

# РЕАЛНОСТИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД СТАРТЪП ФИРМИТЕ В БЪЛГАРСКАТА ИКОНОМИКА

Димитър Благоев

## REALITY AND CHALLENGES FOR STARTUP COMPANIES IN THE BULGARIAN ECONOMY

Dimitar Blagoev

**Abstract:** *The backbone of an economy is known to be micro, small and medium-sized enterprises, and they are a factor in securing employment, income and economic growth. Another well-known fact is that innovative companies create added value on a larger scale than standard entrepreneurial initiatives, and in this direction are significantly more important for the economic growth of national economies. At the same time, however, research shows that significant innovations are created in large companies that have the resources and potential to absorb them in the direction of creating innovation. The association of these findings leads to the conclusion that an economy can rely on strong economic growth if it can (stimulate, motivate) most of its constituent economic entities (such as SMEs) to generate innovation and produce products and / or to provide high value added services. These businesses are known as Startup Companies, and in recent years, the fight has been focused on creating the right environment for them to set up and operate. A lot of things have been done in Bulgaria in this area, but interesting is the fact that this affects the existence of the Bulgarian Startup companies. The main purpose of the article is (1) to track the economic development of Bulgarian Startup companies; (2) to identify, on the basis of their economic results for a certain period of time, the future challenges facing the Bulgarian Startup ecosystem. For this purpose, methods such as monitoring, comparison, expert evaluation, etc. were used.*

**Key words:** Startup, Innovation, SMEs, Economic Growth

### Увод

Малкият и среден бизнес винаги се е отличавал с особено значение за развитието на националните икономики. Той създава условия за голяма заетост предвид, че заема над 90% от дела в повечето национални икономики; генерира не малка част от brutния вътрешен продукт (БВП) и brutната добавена стойност (БДС) на всяка една страна и в определена степен е носител на иновативността на икономиката, като се има предвид връзката между иновациите и предприемачеството, която води началото си още от Шумпетер. Осигуряването на растеж на този тип фирми е ключов фактор за постигане на добри резултати в икономическия растеж и развитие на всяка една национална икономика. Разбира се, сред всички малки и средни фирми особено внимание заслужават тези, които се характеризират с иновативност на идеите си, по отношение на произвежданите и предлаганите на пазара продукти и/или услуги, използваните технологии и всички други аспекти, които водят до добавяне на стойност в протичащите в тях процеси, по повод на осъществяваната стопанска дейност. Тези фирми са обозначени с наиме-

нованието „Стартъп“, което само по себе си предполага освен те да са стартиращи, т.е. да са в началото на своя жизнен цикъл, да имат висока степен на иновативност (т.е. предметът им на дейност да е свързан с разработването, внедряването и предлагането на пазара на иновативни продукти, услуги, технологии), но и да се отличават с бързи темпове на растеж през началните години на своето съществуване. В това направление и имайки предвид горепосочените характеристики на една Стартъп фирма, те много бързо биха се превърнали в големи фирми (при успешно усвояване на иновациите и добро управление на растежа им) или биха се провалили, фалирали и прекратили своето съществуване (при неуспех на иновативната им идея и/или невъзможност за справяне с бързия темп на икономически растеж, т.е. проява на ефекта на неконтролирания и непоносим растеж). Кой от двата сценария ще се случи при различните Стартъп фирми зависи както от техните вътрешни способности и потенциал, така и от условията на средата, в която те функционират. Стимулирането на подобен тип фирми е заложено, като ключов елемент, в много индустриални политики на редица развиващи се страни и

т.нар. нови демокрации (вкл. и България). Акцентът върху тези фирми е подсилен и поради още един факт – миграционните бизнес процеси на мултинационалните компании, които протичат през последните години от Европа и САЩ към Китай и Индия и загубата на основното конкурентно предимство на страните от Централна и Източна Европа, което беше ниската цена на труда (по този начин през последното десетилетие се създаде цял един нов сектор – сектора на аутсорсинга, който през последните година, година и половина започна да изпитва сериозни трудности от посочените бизнес миграционни процеси).

### **Стартиращ бизнес и фирми с висок потенциал за растеж и основаващ се на иновации (Стартъп)**

Концепцията за стартиращ бизнес, основан на предприемаческата инициатива е формулирана от Шумпетер, който полага и един от основните жалони в сферата на иновациите. Въпреки, че концепцията за т.нар. Стартъп фирми и бизнес се основава на Шумпетеровата теория (или с други думи на стартирането и реализирането на бизнес идея и нейната иновативност), тя има и своите особености, които в определена степен я отличават, в контекста на съвременните аспекти и фактори на динамично променящата се икономическа среда.

