови, комуникационни и други бизнес дейности. Тези възможности са особено значими за МСП, които традиционно разполагат с по-ограничени финансови, човешки и организационни ресурси в сравнение с големите предприятия. Дигиталните платформи могат да намалят част от ограниченията пред международното развитие, като улесняват достъпа до чуждестранни пазари, информация и бизнес мрежи. Научните изследвания показват, че платформените и интернет способностите могат да подпомагат експортните маркетингови способности и международното представяне на МСП (Jean & Kim, 2020), а marketplace платформите предоставят възможности за използване на технологични, маркетингови, мрежови и експортни ресурси, които по-малките предприятия трудно биха изградили самостоятелно (Singh et al., 2023).

Самият достъп до дигитална технология или платформа обаче не гарантира нейното ефективно използване. Международната конкурентоспособност зависи и от способността на предприятието да превърне технологичния достъп в конкретни организационни, маркетингови, информационни и управленски способности. Именно в този процес ключово значение придобиват човешкият капитал, образованието и дигиталните компетентности на предприемачите, мениджърите и служителите. Образованието в този контекст следва да бъде разбирано по-широко от придобиването на формална образователна степен. То включва професионалното образование и обучение, продължаващата квалификация, ученето през целия живот и различните форми за придобиване и актуализиране на дигитални знания и умения. Динамиката на технологичното развитие превръща способността за непрекъснато учене в съществен елемент на човешкия капитал, тъй като знанията и компетентностите трябва периодично да бъдат адаптирани към нови технологии, платформи и бизнес модели.

Значението на този проблем нараства в условията на платформена икономика. Ефективното присъствие на МСП в дигитални екосистеми предполага способности за електронна търговия, дигитален маркетинг, анализ и използване на данни, работа с изкуствен интелект, киберсигурност, управление на онлайн комуникацията и адаптиране към различни международни пазари. Следователно конкурентното предимство не произтича единствено от наличието на технологични ресурси, а и от знанията и способностите за тяхното стратегическо използване. Оттук произтича и научният проблем на настоящото изследване. Връзката между дигитализацията и интернационализацията на МСП е широко разглеждана в съвременната литература (Bargoni et al., 2024; Da Rocha et al., 2024), но е необходимо по-ясно концептуално обяснение на ролята на образованието като предпоставка за изграждане на дигитални способности, чрез които предприятията могат да използват възможностите на платформената икономика за международно развитие. По този начин образованието може да бъде разглеждано не само като социален или трудов фактор, а като елемент от механизма за формиране на конкурентоспособност на предприятието.

Целта на настоящото изследване е да се обоснове ролята на образованието и развитието на дигитални компетентности за изграждането на дигитални способности на МСП и да се изясни тяхното

значение за международната конкурентоспособност на предприятията в условията на платформена икономика.

В съответствие с поставената цел се формулира следният основен изследователски въпрос: *по какъв начин образованието и развитието на дигитални компетентности подпомагат превръщането на възможностите на платформената икономика в международна конкурентоспособност на МСП?*

Методологично изследването има концептуално-аналитичен характер и се основава на анализ, систематизиране и синтез на научна литература в областта на образованието, човешкия капитал, дигиталните компетентности, платформената икономика, дигитализацията и интернационализацията на МСП. Анализът е насочен към идентифициране на връзките между образованието, индивидуалните дигитални компетентности, организационните дигитални способности и възможността на предприятията да използват платформени ресурси за международно развитие.

Научният принос на разработката се търси в концептуалното свързване на образованието с международната конкурентоспособност на МСП чрез междинната роля на дигиталните способности. Предлага се постановката, че образованието и обучението формират и актуализират дигиталните компетентности на човешкия капитал; тези компетентности подпомагат развитието на организационни дигитални способности; а чрез тях МСП могат по-ефективно да използват достъпа до пазари, информация, мрежи и ресурси, предоставян от платформената икономика. Така международната конкурентоспособност се разглежда не като автоматичен резултат от достъпа до дигитални технологии, а като резултат от взаимодействието между технологичните възможности и способността на предприятието да ги използва стратегически.

1. Образованието и дигиталните способности на МСП в условията на платформена икономика

Развитието на платформената икономика променя не само технологичната среда, в която функционират малките и средните предприятия, но и изискванията към знанията, уменията и способностите на заетите в тях. Достъпът до дигитални платформи, облачни услуги,

електронна търговия, системи за анализ на данни и инструменти, базирани на изкуствен интелект, разширява възможностите на МСП, но едновременно с това увеличава необходимостта от човешки капитал, способен да използва тези технологии ефективно. Поради това образованието придобива значение не само като предпоставка за професионална реализация на отделния индивид, а и като фактор за изграждане на организационни способности на предприятията.

