Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“
„Стратеджайс Консултинг“ ЕООД
Университетска фондация – Пловдив

Социокултурни детерминанти на българското предприемачество

Проектът „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“ е финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Министерството на образованието и науката.

2013 г.

© Колектив, 2013 г.

ISBN 978-954-2959-15-1

СЪДЪРЖАНИЕ

Първа част

1. Социокултурни проблеми на българското предприемачество (от социология към антропология)
гл. ас. д-р Валентин Вацев 7

2. Основни подходи за формиране на предприемаческата активност
гл. ас. д-р Мария Стоева..... 52

3. Законодателна основа на българското предприемачество
проф. д-р Еньо Савов..... 59

4. Политически фактори, влияещи върху предприемачеството
гл. ас. д-р Драгомир Генов 79

5. Иновативността на българския предприемач и големите предизвикателства на кризата
ас. Асен Попов 99

6. Образователен аспект на социокултурните детерминанти на българския предприемач
доц. д-р Веселин Луански 141

7. Българските предприемачи за ползата от браншовите организации
ас. Ани Кузманова 159

8. Предприемачите за предприемачеството и социалния контекст
проф. д-р Желка Генова 169

9. Щрихи към модел за изграждане на психологическа компетентност на предприемача
проф. д.п.н. Веселин Василев 190

Втора част

Социокултурни детерминанти на българското предприемачество (емпирично социологическо изследване)

10. Проблеми на българските предприемачи – акценти и изводи от емпиричното социологическо изследване Димо Гецов 209

11. Предприемаческото съсловие в България и предизвикателствата на кризите (коментар) проф. дсн Кръстьо Петков 215

12. За съвременния профил на българския предприемач (коментар) проф. д-р Митко Димитров 219

Основни резултати от емпиричното социологическо изследване

13. Интерпретационна рамка (понятийни и емпирични индикатори) 224

14. Сценарий за провеждане на групови дискусии (фокус групи) .. 228

15. Резултати от проведените групови дискусии (фокус групи) ... 235

16. Предприемачески нагласи и ценности 262

17. Въпросник за провеждане на дълбочинни интервюта с предприемачи 285

18. Резултати от проведените интервюта 296

19. Основни акценти и изводи от груповите дискусии и дълбочинни интервюта 318

В тази книга са включени студии и статии, както и резултати от изследвания, анализи и коментари, разработвани в хода на осъществяването на втория етап на проекта „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Министерството на образованието, младежта и науката.

Анализът на темите и проблемите, основните констатации и изводи са предпоставени от общ и обединяващ теоретичен модел и комплексно емпирично изследване на историческата, социокултурната, правната, икономическата и ценностната обусловеност на мотивите за инициатива, активност и поведение на българските предприемачи и предприемаческото съсловие в България. С поставянето на проблема за предприемачеството в интердисциплинарна интерпретационна рамка, със съчетаването на потенциала на историческия, икономическия, правния, социологическия и психологическия подходи и методи, изследователският екип реализира целта на изследването – да се разкрие комплекса от условия, фактори и механизми в съвременното българско общество, които влияят (благоприятно или не) върху активността и поведението на българския предприемач и предприемаческата общност.

С реализацията на този проект изследователският екип по същество коригира учебникарските представи за предприемач и предприемаческа дейност и прави опит да разкрие един реален профил на българския предприемач и на проблемите в неговата дейност в условия на кризисна пазарна икономика.

проф. д-р Желка Генова
Ръководител на проекта

СОЦИОКУЛТУРНИ ПРОБЛЕМИ НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО (ОТ СОЦИОЛОГИЯ КЪМ АНТРОПОЛОГИЯ)

Валентин Вацев

Въведение

При определяне на съвкупността от цели за операционализиране на стратегическата социална задача за модернизация на българското общество, наред с другите ориентири беше формулирана и задачата по създаване на мощна социална общност (слой) от предприемачи, която се предполагаше, че предстои да стане движеща сила в българската социално-икономическа сфера и едновременно с това ключов сегмент на българския социокултурен свят. Във връзка с това особено значение придоби въпросът за спецификата на ценностните и културни основания, а също и за културните детерминанти на предприемаческата дейност в България, както и за тенденциите на развитие и поява на т.нар. „предприемаческа култура“.

Следва да се отчете, че самия процес на тематизация (паралелно с неговото разгръщане) на феномена „предприемачество“ в съвременните български социално-исторически условия се осъществява като твърде противоречиво и в отделни моменти подчертано драматично социално „ставане“, като очевидно този процес продължава да бъде проблемен и вътрешно нестабилен. Това е свързано преди всичко с динамиката в измененията на обществото, като се предполага, че при едно по-нататъшно и достатъчно успешно задълбочаване на съответните трансформации предприемачеството в България следва постепенно и съразмерно на своето успешно разгръщане и стабилизиране да образува инициалното ядро, или с други думи „първичното тяло“ на т.нар. средна класа.

Още в началото на методологическия оглед на проблема следва да се уговори специално една контекстуална зависимост с методологическа роля и значение, спрямо разглеждания от нас проблем – детерминацията на българското предприемачество. Проблемната концептуална зависимост, която се има предвид се изразява във факта, че макроикономическите и (съвсем откровено) глобално икономическите начални и контекстуални условия за генезиса на българското предприе-

мачество са предимно неблагоприятни. Средната класа в развитите страни в Западна Европа (а също и САЩ) изначално олицетворява устойчивостта на социалното взаимодействие, динамичната стабилност на социалната структура, икономическата и социална състоятелност на даденото общество. По причина на процеси, обаче, започнали в 70-те години на миналия век и продължаващи своето глобално разгръщане до настоящия момент средните класи на западните общества по общо мнение на като че ли всички сериозни изследователи срещат все позадълбочаващи се трудности. Вероятно е още рано да се приемат икономически и социокултурни хипотези според които разцветът на глобалната икономика съвпада със залеза на средните класи. За България, обаче, последните 20 години икономическо развитие свидетелстват, че проблемите по пътя на формирането и развитието на българското предприемачество не намаляват и дори в известен смисъл (във връзка с проблемите с общата съдба на средната класа в глобален план) се увеличават. Следва да се отчете и още едно обстоятелство, което може да бъде оценено не толкова като пречка, колкото като сериозна предизвикателство – инициалните времена на българското предприемачество до много голяма степен съвпаднаха с глобалната смяна на технологичните епохи, което пак само по себе си значително променя съдържанието на самата предприемаческа дейност.

За целите на настоящия обзор се преценява, че външни привходящи обстоятелства, глобални контекстуални зависимости и детерминации спрямо българското предприемачество с външен характер, могат да бъдат оставени в план извън скоби. В този смисъл нашият интерес е съсредоточен почти напълно върху вътрешно-българските социокултурни зависимости, социологически взаимодействия и евентуално антропологически фактори.

Все пак, съществува една глобална истина (или универсална зависимост) която на общо основание въздейства значително върху българската проблемност, характеризираща нашето предприемачество. Безусловно вярно е, че свързаната с всякакви икономически и конкурентни рискове предприемаческа дейност както свидетелства целия световен опит в началния етап на своето легитимно съществуване неизбежно се характеризира с висока степен на неустойчивост – общоприето е като закономерност, че винаги и навсякъде по света значителен брой от новопоявяващите се бизнес-инициативи се оказват безуспешни. Тази особеност, която вероятно може да се

разглежда като универсална характеристика на всеки прохождащ бизнес, не способства за стабилизирането на ценностните основания и на културните условия за възпроизводство на предприемачеството (като социална общност), като по този начин естествено затруднява процеса на институализация на предприемачеството в качеството му на системообразуващ сегмент на една нова социално-икономическа и културна социална структура. Този фактор с универсална природа (т.е. той е валиден за „всички възможни икономически и социални светове“), действа разбира се, и в българското общество. Но той трябва да остане също извън методологическите скоби на нашия обзор като изследователския ни интерес ще се среща с този фактор – но не в неговата универсална природа, а в неговите специфични социокултурни измерения.

По такъв начин един от най-важните социални субекти за икономическа и политическа модернизация на обществото е именно социалната общност на предприемачите, характеризираща се на този етап в България с две важни комплексни статусни характеристики:

– Тази общност е вътрешно диференцирана в статусен и ценностен смисъл
– Тя е нестабилна от гледна точка на степента на своето икономическо и културно самоопределение

Тези две обстоятелства имат характера на проблеми – твърде силната диференциация на съсловието (в статусен и аксиологически смисъл) в съчетание с незавършената и все още нестабилна самоопределеност представляват значителни пречки, без преодоляването на които българското предприемачество трудно може да заеме дължимите позиции на предполагаем субект на позитивни обществени трансформации.

Като се отчита високата степен на влияние на предприемачеството като специфичен вид дейност и на предприемачите като ставаща социална общност върху трансформацията на социокултурния облик на българското общество, от научна гледна точка е интересно и важно да се проследи спецификата на българската предприемаческа общност, нейната вътрешна еволюция, формите и тенденциите на проявяване на предприемаческата култура като значима именентна съставка на българския социокултурен живот.

Изследването на предприемаческото съсловие съпътства самото съсловие в исторически план. Съществуват базови изследвания, които

са задали методологическите рамки, и като класическа роля между тях са изиграли работите на Джон Стюарт Мил, Адам Смит, Ж-Б. Сей, Ж. Тюрго и някои други класици-основатели на тази проблематика.

Основополагащо значение в тази област имат и аксеологическите теории на В. Винделбанд , И. Рикерт, и разбира се водещо място в оформянето на проблемно-интелектуалната картина имат трудовете на Вебер, Дюркхайм и Парсънс. Цялостни теории за природата на предприемачеството, съчетаващи икономическо обосноваване на иновационните функции на предприемачеството от една страна, и от друга – на основите на социологическия подход към анализа на този феномен са заложени в изследванията на научни авторитети с мащаба на Зомбарт, Кейнс, Маркс и Шумпетер, чиито идеи са намерили по-нататъшно специфично развитие в работите на Л.Валрас, Дракър, Мизес, Хаек, а също и на множество техни съвременни последователи.

По този начин научното изследване на феномена предприемачество има своята академична история и своите безспорни интелектуални резултати. Връзката между предприемачеството и социално-икономическите обществени преобразования, въпросите на взаимодействието между бизнеса и властта, многообразните аспекти на проблема на социалната отговорност на предприемача, социокултурните характеристики на отношенията между формиращата се предприемаческа общност и българската култура, генезиса и институционализацията на прпедприемаческото съсловие, както и общите зависимости на взаимодействието между предприемачеството и цялостната социална структура – това са проблемни аспекти и цели проблемни области, които естествено предизвикват значим научен интерес със съответните научни резултати.

Обаче, що се касае до проблемите на ставането на предприемаческата култура и активност от гледна точка на ценностните детерминации, мотивации и други скрити зависимости, те все още очакват своите съвременни задълбочени изследвания.

1. Дефиниционни проблеми

Проблемите на предприемаческата култура допускат един своеобразен двоен ракурс на изследване, което само по себе си вече е белег и на методологически проблемна ситуация. До някаква степен проблемността на тази ситуация е замаскирана от начина, по който предприемачеството бива логически дефинирано.

Обичайно е (и това е практика, подкрепена от много авторитетни изследователи) родовият белег на предприемачеството (а това е икономическата му природа) да бъде изтласкван от неговите видове специфики, т.е. от неговите социокултурни реализации, а това неизбежно води до психологизация не просто на визията за култура, но и до внасянето на психологическа детерминация в проблемно-мотивационното поле на самата предприемаческа активност. Казано по-просто, сблъсъкът на genus proximus и differentia specifica заличава границите на предметното поле и психологизира неговите основания. В съдържателен смисъл очевидно тази процедура конституира прояви на предметност, но в методологически план тя е свидетелство за пренебрегване (неволно) на фундаментални детерминационни координации и субординации.

При такъв подход психологизацията на предметното поле (предприемачеството като реалност) е неизбежна. Само по себе си това може и да не бъде голям съдържателен проблем – нима наистина предприемачеството не е дело на живи конкретни социални (индивидуални и групови) субекти? Но психологическото разгръщане на това съдържание при такъв подход заплашва да заличи неговата обективна икономическа природа. Обичайно срещано обяснение е, че предприемачеството е тип икономическо поведение, но на общо основание може да бъде срещнато в много други проблемни и съдържателни сфери на човешката активност – нима Рамзес Втори не е бил предприемач, започвайки строежа на своята пирамида? И нима Магелан не отговаря на трите задължителни изисквания за предприемачество – иновация, риск, печалба? Колумбовото дело също е новаторско, очевидно е било високо рисково, и самият Колумб без всякакви съмнения се е стремял към някаква печалба.

Всичко това е вярно, но постулирането на предприемачеството като нещо „не съвсем икономическо“ заличава границите на предметното поле. „Предприемачеството като нещо не съвсем икономическо“, като нещо което може да е, но може и да не е капиталова дейност – този подход от методологическа гледна точка очевидно е несъстоятелен, макар да е от съдържателна гледна точка във висока степен удобен (и дори успешен в определен смисъл), тъй като дава възможност да се отчетат в рамките на теорията ред емпирични особености.

Идеята, че не всеки капиталист (бизнесмен) е предприемач, както и че не всеки предприемач (антрепреньор) е капиталист, изглеж-

да съдържателно вярна. Но този подход разрешава на изследователя да работи с лошо формулирани изходни понятия и в крайна сметка фалшифицира (по смисъла на К.Попър) резултатите на неговото изследване.

Опорна точка на този подход е интуитивната представа, която в хода на изследвания от този вид бива натоварена с непосилно методологическо бреме – това е подозрително „хитрата“ уловка, че предприемачът „прави нещо ново“, а капиталистът може да си остане такъв дори със старите неща, които е произвеждал. Тук слабото място в концептуалната верига е неподдаващата се на строга дефиниция представа за „новост“. Нима новото, по принцип не е добре забравено старо? Схващането че новото е резултат на забравата съвсем не е толкова абсурдно, колкото изглежда на пръв поглед.

Дефиницията на „новото“ като нещо, което не е било, а сега вече е, е същностно кръгова, защото всяко ставане противостои на битието като новост. Силата на тези абстакции е в тяхната очевидна всеобемност, а слабостта им – в тяхната пределна безсъдържателност. Едно отговорно отношение към проблема за новостта неумолимо бе отвело изследователя към категориалните джунгли на загадъчната проблематика на прогреса. Но този род теоретически екскурзии са както нежелателни, така и неинтересни в зоната, очертана от теоретическата парадигма на предприемачеството.

Съдържателни, но също трудно дефинируеми са и другите предполагаеми диференциални белези, за които се предполага, че имат критериална роля в конституирането на предприемачеството като теоретичен проблем. Такъв белег обикновено е отговорността – но отговорността сама по себе си е характеристика не само на бизнеса (разглеждан като предприемачество или не), и не само на предприемачеството (разглеждано като бизнес или като нещо друго) – отговорността е универсална и аподиктична характеристика на всяка дейност, видяна откъм нейната субектност. С други думи в категориалното съдържание на всяко „нещо“, което е дейност, се открива неизбежно „нещо“, което се разкрива като отговорност. Казано кантиански, съждението „субектът е отговорен“ е аналитично и тавтологично.

При подобен анализ на другите диференциални белези, които разграничават предприемачеството от бизнеса става ясно, че те са достатъчни за привидно обособяване на това предметно поле, но

очертавайки видовите специфики, те стоят в неопределено отношение към родовите характеристики. Нека повторим – неизбежният резултат на тази методологическа недоработеност генерира съдържателни неточности, като в края на краищата цялата проблематика бива потопена в океана на културата, разбрана обаче като психология. В това няма нищо необичайно защото логическите недоработки по правило се компенсират с психологически, но привидни обяснения, които обаче нямат обяснителна сила. Този род методологически ситуации са много отдавна много добре илюстрирани – напр. Молиеровият герой убедено обяснява, че опиумът има приспивна сила, „защото приспива“.

Всъщност, тази проблематика със сигурност не е резултат от интелектуална небрежност или от теоретическа несръчност на изследователя. Работата е там, че психологизацията (явна или прикрита) на проблема за предприемачеството идва като проявление на един много сериозен друг проблем. Той едва ли е психологически и със сигурност не може да се решава с психологически открития получени при анализ на „душата“ на предприемача.

Тук на практика става дума за отношението между икономика и култура. Социално-философското осмисляне на предприемачеството предполага и изисква поставянето на въпроса в плоскостта на високата методология, както и употреба на резултатите от съвременния дебат за връзката между икономика и култура, който тече в европейската философско-историческа и икономическа наука.