Стартъп фирмата може да бъде определена като новостартираща бизнес организация, чиято основна цел е да търси решение (техническо, технологично, организационно, икономическо и т.н.) на повтарящ се и с широко разпространение проблем, чрез иновативни методи и средства.

Като Стартъп бизнес се определя само предприемаческа бизнес инициатива, която е на ранен етап от своето развитие и предприемачът/ите създава/т определена бизнес организация, структура, която да подсури финансиране и реализация на първоначална иновативна предприемаческа идея. Това предполага, че едно предприятие (независимо дали е останало да съществува като малко или средно, или се е развило до голям бизнес) в даден момент представя да се определя като Стартъп (Щерев и колектив, 2017).

Един от основоположниците на Стартъп концепцията и създател на Лийн стартъп методологията Ерик Рийс, добавя в дефиницията за Стартъп и екстремално силната степен на несигурност при стартиране и реализиране на бизнес

идеята, когато тя се отнася до нещо с висока степен на иновативност (Ries, 2011). Стартирането на фирма (или стартирането на стопанска дейност) е инициатива, която обикновено е в ранните етапи на своето развитие. Тези предприемачески начинания обикновено се стартират от 1-3 основатели, които се фокусират върху капитализиране на потенциала и възможностите от разработване на жизнеспособен продукт или услуга. По време на ранните етапи на съществуването си Стартъп фирмите обикновено се самофинансират чрез лични средства на членовете на екипа си, макар че практиката е доказала, че не малка част от стартиращите компании си осигуряват финансиране чрез инвеститор или вземат заем, за да помогнат за финансирането на начинанието си.

Една от основните характеристики на Стартъп фирмите, около която се обединяват почти всички автори и изследователи на Стартъп концепцията за правене на бизнес е фокусирането на подобен тип фирми върху растежа. Растежът и идентифицирането и решаването на определени проблеми са само резултативна на новаторството. Стартъп фирмите (в контекста на предлагането на нови неща) са в търсене и напасване на продуктовете си и пазарно позициониране, по отношение (Радев, 2014): идентифициране на най-подходящите си клиенти; най-подходящите продукти и/или услуги предназначени за тези клиенти; определяне на ценовия сегмент, в който ще се позиционират тези продукти и/или услуги; честота на извършване на покупките и др. Технически погледнато, за Стартъп фирма се определя всяка новосформирана и бързо развиваща се компания или бизнес, която има за цел да задоволи нуждите или да се заеме с пропуски на съответния пазар.

### **Растежът на иновативните (Стартъп) фирми**

Процесът на трансформация и растеж на Стартъп фирмите от микро, през малки, средни и достигайки до големи е сложен, труден и в не малко случаи може да бъде определен и като враждебен, в контекста на активно конкурентната среда в която се работи, при един глобализиран свят. Процесът на растеж и трансформация на Стартъп фирмите може условно да бъде разграничен на два големи етапа: (1) начален, бърз растеж на фирмата и преминаването ѝ от микро и малка фирма и (2) превръщането на

Стартъп фирмите в средни и големи, като много често това за високо иновативните фирми става посредством използване на механизмите на т.нар. бизнес комбинации (сливания, придобивания, изкупувания и други). Необходимостта на Стартъп фирмите от достъп до финансов ресурс предполага, на даден етап на техния растеж и развитие да предприемат действия за превръщането им в публични компании, чрез осъществяване на първични публични предлагания на акции и търгуването им на фондовите борси. По този начин бързо растящите, иновативни фирми набавят така необходимия им финансов ресурс за осигуряване на растеж и в още по-голяма степен за финансиране на развойната им и иновационна дейност, но от друга страна се появява риска от по-бързото им придобиване от по-голяма компания и преминаването им в редиците на големия (в повечето случаи на мултинационален) бизнес (Hui-Hong & Kim, 2004).

За да се противопоставят на рисковете да бъдат погълнати от по-голяма мултинационална компания, преди да са постигнали удовлетворителен темп на растеж и най-вече на стойност за създателите си, иновативните Стартъпи (или по-скоро техните собственици и мениджмънт) трябва да имат силно желани и ясна стратегия за постигане на растеж в конкретен времеви период.