В класическата теория на човешкия капитал образованието се разглежда като инвестиция, чрез която се увеличават знанията, уменията и производителните способности на индивидите (Becker, 1964). В условията на дигитална трансформация тази постановка придобива допълнително значение. Човешкият капитал определя не само способността за изпълнение на определена трудова дейност, но и възможността за възприемане, усвояване и приложение на нови технологии. За МСП това е особено важно, тъй като ограниченият им мащаб често предполага съчетаване на множество функции от сравнително малък брой служители и непосредствено участие на предприемача или собственика в процесите по дигитализация.

Образованието като източник на необходимите знания и умения следва да бъде разглеждано като съвкупност от взаимно допълващи се форми. Формалното образование изгражда основата на професионалните, икономическите, управленските и технологичните знания. Професионалното образование и обучение позволява придобиването на по-конкретни компетентности, свързани с определена професия или дейност. Продължаващото обучение и ученето през целия живот имат функцията да актуализират вече придобитите знания в съответствие с технологичните и пазарните промени. Последното е особено важно при дигиталните технологии, при които конкретни инструменти, приложения и бизнес практики се променят значително по-бързо от традиционните цикли на формалното образование. Следователно в условията на платформена икономика връзката между образование и конкурентоспособност не може да бъде ограничена единствено до равнището на придобитата образователна степен. По-съществено значение има способността за постоянно обновяване и практическо прилагане на знанията. Това предполага развитие на система за продължаващо обучение, повишаване на квалификацията и преквалификация както на служителите, така и на предприемачите и

мениджърите на МСП. При малките предприятия именно управленските нагласи и компетентности могат да имат определящо значение за решението дали дадена технология или платформа ще бъде внедрена и по какъв начин ще бъде интегрирана в бизнес процесите.

На индивидуално равнище резултатът от тези образователни процеси се проявява в развитието на дигитални компетентности. Те не следва да бъдат свеждани до базова техническа грамотност или способност за използване на компютър и интернет. Съвременната дигитална среда изисква комплекс от знания, практически умения и нагласи, позволяващи ефективно, критично и сигурно използване на дигитални технологии. Европейската рамка за дигитална компетентност DigComp структурира дигиталната компетентност в пет основни области: информационна грамотност и работа с данни, комуникация и сътрудничество, създаване на дигитално съдържание, безопасност и решаване на проблеми. Този по-широк подход е особено приложим към МСП, защото показва, че дигитализацията предполага съчетаване на технологични, информационни, комуникационни и адаптивни умения. В бизнес среда тези общи компетентности придобиват конкретно практическо измерение. Уменията за електронна търговия позволяват управление на продуктово съдържание, онлайн продажби, плащания и взаимодействие с клиенти чрез дигитални канали. Компетентностите в областта на дигиталния маркетинг подпомагат позиционирането на предприятието, сегментирането на аудитории, управлението на рекламни кампании и комуникацията с потребителите. Способността за работа с данни позволява информацията за клиенти, продажби, конкуренти и пазарни тенденции да бъде превръщана в ресурс за вземане на управленски решения.

Все по-голямо значение придобиват и уменията за работа с инструменти, базирани на изкуствен интелект. За МСП те могат да разширят възможностите за създаване и адаптиране на съдържание, обработване на информация, подпомагане на обслужването на клиенти, анализ на данни и автоматизиране на определени рутинни процеси. В приложената статия генеративният изкуствен интелект е разгледан именно като ресурс, който може да подпомага маркетинговите, информационните и адаптивните способности на МСП. От гледна точка на настоящото изследване обаче възможността за използване на подобни инструменти предполага наличието на подходяща дигитална подготовка,

способност за критична оценка на генерираните резултати и разбиране на ограниченията и рисковете на технологията. Друга критична област е киберсигурността. Разширяването на дигиталното присъствие увеличава зависимостта на предприятията от информационни системи, потребителски профили, онлайн плащания и съхранявани данни. Поради това недостатъчната подготовка на служителите може да се превърне в организационна уязвимост. Образованието и периодичното обучение по отношение на сигурността на данните, управлението на достъпа, разпознаването на измами и безопасното използване на дигитални услуги представляват част от способността на предприятието устойчиво да функционира в платформена среда.

Особено значение за международната дейност има дигиталната комуникационна компетентност. Работата чрез платформи позволява на МСП да взаимодействат с потребители и бизнес партньори в различни държави, но това предполага не само чуждоезикови знания. Необходими са умения за адаптиране на съдържанието, комуникационния стил и маркетинговите послания към културните и пазарните особености на отделните държави. Следователно международната дигитална комуникация съчетава езикови, междукултурни, маркетингови и технологични компетентности. На това равнище е необходимо да бъде направено разграничение между дигитални компетентности на индивида и дигитални способности на предприятието. Наличието на служители с определени дигитални умения е необходимо, но само по себе си не означава, че предприятието притежава устойчива дигитална способност. Такава възниква, когато индивидуалните знания и умения бъдат интегрирани в организационните процеси, управленските практики и начина, по който фирмата използва технологичните ресурси. Следователно преходът от компетентност към способност предполага организационно приложение на човешкия капитал.