Разбира се, въпросът за предприемачеството има и една проста страна, която е примамлива с възможността да се даде бързо и остроумно решение, при това нелишено и от известна историческа основателност. Няма да е невярно, например, да се посочи , че разликата между бизнес и предприемачество (антрепреньорство) е продиктувано до голяма степен от специфични езикови практики повлияни от конюнктурни политически обстоятелства. Знае се напр., че в междувоенния период на 20-ти век в България разликата между антрепреньорство, бизнес и правене на гешефт до много голяма степен е била израз на специфични културни исторически и дори политически предпочитания и произтичащи от тях ориентации. Тази част от тогавашната българска буржоазия, която се е чувствала ангажирана (икономически, културно и политически) с Третия райх, разглеждала своята дейност като „правене на гешефт“. Друга

част на тогавашната българска буржоазия, която е имала англофренска ориентация е държала на друг тип словоупотреба – антерпреньорството преди всичко, заедно с бизнеса са били наименования не просто на род икономическа дейност, а културни кодове , които ясно са правили понятни за времето отпратки към съответния културно-политически регион.

Обяснимо е също така, защо от тогава до днес терминът „гешефт“ е придобил запазената до днес пежоративна конотация, „гешефтарството“ и до днес е прието да се разбира като нежелателна и морално неприемлива практика. Тук ясно може да се проследи огромното обратно влияние на културно-политическите фактори (разбира се, с изключително силен морален потенциал) върху икономическата активност и икономически произвежданата реалност.

Едва ли обаче дискурсивните практики имат окончателно обяснителна сила при анализа на въпроса, който ни интересува. С други думи доказателството, че въпросът е и езиков съвсем не е доказателство, че въпросът е само езиков. И той наистина не е. Да, хората говорят така, както говорят. Но говоренето не обяснява говоренето и още по-малко обяснява (нека подчертаем – не обяснява в смисъл на генезис) мисленето. Тук е трудно да се приеме така нашумялата през последните десетилетия „доктрина за лингвистическата относителност“ на видните американски изследователи Сепир и Уорф според която езиковите „дълбинни структури“ работят в режим на смислова матрица спрямо генерираното в езика смислово съдържание. Без съмнение всеки език носи своите културни хоризонти и убеждението на Хайдегер, че „езикът е дом на битието“, както и вярата на Витгенщайн, че „границите на моя език са границите на моя свят“ трудно могат да бъдат оспорени. Но тук по-скоро става дума за необходимостта от правилно тълкуване. Небрежният херменевтичен подход според нас в случая става причина за изваждане от принципите на Хайдегер и Витгенщайн на фактологически невярно съдържание. Да, езикът е дом на битието, но не го създава; да, границите на езика наистина ограничават света, но не го произвеждат, и така също изключителната методологическа елегантност на хипотезата Сепир – Уорф (според която, нека повторим, човекът мисли така, както говори) няма окончателен обяснителен потенциал – т.е. това са обяснения, които сами очакват своите обяснения.

Всичко това означава, че днес ние можем да обясним антрепреньорството като англо-френска (и предимно френска) икономическа култура, а гешефтарството като нежелана (и затова осъдителна) икономическа практика с неприемливи политически ориентации (защото е не просто германска, особена такава), и така също при такъв подход обикновения здрав „бизнес“ в нашата днешна практика може да бъде разглеждан като израз на съдбовната ангажираност на българската икономическа практика със здравите американски капиталови културни модели.

Всичко това, обаче, е проява на зависимост при която езикът говори, но не се знае какво казва. Да обясняваш културата с езика – това разбира се е възможно. Но това е зле прикрит методологически кръг, защото самия език е културно събитие.

Въпросът за методологическото и съдържателно несъвпадение, което се наблюдава между концептите на бизнеса и на антрепреньорството приема още един интерпретативен подход. Нелишено от смисъл, а оттам и от основание, е предположението, че разликата между двете може да бъде херменевтично „разглобена“ със средствата на фазово-стадиалния анализ. Един такъв подход при всичките му очевидни несъвършенства има примамливата обяснителна способност не да редополага, а да разгръща диахронно ядрата на тези концепции. Та нима всеки бизнесмен в началото на своята капиталова активност не е и предприемач? И то в най-точния смисъл на Ж.Б. Сей и Й. Шумпетер? Нима началото на всеки успешен бизнес не означава предприемане на нещо ново, рисковано, много отговорно и обещаващо едновременно с това и някакви печалби? Един такъв подход, макар и подозрително семпъл, може да обясни (като че ли) примитивния факт, че големите капиталови родове и семейства днес като че ли просто охраняват своите активи , без иновационен потенциал, без ненужни рискове и като че ли с минимални печалби. Изглежда близко до ума разбирането , че успешният капиталист, стъпил вече на правата магистрала на големия успех не се чувства иноватор, субект на риск или пък съдбовно отговорен за делата си. Обаче простата формула , че успехът убива предприемача и го замества с бизнесмена е подозрително обяснителна, за да бъде вярна. Няма методологически пречки тук да действаме по пътя на О. Шпенглер, който твърди, (основателно според нас),че във всяка ци-

вилизация има по една мъртва култура – че във всеки един успешен бизнесмен има един мъртъв предприемач.

И все пак, това, което дава валидност на философско-историческите и културологическите съдбовни конструкции на Шпенглер, не може да бъде валидно при интелектуалното разглеждане на интересуващия ни въпрос. Да, без съмнение най-простото и като че ли най-близко до ума смислово деление между бизнеса и предприемачеството е фазовото. Но и това обяснение на разполага с необходимата обяснителна сила, тъй като тук става дума не просто за различни етапи в движението на капитала, а за отношение на детерминация, за връзки между предпоставки и резултати, за генетична и функционална обвързаност. Затова, без да подценяваме както езиковите, така и културно-психологическите обяснения на феномена „предприемачество“ (тъй като те имат своята безспорна, макар и ограничена стойност), следва да си спомним, че тук наистина става дума за съдържателни връзки между две различни проблемни области, за субординация и координация между две съседни социални полета – и всичко това е материя, която изисква друг инструментариум.

Тук наистина става дума за връзката между култура изобщо и икономика изобщо. Така поставен, въпросът изглежда съдържателно необятен и затова би било методологически уместно тук да се разгледа един специфичен, но и фундаментален, едновременно с това ракурс на отношението между икономика и култура.

2. Срещата на противоположностите

Когато се говори за връзка между икономика и култура, това отношение съдържа една определена точка, в която се срещат две правопротивоположни хипотези относно пътищата на детерминацията.

Едната възможна гледна точка е тази на Макс Вебер, според когото социалното действие (респ. социалната реалност, социалната фактичност) съществува като такава само дотолкова, доколкото включва в себе си момент на осмислено целеполагане, т.е. някаква идейна съставка. В най-опростен прочит този Веберов принцип постулира социалната реалност като функция на някакво идеално съдържание и това, разбира се, е подход, който на общо основание може да бъде тълкуван и възприеман като идеалистически par excellence. Съвсем просто – идейното съдържание конституира со-

циалната реалност, едно „нещо“ носи статуса на фактичност, доколкото по някакъв начин инкорпорира в себе си някакво идеално съдържание. От идеята към безидейната действителност – това е идеалистическия заряд на веберовото виждане за това какво е „факт“. Още веднъж – за Вебер фактично е само осмисленото, реалността извън смисъла не е реална и дори не подлежи на тематизиране. При такъв методологически начален пункт, възприет от Вебер, е напълно естествено този автор да вижда генезиса на европейския капитализъм (а и на всеки друг) в областта на идеите. Според смелото – и недоказано – предположение на Вебер, капитализмът може да съществува и получава основанието си само от, във и чрез европейската реформация, т.е. революционния преход, в който се появява една нова интерпретация на християнската вяра – протестанството. В програмното си съчинение „Протестанската етика и духът на капитализма“ Вебер доказва именно това: преди капитализмът да започне да твори култура, преди той да почне да генерира своите културни следствия, резултати и самосъзнание, европейският капитализъм вече сам по себе си е културен резултат, преди да произвежда – той вече е произведен, преди да бъде основание на многообразни културни феномени, той е сам в себе си ipso facto културен феномен.

При такъв подход към функционирането и генезиса на европейската капиталова реалност, въпросът за отношението култура – икономика е предрешен. Именно културата твори икономическата реалност, като самата тази икономическа реалност намира своите обяснения в мистерията на определени културно-исторически, аксиологически и психологически взаимодействия. В ракурса на тази логика би било редно особеностите на българското предприемачество да бъдат обяснявани с културно наследство, национален манталитет, исторически игри на случая и множество други естествени и изкуствени фактори, които спрямо българската предприемаческа реалност се явяват като точки и фактори за генетична предразположеност или дори направо (в някои случаи) предопределеност. Примерите за този подход са многобройни, като някои от тях свидетелстват не само, че български теоретици са усвоили добре Вебер, но и затова, че с Веберовите методи на социално обяснение твърде лесно може да се спекулира. Един емблематичен пример за неуместно ангажиране на авторитета на великия европейски социолог при обяс-

нението на българските особености е например наивното и неподдаващо се по никакъв начин на верификация твърдение, че българския капитализъм е неуспешен, защото 500-те години турско робство са попречили за появата на „свободния човек“. Този начин на разбиране и употреба на Вебер (а по-точно е да се каже – начин на неразбиране и злоупотреба), може да бъде срещнат включително и в някои постановки, откроявящи се с пределна абсурдност на смисъла: напр. гражданско общество в България няма да има, докато българите не приемат протестанството като национална вяра.

Без съмнение, маститият социолог, патриарх и основател на европейската социология Макс Вебер не бива да бъде държан отговорен за скудоумието на някои български интерпретатори. Проблемът все пак е по-друг. Доказвайки безусловно и убедително генеративната роля на протестантския поврат в Западна Европа спрямо разгръщащата се капиталистическа реалност, Вебер безуспешно се опитва да докаже една друга теза – че протестантската духовна революция е не само действен, но и ексклузивен детерминатор на всяко нещо, което може да бъде наречено (в строг или в по-широк смисъл) капитализъм.

И така, според концепцията на единия от двамата патриарси на европейското модерно обществознание, капитализмът (включително със своите агенти – бизнесмени, предприемачи, търговци и т.н.) е частен случай – и в пространствен и в исторически смисъл – на културната революция, произведена от Мартин Лутер и Калвин и от техните последователи. Капитализмът по логиката на Вебер е културно-исторически продукт и има духовен генезис някъде там в основанията на Европейската т.е. протестантска идея. Следва, че автентичният агент на капиталово развитие (индустриалец, търговец, менажер) е съзнателно или не добър протестант. Частен случай на тази логика е и неизбежното следствие, че при такива изходни обяснителни предпоставки капитализъм не може да се разгърне нито в конфуцианска, нито в мюсюлманска, нито дори в християнска православна културна среда.

Така капитализмът се появява като съдба, но не в универсален смисъл на цялото човешко общество, а само на тези западни или източни общества, в които е налично специфично протестантско световъзприятие.

От напълно противоположни методологически и логически позиции тръгва обяснението на връзката култура – икономика в традицията на К.Маркс. Още в началото на представянето на този проблемен аспект, обаче, следва да се направи уговорката за парадоксалната разлика между това, което е мислил, писал, доказвал и утвърждавал самия Маркс и концепциите на т.нар „марксизъм“, който в момента не съвсем основателно претендира да представлява компендиум от марксови идеи и въз осова на това се представя като продължение и развитие на собствените марксови концепции.

Всъщност, разликата между учението на Маркс и т.нар. „марксизъм“ е фундаментална, като е знайно, че самия Маркс няколкократно и категорично се е разграничавал от появилите се още тогава „марксисти“. „Ако това е марксизъм, аз не съм марксист“ – няколкократно заявява Маркс пред свои съмишленици и последователи.

Разбира се, темата за разликата между Маркс и марксистите е значима, но излиза далеч от тематичния и проблемен кръг на настоящото изследване, затова ще се ограничим с очертаването на концепции и становища, които (с повече или по-малко основания) е прието да се смята, че са дело на Маркс и които имат връзка с изследвания въпрос.

„Светът е преди всичко материален“, „ В света няма нищо друго освен движеща се материя“, „Единственото научно обяснение на историята е материалистическото“, „Идеалното не е нищо друго, освен образ на материалното, преобърнат и присаден в човешката глава“ – и много други такива постановки, които е прието да се свързват с учението на Маркс, макар че, в маса случаи те са дело на негови безкритични и безпомощни епигони. Безспорно е обаче едно – за Маркс наистина материалността, материалното движение произвежда културния свят, духът е произведен от материалните взаимодействия и културата на капитализма не го предхожда, а го следва. Във волен преразказ на тези зависимости може да се твърди, че всичко това е проява на марксовото „материалистическо разбиране на историята“.

Съвсем естествено е при такива аксиоми на изследването капиталистическите обществени отношения да бъдат начален генератор, а оттам и обяснение на всеобщото културно взаимодействие. По логиката на марксизма (макар и не толкова по логиката на самия Маркс), капитализмът не е сътворен, а твори културата, като чрез

културата той твори самия себе си. Разглеждан по този начин капитализмът a la Маркс е не частен случай, не сингуларност, а е универсалия, с която следва да се срещне цялото човечество.

За разлика от Вебер, Маркс по-скоро би се изненадал не от това, че някъде съществува капитализъм, а по-скоро от това, че той някъде не съществува. По смисълът на Маркс капитализмът е съдба на цялото човечество, като ако тя все още някъде не се е проявила, това е просто въпрос на историческо развитие, т.е. на време, което предстои да протече. По този начин капитализмът не е частен случай, а е всеобща съдба – като „най-челните народи“ (Англия и САЩ) вече са се срещнали със съдбата си, а на всички останали – тъй като все още не са достатъчно развити – това им предстои. Разбира се, в духа на най-високото антично разбиране за героизъм срещата със съдбата означава битка с нея. И по този начин човечеството е осъдено на сблъсък със собствената си съдба, за да може след края на тази битка, преодолявайки я да навлезе в новото си постисторическо състояние, което Маркс нарича със загадъчния термин „комунизъм“. Есхатологичният смисъл на марксовото учение за връзката между културата и икономиката е прикрит и вероятно затова остава непонятен за марксовите епигони и ялови интелектуални последователи.

Но това, което за нас е важно в кръга на настоящото изследване е принципната противоположност на марксистката аксиоматика спрямо веберовото разбиране за история и социална реалност.

Капитализмът твори културата, капиталът като безлично начало води и целеполага дейността на своите персонални и групови агенти и функционери, като материална сила, която господства над културата, той произвежда културата и чрез това производство произвежда себе си. Този подход наистина е право противоположен на веберовия – не идеалното конституира социалната реалност, а тъкмо обратното – социалната, при това материална, реалност намира своето продължение в и чрез своите собствени идеални продукти.

Можем да направим междинно обобщение. Маркс и Вебер са двата полюса на единното проблемно поле на западноевропейската социологическа мисъл и на нейните търсения в областта на връзката на капиталистическата активност в нейните собствени социокултурни предпоставки. Преди да произвежда култура, самият капитализъм плува в океана на културата. И затова е сам по себе си проява

на култура, средство, чрез което културата функционира – според Вебер.

Обратно, капитализмът произвежда културата и затова културните битки в частност са битки за или против капитализма, макар и не винаги в явна форма , капитализмът е универсална съдба и битката срещу него следва да се води дори и там, където все още не се е появил – твърди Маркс. Вярата в настъплението на капитализма според марксистите е вяра в шествието на прогреса. Затова в частност теориите на Д. Благоев за капиталистическото бъдеще на България а и на Хаджийски, който вярва в оптимистичното бъдеще на България са разновидности на вярата в прогреса, който е другото лице на победоносно настъпващия капитализъм, на глобализиращата се Модерност.

В тези противоположни становища, обаче, има допирна точка, зона, където противоречивостта на двамата европейски патриарси стига до съвпадения. Капиталистическият човек като главно действащо лице на мистерията на капиталовото разгръщане в рамките на едната традиция е разбира се материалист, а в рамките на другата – е без съмнение идеалист. В единия случай – по думите на Енгелс – това е човекът, който преди да твори култура, идеология и наука е длъжен да задоволи материалните си потребности. А човекът в оптиката на противоположната концепция е смислово-ориентиран, движен от духовни импулси и способен да игнорира материалните си зависимости.