Краткият преглед на литературата, свързана с иновативните стартиращи фирми, ще покаже,

че моделите на организационния жизнен цикъл и етапите на развитие често се използват като променлива за изучаване на промените и проблемите, пред които са изправени този тип фирми (Dodge & Robbins, 1992; Kimberly & Miles, 1980). Тези модели разглеждат растежа на иновативните малки и средни фирми като серия от три до пет фази или етапи на развитие, през които бизнесът може да премине в жизнения цикъл на фирмата (Kazanjian, 1988).

Използвайки данни от 133 иновативни малки и средни фирми от сектора на високите технологии в САЩ, Hanks et al. (1993) извежда модел на жизнения цикъл с четири етапа на развитие: (а) Стартиране (Стартъп); (б) Разширяване; (в) Зрялост; и г) Диверсификация. Те описват етапа на растеж като уникална конфигурация на променливи, свързани с организационните отличителни характеристики и/или структура на фирмата. Тази конфигурация от променливи включва размер и възраст на фирмата, темп на растеж и предизвикателства, пред които е изправена. Структурните измервания включват структура, централизация, вертикална диференциация и брой организационни нива. Този модел е подобен и има пресечни точки с друг такъв модел, описващ развитието на една иновативна малка, стартираща фирма идентифициран в изследване на Kazanjian and Drazin (1989) по отношение на растежа на технологично базирани компании (Таблица 1).

**Таблица 1. Четиристепенен модел на развитие на фирмата**

Етап/Особеност			
Етап 1 „Концепция и развитие“	Етап 2 „Комерсиализация“	Етап 3 „Растеж“	Етап 4 „Стабилност“
<ul style="list-style-type: none"> <li>• съсредоточаване върху разработването и дизайна на продукта;</li> <li>• осигуряване на адекватни финансови ресурси и развитие на пазар;</li> <li>• формалност и процедури не съществуват;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разполага с продукт, който се представя добре и отговаря на нуждите на пазара;</li> <li>• има способността да произвежда и продава;</li> <li>• има известни приходи и известно изоставане на поръчки;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• постига високи темпове на растеж както в продажбите, така и в маркетинга;</li> <li>• фокусира се върху това как да произвежда, продава и разпространява продукти в обем, достатъчен за постигане на рентабилност;</li> <li>• има собствени продукти;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• разработване на продукти от второ, трето поколение и/или изцяло нови продуктови линии;</li> <li>• осигуряване на финансиране за растеж и завладяване на желан пазарен дял;</li> <li>• навлизане на нови географски територии;</li> </ul>

Източник: Kazanjian, R.K. (1988) 'Relation of dominant problems to stages of growth in technologybased new ventures', *Academy of Management Journal*, Vol. 31, No. 2, pp.257–279

Въпреки, че голяма част от изследователите използват моделите на етапността на проследя-

ване на растежа и развитието в жизнения цикъл на иновативните фирми (от МСП до голям и

транснационален бизнес) не са без основание и други автори, които посочват определени слабости в този тип модели. В свое изследване O'Farrell и Hitchens (1988) очертават слабостите на моделите на етапността на растежа и развитието на иновативните фирми с потенциал за растеж като:

- моделите, базирани на обособени етапи са склонни да адресират симптомите на растеж, вместо да разкриват основните процеси на явлението;
- склонни са да приемат, че всички стартиращи иновативни фирми преминават през всеки етап на растеж или не се опитват да направят това;
- моделите, базирани на обособени етапи обикновено не успяват да обхванат важни ранни етапи в започването на малките иновативни предприятия, включително преди стартиране (prior start-up етап).

С други думи, може да се каже, че въпреки наличието на не малкото теоретични и приложни модели описващи принципите, закономерностите, етапите на растеж и развитие на иновативните (а и не само на тях) фирми, не съществува универсален модел, който да се използва като еталон, шаблон за описание и изучаване на тези бизнес процеси във фирмата. Gibb and Dyson (1984) твърдят, че растежът на много малки и средни фирми е по-силен и е реактивен, а не проактивен. Процесът на растеж на една фирма включва различни модели на решения и стратегии. Именно това определя ненамаляващата актуалност на изследваната проблематика.