Това разграничение е съществено за анализа на МСП. Предприятие може например да има служител, който притежава знания по дигитален маркетинг, без да разполага с организационна способност за системно управление на международни дигитални кампании. По аналогичен начин използването на електронна платформа за продажби не означава автоматично наличие на способност за международна електронна търговия. За нейното формиране е необходимо съчетаване на знания за платформата, управление на продуктово съдържание, ценообразуване,

логистика, обслужване на клиенти, анализ на данни и адаптиране към спецификите на различните пазари. Именно тук се проявява връзката между образованието и платформената икономика. Дигиталните платформи могат да предоставят на МСП инфраструктура, технологични инструменти, достъп до потребители, информация и бизнес мрежи, но не могат напълно да заместят вътрешните способности на предприятието. Изследванията върху платформената интернационализация показват, че дигиталните платформи могат да намалят определени ограничения пред международното развитие на малките предприятия, като улесняват достъпа до външни ресурси и пазари (Jean & Kim, 2020; Singh et al., 2023; Da Rocha et al., 2024). В същото време резултатът зависи от начина, по който фирмата комбинира предоставените от платформата ресурси със собствените си способности.

Въз основа на направения анализ може да бъде предложена следната концептуална последователност:

Образование и обучение → развитие на човешкия капитал → дигитални компетентности → организационни дигитални способности → ефективно използване на дигиталните платформи.

В тази последователност всяко равнище създава предпоставки за следващото. Образованието и обучението развиват знанията и уменията на човешкия капитал; тяхното практическо приложение формира дигитални компетентности; интегрирането на тези компетентности в бизнес процесите подпомага развитието на организационни дигитални способности; а те от своя страна позволяват по-пълноценно използване на ресурсите и възможностите на платформената икономика. Така образованието следва да се разглежда като част от способността на МСП да се адаптират към дигиталната трансформация. В условия, при които технологичната инфраструктура става все по-достъпна за различни предприятия, различията в конкурентното представяне могат да произтичат в значителна степен от това как технологиите се използват. Именно човешкият капитал и натрупаните чрез образование и обучение дигитални компетентности създават основата, върху която технологичният достъп може да бъде превърнат в организационна способност. Тази постановка позволява в следващата част на изследването да бъде анализирано как формираните по този начин

дигитални способности могат да се свържат с международната конкурентоспособност на МСП.

2. Образованието като фактор за международната конкурентоспособност на МСП

Международната конкурентоспособност на малките и средните предприятия се формира под въздействието на комплекс от фактори, сред които технологичните ресурси, достъпът до пазари, качеството и цената на предлаганите продукти, иновационният капацитет, организационната гъвкавост и способността за адаптиране към променящата се среда. В условията на платформена икономика към тях все по-отчетливо се добавя способността на предприятието да използва дигитални технологии за достигане до международни клиенти, анализ на пазари, комуникация, маркетинг и координиране на трансгранични бизнес процеси. Поради това конкурентоспособността не може да бъде разглеждана независимо от знанията и уменията на хората, които управляват и използват тези технологии.

За МСП този въпрос има особено значение. Ограничените финансови и организационни ресурси традиционно затрудняват международното им развитие, тъй като навлизането на чуждестранни пазари е свързано с разходи за информация, маркетинг, изграждане на дистрибуционни канали, комуникация с партньори и адаптиране на продуктите. Дигиталните платформи могат да намалят част от тези ограничения, предоставяйки инфраструктура и достъп до международни потребители и бизнес мрежи. Изследванията върху дигитализацията и интернационализацията на МСП показват, че дигиталните технологии и платформите могат да подпомагат преодоляването на традиционни ресурсни и пазарни ограничения (Jean & Kim, 2020; Singh et al., 2023; Bargoni et al., 2024; Da Rocha et al., 2024). Наличието на такъв достъп обаче не следва да се отъждествява с международна конкурентоспособност. Две предприятия могат да използват една и съща платформа и да разполагат със сходен технически достъп до международен пазар, но да постигат различни резултати. Една от причините за тези различия може да бъде способността им да идентифицират и използват предоставените възможности. Следователно платформата представлява ресурс и инфраструктура, докато

превръщането на този ресурс в пазарен резултат зависи от вътрешните способности на предприятието. Именно в тази връзка образованието придобива стратегическо значение. В предходната част беше изведена последователността, при която образованието и обучението подпомагат развитието на човешкия капитал и дигиталните компетентности, а тяхното интегриране в бизнес процесите създава организационни дигитални способности. На следващо равнище тези способности могат да определят доколко МСП е в състояние да използва платформите за международен пазарен достъп, маркетинг, комуникация, анализ на информация, адаптация и мащабиране.