Но единият и другият човек са съзнателни, те са хора на разума, те са различни въплъщения на класическия нововременен западноевропейски човек – homo sapiens. И в двата случая имаме работа с въплатеният разум, т.е. разумът, който е придобил плът, който владее над плътта си, опознава я „отвътре“ и свободно овладява нейните закономерности, осъзнавайки ги.

Фактически субектът, който обитава и марксовия свят, и света на Вебер, е носител на тържествуващ разум и агент на интелектуално просветление на света. Това е човесът на новото време, антропологическия идеален индивид, обитател на западноевропейския социокултурен космос.

Най-важното за него е, че той е разумно същество, т.е. че със силата на своя разум той управлява цялата си личност и цялата си житейска траектория. Антропологическият идеален субект (homo

sapiens) в зоната на икономиката – това е нашият добър стар познат homo oeconomicus. Що се отнася до политическия живот същият персонифициран и въплътен разум се явява като „добронамерен и информиран индивид“, който с разума си опознава общото благо, а с волята си реализира предписанията на разума.

Във всички досегашни изследвания на предприемача, на неговите особености, мотивации, лични способности и интелектуални ходове, а така също и на неговия генезис, социална траектория, общности и културни продукти на неговите общности, изследователят – отвъд цялото характерологическо многообразие на изследвания обект (предприемача) се среща с един и същ централен субект – това е героят на Новото време, агентът на универсалните или специфични капиталистически отношения: Новият човек, населяващ модерната епоха на западноевропейския културен космос.

Именно този човек е персонажът, който (като агент на икономически дейности, като субект на културен живот, като носител на психологически характеристики и т.н.) е централният предмет в изследванията на предприемачеството.

3. Проблеми под повърхността

На този етап от изследването се появява необходимостта за преход от анализ на културата на субекта (икономическа, психологическа и морална) към субекта на културата. Необходимо е изявяването на основните характеристики на дейностния агент , който, характеризиращ се с многообразни качества и особености, се появява в зрителното поле на изследването като интегрално единство, т.е. деен субект. Преходът от култура на субекта към субект на културата означава пренасяне на изследователското внимание от персонални особености, взаимодействащи с жизнени обстоятелства към по-дълбоки равнища на взаимодействие и причинност, там където се разгръщат закономерностите на културно-исторически обусловената (произведена) субектност.

Преди да се гради теоретичен модел на дейния субект на предприемачеството, обаче редно е да се отбележи, че работата по систематизация, конкретизация, отчленяване и типологичен синтез вече е исторически извършена. Преди теоретическите типологични синтези на субектността, която ни интересува (т.е. на предприемачеството), следва да си спомним, че този синтез, произвел типология

(очакваща своя теоретичен анализ) вече е протекъл в конкретно историческата практика, като е разгърнал пред очите на изследователя една повече или по-малко стабилна картина на формите на предприемаческата дейна субектност. Просто казано, практическите абстракции на живота или вече са произвели предприемаческата субектност, или (какъвто е случая според нас в България) произвеждат тази субектност.

При такъв подход задачата по теоретическото конструиране на предприемаческата субектност – а това е житейския въпрос за личността на предприемача – се свежда не до теоретично композиране на „дължими характеристики“, а на изследване на живия живот.

И наистина, проведените емпирични изследвания показват като резултат една богата и динамична картина на развитие на нови форми на икономическа субектност, на нов тип проблемност, на нови житейски обстоятелства чрез развитието на които се формира новото българско предприемачество – първо като съсловие, а в последствие се предполага, че на базата на такива социални ядра следва да се развие изключително важната социална група, която западната социология предпочита да нарича „средна класа“.

На методиката, провеждането и анализа на резултатите от емпиричните социологически изследвания, насочени към този вид социална проблемност, са посветени детайлни анализи в други изследвания.

Обаче още на равнището на неспециализиран и неаналитичен поглед към осъзнаваната от българското предприемачество проблемност се вижда един централен проблем, който няма как да бъде обявен за житейска привидност, всекидневна илюзия, битово заблуждение или просто грешка.

Става дума за факта, че българското предприемачество е склонно да извежда на преден план (дори когато не става дума за социологическо изследване на проблемите му) проблеми, произтичащи не толкова от основанията на своята дейност, колкото с контекстуален характер. С други думи с повече или по-малко основание българския предприемач е склонен синтетично да обединява своята проблемност не като фонтанираща от основанията на дейността му, а като привходяща, като привнесена „отвън“, в смисъл на несъвършенство на правната среда, на законовата подредба и, обобщено казано, на отношението на държавата към неговата дейност.

На пръв поглед това е напълно естествено: българският предприемач има както право, така и основание да очаква много поблагоприятна среда за своята дейност, формирана, предлагана и гарантирана от българската държава.

Без съмнение, българският държавен апарат, правната подредба и управленските зависимости в обществото, които са релевантни спрямо дейността на отделния предприемач трудно могат да бъдат наречени благоприятствуващи успеха му. За да бъде видяно това, обаче, не е необходим никакъв особен социологически инструментариум – тук става дума за зависимости на повърхността.

При внимателно разглеждане, обаче, на съвкупността от проблеми, които според самите български предприемачи имат централен, а оттам и определящ за тяхната дейност характер, могат да бъдат открити актуални проблемни пластове, които са свързани не толкова с юридическия контекст на предприемаческата дейност, и не толкова с отношенията на предприемача и държавността на България. Оказва се, че на едно по-дълбоко равнище под повърхността на всекидневните зависимости в жизнената дейност на българския предприемач наличествуват друг кръг проблеми, които могат да бъдат, а могат и да не бъдат тематизирани в съзнанието на самия предприемач.

Проблемните ядра, които функционират във фонов режим в процеса на предприемаческата активност само се проявяват в областта на допир между активността на предприемача и нейния собствен правен контекст. Всъщност, тези проблеми са на по-ниско равнище в структурата на личността, организацията на съзнанието, формите на мотивация и динамиката на предприемаческото целеполагане. Очевидно това са проблеми, които произтичат не толкова от всекидневната конюнктура на предприемаческата дейност, а са отглас на неговия нов исторически генезис.

За да се доближим до същината на тези проблеми, трябва да си спомним, че пазарната икономика в България (от вида, за който има съгласие, че е необходим – частна инициатива, независими производители, социална отговорност, креативност, иновативност и т.н.) се появява практически на празно място, като по този начин цялата идеология на „великото завръщане към началата“ на практика е не толкова завръщане, колкото изграждане на напълно нова система от икономически, правни и културни отношения в българското общес-

тво. Следва още веднъж да се подчертае: дори този български предприемач, който е убеден, че в днешната си дейност осъществява завръщане към своите семейни традиции, към предприемаческите принципи на своето семейство от миналото, на практика съзнателно или не възстановява в нови форми някаква стара действителност, а изгражда чисто нов съвременен социален свят.

Двете основни проблемни ядра, които функционират непосредствено под повърхността на предприемаческото всекидневно съзнание са не психологически и не културно-аксиологически. Това са par excellence екзистенциални проблеми, и като всички други екзистенциални проблеми те касаят не „тялото, или душата, или и двете“, а смисъла, т.е. това пределно основание на цялото дейно човешко съществуване, което му придава културна форма и определеност.

В приблизителна форма (подходяща за този етап на изследването), те могат да бъдат формулирани така – проблемът за легитимността и проблемът за проектността.

Известно е, че човешката дейност като субстанциална основа и градивна тъкан на обществената цялост се характеризира с две неотмени фундаментални характеристики – за да бъде успешна, тя предполага основание и цели.

Проблемът за легитимността в дейността на българското предприемачество нито се свежда към, нито се извежда от някакви легални основания, за които се предполага, че са или вече създадени, или се създават в реално време, паралелно с хода на разгръщането на предприемаческата дейност. Истината всъщност е, че легалност и легитимност са два напълно различни, макар и свързани проблема. И в своето правно приложение, в юридическите практики и взаимодействия, и във всекидневните социални отношения, в които юридическите характеристики са само аспект, легалността на една дейност е въпрос, касаещ нейната законосъобразност. По принцип легална е всяка дейност, която е съобразена със закона – независимо от това какво е съдържанието на тази дейност и независимо от това какъв е самия закон.

Най-просто казано, легалността означава съразмерност на дейността от гледна точка на някакъв функциониращ закон и нищо друго. Формалният характер на принципа на легалността е съдържателно неизбежен, но едновременно с това е и съдържателно недостатъчен. С други думи няма такава престъпна дейност, която да

не може да бъде легализирана по силата на някакъв закон, напр. попаднал във властта на престъпника, няма такова престъпление, което да не бъде направено легално чрез постановяване по властен път, че това, което вчера е било престъпление, днес вече е гражданска добродетел.

И това произтича не от несъвършенството на правните форми изобщо, а от техния действителен правен т.е. формален характер. Правната норма не може да не е формална – както е известно от философията на правото единственото съдържание на правото е формата. Тук е и могъществото на закона, но и неговото безсилие, защото престъпникът, добрал се до властта като първа задача за решаване има грижата да превърне собствената си престъпна дейност в юридическа норма.

Легитимността, разбира се е нещо съвсем друго и касае както конкретните основания на някакви социални факти, така и общата основателност на някаква социална фактичност. При такова разбиране основанието не може да бъде формално-юридическо, въпреки, че когато е налице то има и своето правно битие. Съдържателната основателност на правните факти, всъщност, има предвид и Кант, когато упорито и непрекъснато твърди, че „Корабът на закона плува в океана на морала“. Просто казано, ако легалността е основаност върху правен закон, легитимността е нещо същностно по-сложно, по-богато и по-дълбоко. Легитимността е фундирана в най-дълбоките слоеве и означава свързаност и съразмерност на човешките действия със смисловите основания на социалното битие. Оттук, разбира се, се проследява и връзката на легитимността на едно действие с неговия морален характер. Като междинен извод може да се посочи , че легалността е действие, което има някакво значение, съгласувано с актуален закон, а легитимността характеризира само действията, които са фундирани в смисъла, т.е. имат смислови основания, морална обосновка и оправдание.

Казано максимално просто, легитимността обитава зоните на смисъла, а легалността – територията на значението. Именно затова легитимността е въпрос, който се решава и с легални, законови средства, но никога само с тях – тъй като съществуват множество примери за легални, но нелегитимни действия, а е напълно реална и обратната хипотеза – за нелегалната легитимност.

Правното съзнание на протестантския свят не приема или приема с много трудности идеята за нелегална легитимност. Това произтича от специфичния законнически характер на разбирането за съотношението между ефективност и легалност, характерно за западния свят. В протестантската част на Западна Европа (и разбира се в САЩ) върховенството на закона се признава в класическия римски смисъл (т.е. в духа на класическия римски принцип dura lex sed lex, а също и по смисъла на формулата sub judice), като едновременно с това под върховенство на закона се разбират и всички случаи на проявена легитимност. С други думи протестантският свят, разбира се, има съзнанието за разликата между легалност и легитимност, но по традиция не е склонен нито да възприема тази разлика като разгърнато противоречие, нито – когато тя все пак се прояви – да избира в полза на легитимността. Легитимност без легалност е нещо почти немислимо на запад от България. В нашата част на света, обаче, (и причините за това със сигурност на са просто географски), зоната на сблъсък между смисъл и значение е широка и активна. Върху културно-историческите предпоставки за тази наша социокултурна и традиционна особеност ще се съсредоточим в съответната част на изследването, но още отсега следва да се посочи, че българският гражданин предпочитайки нелесния път на съвременното предприемачество, поради собствените си социокултурни особености, културно-исторически традиции и образователно-възпитателни гешалти не е в състояние да забрави разликата между легитимност и легалност.

Нещо повече, цялото българско общество помни и не забравя проблема за произхода на първия милион. Това е типичен легитимационен проблем. Той лежи, поради това, не в плоскостта „съответствие – несъответствие със закона“, а е свързан с много подълбоки проблемни слоеве, там, където неизменно присъства проблемът за оправданието на дейността. Както е известно, отсъствието на морално оправдание не може да бъде компенсирано с наличието на никакви произволни комбинации от юридически, физически и психологически оправдания. Без съмнение, този проблем е стоял и пред западните общества в зората на европейския капитализъм (т.е. в началото на епохата на модерността). Но този проблем там, който – нека повторим – е не толкова психологически, колкото преди всичко морален (а затова и верски) също там е решаван. На практи-

ка той вече е решен – и всъщност целият преход (мъчителен, напрегнат, на места кървав) от католическа към протестантска вяра в западния свят представлява освен всичко друго едно неикономическо и нефизическо решение на проблема за легитимността на капиталовата дейност.

Днес в България този проблем или не се признава като такъв, или опитите му да бъде поставен се стигматизират като израз на комунистически реваншизъм или като проява на неуместно морализаторство. Но при това състояние на нерешеност на този фундаментален екзистенциален проблем, няма нищо странно, че американският бизнесмен в пълно съгласие със своите евангелически или баптистки принципи се чувства непоклатим морален стожер в обществото си и живее с ясното съзнание за морална оправданост. Съвсем обратно е състоянието в днешна България. Днешният бизнесмен (който на общо основание може да бъде разглеждан и като предприемач) обосновава своето материално положение с различни странни формули със съмнителна морална конотация – „който превари, той ще натовари“, „по-добре здрав и богат, колкото беден и болен“ или дори „а вие какво имате против богатите”? В Западния свят този проблем (за моралната и екзистенциална легитимация) е стоял и е решен. В България, обаче, в днешната ни действителност този проблем е драматично нерешен и драматичността тук идва от съпротивата срещу самото му поставяне.

Нека повторим: тук става въпрос не за правните основания на българския капитализъм, тъй като той, както навсякъде по света, така и в България, успешно сам произвежда своите собствени юридически основания. В Западния свят, обаче преходът от традиционност към модерност (а от гледна точка на нашата проблематика това е преход от докапиталистически форми на активност към капиталистически такива) е бил предшестван от колосална подготвителна работа, често пъти с революционна форма. Нищо такова не се е случило в България, както впрочем и в повечето бивши социалистически страни, и без съмнение, разбира се, в днешна Русия.

Превеждайки тази проблематика в плоскостта на всекидневните практически задачи и проблеми в живота на днешния български предприемач, не бива да се изненадваме от това, че успехът (във финансово-икономически и битов план) изначално не лежи в плоскостта на неговия морален интегритет. Ето това е дълбинното обяс-

нение на онова странно днешно състояние в стопанския живот в България, който живот сам е произвел невеселата шега, че колкото по-легитимно е едно нещо, то е толкова по-неефективно – и обратно, че истинската ефективност не може да не бъде нелегитимна.

Закръгляйки тази тема, има смисъл още веднъж да подчертаем – разминаването между морално и икономическо съзнание не е нито психологически, нито индивидуален проблем за днешния български предприемач, напротив, това е групов и съдбовен проблем, който със самото си съществуване представлява засега непреодолима пречка при реализацията на така желаната и толкова необходима за българското общество цел – превръщането на предприемаческото съсловие в реална и ефективна средна българска класа.

Вторият проблем на българското предприемачество, който стои непосредствено под повърхността на всекидневното съзнание е проблемът за целеполагането. В проблемната област на българското предприемачество този проблем е един от тези, които чакат своето решение. Решението му също е сериозно затруднено от много обстоятелства и дори от нежеланието на днешния български властен и икономически елит да го формулира в адекватна форма.

Характерно за традиционния човек, обитаващ предмодерните епохи е разбирането , че „той е такъв, какъвто е, защото е такъв“. Аристократът, крепостният селянин, войнът (рицарят), монахът (т.е. духовникът), скитникът („вагабонд“), случайните хора от низините, авантюристът, ученият, художникът или поетът като персонажи на традиционното общество осъзнават качеството си да бъдат такива, каквито са като реализация на Божие провидение. Не само царят е цар по Божия воля. Останалите стъпала на социалната йерархия също са заети от персонажи, които осъзнават социалния си статус като проява на общо взето предварително начертан план с намесата на висшите сили. Да бъдеш цар, крепостен селянин, рицар или монах – това е или провидение, или съдба. Аристократът не може да направи нищо, за да прекрати своето аристократично съществуване, но същото важи и за неговия поданик – крепостния селянин, който, изцяло зависейки от произвола на различни природни и социални фактори, поддържа своето стабилно съществуване в рамките на своята предварително предназначена за него социална ниша. Накратко – в традиционното общество хората правят усилия за всичко,

но не и за да бъдат това, което са. Разпределението на социалните роли и позиции е проявление на „Богодаденото естество“.