### Структурни и методически въпроси на изследването

За да се проучат моделите на растеж и развитие на иновативните Стартър фирми, основаващи своята дейност (и произвеждащи продукти) на високи технологии и стремящи се към висока добавена стойност, изследването възприема индуктивния подход (Hui-Hong & Kim 2004). Направена е случайна извадка от стартиращи фирми с висок потенциал за растеж, дефинирани като Стартър бизнес. Тези случаи са избрани по редица причини. **Първо**, те осигуряват регионално покритие. **Второ**, те включват някои от динамичните индикатори за растеж и конкурентоспособност на този тип бизнес организации. **Трето**, тези случаи показват както различни пътища на растеж, така и общи уроци относно фирмите, ръководени и активно използващи

технологиите при осъществяване на своята дейност и производство на иновативни продукти и/или услуги.

Индикаторите, които се наблюдават в динамика и в съпоставителен план за период от три и повече последователни години на фирмено равнище са:

**(1) Годишен оборот** – нетният размер на приходите от обичайната дейност на предприятието, чистите приходи от фирмените продажби на стоки и услуги;

**(2) Печалба** – краен резултат от дейността на предприятието представен като разликата между приходите от дейността, финансовите и извънредните приходи от една страна и от друга - разходите за дейността, финансовите разходи, извънредните разходи и корпоративните данъци.

**(3) Стойност на активите** – сумата на активите на баланса, която се взема предвид при определяне на критериите за независим финансов одит е общата сума на активите – т.е. това е сумата на актива на баланса и в нея е включена балансовата стойност на всички активи.

**(4) Капиталови разходи** – капиталовите разходи (Verbrugge et al., 2006) са финанси, използвани от дадена фирма за придобиването или подобряването на физически активи като недвижими имоти, индустриални сгради или съоръжения. Разходът се смята за капиталов, когато активът е изцяло ново закупен капиталов актив или инвестиция, която подобрява състоянието на съществуващ капиталов актив и повишава неговата стойност. Този тип разходи се правят от фирмите с цел поддържането или увеличаването на обсега на тяхната стопанска дейност. Големината на капиталовите разходи за една фирма зависят от индустрията, в която тя е позиционирана.

Тъй като извадката на изследваната съвкупност от фирми, за проследяваните показатели се характеризира със значителни стойностни диспропорции и поради тази причина е трудно постигането на съпоставимост в количествено отношение се прилага метода на трендовете и проследяване на посоката на изменение на стойностите, на базата на избрана функционална зависимост на изглаждане.

### Основни резултати от изследването

Стартър фирмите са значима част от всички иновативни фирми и както стана въпрос в погорните абзаци те са от решаващо значение за

постигане на растеж на националните икономики. В това направление не е без значение на коя фаза от разглежданите етапи на развитие се намират и като отделни бизнес единици и като цяло за категорията „Стартъп“ бизнес. За да идентифицираме какви са реалностите и какви са бъдещите предизвикателства пред Стартъп екосистемата и съставляващите я бизнес организации е направена извадка от 33 иновативни Стартъп фирми, от различни сектори на икономиката, за които в проследим и наличен времеви период са проследени динамиката и изменението на посочените в упоменатите по-горе методически аспекти, основни измерители на резултатите от тяхната работа. Те са разглеждани в съпоставителен план с обобщените и осреднени резултати за цялата изследвана съвкупност и изхождайки от индуктивния подход са направени обобщения, заключения и изводи за състоянието и предизвикателствата на средата в която те работят. За индивидуално представяне са подбрани 3 фирми, които с оглед запазване на конфиденциалност няма да присъстват в текста с техните наименования, а ще бъдат обозначени условно с „X“, „Y“ и „Z“.

### Фирма „X“ ООД

Екип: трима човека.

Предмет на дейност: Разработване на софтуер, обработка на данни, предоставяне на интернет и електронни услуги, електронно предоставяне на видео материали и др., медийно съдържание, услуги по електронен път, извършване на електронни транзакции, рекламна и маркетингова дейност, създаване и приложение на дигитални методи, разпространение на софтуер, инженеринг и системна интеграция на компютърни системи, технологии и ноу-хау, търговия и ремонт на компютри и компютърни компоненти, вътрешна и външна търговия, търговско представителство, посредничество, комисионерство и агентство, транспортна и спедиторска дейност в страната и чужбина, дистрибуция на автомобили и резервни части, информационна, консултантска, маркетингова, рекламна дейност, издателска дейност, предпечатна подготовка, производство и търговия с промишлени стоки и стоки за бита, както и всяка друга дейност, която не е забранена изрично от закона.