Първото направление, в което се проявява тази зависимост, е международният пазарен достъп. Платформите намаляват техническите бариери пред представянето на продукти и услуги на потребители извън националния пазар, но ефективното навлизане изисква значително повече от създаване на профил или публикуване на продуктова оферта. Предприятието трябва да може да анализира потенциалното търсене, да идентифицира подходящи пазари и потребителски сегменти, да оценява конкурентната среда и да избира подходящи канали за реализация. Следователно достъпът до пазара е предоставен от платформата, но качеството на пазарното решение зависи от способността на предприятието да обработва и използва информация.

Второ направление е международният дигитален маркетинг. Платформената среда предоставя инструменти за реклама, позициониране, управление на съдържание и комуникация с различни потребителски групи. Тяхното ефективно използване предполага компетентности за създаване и адаптиране на съдържание, работа с рекламни инструменти, анализ на потребителското поведение и измерване на резултатите от маркетинговите дейности. По този начин образованието и специализираното обучение могат да подпомагат превръщането на технологичните функционалности на платформата в реална маркетингова способност.

Следващото направление е свързано със способността за анализ и използване на информация. Едно от съществените предимства на платформената икономика е генерирането на голям обем информация за търсене, продажби, клиенти, конкуренти и резултати от маркетингови действия. Самото наличие на данни обаче не създава конкурентно

предимство. Необходими са компетентности за тяхното интерпретиране и превръщане в управленско знание. Предприятията, които могат да анализират информацията за поведението на международните потребители и да я използват при вземането на решения, получават по-добри възможности за своевременно адаптиране на своите продукти и маркетингови действия. Тази способност е непосредствено свързана с адаптивността към чуждестранните пазари. Международното развитие предполага съобразяване с различията в потребителските предпочитания, езика, културата, конкурентната среда и пазарните практики. Платформите предоставят информация и инструменти за достигане до тези пазари, но организационната способност за адаптиране остава в рамките на самото предприятие. Образованието може да подпомага този процес чрез формиране на аналитично мислене, чуждоезикови и междукултурни знания, маркетингови компетентности и способност за работа с дигитална информация.

В съвременната технологична среда към тези способности се добавя и използването на изкуствен интелект. AI инструментите могат да подпомагат анализирането на информация, генерирането и локализирането на съдържание, комуникацията с клиенти и автоматизирането на определени операции. Тяхната достъпност чрез дигитални платформи може да бъде особено значима за МСП, защото позволява изпълнението на задачи, за които традиционно биха били необходими повече човешки и финансови ресурси. В приложената статия този механизъм е свързан с развитието на маркетингови, информационни, адаптивни и мащабируеми способности на предприятията. В настоящото изследване към тази постановка се добавя образователното измерение: използването на AI също предполага знания за избора на подходящ инструмент, формулирането на задачи, оценяването на резултатите, защитата на информацията и отговорното приложение на технологията.

Направеният анализ показва, че между образованието и международната конкурентоспособност съществува не пряка и автоматична, а опосредствана връзка. По-високото образование или участието в обучение сами по себе си не гарантират международен успех. Значението им се проявява, когато придобитите знания се превърнат в практически дигитални компетентности, компетентностите бъдат интегрирани в организационните процеси, а създадените способности се използват за реализиране на конкретни международни пазарни

възможности. На тази основа може да бъде предложен собствен концептуален модел на връзката между образованието и международната конкурентоспособност на МСП:

Образование и обучение → дигитални компетентности → организационни дигитални способности → ефективно използване на платформите → международен пазарен достъп и адаптивност → международна конкурентоспособност на МСП.



Фигура 1. Концептуален модел на влиянието на образованието върху международната конкурентоспособност на МСП в условията на платформена икономика

Източник: Авторска разработка

Моделът предполага последователно преобразуване на индивидуален образователен ресурс в организационен и впоследствие в пазарен резултат. В неговия първи етап образованието, професионалното обучение, повишаването на квалификацията и ученето през целия живот създават знания и умения. Във втория етап те се проявяват като дигитални компетентности на предприемачите, мениджърите и служителите. Когато тези компетентности бъдат включени устойчиво в бизнес процесите, те подпомагат изграждането на организационни дигитални способности.

Предложеният модел позволява международната конкурентоспособност да бъде разглеждана като резултат от взаимодействието на три групи ресурси – образователни, организационни и платформени. Образователните ресурси формират знания и компетентности; организационните механизми ги преобразуват в

способности; платформите предоставят инфраструктурата и пазарната среда, в която тези способности могат да бъдат приложени. Отделното наличие на който и да е от трите компонента не е достатъчно за обяснение на международното представяне на МСП. В това се състои и основната концептуална постановка на настоящия доклад. Образованието не се разглежда като самостоятелен пряк фактор, който автоматично води до по-висока международна конкурентоспособност. То представлява базов ресурс за развитие на способности, чрез които МСП могат по-ефективно да използват възможностите на платформената икономика. Следователно конкурентното значение на образованието се реализира чрез неговото трансформиране в приложими дигитални компетентности и организационни способности.