Агентът на Модерността (и това, разбира се, е Буржоата-предприемач) е първият социален персонаж, който трябва да заплаща с усилията си не простото си днешно благосъстояние, а качеството си да бъде такъв, какъвто е. За разлика от аристократа, който няма нужда от никаква жизнена реализация, за да бъде аристократ, а също и от крепостния селянин, при който въпроса стои по същия начин (т.е. въпрос няма), да бъдеш буржоа (бизнесмен, предприемач и т.н.) означава всекидневно и цяложивотно жизнено усилие – за да бъдеш такъв, какъвто си. В този смисъл буржоата е първият герой на Новото време, който възприема себе си като самосътворил се, който плаща с всичко, което има, за да е. Това е и особен тип историческо присъствие – ежедневно възстановяване не само на жизнената среда, но и на основаванията за пребиваване в уреченото качество. Буржоата е първия обитател на социума, който живее с напрегнатото съзнание за необходимостта да се самовъзпроизведе. Разбира се, битието на буржоата „като такъв“ има сериозни и дълбинни трансцедентални основания, които ще бъдат изследвани в следващия параграф. Това, което тук ни интересува е принципния факт, който конституира не само личността на човека на новото време – буржоата, но и всички възможни типове на неговата личностна реализация. Както ще видим по-късно, самосъздаването за човека на Западния свят има смисъла и на изпълнение на мисия, той следва да изпълни не само определен кръг земни задачи, но и да подготви своето пребиваване в царството на висшите смисли.

Именно специфичната самонаправеност, постигната чрез цяложивотни усилия, които са мотивирани, както с житейски, така и с отвъд-житейски цели е тази характеристика, която е или слабо проявена в днешния български предприемач, или изобщо не е налице.

Истинският субект на капиталистическата вселена не произвежда, за да потребява – тъкмо напротив, неговото потребление е впрегнато като служебен и подчинен елемент в цяложивотната мистерия на производството, разбирано откъм неговия субект като Творчество, т.е. като дейност, която без да го изравнява със Създателя, го доближава до него.

„Едно ферари с цвят червен“ може да бъде житейски идеал не за капиталиста (бизнесмен, предприемач, капиталов функционер и

т.н.), а за неговия камериер. Няма нищо по-безсмислено и попревратно от убеждението, че капиталистът-предприемач трупа блага, за да ги консумира. Тъкмо напротив, консумеризмът е дефинитивен белег на социалните низини, където се концентрират представители на отминали епохи, на потънали във времето общества, на поведенски модели, които със своя етос са дълбоко чужди на духа на Модерността.

Идеята, че предприемаческите усилия (макар и с всичките им материални измерения и резултати) са насочени не към земно богатство, а към реализация на някои „отвъдни цели“ следва тепърва да се утвърждава сред българското предприемаческо съсловие. Нито един истински капиталист не се е занимавал със своята дейност с цел „да си отживее“, капиталистическата активност е живот, а не „отживяване“. В своята привидно материалистическа схема, дейностната структура и поведенската карта на модерния агент на капиталистическото производство инкорпорира значими трансцеденталии установки, които по смисъла си радикално противоречат на така упорито насаждания като универсален норматив български консумеризъм.

Закръгляйки смисъла на този втори проблем – който впрочем е очевидно продължение на първия – можем да обобщим – действителният предприемач като герой на новото време сам произвежда високите си цели, живее в собствено проектно пространство и се самоутвърждава в перманентно жизнено усилие. Точно затова е така необходимо българските предприемачи да започнат да се осъзнават като хора не на потребността да се преживее някак, а на дългата воля, която сочи към цели, отвъд хоризонта на днешния ден.

При близко разглеждане, обаче проблемът за легитимацията и проблемът за проектността (екзистенциална, а не финансово-икономическа, разбира се), са проблеми, които могат да бъдат разбрани в собствения си смисъл само ако анализът слезе на едно още по-дълбоко равнище, там където функционират (често пъти дори неосъзнато) личностни модели и архетипи, културно-исторически гещалти, и където се разгръщат процеси, конституиращи основанията на самата социална реалност. Въпросът може да бъде формулиран така: понятието „личност“ като образ на необходимия герой на социокултурната драма – във всички възможни културни светове ли означава едно и също нещо? Изследването на личностните основа-

ния на предпремачеството като културно-исторически произведени модели е следващата крачка, която е необходима да се направи с цел разкриване на социокултурните предпоставки на днешната българска предприемаческа действителност.

4. Личностни типологии и антропологични разлики

За разлика от изследователя на природата (който няма как да види в своето предметно поле личности и субекти – а ако все пак ги види там, е длъжен да се запита не ги ли е привнесъл сам той), изследователят на обществената реалност е двойно обвързан с проблематиката на субектността изобщо. Първо, защото самия той е субект, каквото и да мисли за себе си, а зависимостта на изследователя от неговата собствена субектност никак не е тривиална и по принцип не може да бъде извадена извън скоби, например ако Дарвин да би помислил каква оптика в неговия „теоретичен зрителен орган“ му дава да вижда в природата такива отношения между видовете (и вътре в тях), които са подозрително подобни на отношенията между хората в обществото на Дарвин, той би открил интересни неща. При изследването, обаче, на обществената реалност субектът на изследването е обвързан с проблематиката на субектността двойно. Първо, той самият е субект и начина по който той мисли за себе си като субект, възприема себе си и обяснява себе си на себе си като субект, второ – което го различава от природоизпитателя – той вижда субекти в самото си предметно поле, тъй като все пак социалната реалност е изначално субектна. Естествено, така като изследователя на обществената реалност разбира субектността изобщо (с други, строги думи – каквато е неговата категория „субект“), така той възприема, структурира и обяснява своето предметно поле. Субектът мисли за субектността безусловно по мярата на своята собствена субектност. Структурите на разбиране са универсални и еднотипни във всяко общество и в този смисъл категорията за субектност и – както ще видим след малко – и категорията личност съществено модифицира и структурира не само зрителното поле на изследователя, а и съдържанието на това поле.

Така се обясняват някои важни проблемни ситуации в обществознанието. Например през 70-те години влиятелни френски изследователи на историята на културата при анализ на античното общество (Атина и Спарта) доказаха, че Античността не познава по-

нятието „личност“. Обаче при внимателно изследване на самото това изследване на изтъкнатите френски културолози и историци,става очевидно, че те не могат да открият в Античността „личност“ по своята мяра, а разбира се, въпросът за това дали е възможно друга мяра се оказа, че за тях не стои. Ръководени от същата примитивна логика, също така европейските колонизатори, реализирайки мисията на белия човек (да ощастливят света), са кръстосали целия свят надлъж и нашир и никъде не са видели „хора“, поради една понятна причина – те никъде не са намерили хора, говорещи английски, френски и испански, никъде не са срещнали християни, а единствения начин да видят расови белези като своите, е било да се гледат в огледалото.

Днес нещата са променени. Европейското обществознание е излязло от своята наивна възраст и се отнася с известно постмодерно подозрение към аксиомите си, като теоретично допуска, че Другият също би могъл да бъде и човек. Зависимостта за която тук става дума, обаче си остава универсална. Преди да я приложим в инструментален план, можем да я формулираме накратко – Субектът мисли за Субектността по своята собствена мяра. По същия начин стои въпроса и с фундаменталната и загадъчна категория Личност.

В обществознанието – а това е изследователска зона, която е немислима без субектност – субектите са или личности или групи от личности – или личностни структури, или движение на личности, или всякакви други производни на Личността. По този начин в теоретичните изследвания на обществената реалност понятието за Личност има управляваща методологическа и дори предметносъдържателна роля.

В предишния параграф посочихме, че понятието за личност (а то, разбира се, не е „просто понятие“, резултат от елементарна абстрахираща дейност, а е категория) при двамата патриарси на европейското обществознание К. Маркс и М. Вебер при всички реални противоречия между тях работят с едно сходно понятие за личност. И Вебер, и Маркс твърдят различни неща за Личността, но и двамата имат предвид една и съща личност, т.е. на субекта те придават различни придикати, но субектът при тях, в своята проста идентичност, е един и същ.

Същият господин живее своя живот не само в тогавашната социална действителност, но той обитава и теорията за обществото.

Този господин е предметното въплъщение на разума, неговия интелектуален канон и мисловен органон като че ли за първи път ясно и дефинитивно са зададени от изключителния европейски мислител – революционер Рене Декарт, като за същия господин са се досещали и други изтъкнати европейски мислители, обществоведи, философи и културни авторитети още преди Декарт, макар и не с такава точност и яснота. Всъщност, това е човекът на европейското Ново време, той е постоянния субект на всички дебати за хуманността, носител на Фаустовското начало, на картезианското cogito, на марксовия принцип de omnibus debutandi. Това дори е също така незабравимия и многообичан Робинзон Крузо, който се изхитрява дори на необитаем остров да организира около себе си европейски културен свят, а когато все пак на края на тази поучителна история той се среща с друго човекоподобно, то се оказва, че това е дивакът Петкан, който, макар да има добро сърце – няма душа, просто защото не е европеец.

Тази кратка екскурзия в историята на понятието „личност“ и човек ни е необходима, за да се опитаме да поставим проблематиката на българското предприемачество в един собствен методологически ракурс, а именно – след като българският предприемач е личност, какъв тип е тази личност? Или същият въпрос на „кантиански жаргон“: как е възможно предприемачеството в България от гледна точка на невидимо предпоставените персоналистични основания на предприемаческата дейност в България, каквато и да е тя – т.е. в нейната всеобщност. Каква личност е личността на българския предприемач, каква е нейната структура, генезис и динамика? Каква е нейната телеология, как личността на българския предприемач възприема своите културни ангажименти, как се отнася към своите собствени предпоставки, как разбира себе си и какви са вътрешните източници на личностната динамика на предприемача? И казано най-дълбоко – какви социокултурни архетипи и какви структури на колективното българско Безсъзнателно се манифестират във всекидневния личностен живот на един от основните герои на днешния ден на България, т.е. предприемача.

Връщайки се крачка назад, да си спомним поучителната история, спомената по-горе – френски културолози, формирани в западноевропейската католическа културна традиция не откриват в Античността нищо такова, което би могло да се нарече според тях личност. Разбира се, това е забавен парадокс – от Парменид и Ем-

педокъл през Сократ и Платон до пост-платонистките антични мислители античната културна история ни дава безброй примери за личност. И ако Сократ не е личност, тогава кой е? Но от друга страна, католическите културолози са абсолютно прави, с други думи тук „грешката е правилна“. Обобщено казано, това, което днешната западноевропейска културна традиция е приела да нарича личност няма как да бъде открито нито в Античността, нито в това, което от 19-ти век в Западна Европа е прието да се нарича Византия (а то самото себе си е наричало Източна римска империя или ромейска империя). Да, в целия християнски изток няма да открием нищо такова, което да може да бъде наречено личност по смисъла и мярата на днешна Западна Европа. Може да изглежда необичайно, но това е обективен факт – Жозе Мануел Барозу, Ангела Меркел и Франсоа Оланд (например) са без съмнение личности. Но същата гледна точка, гледано през която тези наши уважавани съвременници се виждат като личности, Сократ, Платон и Аристотел не могат да бъдат видяни като личности. Защо е така? Отговорът е едновременно дълбок и прост – така е, защото цяла Западна Европа, т.е. целия свят, повлиян от западното християнство (и по тази логика тук безусловно трябва да спомена и САЩ) работи с една и съща фундаментална категория „личност“. Това е категория, произведена още в ранното християнско средновековие, която е тематизирана и обработена от такива безусловни християнски авторитетни мислители като Боеции (6-ти век), и Блаженият Августин (4-5-ти век), чийто специфичен отговор на въпроса какво е личност се появява доста преди Великата Схизма, състояла се на превала между първото и второто хилядолетие на Европейската история и който отговор след Схизмата е възприет, утвърден и задълбочен по-нататък от западното християнство.

Persona est relatio, или същото, но казано на марксистки жаргон – личността е отношение, или съвкупност от отношения, или сноп от отношения, или „ансамбъл от отношения“, или просто отношение. Това е разбирането за личност, характерно за съзнателни и несъзнателни марксисти, за антимарксисти с марксистка сърцевина (включително Ж. Желев, който повече от 1000 години след Боеции повтори неговото откритие, като постанови, че личността, всъщност има релационна природа, като по този начин той се нареди в досто-

лепната компания на Боеции, Блажения Августин, сядайки, всъщност от дясната страна на своя съмишленик Свети Тома Аквински).

„Личността като отношение или сума от отношения“ е господстваща днес представа за личност, представа, споделяна от инак противоречащи се и дори враждуващи личности, структури и инстанции в днешна България от комунисти, антикомунисти и либерали, от католичествуващи университетски професори, през професори по православие и дори обикновени униатски културтрегери, без да споменаваме дори повече подробности около безбройните днешни български журналистващи полу-интелектуалци, почерпили своите 12 основни понятия, а и всекидневното си вдъхновение и творчески патос от така многобройните днес в България протестантски кръгове, центрове и др.

Днешните функционери на българското озападняване, повечето от които дори не са противници на класическите марксистки доктрини (а тъкмо напротив, са техни продължители), запазвайки всичките важни и маловажни различия помежду си, стоят на една и съща антропологическа твърдина, споделят една и съща антропологическа безкритична визия, оставайки си способни да поддържат решителни противоречия помежду си, се групират в рамките на една и съща антропологическа парадигма. Тя се формулира съвсем просто: човекът е индивид, индивидът е личност, личността е отношение. Днес това се тиражира милионократно, като всички български граждани следва да възприемат като самоочевидна, разбираща се от самосебе си и тотално безпроблемна базова аксиома на западноевропейската антропология. От най-ранна възраст, постъпвайки в училище – а в неявна форма и от преди това – гражданинът на България е длъжен да възприема без съмнение и без колебание самоочевидната истина за това, че личността е сума от отношения. Без да се отклоняваме, тук можем само да споменем, че тази аксиома, т.е. това базово разбиране за Личността, съвсем не е нито невярно, нито невалидно, нито неработещо, нито неактуално. Напротив, това разбиране за личността е актуално, продуктивно и насъщно за целия западнохристиянски свят, където това понятие, работейки, не само дава своите великолепни резултати, но също така и произвежда в живата тъкан на Западноевропейския (и американски) обществен организъм ред непреодолими колизии, множество вътрешни разкъсвания, травми и социокултурни апории, които в пълния смисъл

на думата са фундаментално безизходни. Бизнесменът от западен тип (а съмненията, дали той може да бъде от друг тип са многобройни) е homo oeconomicus, homo sapiens, „добре информиран индивид“, „разумен егоист“ и пр., разбира се, е „въплътен разум“, който контролира в нормативен порядък и с помощта на цялото общество другите импулси в себе си, но преди всичко той е западен човек, антропологически представител (екземплификатор) на великата антропологическа традиция, която лежи в основите на западния културен свят – той е relatio, отношение или сума от отношения, разгражда се без остатък на комплекси от отношения – и в това се състои възможността му да бъде както субект на управление, така и да бъде управляван – манипулативно, тоталитарно, безжалостно, изоснови. Идеята за човека като релационна антропологическа реалност лежи както в основанията – макар и в неявна форма – на величието и блясъка но Запада, така и в една специфична западна безнадеждност, безсмисленост и обреченост.

Преди да се обърнем към проблема за това, как българският предприемач възприема релационната антропология и гради своята икономическа активност върху тази скрита предпоставка (защото става именно това), има смисъл да се постави въпроса релационната антропология дали е единствената възможна антропологична доктрина.

Схоластическият отговор на този въпрос би изглеждал така – „изглежда че не, не е възможно“. Наистина, ако веднъж сме се съгласили, че същностна характеристика на Личността е нейната отнесеност към Другото, ние чрез самото това полагане, сме конституирали и границите, и смисъла на релационната парадигма. Причините за това полагане могат да се открият при анализ на културно-историческите и логически обстоятелства, които са били валидни в епохата на Боеции. Тук нямаме възможност за това. Струва си само да се повторят кратко две неща – първо, релационната антропология е положителна, в смисъл, че тя тръгва от същност, като положително обяснява и описва явяването на тази същност, тя утвърждава явяване на същност. Тъй като работи със същности тази доктрина е принципно есенциалистка, и второ – културният генезис на този начин на мислене не сочи към игра на случайности, нито пък може да се обясни със свободно хрумване на някой теоретик от онази епоха. Есенциалисткия стил на мислене за личността произтича закономерно от някои изключително дълбоки културно-исторически

предпоставки, и в този смисъл той е разумно следствие на осъзнати, припознати и теоретически осмислени следствия от културно-исторически аксиоми, които са били приети като самоочевидни – но не за цялата тогавашна християнска култура, а за нейната „латинянска“ част. С някои обстоятелства, свързани с произхода на тази културна аксиоматика в онази епоха, предстои да се занимаем в следващата част на това изследване, а тук следва да се опитаме да отговорим на въпроса, зададен по-горе – възможна ли е друга антропология, възможен ли е друг начин за личността да мисли за себе си и да се самоосъзнава?