Фигура 1. Основни индикатори за дейността на фирма „X“

Публикувани ГФО за 7 години (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 и 2017)

Компанията разработва специализиран софтуер за подпомагане управленските процеси и решения във фирмата на базата на използване на добре познати от теоретична гледна точка мениджърски подходи и похвати. Залага на оптимизация на управленските задачи и тяхното минимизиране в даден времеви период.

### Фирма „У“ АД

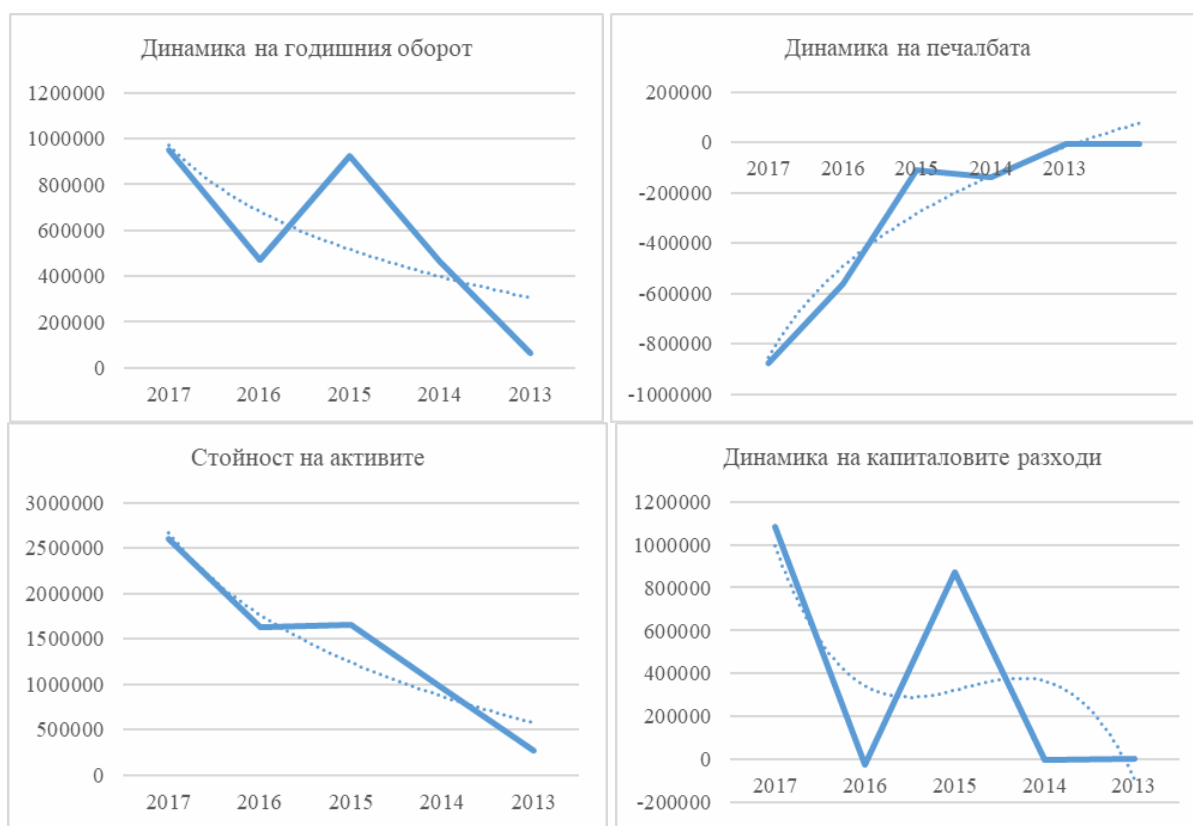
Екип: двадесет и осем човека

Предмет на дейност: Разработка и продажба на софтуерни продукти, ИТ услуги, продажба и отдаване под наем на ИТ оборудване, хардуер и

софтуер, услуги по съхранение на данни, консултантски дейности, предлагане на услуги по Интернет, както и всяка дейност, която не е забранена от закон или друг нормативен акт на Република България.

Оповестени ГФО за 2013, 2014, 2015, 2016 и 2017 години.

Компанията разработва специализиран софтуер за прогнозна оптимизация, която помага на доставчиците на товари и логистични услуги да повишат оперативната си ефективност, като прилагат съвременни технологии като изкуствен интелект, извличане на данни, прогнозни анализи и компютърна оптимизация.