От тази гледна точка може да се формулира и основното концептуално предположение на изследването: колкото по-успешно МСП преобразуват образованието и обучението в организационни дигитални способности, толкова по-голяма е потенциалната им способност да използват платформите за международен пазарен достъп, адаптация и конкурентно позициониране. Тази зависимост следва да бъде разглеждана като теоретично обоснована връзка, която подлежи на последваща емпирична проверка, а не като доказана линейна причинно-следствена зависимост. По този начин предложеният модел разширява анализа на платформената интернационализация, като поставя образованието в началото на механизма за формиране на дигитални способности. Ако платформите намаляват определени външни ограничения пред международната дейност, образованието и обучението могат да намалят част от вътрешните ограничения, свързани с недостиг на знания и умения. Международната конкурентоспособност на МСП в платформената икономика следователно зависи не само от това дали предприятието има достъп до дигитални технологии, а от това дали разполага с човешкия и организационния капацитет да ги превърне в устойчиви пазарни способности.

3. Условия, ограничения и рискове при трансформирането на дигиталните компетентности в международна конкурентоспособност на МСП

Изведеният в предходната част концептуален модел показва, че връзката между образованието и международната конкурентоспособност на малките и средните предприятия не следва да се разглежда като пряка и автоматична. Образованието и обучението създават знания и умения, които могат да се трансформират в дигитални компетентности, а тяхното интегриране в дейността на предприятието да подпомогне формирането на организационни дигитални способности. Едва когато тези способности бъдат приложени при използването на дигитални платформи, анализирането на пазари, взаимодействието с клиенти и адаптирането към международната среда, може да се очаква въздействие върху международното конкурентно представяне на МСП. Между отделните елементи на тази последователност обаче съществуват редица организационни, ресурсни и технологични условия, които могат както да подпомогнат, така и да ограничат преобразуването на индивидуалните компетентности в пазарни резултати.

Едно от основните условия е наличието на достатъчен организационен капацитет за интегриране на знанията в бизнес процесите. Притежаването на дигитални компетентности от отделни служители не означава автоматично, че предприятието разполага с организационна дигитална способност. Възможно е например служителите да имат знания за дигитален маркетинг, анализ на данни или използване на инструменти с изкуствен интелект, но тези знания да се използват епизодично и да не бъдат включени устойчиво в процесите на планиране, маркетинг, продажби и вземане на управленски решения. В този случай инвестицията в човешки капитал съществува, но нейното организационно и икономическо проявление остава ограничено. Поради това трансформирането на компетентностите в конкурентоспособност предполага създаването на механизми за тяхното практическо приложение. Такива механизми могат да бъдат свързани с организацията на работата, разпределението на отговорностите, обмена на знания между служителите и включването на дигиталната информация в управленските процеси. Особено значение има отношението на собствениците и мениджърите към дигиталната трансформация. При МСП, където управленските функции често са концентрирани в сравнително малък

брой лица, решението дали определена технология ще бъде внедрена, как ще бъде използвана и какви ресурси ще бъдат отделени за нейното развитие може да има определящо значение за резултата. Това позволява да бъде направено важно разграничение между наличие на компетентност и организационно използване на компетентността. Първото характеризира човешкия капитал на предприятието, докато второто показва способността на организацията да превръща знанията в устойчиви бизнес практики. Следователно една от критичните точки в предложения концептуален модел се намира именно между индивидуалното и организационното равнище. Ако този преход не бъде осъществен, образованието може да подобри индивидуалните способности на служителите, без това непременно да доведе до съществено подобрение на международното представяне на предприятието.

Съществено ограничение произтича и от различията в ресурсната осигуреност на отделните МСП. Малките и средните предприятия представляват широка и вътрешно нееднородна група. Микропредприятие с ограничен брой служители и средно предприятие със специализирани функционални звена могат да имат съществено различни възможности за инвестиции в обучение, технологии, анализ на данни и международен маркетинг. При най-малките предприятия дигиталните компетентности на собственика или предприемача могат да имат непропорционално голямо значение за цялостната дигитална ориентация на бизнеса. Ограниченията във времето, финансовите ресурси и персонала обаче могат да затруднят системното обучение и внедряването на по-сложни дигитални решения. При по-големите МСП наличието на повече човешки и финансови ресурси създава възможност за специализация на функциите, но поставя друг тип организационни предизвикателства – необходимост от координация между отделните звена, споделяне на информация и превръщане на индивидуалните знания в организационни практики. Следователно еднакво равнище на индивидуални дигитални компетентности може да доведе до различен резултат в зависимост от размера, структурата, ресурсите и управленския модел на предприятието. Подобна зависимост може да бъде наблюдавана и по отношение на секторните различия. Значението на отделните дигитални способности не е еднакво за предприятие, осъществяващо електронна търговия, производствено предприятие, туристическа фирма

или доставчик на професионални услуги. За едни предприятия решаващи могат да бъдат способностите за дигитален маркетинг и управление на отношенията с клиентите, докато за други по-голямо значение могат да имат управлението на данни, координирането на доставки, взаимодействието с бизнес партньори или интегрирането на дигитални системи в производствените процеси. Това означава, че не съществува универсален набор от дигитални компетентности, който автоматично да създава еднакъв конкурентен резултат във всички МСП. Необходимо е компетентностите да съответстват на бизнес модела, сектора и избраната форма на международна дейност.