На теоретическо и методологическо равнище въпросът може да се формулира така – възможна ли е антропология, която да не е катафатическа, т.е. да е „не утвърдителна“. Западно-европейският тип разбиране на личността я разбира – както посочихме – като отношение към Другото, образно казано като маска на човека, която така се е сраснала с неговата тъкан, че вече е неотделима от нея без разрушаване.

Елинското разбиране за личност, обаче (а то по-късно ясно се проследява в православната култура), мисли за личността иначе. Личността не е „навън и на повърхността“, а е „вътре и в дълбочина“. Тя не се разгръща изначално като отношение към Другия, Другото, Другостта, а е отношение към себе си като това „себе си“ тук изглежда загадъчно. То не е отношение на „същността към себе си“, а е динамичното самоотнасяне на съществуващото към себе си. В тази традиция, казано съвсем накратко и не много точно, личността е човешко продължение и реализация не на т.нар. usia, а на нещо съвсем друго – тя има ипостасен произход . „Ipostasis“ има точен латински превод и това е субстанцията. И тогава можем да преформулираме въпроса – има ли начин да се разбира личността не релационно – и отговорът е положителен: да, „не релационното“ разбиране за личността е субстанциалното разбиране за нея. В дълбоките основания на този логически тип разсъждения се провижда едно класическо християнско мисловно движение: никаква същност не е възможна без съществуване.

Този начин на мислене е изглеждал странен, непонятен и чужд (чужд до скандалност) на цялата Западна (латинянска) традиция. Но в средата на 20-ти век този тип мисловна култура си проби път и в западно-европейската мисловна традиция. Защото какво друго е

твърдението на Ж. П. Сартър, че съществуването предхожда същността? Цялата философска традиция на модерния европейски екзистенциализъм възпроизвежда (случайно или не) древни, не латински, а източно-православни мисловни кодове и матрици.

Краткият отговор на формулирания по-горе въпрос е да, православния Изток противопоставя на релационното разбиране за личност едно друго разбиране. Това е разбирането за личността в негативен план, като специфична апофатическа реалност, като нещо, чието съществуване не подлежи на никакво съмнение, като едновременно с това „нещо“ не може да бъде адресирано директно, класическата логика на Аристотел, която изисква субекта да бъде определян чрез предикати тук не действа. Тъкмо напротив, не прибавянето, а отнемането на предикати води мисленето към „тайната на личността“ според тази традиция. Логиката на апофазиса, а не на катафазиса е логиката на личностното разгръщане в източнохристиянската традиция. На съвременен език това означава, че източно-православния тип личност (концепция за личност) се разкрива не чрез казване какво е личността, а чрез изброяване на това каквото тя не е – тя не е връзка, не е отношение, не е предикат, не е сума от предикати и т.н. Гениално е схванал тази логика великият западноевропейски мислител Им. Кант. Макар и протестант (т.е. нямащ нищо общо с такова разбиране на личността поради верските си ангажименти), воден просто от своята прословута и безспорна логическа последователност, той успява да формулира по парадоксален начин Другото понятие за личност. Да, авторът на това понятие е протестант, но не какъв да е протестант, а гениален, силата на Кантовата мисъл безжалостно го води към интелектуални глъбини и мисловни трансформации, които макар и да не произтичат от неговата протестантска култура, за него самия са безусловно верни, и заради това – задължителни.

За Кант Личността е това, което издига човека над самия него, т.е. загадъчна сила, която господства над човека, индивидуално присъща му е, но не се подчинява на индивидуалните му капризи, принуждава го често да върви срещу тези индивидуални капризи и дава – или не дава – път на индивидуалната му воля. Такова е това начало в човека, което, освен че му е присъщо, го издига над самия него и го приобщава към височини, които са недостъпни за него като проста телесна индивидуалнст. Личността по този начин е това

което е при нас, но господства над нас и то не отвън, а отвътре, и което ни прави да сме повече от себе си, неопозната и неподдаваща се на позитивна квалификация сила, без която сме всичко друго, но не и хора. Точно същото е разбирането за личност в християнския православен свят – неподдаваща се на позитивна предикация сила, вътре в човека, но извън контрола му, напротив, контролираща го. Просто казано, това е този неопределен „хикс“, който гарантира несводимостта на Човека (като Събитие) към Индивида. Проста несводимост – но с огромната мощ, гарантираща невъзможността човекът (в когото се е загнездила тази сила) да бъде манипулиран, управляван или отчуждаван.

Тук има смисъл да си спомним, че темата за отчуждението на личността е ключова, и то трагично ключова, тема за цялата западноевропейска модерна култура, като се започне от Маркс и Киркегор, мине се през Сартр и Хайдегер и се стигне до нашите съвременници Жижек, Слотърдайк и Джеймисън. Защо личността така естествено се отчуждава? И защо изобщо може да бъде отчуждена, макар и понякога много трудно? Защо личността изобщо е отчуждаема?

Това е тъмната страна на релационната антропология. Тук отговорът е прост – защото отношението принципиално може да бъде овъншнено, овеществено – и по този начин в крайна сметка отчуждено. Така ужасът на отчуждението е неизбежен. Възможността личността, която е relatio да бъде реифицирана, да бъде освободена от трансцедентален план и измерение, да бъде сведена до управляема (макар и жива) вещност – тази възможност е заложена в самата същина на релационната антропология.

Тъкмо напротив, апофатическото понятие за личност не разрешава никакво отчуждение, защото там няма нищо, което да може да бъде овъншнено. Личността тук е сила, която дори не подлежи на предикация, която сближава или разделя субектите като и този процес не се поддава на никакво позитивно описание. Просто казано, тук личността е неуправляема стихия, която сама управлява – управлява личността и колектива от личности, тласкайки ги към състояние, по-високо от тях самите, като им осигурява трансцедентален простор на развитие и проективен хоризонт.

Личност от този тип, видяна през оптиката на другата (релационната) антропология е нещо напълно непонятно и като всяко непонятно нещо може да бъде възприемано само като източник на

заплаха или като нещо враждебно, срещу което следва да се „вземат мерки“.

Най-простият и най-често срещан случай е на този тип личност да бъде отричано самото съществуване. При наблюдение от Запад към Изток – и нека помним, че наблюдателят винаги е въоръжен с някаква оптика – на Изток личности няма, или ако има – те са недоразвити примитиви. Другият начин да се обозначи проблема в кръга на западната антропологична мисъл е източно-християнския тип личност, честно и последователно да бъде обозначена като парадоксална.

И наистина, нима не е парадокс на парадоксите когато руските старообрядници (православни християни par exellence) поддържат финансово, морално, организационно с всички средства и с всички сили (а силите им са били огромни) не някой друг, а именно болшевиките? И това става не по времето на Сталин, когато би могло да се предполага, че тази поддръжка е изтръгната от тях чрез терор и репресии. Не, старообрядническата подкрепа на болшевиките е била особено действена в годините преди и непосредствено след революционните събития през 1917 година в Русия. Най-лесно е да се свият рамене и да се каже, че това е парадоксалната и необяснима логика на православния човек, която логика не подлежи на никакво рационално осмисляне и дискурсивен контрол. А да се каже така би било вярно, но едновременно с това би означавало и да не се каже нищо. Източно-християнският тип личност (нека наречем това с временния термин нерелационна антропологическа реалност) е непонятен, когато е видян през оптиката на западната антропология.

Което е важно за нас, обаче, е че тук няма никаква симетрия. Западният тип човек и личност си остава напълно понятен от гледна точка на източната антропология (тук няма непрозрачност), но е и едновременно с това напълно чужд.

И така, понятност и чуждост при поглед от Изток към Запад и обратно – враждебност при поглед от обратната посока – от Запад към Изток. Ето затова няма да е справедливо да се твърди, че двете половинки на християнското човечество не се разбират – напротив, едната половинка разбира другата, но отказва да я припознае като своя, а другата – не разбира първата, но пък припознава враждебност, която почти не може да се контролира. Затова не изглежда преувеличено твърдението, че християнският Запад вижда в хрис-

тиянския Изток своето тъмно подсъзнание, т.е. зона, където се разгръщат непонятни сами по себе си зависимости, взаимодействия, неподдаващи се на рационален контрол и поради това – източник на перманентна враждебност, превръщаща се нерядко и в откровена опасност.

Двойната антропологическа реалност на християнския свят представлява реалното проблемно поле, където предстои да се разгърне (а в много отношения това разгръщане вече е започнало) икономическата дейност на българския предприемач. В известен смисъл той е не „двуличен“, а „двуличностен“, в смисъл, че неговата личностна детерминация смислово и генетично е двуединна: от една страна той, повече или по-малко свободно и доброволно е възприел нормативите за личностно изграждане, характерни за западния културен свят, където – нека повторим – личността е рационална конструкция, съдържаща ценностни, волеви, емоционални и преди всичко рационални и интелектуални съставки. Това е конструкция, която свободно може да бъде изобразявана, явявана и предявявана, рационално описвана и подлежаща на дискурсивно разгръщане. Нека повторим, българският предприемач не вижда нищо загадъчно в правилата по които се композира единството на западната личност. Той, българският предприемач, без особени (непреодолими) трудности успява да се превъплъти в антропологическата матрица на западния човек. И когато това стане, българският предприемач се оказва, че изпада в някакъв непонятен когнитивен и антропологичен дисонанс, защото приобщавайки се към западната антропология, той влиза в дискомфортното състояние на човек, който не толкова е насилил себе си, колкото е обтегнал недопустимо връзката със себе си, започнал е да се отдалечава от самия себе си.

Обобщено и кратко казано, всичко това означава, че българският предприемач няма проблем в своето биване на западен човек. Това „биване“, обаче е не поетично, а миметично. Тук няма „поезис“, а само „мимезис“.

5. Модернизация без вестернизация – възможно ли е това в България?

Когато твърдим, че развитието на българското предприемачество се характеризира с миметична природа, това в никакъв случай не бива да се разбира като критика към българското предприемачество

в морален план. Тъкмо напротив, стремежът външно да се наподоби до степен на абсолютно прецизно изобразяване и възпроизводството с произволна точност на образци, привнесени в българската културно-икономическа действителност, свидетелстват преди всичко за подчертана добросъвестност от страна на българския предприемач при овладяване на официално възприети като нормални (в смисъл канонични) поведенски икономически образци, норми и схеми. Българският предприемач с цялата възможна за случая добросъвестност гради миметични модели, т.е. възпроизвежда повече или по-малко точни копия на действени образци, достигнали при него извън българската културно-икономическа действителност. В тази област, нека повторим, има достатъчно примери на изключителна добросъвестност, дейно отдаване на житейски модели, които безспорно се възприемат като свои – с една дума един истински „живот в професията“ в точния смисъл на Веберовата представа за призвание.

И се пак това е мимезис, т.е. възпроизводство на нещо друго, а не на себе си.

За да успеем да погледнем ситуацията „от извън“, т.е. за да се опитаме да намерим обективна аналогия, можем да погледнем към тихоокеанския и южно азиатския регион. Китайският работник, бизнесмен и изобщо икономически агент, независимо от мястото си в системата и от позицията си в локалната йерархия абсолютно добросъвестно възпроизвежда (с точност до несъществени детайли) западноевропейски и американски икономически поведенчески образци. В този смисъл никой не бива да се съмнява, че китайският капитализъм е напълно реален, нещо повече, американски икономически експерти уверено прогнозират, че между 2020 и 2025 год. Китай ще изпревари по основните си икономически показатели най-автентичната капиталистическа икономика в света – американската. От друга страна никой в Китай не се съмнява, че развивайки своите икономически постижения и бележейки своите безусловни икономически успехи китайската икономическа система решава свои цивилизационни задачи, реализира свои автохтонни икономически цели, произвежда своята собствена икономическа същност, която за добро или за лошо няма нищо общо с капитализма. Всъщност, днес в Китай , украсен с червени комунистически знамена и гарниран със западноевропейска комунистическа фразеология (защото комунистическите идеи са безусловно резултати от развитието на западно-

европейската култура) тържествува безразделно древната автентична китайска ценностна и културна основа. Китай днес е страната на победилото конфуцианство. Червените знамена и другите всекидневни пропагандни атрибути не бива да заблуждават и всъщност наистина не заблуждават отговорните западни анализатори на китайската икономическа реалност. Да, всичко характерно за конфуцианския начин на мислене, действие световъзприятие, усещане за история, представи за ред и идеал за държавност днес е налице по един безусловен начин в Китай. За да се потвърди изцяло правилото, че новото, всъщност е добре забравено старо дори съвременните истински проблеми на китайското общество и икономика (а такива проблеми там има повече от достатъчно) могат с голяма точност да бъдат описани с една чудесно работеща метафора – конкуренцията надига глава, т.е. даосизмът в своята алтернативност спрямо конфуцианството в китайското общество се актуализира. Ето как в напълно съвременни взаимодействия и процеси се реализират древни предисторически същности.

Накратко, китайският свят, на пръв поглед се занимава с най-добросъвестен мимезис – той повтаря, копира и възпроизвежда образци, модели и дори норми с привнесен спрямо Китай характер. Но всъщност, едно по-внимателно вглеждане в китайското общество разкрива истината. А тя е, че чрез своята универсална и безусловно успешна миметичност Китай произвежда себе си, а не нещо друго, че е при и със себе си, че успявайки да копира целия свят, Китай си остава свят, който преди всичко гради себе си. Действайки по този начин Китай достигна най-високото признание в днешния свят – непосредствен израз на това признание беше предложението, отправено към китайското ръководство от американския президент (и очевидно, такива предложения от страна на американската администрация, просто няма как да бъдат съгласувани – т.е не са индивидуални хрумвания) Китай и САЩ да си поделят света и заедно да реализират своята обща хегемония над него. Това предложение беше учтиво отклонено. Но дори и неприето, то свидетелства за безусловната успешност на възприетия подход.

Можем да продължим с примерите от тази част на света, които свидетелстват за това, че наподобяването по един парадоксален начин може да бъде и самовъзпроизводство. Но тъй като това ще ни

отведе далеч извън темата на това изследване, можем само кратко да изброим още няколко красноречиви доказателни примера.

Тук следва да бъдат споменати Япония и Южна Корея (макар че и Северна Корея от гледна точка на нашата проблематика съвсем не е безинтересна).

Изключително поучителен и красноречив пример за това как икономическия просперитет, макар и в практически западни форми може не да заличава, а да възпроизвежда националното културно и цивилизационно ядро е съвременен Виетнам, който при това навлезе в своя днешен цикъл, излизайки от една унищожителна и изключително жестока война – в която, впрочем целта на цивилизаторите беше по думите на един генерал „така да бомбардираме Виетнам, че да го върнем в каменния век“. Планът за връщането на Виетнам в каменния век (реализиран по особен начин) за малко да успее, и въпреки това от 70-те години до днес Виетнам успя да се превърне във великолепен пример за икономически и социокултурен просперитет. И отново можем да повторим тезата си, този път по повод Виетнам: виетнамското икономическо и културно-историческо развитие се разгърна – и то така успешно – не в противоречие, а в пълно съгласие с културно-историческите специфики на виетнамския манталитет, в хармония с основата.

Основата, разбира се, и тук е личността – и като индивидуална реалност и като колективно достояние, и като обществен норматив и дори като това, което в Европа биха нарекли „структура на колективното безсъзнателно“. Виетнам днес е модернизирана страна. И макар че по никакъв начин не може да се говори за „виетнамска вестернизация“, огромно количество японски, европейски и главно американски фирми все по-настоятелно търсят начин и възможност за бързи инвестиции във Виетнам. В случая с Виетнам е особено поучително сравнението с България. Ако във Виетнам беше намерен начин да се осъществи мащабна модернизация без никаква вестернизация, България е полярно противоположен пример. С други думи в България се случи – а по-точно беше направено – точно обратното: радикална дълбинна вестернизация, но без ни най-малка модернизация.