Фигура 2. Основни индикатори за дейността на фирма „У“

### Фирма „Z“ ООД

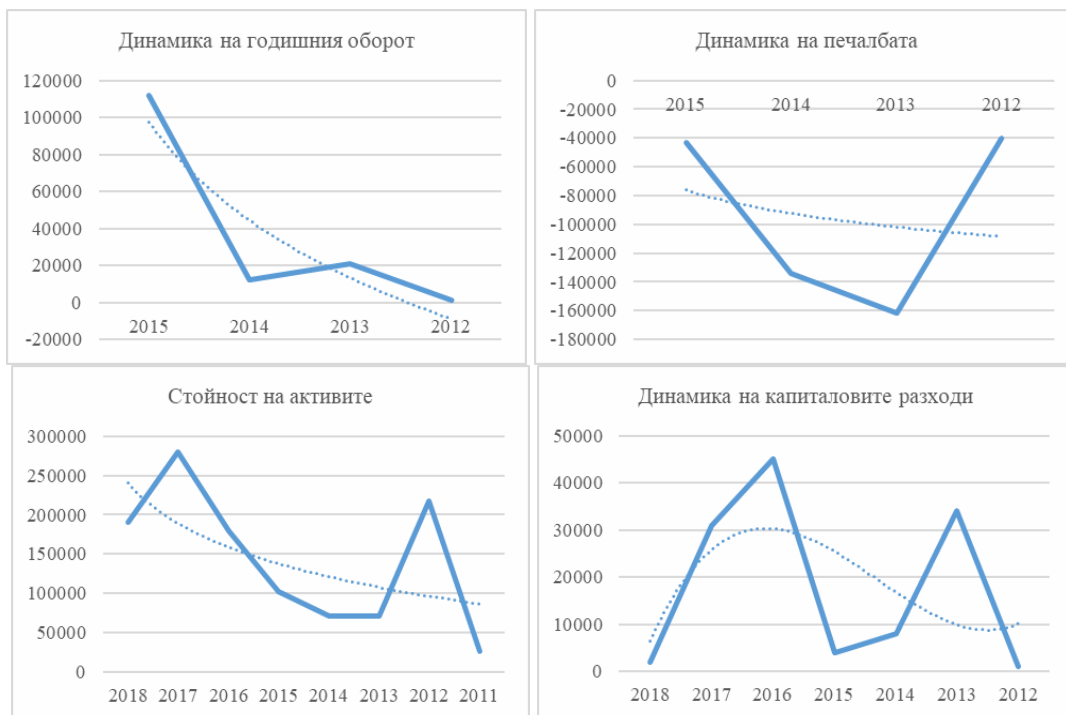
Екип: двама човека, но фирмата работи и с подизпълнители

Предмет на дейност: Проектиране и изработка на електрически изделия, опериращи на базата на постъпателно-възвратни и ротационни движения, както и всички други дейности, незабранени от закона.

Оповестени ГФО за седем година (2012,

2013, 2014, 2015, 2016, 2017 и 2018).

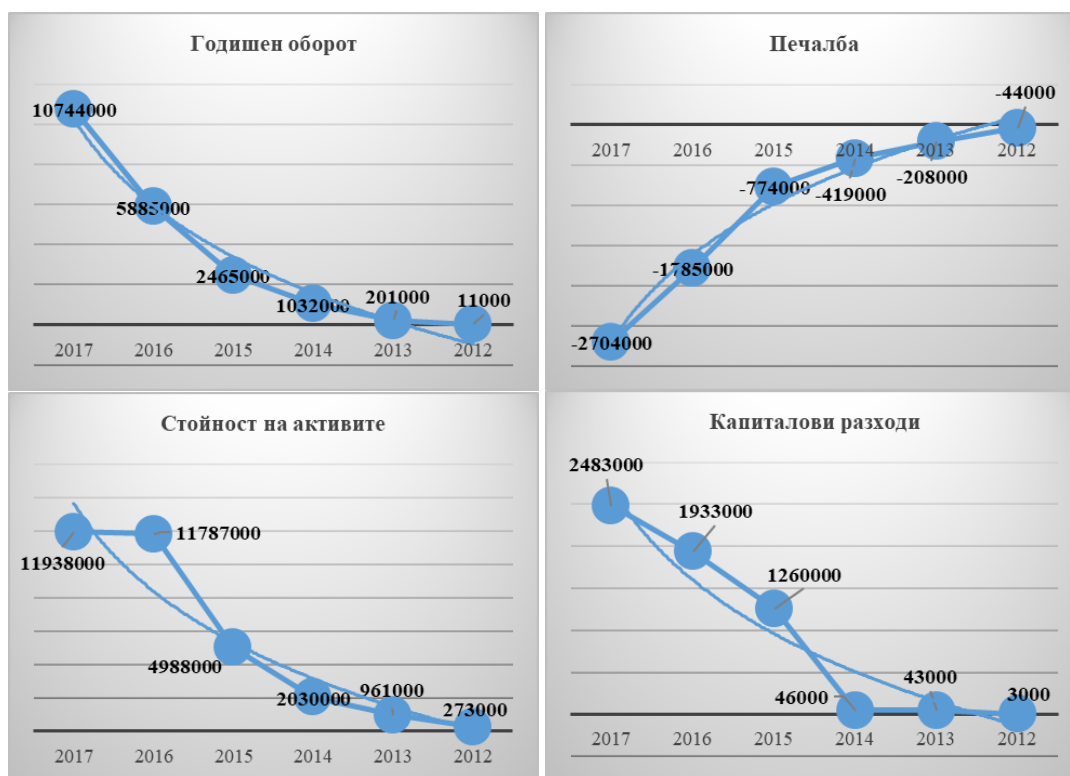
Компанията разработва иновативни решения при проектиране и изграждане на детски площадки съчетавайки традиционните детски аттракциони на тях с производството на електроенергия от възобновяеми енергийни източници и по-конкретно чрез оползотворяване на енергията генерирана от механичните движения.