Друг съществен фактор е способността на предприятието да избира и използва подходящите дигитални платформи. Платформената икономика намалява част от традиционните бариери пред интернационализацията, но достъпът до платформа сам по себе си не премахва необходимостта от стратегически избор. Предприятието трябва да оцени доколко конкретната платформа съответства на характеристиките на неговите продукти, целевите потребители, избраните пазари и ресурсните му възможности. Неподходящият избор може да доведе до разходване на финансови и човешки ресурси без съответстващ пазарен резултат.

Наред с възможностите, използването на външни дигитални платформи поражда и зависимост от технологична и пазарна инфраструктура, която не се контролира от самото предприятие. МСП могат да бъдат зависими от условията за достъп, функционалностите, правилата за представяне на съдържание и начина, по който платформата организира взаимодействието между продавачи и потребители. Поради това платформеното присъствие не следва да бъде разглеждано единствено като средство за намаляване на бариерите пред международната дейност. То може да създаде нов тип организационни и стратегически рискове, които предприятието трябва да бъде способно да разпознава и управлява. В този контекст дигиталните компетентности придобиват двойна функция. От една страна, те позволяват използването на възможностите на платформите, а от друга – подпомагат оценяването и управлението на свързаните с тях рискове. Предприятието трябва не само да умее да създава съдържание, да управлява продажби или да анализира данни, но и да разбира степента на своята зависимост от конкретен дигитален канал. Следователно по-високата дигитална зрялост

предполага способност за съчетаване на различни канали, наблюдение на резултатите и адаптиране на дигиталната стратегия при промяна на условията.

Особено значение има и сигурността на информацията. Разширяването на международната дейност чрез дигитални канали увеличава обема на обработваните данни и зависимостта от онлайн комуникации, профили, информационни системи и електронни транзакции. Недостатъчната подготовка в областта на киберсигурността може да превърне дигитализацията от източник на конкурентно предимство в източник на допълнителна уязвимост. Това показва, че развитието на дигиталните способности трябва да включва не само умения за използване на технологиите, но и знания за тяхното сигурно и отговорно приложение. Допълнително предизвикателство представлява ускореното остаряване на част от дигиталните знания и умения. За разлика от редица традиционни професионални компетентности, конкретните технологични умения могат да загубят актуалност за сравнително кратък период поради появата на нови приложения, платформи и начини за автоматизиране на бизнес процесите. Това означава, че веднъж придобитата дигитална компетентност не може да бъде разглеждана като постоянен организационен ресурс. Нейната стойност зависи от способността за периодично актуализиране и адаптиране към технологичната промяна. Този проблем става особено видим при разпространението на генеративния изкуствен интелект. Достъпът до AI инструменти постепенно се превръща в сравнително лесно достъпен технологичен ресурс, включително за предприятия с ограничени финансови възможности. Самият достъп обаче не създава автоматично организационна способност за използване на изкуствен интелект. Необходими са знания за избора на подходящи инструменти, формулирането на задачи, оценяването на получените резултати, защитата на чувствителна информация и определянето на дейностите, при които автоматизацията действително създава стойност.

По този начин изкуственият интелект представлява показателен пример за основната постановка на настоящото изследване. Когато технологичният достъп става все по-широк, конкурентното различие между предприятията може да произтича в по-голяма степен от качеството на неговото използване. Две предприятия могат да разполагат с достъп до едни и същи AI инструменти, но да постигат съществено

различни резултати в зависимост от компетентностите на своите служители, качеството на вътрешните процеси и способността на ръководството да интегрира технологията в бизнес модела. Оттук произтича необходимостта ученето през целия живот и продължаващото професионално обучение да бъдат разглеждани като постоянен елемент от дигиталната стратегия на МСП. В условията на бърза технологична промяна образованието не приключва с придобиването на формална квалификация, а продължава чрез периодично обновяване на знанията, усвояване на нови инструменти и адаптиране на компетентностите към промените в международната пазарна среда. Способността за учене по този начин се превръща сама по себе си в организационна способност.

Направеният анализ позволява да се конкретизира предложеният концептуален модел, като между отделните негови елементи се отчетат факторите, които могат да подпомогнат или ограничат трансформацията на знанията в пазарни резултати. Връзката може да бъде представена по следния начин:

Образование и обучение → дигитални компетентности → организационна интеграция на компетентностите → дигитални способности → стратегическо използване на платформите → международна пазарна адаптация → международна конкурентоспособност.