Но особено красноречив за България може би бил примерът с малката и почти незабележима на картата държавица Сингапур. За тези българи, които обичат да повтарят, че България е малка и зато-

ва незначителна страна (а тези мисли се изказваха съвсем наскоро и от един български премиер) Сингапур би трябвало да бъде наистина поучителен пример. До 60-те години на миналия век Сингапур наистина беше малка и незначителна държавичка. Още по-лошо, сингапурското общество страдаше от един на пръв поглед неразрешим проблем – единен сингапурски народ не съществуваше, територията на малката държава беше населена с три различни етноса, които нямаха какво да си кажат, а най-често се конфронтираха, перспективите за икономическо развитие бяха строго отрицателни. Сингапурското общество беше откровено болно, всъщност, много поболно от днешното българско общество. За малко повече от две десетилетия, обаче, Сингапур успя да се превърне във водещ финансово-икономически център и то не с регионална, а със световна роля, в индустриална лаборатория за високи технологии, превърна се също така в пример за успешно разрешаване на проблеми, които изначално изглеждат принципно неразрешими.

Сингапурският пример е красноречив. И без да отделяме повече място за изключително интересния и поучителен пример на сингапурското икономическо чудо, можем да формулираме отново основната теза – като другите примери за които стана дума, и Сингапур успешно реализира императивите на своето развитие, без да воюва със своята културно-историческа природа, без да разрушава личностното основание на човека, населяващ тази страна, в мир и хармония с традиционните модели, културни структури и ценности на обществото. Отново е налице успешна (при това изключително успешна) модернизация в условията на само привидна вестернизация.

Без да продължаваме да изброяваме примери, каквито не липсват, можем да се опитаме да направим едно междинно обобщение. Предприемачеството като жива и активна субектна тъкан на икономическото развитие е успешно само там, където се извършва на собствена (макар и понякога невидима) социокултурна основа, и в съгласие с културно-историческите модели на личностно развитие за дадената страна или даже регион. Когато тези изходни предпоставки са налице, мимезисът, който е и уместен, и всъщност исторически неизбежен (като аспект на действителната глобализация), сам по себе си започва да става средство за самовъзпроизводство, за изграждане на собствени автентични културно-икономически и социални структури, събития и феномени.

Обратно, в ред случаи е възможно да се случи точно обратното – и България е печално свидетелство за тази възможност. Има се предвид необходимото и неизбежно външно наподобяване да се превърне в маниакална, безсмислена и разрушителна мимикрия, която унищожава цели културни слоеве на автентичната местна култура , като резултатът е т.нар. „пуерторикански синдром“ – карибския остров Пуерто Рико, който има формалния статут на „неорганизирана американска територия“, а не щат – субект на съюза – според световните класации попада в числото на най-щастливите страни в света, от гледна точка на броя на провежданите годишно празници – фестивали, национални чествания, възпоменателни дни и т.н. и т.н. Но в Пуерто Рико няма нищо от гледна точка на икономическото развитие, освен ако не се броят, разбира се нефтения терминал и огромния полигон на американското военно министерство, на който се провеждат изпитания на нови артилерийстки системи. Пуерто Рико е, впрочем, много удобен пример за това как едно общество може да се вестернизира напълно успешно, но да си остане традиционно по същината си, т.е. изцяло немодернизирано.

Закръгляйки темата, предстои отново да погледнем към България, защото историческите и географские екскурзии и аналогии могат да бъдат интересни за нас само в инструментален аспект, т.е. като аналогии, целящи по-доброто обективно осмисляне на българската проблемна реалност.

От гледна точка на досега разработения теоретичен подход България се доближава плътно до Пуерто Рико и се отдалечава драстично (и все повече и повече) от Сингапур. Големият въпрос, който следва да занимава вниманието и теоретичното съзнание на българските философи на общественото развитие, на методолозите на социокултурното движение на България и на капитаните на икономическия живот в нашата страна е как да се обърне тази тенденция. Изходен пункт на това обръщане би могъл да бъде смисъла на една древна метафора, която чрез своята истинност е безусловно валидна и вярна за всички епохи. Метафорично, синтетично, и затова кратко, тази истина се формулира така: който не е при себе си е никъде, или – по Хайдегер – нищо устойчиво и дълговечно не е възможно без „вкорененост“. Войната срещу собствените социокултурни основания, аксиоми и пред-зададености неминуемо и винаги носи разрушителни резултати. Войната срещу миналото разрушава бъ-

дещето на едно общество – и затова, впрочем китайските хунвейбини, които желаеха „да изхвърлят проклетото минало от кораба на съвременността“ се наложи да бъдат изтребени и то твърде безмилостно, за да може изобщо да започне през 70-те години на миналия век това китайско развитие, по пътя на което Китай днес се доближи до точката на световното лидерство.

Българското общество никога не е било лишено от своите собствени хунвейбини, от хора, готови да изгорят традицията в пещите на локомотива на прогреса. От вехтата вече история, описана в „Криворазбраната цивилизация“, през няколкото опита за ускорена „европеизация“ на България в междувоенния период на 20-ти век, и като не забравяме вълнуващите страници на българската нова история, когато веднага след 9-ти септември 1944 год. цялата наследена култура беше обявена за буржоазна и някак фашистка (а самият Вазов беше заклеймен като буржоазен развратител на младото поколение), та до ден днешен, когато пред очите ни същите тези хунвейбини желаят да влязат в светлото европейско бъдеще на България, освободени от бремето на историята и традицията.

Най-новите културни развития в страната произведоха и идеалнормативния образец на българския homo oeconomicus. Той, обаче, за разлика от своя западноевропейски събрат (който, разбира се, съществува ако не фактически, то поне идеал-типично), се слави с това, че не съществува никъде, освен в културологическите напъни на новата българска пропаганда. Затова можем кратко да кажем, че днешният български homo oeconomicus е безсъдържателна псевдотеоретическа абстракция със статуса на homunculus, т.е. „човече“, което изпълнява строго теоретичната функция да подпира теорията отвътре, за да не се разпадне тя под тежестта на собственото си безсмислие.

Социокултурната реалност, обаче, свидетелства не за тържеството на измислените хомункулуси, а за реалните жизнени (икономически, социални и културни) проблеми на живият съвременен български предприемач.

Голям, макар и невидим проблем в неговата мотивация е споменатия по-горе двуединен личностен модел, от който той не намира начин да се измъкне. Западният християнин, чийто легитимен секуларен наследник днес е западния бизнесмен, докато умножава печалбите си, не изживява никакви вътрешни екзистенциални коли-

зии. Причината за това е проста – прословутата икономическа категория „печалба“ чиято максимализация днес се приема като закон на всяко капиталово развитие, всъщност има свой скрит и таен социокултурен „подземен етаж“. Един от най-важните резултати на европейските реформационни процеси е утвърдилото се разбиране, че земния успех е обещание за „небесен успех“, че трупайки своето богатство героят от комиксите чичо Скруч твори сам своето спасение и утъпква пътя си към царството Божие. По този начин за западния християнин печалбата тук на земята може по някакъв начин да бъде конвертирана там, на небето. Обаче, за човека, социокултурно и личностно формиран в силовото поле на източното християнство такава зависимост просто не съществува. За човекът с православни културни корени, дори когато привидно ги е забравил, е очевидно ясно, че бедността не е порок и че богатството на банковата сметка не подлежи на автоматична конверсия в морален капитал. Впрочем, днешната ултрасъвременна българска действителност свидетелства еднозначно за същото. Българинът няма нужда да се рови в дълбинните корени на православното богословие, да анализира екзегетически и апологетически текстове на православната патристика, за да се увери, че бедността не е порок, а богатството за съжаление често пъти е именно порочно.

Тази специфична деморализация на днешния български икономически живот е фундаментална пречка за неговото собствено разгръщане.

Идеята, че западният капиталист е дълбоко аморален (ето тук се чува незаглъхналото ехо на марксизма, така като беше преподаван в задължителна форма в България), и че наподобяването на западния капиталист и в морален план ни дава свободата да бъдем дълбоко аморални – тази гибелна илюзия непреодолимо спъва всички конструктивни действия на българското предприемачество. Това е и пътя към ширещия се днес претенциозен, безсмислен и разрушителен консумеризъм, насаждан като норма на съвременния живот в днешното българско общество, и който сам по себе си представлява не цел на развитие, а задънена улица за движението на българското предприемачество.

Философията на българското предприемачество предстои тепърва да отговаря на ред нелесни, а често пъти и болезнени актуални въпроси. Главният от тях е – в обобщена и кратка форма – имен-

но този: как развитието на българското предприемачество, а то е императив на цялото развитие на българското общество – да бъде осъществявано не въпреки, не в конфликт, и не във война с личностната архитектоника и социокултурните (включително и нравствени и дейностни) императиви на автентичната българска личност, а в съгласие и хармония с тези императиви, като тяхна реализация, а не като тяхно отрицание.

Можем да завършим този обзор с една хипотеза, която евентуално предстои да бъде осмисляна и доказвана. Засега можем да се позволим единствено една първична и затова условна формулировка – хармонизирането на логиката на българското предприемачество с дълбинните основания на българската културно-историческа традиция може да се постигне само по пътя на общественото усилие, и то чрез формулирането на високи обществено-валидни цели, които да канализират непресъхващата енергия на българското общество, насочвайки тази енергия към значими колективни цели, а не към съмнителни индивидуално-групови консумеристки елитарни амбиции.

Използвана литература

1. Slavoj Zižek Against Human Rights, New Left Review, 34 july – aug 2005
2. Psychoanalysis and the Post-Political: An Interview with Slavoj Zizek, Christopher Hanlon, New Literary History, 2001, 32: 1 – 21, University of Massachusetts, Amherst
3. The Ends of Man, Jaques Derrida, Filos. and Phenom. Res., vol 30, № 1 sept 1969
4. Бердяев Н.А. О рабстве и свободе человека. Личность РУДН
5. The SAGE Dictionary of Cultural Studies, Chris Barker, SAGE Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi 2004
6. Handbook of Psychology, Vol. 5, Personality and Social Psychology, Th. Millon etc, John Wiley & Sons, Inc.2003
7. Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology, Ed. by Alan Barnard, Jonathan Spencer. London & New York 1996
8. Picturing the Self etc, Gen Doy, Published in 2005 by I.B.Tauris & Co Ltd, 6 Salem Road, London W2 4BU

9. Culture and Social Behavior, The Ontario Symposium, Volume 10. Ed. by Richard M. Sorrentino, University of Western Ontario etc. Lawrence Erlbaum Assoc., Publ., 2005 Mahwah, New Jersey London
10. Understanding Human Motivation, What Makes People Tick? Donald Laming, 2004, by Blackwell Publishing Ltd.
11. A History of Anthropology, Th. H. Eriksen and Finn S. Nielsen, Pluto Press, London-Sterling-Virginia, 2001.
12. Meyendorff J. The Holy Spirit, as God // Meyendoiff J. The Byzantine Legacy in the Orthodox Church. Crestwood-N. Y., 1982.
13. Christos Jannaras. „The Challenge of Orthodox Traditionalism“ в Consilium Special/Fundamentalism as an Ecumenical Challenge"/ Ed. by Hans Kung and Jurgen Moltmann, SCM Press, Lind, 1992.
14. М. Хайдеггер Письмо о гуманизме Превод В. В. Бибихин, // Мартин Хайдеггер „Бытие и время“. Москва, изд, „Республика“, 1993

ОСНОВНИ ПОДХОДИ ЗА ФОРМИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА АКТИВНОСТ

Мария Стоева

Изборът на темата на настоящия доклад е провокиран от оригиналните и разнообразни резултати от проведеното анкетно проучване по проект „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“. Благодарение на предпочитанията към качествения подход при изследването, се открояват разнопосочни гледни точки сред българските предприемачи. Те споделят голяма част от теоретичните модели без, обаче, да се открои единна позиция, която да очертае специфичен български предприемачески модел.

В доклада са представени различни подходи за формиране на предприемаческа активност, в контекста на тяхното отражение в България: психологически, хуманитарен, социо- и институционален подход.

В първата част са посочени трите основни роли на предприемача и как българските предприемачи се въплъщават в тях (на основата на тяхната самооценка) или: предприемачът като производствен фактор, като иноватор и като рисков играч.

Във втората част, посредством синтез на основните подходи за формиране на предприемаческа активност, са обобщени нагласите и настроенията на българските предприемачи за активен бизнес, иновация и развитие.

Предприемачът като производствен фактор

От времето на френския икономист Жан Батист Сей, понятието „предприемач“ започва широко да се използва в икономическата литература. Въпреки това, в рамката на общото икономическо равновесие, ролята на предприемача не е еднозначно дефинирана. В Трактата си по политическа икономия професор Сей разглежда предприемача като отделен производствен фактор, който може да участва в различни комбинации с труда, капитала и земята и по този начин на повлияе върху стопанския живот.

Един от влиятелните съвременни икономисти в света, обаче, американският професор Уилям Баумол[1], представя управлението на фирмата чрез модел, в който се работи с точно дефинирани променливи: цени и количества, което позволява да се правят точни изчисления на разходите и приходите. В този случай, твърди Баумол, ролята на предприемача се свежда единствено до тази на елементарен калкулатор, (който автоматично да отговаря на регистрираните промени, като изравнява пределната стойност към цената на всеки продукт).

В проведеното социологическо проучване става ясно, че голяма част от българските предприемачи не споделят гледната точка на У. Баумол. Те определят предприемачеството като креативен процес, *„защото мислиш, защото създаваш, защото от теб зависи какво ще направиш – не те правят на робот“*.

Процесът на вземане на решения е избор между алтернативни комбинации на ограничените средства, с които разполага дадена организация. Този избор зависи от знанието. Ако при съвършена конкуренция то е пълно, сигурно и всеки знае със сигурност какво да очаква, то действията могат да бъдат автоматично пресметнати и ролята на предприемача би била излишна. В реална пазарна среда, обаче, където знанието е непълно и ограничено, се налага въвеждането на фигура, която не само да реагира на промените на пазара, не само да прогнозира възможни промени, но и да я използва и реализира от това печалба – предприемачът.

В проучването анкетираните отчитат, че *информираността „трябва да бъде държавна политика“* под формата на семинари или специализирана преса. При този проблем следва да се намесят специализираните образователни институции, чиято роля е не само да информират, но и да учат как да се търси и използва информация.

Предприемачът като иноватор

Най-известната теза по отношение на иноваторската роля на предприемача е изказана от Йозеф Шумпетер през 1934 г. в „Теория на икономическото развитие“[2]. В това общество функцията на

[1] Baumol, W.J. (1968) Entrepreneurship in economic theory, American economic review, vol.58, n°2.

[2] Schumpeter, Joseph A., The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (255p.), Harvard University Press, 1934.

предприемача е да въвежда иновации – нови методи, нови продукти, нови суровини, нови форми на организация. Предприемачът се стреми към монополна позиция и печалби. Ето защо, вместо да се установява състояние на равновесие, той се стреми да разруши съществуващото. Този процес Й. Шумпетер определя като креативно (творческо) разрушаване *(creative destruction)*.

Ролята на предприемачите е да реформират или революционизират начина на производство чрез експлоатиране на дадено изобретение или по-общо – на непробвана технология.

По този въпрос анкетираните български предприемачи споделят, че „*Действащата законова рамка не стимулира иновациите*“. Колебанията и затрудненията сред анкетираните да посочат конкретни примери относно иновациите показва, че голяма част от българските предприемачи са от групата на „*ИМИТАТОРИТЕ*“.

Анкетираните обясняват трудностите за въвеждане на иновации с липсата на висококвалифициран персонал, липса на ясно заявени бизнес приоритети, корупционни практики, като не пропускат и икономическата криза и свързаната с нея ниска платежоспособност на населението.

Предприемачът като рисков играч

Когато става въпрос за предприемачество и риск, в икономическата теория не би следвало да се пропусне разглеждането на разграничението, което прави един от първите представители на Чикагската школа – Франк Найт между риск и несигурност. В своя дисертационен труд „Риск, несигурност и печалба“ (1921) американският професор определя риска като случайност с известни възможности, която може да бъде изчислена с методите за пресмятане на вероятности въз основа на минали преживявания. При определяне на печалбата, обаче, следва да се отчита един особен вид риск, който е напълно непредвидим и го нарича **несигурност** (случайност с неизвестни възможности).