Фигура 3. Основни индикатори за дейността на фирма „Z”

Обобщените и осреднени резултати за цялата изследвана съвкупност на Стартъп фирмите е

както следва:



Фигура 4. Осреднени стойности на основни индикатори за дейността на Стартъп фирмите

Динамиката на оборота на представените фирми показва идентична посока на изменение, с аналогичен темп, в съпоставителен план, както между индивидуалните Стартърп фирми, така и в сравнение с осреднените стойности за цялата изследвана съвкупност. Налични са определени индикации за разлика в мащаба на сравняваните стойности, което естествено произлиза от различния мащаб на фирмите.

Постигнатите финансови резултати (под формата на печалба/загуба) от фирмите е с различна интензивност на измененията, като при някои от фирмите има синусоидална форма, а в други случаи линеен вид. Общото между повечето резултати е, че в почти всички случаи началните години на развитие на Стартърп фирмите се отличават с отрицателни финансови резултати, което до определена степен е продиктувано от факта, че това са фирми които тепърва се налагат на пазара със своите иновативни продукти и услуги, а от друга страна увеличаващият се и висок обем на капиталовите разходи (за изграждане, разработване и/или придобиване на различни видове активи – материални и нематериални) предполага по-голям обем амортизационни отчисления, които в своята цялост (предвид факта, че те са данъчно признат разход) намаляват облагаемия доход, и в повечето случаи го превръщат в отрицателна величина преди данъци.

Стойността на активите е индикатора с най-голяма съпоставимост и еднаквост в темпа на изменение, както между отделните фирми, така и между тях и осреднената стойност на всички фирми включени в проучването. Този факт, заедно с темпа на изменението на капиталовите разходи (въпреки, че тям както и при постигнатите финансови резултати, няма единен и устойчив тренд, а е възможен и синусоидален темп на изменение), показват, че тези фирми въпреки и счетоводната загуба, която генерират, имат сравнително добри положителни финансови потоци от годишните си обороти, които текущо реинвестират както в материално-техническо направление, така и в развойна дейност под формата на продукти на интелектуалната собственост (нематериални активи).

#### **Обобщения и изводи**

Какви обобщения и изводи могат да бъдат направени от представените по-горе констатации?

Българската „Стартърп“ екосистема е все още в начална фаза на своето създаване и утвържда-