Върху всеки от тези преходи въздействат ограничителни фактори – финансови ресурси, размер и сектор на предприятието, управленски капацитет, технологична инфраструктура, организационна култура, динамика на платформите, киберрискове и скорост на технологичната промяна. Следователно международната конкурентоспособност не трябва да се интерпретира като неизбежен краен резултат от повишаването на дигиталните компетентности. По-скоро тя представлява възможен резултат, чието реализиране зависи от способността на предприятието да преобразува индивидуалните знания в организационни практики и да ги приложи стратегически в конкретна международна пазарна среда.

Образованието създава необходима основа, но между образователния ресурс и пазарния резултат съществува своеобразна трансформационна способност на предприятието. Тя се изразява в способността на МСП да идентифицира полезните знания, да ги

интегрира в своите процеси, да ги актуализира и да ги използва при взаимодействието с дигиталните платформи и международните пазари. Именно различията в тази способност могат да обяснят защо предприятия със сходен технологичен достъп и дори със сходни индивидуални компетентности постигат различни резултати. Стратегическото значение на образованието в платформената икономика не се изчерпва с увеличаването на количеството знания. Неговата конкурентна стойност възниква при съчетаването на актуални компетентности, организационен капацитет, технологична адаптивност и способност за непрекъснато учене. Това позволява образованието да бъде разглеждано не само като предпоставка за дигитализацията, а като част от по-широк механизъм за организационна адаптация и устойчиво международно развитие на МСП.

Заключение

Развитието на платформената икономика създава нови възможности за участието на малките и средните предприятия в международните пазари. Дигиталните платформи намаляват част от традиционните ограничения, произтичащи от мащаба на предприятието, ограничените финансови и организационни ресурси и необходимостта от изграждане на собствена инфраструктура за навлизане на чуждестранни пазари. Те предоставят достъп до потребители, информация, маркетингови инструменти, бизнес мрежи и технологични ресурси, които могат да подпомогнат интернационализацията на МСП. Проведеният анализ обаче показва, че технологичният достъп сам по себе си не е достатъчно условие за постигане на международна конкурентоспособност. Основният извод от изследването е, че образованието не влияе пряко и автоматично върху международната конкурентоспособност на МСП. Неговото въздействие се реализира чрез последователното развитие на човешкия капитал, дигиталните компетентности и организационните дигитални способности на предприятието. Формалното образование, професионалното обучение, повишаването на квалификацията и ученето през целия живот създават основата за придобиване и актуализиране на знанията, необходими за функциониране в динамична дигитална среда. Значението им нараства с развитието на електронната търговия, дигиталния маркетинг, анализа на

данни, изкуствения интелект и други технологични инструменти, които все по-трайно се интегрират в бизнес процесите.

Съществен резултат от анализа е разграничаването между индивидуалните дигитални компетентности и организационните дигитални способности. Наличието на предприемачи, мениджъри и служители с подходящи знания и умения представлява необходима предпоставка, но не гарантира тяхното ефективно използване на организационно равнище. За да придобият икономическо и конкурентно значение, индивидуалните компетентности трябва да бъдат интегрирани в устойчиви бизнес процеси, управленски практики и механизми за вземане на решения. Именно този преход превръща човешкия капитал в организационен ресурс.

В условията на платформена икономика организационните дигитални способности изпълняват ролята на свързващ механизъм между технологичния достъп и международното пазарно представяне. Дигиталната платформа може да осигури инфраструктура за достигане до чуждестранни потребители, но предприятието трябва да бъде способно да анализира пазара, да идентифицира подходящи целеви групи, да позиционира своето предложение, да създава и адаптира съдържание, да комуникира с потребители и партньори и да използва генерираните данни при вземането на решения. Следователно конкурентното значение на дигитализацията произтича не толкова от самото присъствие в дигиталната среда, колкото от качеството и стратегическата насоченост на нейното използване.

Основният научен принос на предложения концептуален модел се състои в поставянето на образованието в началото на механизма, чрез който ресурсите на платформената икономика могат да бъдат преобразувани в конкурентни способности на МСП. По този начин се свързват три аналитични равнища – индивидуално, организационно и пазарно. На индивидуално равнище образованието и обучението формират знания и дигитални компетентности; на организационно равнище тяхното интегриране в дейността подпомага развитието на фирмени дигитални способности; на пазарно равнище тези способности позволяват по-ефективно използване на платформите за международен достъп, адаптация и конкурентно позициониране.