Българските предприемачи, участници в дискусиите по този проект, отчитат наличие на риск в тяхната дейност, дори на неопределеност, споделяйки *че „никой не знае точно какви ще са резултатите“* в този вид „*интересна, но понякога разочароваща игра*“. Те обясняват доминиращата несигурност с липсата на стабилни финансови пазари, липсата на политика, която да е насочена към мал-

кия и среден бизнес, наличието на монополисти в различни бизнес сектори. Често споменават и проблема с недоверието в пазарите. Това поражда дискусии по отношение на значимостта на ролята на предприемача в българската икономика.

ФОРМИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА АКТИВНОСТ

Психологически подход

Към психологическия подход безусловно може да бъде причислена гледната точка за предприемачеството на Йозеф Шумпетер. Според него предприемачът се мотивира много повече от **личностния успех**, отколкото от целта си към максимизиране на печалбата. Това е „желание за завладяване, за битка и за върховенство над другите". Това е „радостта да създаваш и вкусът от добре свършената работа или най-просто удоволствието да използваш своята енергия и изобретателност". Това е мечта за изграждане на „собствено царство", дори на „династия". Интересна аналогия прави италианският икономист Енрико Сантарели между предприемача на Шумпетер, който преминава логиката на нормалната рационалност и „свръхчовекът" на Ницше.

Според анкетираните, предприемаческата дейност е желана от тях, защото им *„дава свобода"* и *„удоволствие от постигане на целта"*. За тях трудът на предприемача изисква *„самосъзнание, култура и себеотдаване"*.

Като мотиви и предпоставки пред българските предприемачи за започване на собствен бизнес се открояват:

- Предишна работа в подобна сфера и желание за самонаемане
- Съкращение или загуба на предишна работа
- Възможност за добра печалба
- Хоби.

Психологическият подход ясно различава предприемачите като отделна група играчи, която психологически превъзхождащи другите. По принцип, според този подход, те играят роля на водачи в пазарния процес, докато другите (по-голямата част) играят роля само на последователи.

Психологическият подход отрича важната роля на предприемача като подражател. Някои автори, обаче, твърдят, че имитирането играе по-важна роля отколкото иновацията, сама по себе си, за

прогреса на човечеството. В този смисъл всеки може да бъде подражател или имитатор, следователно и предприемач.

Без да засягат проблема за подражателството участниците в анкетното проучване определят като успешен предприемачът, който открива подходящата ниша на пазара „*където да се чувства уверен и да е информиран"*.

Анкетираните споделят психологическия подход: „*добрият предприемач се ражда с дарба и талант"*. Голяма част от тях допълват, че вроденият предприемачески дух има нужда да се развие.

Хуманитарен подход

Хуманитарният подход се основава на идеята, че личността на предприемача се изгражда чрез обучение и не е задължително нещо генетично (както е според) психологически подход. Американският икономист нобелист Теодор Шулц[3] установява, че предприемаческата способност е човешки капитал, който може да бъде създаден от формалното образование. Следователно, можем да инвестираме, за да го разширим.

Преобладаващата част от участниците в анкетното проучване твърдят, че „*добрият предприемач израства с натрупване на опит и професионална култура"*. Те отчитат, че в условията на местна пазарна икономика (в българските условия) „*трудът на предприемача е много общ – в смисъл, че той трябва всичко да прави, за да е сигурен, че нещата ще вървят" „да е контактен, да познава нужните хора, които ще му свършат работата"*. Споделят и че образованието в България не поставя достатъчно акценти върху предприемачеството: „*Сега, всъщност, от кого ще се учим на предприемачество?"*. Докато в западните страни има школи, в България, в опитите да се създаде модел, само се компилира и по-често разваля. Други подчертават значението на ученето чрез правене *(learning by doing)* за формирането на предприемачески способности.

Социо-подход

За разлика от психологическия подход, който е базиран на индивидуалистичната методология, социо-подходът акцентира върху

[3] Schultz, T.W. (1980) Investment in entrepreneurial ability, Scandinavian journal of economics, vol. 29.

значението на социо-културните и макроикономическите условия за формирането на предприемача.

Анкетираните отбелязват, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда и предприемаческа традиция. Голяма част, обаче, споделят, че „*в България няма семеен бизнес, който да може да се продължава*“, цитирайки социалистическия период, който прекъсва семейния бизнес, както и дългите години на „*съвземане от насаждения страх от предприемачество*“.

Редица изследвания подчертават, че появата на предприемаческа активност е в по-тясна зависимост от икономическата среда, отколкото от личностните способности и индивидуални усилия.

Институционален подход

Ако социо-подходът установява връзка между социокултурните и макроикономическите условия и предлагането на предприемачески фактори, то т.нар. институционален подход има за цел да осветли влиянието на държавата и институциите върху ориентирането и разпределението на предприемаческия талант.

Участниците в дискусиите споделят, че е трудно да се осъществява предприемаческа дейност в България. „*Да си предприемач в чужбина е съвсем друго понятие, все пак. Като знаеш, че имаш дадени качества, дадени умения, там нещата стоят малко по-другояче. В зависимост от качествата и уменията ти, ти можеш да кандидатстваш за субсидии (...) защото бизнес се прави с пари, все пак, а тук могат да ти дадат кредит 30 000 лева и да ги загубиш точно след една седмица. След това всичко се обръща наопаки*“.

В български условия липсата на институционални регламенти може би стои на челни позиции сред факторите, определящи равнището на икономическа активност. Коментирайки нагласите за предприемаческа дейност в България, много от респондентите поставят специален акцент върху негативната страна на тази дейност и масовото обществено недоверие в институциите. Този негативизъм се дължи основно на силното желание за спекулативно бързо забогатяване без оглед обществената стойност на *действията „без да са в услуга на останалото общество*“.

От институционална гледна точка важен проблем е и как институциите дават и гарантират свобода на избора за всички. В този контекст са споделени различни мнения. За някои фактът, че част-

ните агенти не са способни или нямат мотивация за създаване на предприятие е достатъчна причина, поради която държавата трябва да отнеме тази роля от отделния индивид и да влезне в ролята на предприемач.

По този проблем мненията сред анкетираните български предприемачи клонят в същата посока – държавата трябва да изпълнява предприемачески функции, особено *в „целеви сектори, които са в интерес на държавата и обществото ни“*. Разбира се, има и чисто лесефериски ориентирани дискутанти, които споделят, че смисълът на свободния пазар налага „*държавата напълно да се оттегли от предприемачески функции“*, като твърдят, че „*частният бизнес винаги е по-успешен“*.

Друг интересен въпрос, повдигнат от институционалния подход касае риска от предприемаческите действия. Тъй като рискът се поема от частни лица, а техният успех е в полза на цялото общество, би било редно държавата да се намеси и в случай на провал (в известна степен, без това да обезкуражава действията им). Да се намери оптимално ниво на застраховка, защото ако покрива напълно всички рискове, стимулиращият ефект изчезва напълно.

В проведените дискусии единодушно се споделя, че условията за предприемаческа дейност в България са „*трудни“* поради бездействието на държавата: „*Държавата не прави нищо, с което да стимулира малкия и среден бизнес“*, дори „*няма политика, която да е насочена към средния и малък бизнес“*. Администрацията трябва да е в услуга на предприемача, а не да го плаши. Масово респондентите цитират досадното чакане в институции като НАП и Агенцията по вписванията.

Анкетираните български предприемачи подсказват, че е необходимо да се засилят регулационните функции на държавата в посока „*спиране на изтичането на финансов капитал“*. Голяма част от проблемите си анкетираните обясняват с липсата на институционално гарантиране на междуфирмените задължения. В този смисъл, е необходимо комплексно преразглеждане на нормативните уредби, които вместо да създават ред объркват дребните предприемачи и не рядко хаосът е причина да се оттеглят от избрания бизнес, а всеобщо е мнението, че при българското предприемачество „*двигател на икономиката на страната“* са именно малкият и среден бизнес.

ЗАКОНОДАТЕЛНАТА ОСНОВА НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

(Основни нормативни документи, формиращи и обслужващи българското предприемачество в исторически план и понастоящем)

Еньо Савов

Предприемачеството е неотменим атрибут на свободната пазарна икономика. Според енциклопедия „Уикипедия“, предприемачът е човек, който подема нова инициатива с цел печалба. Според същата самото понятие „бизнесмен“ се дели на две – предприемачи и управители на бизнеса. Докато първите започват или подкрепят нови икономически инициативи, вторите пък поемат управлението му, когато той вече е зрял и стабилен. Несъмнено, уменията, необходими за двата вида дейност, са различни. Докато започването на нова икономическа дейност има нужда от агресивно пробиване на нова пазарна ниша, развитото предприятие или фирма има нужда от стабилно и устойчиво управление. И двата вида дейност обаче се нуждаят от стабилна законодателна основа, която им гарантира възможност за зараждане, развитие и просперитет.

При пазарната икономика предприемачеството играе особено голяма роля, тъй като то дава възможност за икономически растеж и за конкурентоспособност на националната икономика. Предприемачеството е факторът в едно общество, което генерира богатство и то не само за отделни лица но и за самата нация, съответно държава. Отношението към предприемачеството от страна на обществото рефлектира в създадената нормативна база, върху която то се развива. Дали тази база ще бъде насърчаваща, подкрепяща или ограничаваща и дори забранителна си определя от обществено-икономическия строй, който господства в конкретното общество.

Всички закони на една държава имат пряко или косвено отношение към предприемачеството като една от важните дейности на обществото, допринасят или затрудняват в една или друга степен неговото установяване и развитие. Основополагащо място заема естествено основния закон – конституцията на дадената държава, който определя какво ще бъде отношението на обществото към предприемаческата дейност. На второ място идват т.н. икономичес-

ки закони, т.е. тези, които регулират икономическите дейности в държавата – законите, определящи допустимите форми на собственост, тези, регулиращи допустимата търговска дейност и нейните организационни форми, облигационните отношения, банковото дело, формите на наследяване и др. Не малка роля играят и законите в социалната сфера, засягащи въпросите за отношението на предприемачеството с работната сила, нейната квалификация и преквалификация, социалното осигуряване, пенсионирането и пр. Сред това многообразие от закони главна роля за развитието на предприемачеството играят търговските закони, на които ще бъде отделено и основното внимание в настоящото изследване.

В съвременна България биха могли да се открояят три основни периода на развитие на предприемачеството, съответно на неговата нормативна основа:

– От Освобождението на България през 1878 година до 9 септември 1944 г. – развитие на предприемачеството при капиталистически обществено-икономически отношения;
– От 9 септември 1944 г. до промените настъпили в края на 80-те и началото на 90-те години на XX век – период социалистическо развитие, т.е. на ликвидиране на предприемачеството като възможна дейност в полза на отделни лица;
– От началото на 90-те години на миналия век до наши дни – период на връщане към пазарна икономика и създаване на условия за развитие на свободна предприемаческа дейност.

I. НОРМАТИВНА ОСНОВА НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО СЛЕД ОСВОБОЖДЕНИЕТО

През периода от възникването на първата българска държава до края на XIX век едва ли бихме могли да говорим за развити пазарни отношения. Скотовъдството и земеделието са били основата на господстващото натурално стопанство. Няколко десетилетия преди падането на България под османско робство се забелязва раздвижване на пазара, което води и до сеченето на монети и използването им като разменно средство. Като нормативна основа на зараждащите се пазарни отношения е било използвано византийското право.

Османското иго прекъсва за няколко века нормалното развитие на българската държава, запазва сравнително примитивни форми на стокова размяна и откъсва България от позитивните тенденции на

икономическо развитие в Западна Европа. Като част от Османската империя българската територия се ползва от плюсовете и минусите на нейното икономическо развитие. Наложилото се развитие на комуникациите в Турция неминуемо ползва и българските земи, където също се прокарват пътища и се оформят селища на оживена „керванна“ търговия[1]. Разширяването на търговските връзки на Турция със Западна Европа през XVIII и XIX век засилва влиянието на западните законодателство и постепенно въвежда възприетите от тях правно-организационни форми на предприемаческа и търговска дейност. Регулиралите векове наред икономическата дейност на Турция норми на Шериата постепенно към средата на XIX век постепенно започват да се заменят от граждански закони, заимствани предимно от френското гражданско законодателство. Така например през 1849 година бива приет Отоманският Търговски закон, който е копие на френския Търговски закон от 1807 година, а така също около това време се приемат редица нови закони в областта на икономическата дейност и банковото дело[2].

С основание проф. Виталий Таджер отбелязва, че гражданското право, за разлика от другите клонове на правото, не може да бъде отменено автоматично със създаването на нова държавна власт, тъй като това би внесло смущения и несигурност в правния живот. Ето защо след Освобождението в България продължават да действат турското право и обичайното право, които постепенно биват заменяни от нови български закони[3]. Много скоро обаче тази нормативна основа се оказва изпреварена от бързото развитие на българската икономика, от нарастващия вътрешен и международен стокообмен. Налага се бързо изработване и приемане на нови закони, отговарящи на спецификата на развитието на българското общество.

При формирането на нормативната основа на България след Освобождението следва да бъде отчетена и една друга характерна особеност. Създаването на Третото българско царство се извършва в момент, когато в Централна и Западна Европа отдавна са започнали и са се развили основните параметри на нов и агресивен по своята

[1] Вж. Андреев, М., Ф.Милкова. *История на българската държава и право 1878 – 1917*., С.1 1993, с. 162 – 197.

[2] Вж. Ганев, В., *Историческо развитие на търговското право*. Годишник на СУ. Юридически факултет. 1921 г., с. 254 – 267.

[3] Вж. Таджер, В., *Гражданско право на НРБ*. Обща част. Дял I, С., 1972, с. 44.

същност капитализъм. Страната няма нито време, нито финансови възможности и ресурси, нито утвърдени обществени институции, за да повтори някои от примерите на капиталистическо развитие на другите държави. Липсват колонии и по-значителни природни ресурси, а международната търговия е в зародиш, т.е. няма ги онези фактори, които биха могли да станат основа за бързо капиталово натрупване. През следващите десетилетия България ще бъде принудена да навакса изоставането, да догонва и да използва създадени вече някъде другаде стандарти на развитие и живот.

Тези особености предопределят и решаващата роля, която държавата играе за развитието на капитализма в едно почти изцяло селскостопанско общество. Държавата е принудена да поеме водещата роля и да насърчава чрез законодателството развитието на капиталистическите производствени отношения, т.е. да върши това, което в другите държави е било в ръцете на частния капитал или асоциации от граждани. Ставайки основен гарант за развитието на българското предприемачество, държавата го прави същевременно силно зависимо от нея и от нейната политика.

Централната роля, която играе държавата при развитието на капиталистическите отношения след Освобождението има и друго негативно последствие. В очите на населението държавата се превръща в основен експлоататор, акумулира враждебност в широките обществени слоеве и засилва и оправдава опитите тя непрекъснато да бъде мамена. Не случайно максимата „Моето си е мое, а държавното е общо“ и то може да бъде присвоявано и разрушавано без угризение на съвестта се е формирала през този период и е оставила следи в съзнанието на населението и до ден днешен.

С цел да преодолее изоставането и да натрупа средства за развитие предприемачеството е принудено да се стреми към извличането на по-голяма принадена стойност, което пък акумулира недоволство и враждебност към него. Така например нормата на печалбата в България през първата половина на миналия век е била 2-3 пъти по-голяма от тази в САЩ и развитите западноевропейски държави[4]. Чрез данъчната система държавата също се стреми финансово да подпомага предприемачеството, вместо да отделя повече средства за социални придобивки, каквато е практиката в напредналите държави.

[4] Вж. Беров, Л. *Нормата на печалбата на капитала в България до 1944 г.,* С., 1961, с. 102.

Разликата между България и развитите европейски държави ще продължи да се запазва десетилетия наред въпреки усилията на държавата за укрепване на капитализма и развитие на предприемачеството, а огромната част от населението ще продължава да са селяни (над 80% през 1946 г.) предимно дремни собственици. Тези условия, на развитие на българското предприемачество при една силно изразена роля на държавата обясняват и много по-органичното свързване на появилия се български социализъм с предходната система, отколкото например в Централна Европа. Социализмът в България и трябвало да изпълни онези стопански задачи, които държавният капитализъм не е успял дотогава при създадената преди това политическа система на търновската конституция[5].

I.1. Възникване и формиране на правните норми след Освобождението, обслужващи българското предприемачество

След Освобождението се извършва радикално преустройство на българското общество. С възстановяването на националната държавност започва да се формира ново нормативно устройство, което утвърждава настъпилите промени.