ване, като работеща и полезна среда за зараждане и развитие на високо иновативни фирми, произвеждащи продукти и оказващи услуги с висока добавена стойност, и служещи за генератор на икономически растеж и развитие на националната икономика. Въпреки това, усилията които се правят в това направление през последните няколко години водят, макар и трудно и бавно, до едни добри резултати, в направление поява на иновативни Стартърп фирми, които приоритетно се създават и развиват в сферата на информационните и комуникационните технологии, но и в секторите на енергетиката, химическата промишленост и приборостроенето. Сами по себе си, тези Стартърп фирми се характеризират с различна динамика и интензитет на развитието си и в съпоставителни периоди от създаването си се намират на различен стадий на своето развитие, както по отношение на развитие на иновативните си продукти, така и по отношение на генерираните обороти и печалби. Обща за българските Стартърп фирми е тенденцията за възходящ темп на изменение на капиталовите разходи и стойността на активите, увеличаващ се оборот и същевременно не добри резултати при генериране на печалба от дейността. Друга съществена тенденция при почти всички български Стартърп фирми е, че те не възприемат като естествен път на развитие превръщането си в публични компании и излизане на фондовата борса чрез инициране и реализиране на първични публични предлагания на акции, по подобие на западноевропейските и американските Стартърп компании. Прилагането на добри чуждестранни практики в бизнес практиката им за бъдеще би довело до постигане на по-добри резултати и динамика на развитието им. Ще улесни набавяне на капиталов ресурс за осъществяване на инвестиционните им намерения и ще даде възможност в страната да се появят първите „еднорози“ – едномилиардни компании по борсова капитализация.

#### **Литература**

Радев, Р. (2014) „Изследване на продуктово-пазарния профил в сектора за производство на млечни продукти“, *Научни трудове на УНСС, том 2*. София: ИК-УНСС.

(Radev, R. (2014) “Izsladvane na produktovo-pazarniia profil v sektora za proizvodstvo na mlechni produkti”, *Nauchni trudove na UNSS, tom 2*. Sofiya: IK-UNSS)

Щерев, Н., Д. Копева, Д. Благоев, З. Йорданова, П. Биолчева, В. Димитрова, (2017) *Създаване и развитие на стартиращи фирми с висок потенциал за растеж (Старт-ъп) в България*. София: ИК-УНСС.

(Shterev, N., D. Kopeva, D. Blagoev, Z. Iordanova, P. Biolcheva, V. Dimitrova, (2017) *Sazdavane I razvitie na startirashti firmi s visok potentsial za rastezh (Startup) v Balgariya*. Sofiya: IK-UNSS)

Dodge, H.R. and Robbins, J.E. (1992) “An empirical investigation of the organizational life cycle model for small business development and survival”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 30, No. 1, pp. 27–37.

Gibb, A.A. and Dyson, J. (1984) “Stimulating the growth of owner managed firms”, in Lewis, J., Stanworth, J. and Gibb, A. (Eds): *Success and Failure in Small Business*. Aldershot, England: Gower Publishing, pp. 249–275.

Hanks, S.H., Watson, C.J., Jansen, E. and Chandler, G.N. (1993) “Tightening the life-cycle construct: a taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 2, pp.5–29.

Hui-Hong, L. & Kim H. (2004) SMEs business growth model: a medium to big effort, *Int. J. Management and Enterprise Development*, Vol. 1, No. 3

Kazanjian, R.K. (1988) “Relation of dominant problems to stages of growth in technology based new ventures”, *Academy of Management Journal*,

Vol. 31, No. 2, pp.257–279

Kazanjian, R.K. and Drazin, R. (1989) “An empirical test of stage of growth progression model”, *Management Science*, Vol. 35, No. 12, pp.1489–1503.

Kimberly, J.R. and Miles, R.H. (1980) ‘Preface’, in Kimberly, J.R., Miles, R.H. and associates (Eds): *The Organizational Life Cycle: Issues in the Creation, Transformation and Decline of Organizations*. San Francisco, California: Kosey-Bass. pp. ix–xiii.

O’Farrell, P.N. and Hitchens, D.M.W.N. (1988) “Alternative theories of small-firm growth: a critical review”, *Environment and Planning A*, Vol. 20, No. 2, pp.1365–1383.

Ries, E. (2011) *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*

Verbrugge, Sofie & Colle, Didier & Pickavet, Mario & Demeester, Piet & Pasqualini, S & Iselt, A & Kirstädter, Andreas & Hülsermann, R & Westphal, Fritz-Joachim & Jaeger, Monika. (2006). *Methodology and input availability parameters for calculating OPEX and CAPEX costs for realistic network scenarios*. APRIL ACCEPTED APRIL PUBLISHED. 17. 10.1364/JON.5.000509.

Dimitar Marchev Blagoev, Assoc. Prof. Ph.D.  
University of National and World Economy,  
Business Faculty, Dept. Industrial Business  
1700 Sofia, Studentski grad, 8<sup>th</sup> of December str. №1.  
E-mail: blagoev@unwe.bg