Разширяването на анализа с условията, ограниченията и рисковете при този процес показва, че между отделните етапи на модела съществуват фактори, които могат да подпомогнат или възпрепятстват преобразуването на знанията в пазарни резултати. Размерът и секторът на предприятието, финансовите ресурси, управленският капацитет, технологичната инфраструктура, организационните практики, киберрисковете, зависимостта от външни платформи и скоростта на технологичната промяна влияят върху възможността придобитите компетентности да се превърнат в устойчиво конкурентно предимство. Това означава, че еднакъв технологичен достъп или сходно равнище на индивидуални дигитални умения могат да доведат до различни резултати при различните предприятия. На тази основа може да бъде изведено понятието за трансформационна способност на МСП – способността на предприятието да идентифицира релевантните знания, да ги интегрира в организационните процеси, да ги актуализира при промяна на технологичната среда и да ги използва за реализиране на конкретни международни пазарни възможности. Тази способност допълва първоначалната концептуална последователност и позволява по-пълно обяснение защо предприятия със сходен достъп до технологии и платформи могат да постигат различна степен на международно пазарно представяне.

Особено значение в този контекст придобива ускореното развитие на изкуствения интелект. Широката достъпност на AI инструменти допълнително потвърждава тезата, че наличието на технология не е равнозначно на способност за нейното ефективно използване. Конкурентното значение на изкуствения интелект за МСП зависи от наличието на знания за избор на подходящи инструменти, формулиране на задачи, критична оценка на резултатите, защита на информацията и интегриране на технологията в конкретни бизнес процеси. По този начин развитието на AI увеличава значението не само на конкретните дигитални умения, но и на способността за непрекъснато учене и адаптиране. От тази гледна точка инвестициите в образование и обучение могат да бъдат разглеждани като инвестиции в адаптивността на предприятието към технологичната промяна. Продължаващото професионално развитие и ученето през целия живот придобиват стратегическо значение, тъй като бързото развитие на дигиталните технологии води до сравнително бързо остаряване на част от конкретните знания и умения. Следователно

обучението не следва да бъде възприемано като еднократен акт, а като постоянен компонент от развитието на човешкия и организационния капитал на МСП.

Направените изводи трябва да бъдат интерпретирани и с оглед на методологичните ограничения на изследването. Докладът има концептуално-аналитичен характер и предложените зависимости са изведени чрез анализ и систематизиране на научната литература. Поради това концептуалният модел не доказва емпирично причинно-следствена връзка между образованието, дигиталните способности и международната конкурентоспособност и не позволява количествено определяне на силата на отделните зависимости. Това ограничение едновременно очертава и перспективата за последващо развитие на изследването. Предложеният модел може да бъде подложен на емпирична проверка чрез проучване сред МСП, включващо показатели за участие на предприемачите и служителите в образование и обучение, равнище на дигиталните компетентности, степен на организационно интегриране на придобитите знания, използване на дигитални платформи и изкуствен интелект и конкретни измерители на международната дейност. Подобно изследване би позволило да се провери посредническата роля на организационните дигитални способности и да се установи кои компетентности и организационни условия имат най-съществено значение за платформената интернационализация на МСП.

В платформената икономика технологиите създават възможности, но човешкият и организационният капитал определят в значителна степен способността тези възможности да бъдат разпознати, усвоени и превърнати в устойчиви пазарни резултати. Образованието следва да бъде разглеждано като фундаментална предпоставка за изграждане на дигитални способности, но не и като самостоятелна гаранция за конкурентен успех. Международната конкурентоспособност на МСП възниква в резултат от взаимодействието между знанията и компетентностите на хората, организационната способност за тяхното приложение, технологичните и платформените ресурси и способността на предприятието непрекъснато да се адаптира към променящата се международна среда. Именно това взаимодействие превръща образованието в стратегически фактор за устойчивото международно развитие на МСП в условията на платформена икономика.

Използвани източници

Bargoni, A., Ferraris, A., Vilamová, Š., & Wan Hussain, W. M. H. (2024). Digitalisation and internationalisation in SMEs: A systematic review and research agenda. Journal of Enterprise Information Management, 37(5), 1418–1457. DOI: 10.1108/JEIM-12-2022-0473.

Becker, G. S. (1964). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. New York: National Bureau of Economic Research, distributed by Columbia University Press.

Da Rocha, A., da Fonseca, L. N. M., & Kogut, C. S. (2024). Small firm internationalization using digital platforms: An assessment and future research directions. International Marketing Review, 41(5), 981–1015. DOI: 10.1108/IMR-10-2023-0280.

Jean, R.-J. B., & Kim, D. (2020). Internet and SMEs' internationalization: The role of platform and website. Journal of International Management, 26(1), Article 100690. DOI: 10.1016/j.intman.2019.100690.

Rajaram, K., & Tinguely, P. N. (2024). Generative artificial intelligence in small and medium enterprises: Navigating its promises and challenges. Business Horizons, 67(5), 629–648. DOI: 10.1016/j.bushor.2024.05.008.

Singh, N., Munjal, S., & Kundu, S. K. (2023). Marketplace platforms as game changers: Internationalization of smaller enterprises. Journal of International Management, 29(4), Article 101035. DOI: 10.1016/j.intman.2023.101035.

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With New Examples of Knowledge, Skills and Attitudes. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2760/115376.