В изграждането на новата правна система биха могли да се открояят два основни етапа:

– От началото на Руско-турската война до приемането на Търновската конституция. Правните норми, които се използват през този етап имат временен характер. Използват се както писани, така и неписани правни норми, част от които са феодални, а други буржоазни по форма и съдържание.
– От приеманите на конституцията до към началото на XX век, когато се поставя основата на новото българско законодателство.

През първия период все още се използват някои турски закони, като например Търговския закон, Закона за земите и др., прилагат се някои норми на българското обичайно право и се поставя началото на новото българско законодателство предимно с нормативни актове на руската гражданска и военна администрация.

През втория период постепенно се премахват феодалните ограничения, действалите до тогава турски правни норми и норми на

[5] Вж. в този смисъл: Проданов, В., *Глобалните промени и съдбата на България,* С., 1999, с. 366 – 374.

българското обичайно право започват да се заменят със закони от буржоазен тип, закони, които провъзгласяват формалното равенство на юридическите субекти.

Пред законодателите от този период стои не леката задача сравнително бързо да се отмени завареното законодателство и да се създаде българска правна система. Това е процес, който обхваща последните две десетилетия на XIX век и завършва с оформяне на основните отрасли на българското законодателство.

I.1.1. Търновската конституция

Конституцията на Българското княжество се приема от Учредителното събрание във Велико Търново на 16 април 1879 година. Нейната основна цел е да закрепи юридически социално-икономическите изменения в българското общество след Освобождението. Това е един новаторски и прогресивен за времето си документ с либерален характер, основаващ се и прокламиращ демократични принципи на държавно устройство – равни политически права на гражданите, в т.ч. и право да участват в управлението; всички български поданици са равни през закона (чл. 57); разделение на властите; недопускане на съсловно деление; право на свобода на индивида (чл. чл. 40, 73, 74, 77 и др.).

Свободите на българските граждани, провъзгласени в Търновската конституция са израз на дълбоките радикални промени извършени в обществото след Освобождението. За пръв път в българската история по законодателен ред се прокламират универсалните лични свободи на отделната личност, свободата на печата, на събранията и дружествата, формиращи най-важните особености на правното положение на индивида.

Икономическата основа на обществото най-добре се разбира от формулирането на правото на собственост. В търновската конституция това се извършва от чл. 67, който провъзгласява „Правата на собствеността са неприкосновени“[6]. Търновската конституция утвърждава принципа на личната неприкосновеност и частната собст-

[6] Текста на Търновската конституция вж. в: *История на българската държава и право, извори, 1987 – 1944.* Съставители Петър Петров и Гълъбина Петрова, С., 1998, с. 39 – 55.

веност като основа на производствените и обществени отношения в Княжество България.

Провъзгласената в чл. 67 неприкосновеност на собствеността става конституционна основа на новобългарското гражданско право. Практическият смисъл на правото на собственост се свежда до правото на всички граждани да притежават собственост и да се разпореждат с нея. Това е солидна гаранция за политическата свобода на гражданите, както и правото им свободно да се разпореждат със собствения си труд.

Провъзгласените в Търновската конституция свободи на гражданите отразяват същността на извършващите се радикални промени в българското общество след Освобождението. По законодателен път за пръв път в българската история се прокламират универсалните лични свободи на отделната личност – равенство на всички пред закона и забрана да се разделя обществото на съсловен принцип (чл. 57), забрана на робството (чл. 61), лична неприкосновеност и неприкосновеност на жилището и кореспонденцията (чл.чл.73 – 77), свобода на печата (чл.чл. 79 – 81), свобода на събранията и свобода да се съставят дружество (чл.чл. 82 – 83) и др.

Важно значение има провъзгласеният в чл. 43 принцип за законност, от който следва да се ръководят управляващите в държавата: „Българското княжество се управлява точно според законите, които се издават и обнародват по начина, който е показан в конституцията“.

Търновската конституция представлява стабилна и модерна за времето си юридическа основа на социално-икономическите изменения в българското общество след Освобождението през 1878 година. Формулирайки основните принципи на българския политически, икономически и социален живот, тя дава възможност да се изгради една съвременна законодателна база за развитие на обществените отношения. На новото българско предприемачество е дадена възможност в пряк и преносен смисъл да събуе потурите и да облече модерните европейски костюми, но неговото прохождане става мъчително бавно главно поради липсата на стабилни източници на така необходимия първоначален капитал за неговото развитие.

I.1.2. Създаване на нужното за предприемачеството ново българско гражданско право

Съвсем естествено е, че в началото за самостоятелна законотворческа дейност е липсвал и опит и самостоятелни традиции в об-

ластта на буржоазното гражданско право. Затова е и напълно понятно, че новата правна система се формира върху опита на чужди юридически идеи, теории, законодателства и съдебна практика. Отрадно е, че първите съвременни български законотворци твърдо следват утвърдените в Европа правни системи, ползват се от най-модерните за онова време правни доктрини.

В България липсват висши учебни заведения, които да подготвят квалифицирани юристи. Затова всички бъдещи законотворци са получавали своето образование в най-реномираните университети на Европа. Всеки от тях е познавал съответното национално право на държавата, в която учи. Обяснимо е, че при създаването на новата българска правна система, те са се насочвали към тази, която им е най-добре известна – френската, италианската, немската. Нововъзникналото българско гражданско право следва основните линии на романската правна система чрез гражданските кодекси на Италия и Франция, а търговският закон претворява принципите и институтите на германската правна система.

В правната ни доктрина още от самото начало се утвърждава разделението на правото на публично и частно. Към публичното право са били отнасяни държавното, административното, наказателното, наказателно-процесуалното и гражданско-процесуалното право, а към частното – облигационното, търговското, семейното, наследственото и вещното право. Някои от тези клонове на правото имат пряко, а други косвено отношение към предприемаческата дейност. Тез, които имат пряко отношение са облигационното, търговското, вещното и наследственото, на чието формиране ще отделим съответното внимание.

I.1.2.1. Новото българско облигационно право

Един от първите и по същество особено важни актове в областта на гражданското право е Законът за задълженията и договорите. Той регулира облигационните отношения в обществото и освен, че е в полза на стокообмена, като цяло служи на развитието на икономиката.

Инициатор и мотор на изграждането на новата българска законодателна система и тогавашното Министерство на правосъдието. Към него се създават комисии, работни групи и други органи, в които заседават квалифицирани български юристи, получили, както вече бе отбелязано образованието си в реномирани европейски университети,

които черпят с пълни шепи опита на държавите, в които са следвали. За създаването на българския Закон за задълженията и договорите като основа са използвани Италианския граждански кодекс (Codice civile) от 1885 година и косвено Френския граждански кодекс (Наполеоновия кодекс) на чиято основа е изграден италианския закон. Някои текстове са буквален превод на текстовете от Италианския граждански кодекс. Имайки предвид състава на българското общество, законодателите съзнателно избягват Германския граждански законник, тъй като той отразява интересите предимно на човека, занимаващ се с търговия, докато италианският закон отразява тези на селянина.

Първият български Закон за задълженията и договорите бива публикуван в Държавен вестник бр. 268 от 5 декември 1892 година[7]. Това е внушителен документ, съдържащ 668 текста и регулиращ широкия обхват на облигационните отношения.

Особено добро впечатление прави обстоятелството, че в самото начало на закона са посочени принципите, на които той се изгражда.

Основен принцип е равенството на всички граждани да сключват договори, ако *„...то по закон не е неспособно“* (чл.9 от ЗЗД). Неспособни са: *„...непълнолетните; запретените; тези, които се намират под ограничено запрещение и въобще тези, на които законът запретява сключването на известни договори*“ (чл. 10 от ЗЗД). Формалното равенство на гражданите е един възприет прогресивен принцип на буржоазното право, явяващ се отрицание на средновековните ограничения и привилегии в областта на стокообмена. Свободата на договаряне е производна на прокламираната още от Френската буржоазна революция (1789 г.) свобода на отделната личност – човек сам може да се договаря по всички въпроси, касаещи собствеността му. Това отваряло широко поле за дейност на прохождащото българско предприемачество, освобождавайки го от самото начало от средновековните ограничения. Съобразно закона всяко дееспособно физическо лице е можело свободно:

– Да сключва всички допустими от закона договори;
– Свободно да избира с кого и как да се договаря;
– Да включва в договорите такова материално съдържание, каквото е най-изгодно за него;
– Сам да избира най-подходящата форма на договор.

[7] Вж. извадки: Пак там, с. 116 – 123.

Основното поставено от закона условие е било договорите да не противоречат на закона. Страните са били свободни да използват такава форма на договор, която е най-подходяща за целите, които преследват. Единствено при прехвърлянето на недвижима собственост е било наложително сключването на нотариален акт.

Законът възприема формулираният още в древен Рим принцип „Pacta sunt servanda“ – договорите подлежат на безусловно изпълнение. Съобразно чл. 28, ал. 1 на ЗЗД законно сключените договори имат силата на закон за тези, които са ги сключили. Втората алинея на този текст гласи, че *„те могат да бъдат отменени само по взаимно съгласие или по предвидените от закона причини“*. Този принцип гарантира необходимата сигурност на предприемачеството.

По примера на Италианския и Френския граждански закон ЗЗД възприема т.н. облигационно-вещен ефект. Проявата на същия е при договорите за обмяна на вещи. Така например договорът за покупко-продажба и замяна на вещи влиза в сила когато стане самото споразумяване, независимо дали вещта реално е преминала в ръцете на новия собственик (купувач) – чл. 218 на ЗЗД. По този начин рискът преминава в ръцете на придобиващия вещта в момента на сключването на договора (чл. 30), а не в друг по-късен или по-ранен момент. Също един прогресивен за времето си принцип.

Интерес представлява и самата структура на ЗЗД. В самото начало, Глава Първа, се определят източниците на облигационни задължения – *„Задълженията произтичат от закона, от договорите или полудоговорите, от престъпленията или от полупрестъпленията“*.

Нанасянето на вреда другиму се определя от ЗЗД като престъпление или полупрестъпление, в зивисимост, според доктриналното тълкуване по това време, от степента на умисъла: „Всяко действие на човека, което причинява вреда на другиго, задължава тогава, по вина на когото е последвало то, да поправи вредата“ – гласи чл. 56.

Съвсем естествено най-голямо внимание се отделя на общите въпроси на договорите, на които са посветени и следващите раздели на закона – предмет, причина, действие и тълкуване.

На видовете договори са посветени следващите раздели на закона. Сред тях централно място заема договорът за прехвърляне на собственост, т.е. за покупко-продажба като най-приложим, следват договорите за замяна, за възмездно ползване на вещи и работна сила, т.е. за наем на вещи, на работна ръка и добитък, за заем, за влог,

за залог, за пълномощие, спогодба, рента, застраховка, игра и обзалог, за секвестър, антихреза и поръчителство. В закона е пропуснат договор за дарение, тъй като този въпрос е уреден със Закона за наследството от 1890 година.

Текстовете, регламентиращи договорите за дружество разделят същите на общи дружества, т.е. такива, в които съдружниците внасят всички настоящи имоти и делят всички бъдещи печалби и на частни дружества, които имат за предмет няколко определени вещи или тяхното ползване или плодовете, които могат да се добият от тях. Към частните спадат и случаите, когато няколко души се обединят за определено предприятие или занятие.

Интерес представлява договорът за антихрезата, уреден в чл. 629 – 634 на ЗЗД. Съгласно чл. 629 *„Антихрезата е договор, чрез който кредиторът придобива право да прибира доходите на едно недвижимо имущество на своя длъжник, със задължение да ги прихваща годишно срещу лихвите, ако такива му се дължат, и после срещу капитала на своето вземане“*. Това е архаичен договор, който не се възпроизвежда в съвременното законодателство, въпреки че няма пречка такъв договор да бъде сключен на основата на разпоредбите на чл. 9 от сега действащия ЗЗД.

Бихме могли да охарактеризираме Закона за задълженията и договорите от 1892 година като модерен закон, въплътил в себе си най-напредничавите идеи на европейското законодателство и представляващ добра основа за действията на новото българско предприемачество. Под влияние главно на немското гражданско право ЗЗД нееднократно бива изменян и допълван през следващите десетилетия. Той остава в сила до 1951 година, когато вече в тръгналата по социалистически път на развитие България се приема аналогичен закон със същото име, но изграден върху основата на принципите на социалистическото право и на плановата икономика.

I.1.2.2. Търговският закон (ТЗ)от 1898 година

Вторият по значение за предприемачеството закон е този, регулиращ търговските дейности и отношения. Търговският закон след Освобождението се приема сравнително по-късно, след като вече са утвърдени общите граждански закони на Княжеството. Нуждата от такъв закон нееднократно е изтъквана от предприемачите – търговци и индустриалци, в искания, отправяни до парламента. Наред с това Министерството на външните работи и изповеданията също

сезира Министерството на правосъдието, че такъв закон се налага с оглед и на по-прецизното договаряне и сключване и на международните търговски договори.

Подготовката започва през 1895 година като Министерството на правосъдието назначава комисия от изтъкнати юристи, която на основата на Унгарския търговски закон и Унгарския закон за менителниците, а така също при използването на Румънския търговски закон за някои части, който пък от своя страна възпроизвежда Италианския търговски закон от 1883 г., подготвя първоначалния проект. Комисия, съставена на значително по-широка основа, включваща освен членовете на първоначалната комисия така също и председателите на апелативните и окръжни съдилища и оглавявана от министър-председателя Стоилов одобрява с незначителни изменения проекта и го внася за разглеждане във втората сесия на Осмото обикновено народно събрание, което не стига до обсъждането му поради това, че е разпуснато от княза. Самият закон е обсъден и приет от Деветото обикновено народно събрание на 15 февруари 1897 г., обнародван в бр. 114 на държавен вестник и влиза в сила на 1 януари 1898 година.

Новобългарлският търговски закон от 1898 година е обемист документ, който съдържа 833 текста. Той се изгражда върху модерни за времето си принципи:

– Засилена отговорност на търговеца, неограничена и солидарна, за неговите действия. Той трябва да пази като свои чуждите интереси, които са му поверени;
– В търговията се отговаря и за случайно причиняване на вреда (например повреди на товар, причинени от трети лица и др.);
– Възмездимост на търговските сделки. Този принцип произтича от римската максима, че парите на търговеца струват по-скъпо (Plus valet pecunia mercatoris, quam non mercatoris). Няма търговска сделка, която да е безвъзмездна;
– Търговският капитал винаги носи лихва, дори ако тя не е уговорена предварително. Начисляването ѝ става от момента на просрочието, като в този случай се начисляват и лихви върху лихвата;
– Опростени формалности при търговските сделки. Формите на сделките са предварително определени и еднообразни.

В член 1 на Закона са формулирани общите правила, на които той е подчинен: *„По търговските дела се прилагат разпорежданията на настоящия закон, при отсъствие на такива се прилагат търговските обичаи, а ако такива няма, приспособява се гражданският закон“.*

Самият Закон е разделен на две основни части: Книга първа озаглавена „*За търговците, търговските дружества и сделките“* и книга втора под наслова „*За несъстоятелността“.*

Книга първа се е състояла от три дяла, разделени на 25 глави:

– Дял първи е давал определението за търговец: „…онзи, който в свое собствено име се занимава по занятие с търговски дела“ (чл. 2). Специално внимание законът отделя на непълнолетния търговец и условията, на които той следва да отговаря, за да може да се занимава с търговска дейност[8]. Законът отразява и тогавашното положение на жената в обществото. В съответствие с чл. 9, ал. 1 на ТЗ омъжената жена е можела да се занимава с търговска дейност само с изричното или мълчаливо съгласие на своя съпруг. Неомъжените жени са могли безпрепятствено да се занимават с търговска дейност, но при сключване на брак тя е могла да продължи да изпълнява такава дейност само със съгласието на съпруга си. Търговският регистър се е водил към окръжните съдилища, като вписванията в него са се публикували в Държавен вестник;

– Дял втори е бил посветен на търговските дружества. Като такива в чл. 68 на ТЗ са били посочени събирателните дружества, командитните дружества, акционерните дружества и сдруженията. По характеристики те са сходни с познатите и понастоящем търговски дружества. Глава пета е съдържала уредбата на кооперациите, които в Закона са били наречени „сдружавания“. Тази част на ТЗ става по-късно основа за изработването и приемането на Закона за кооперативните сдружавания. Законът не урежда като търговска форма дружеството с ограничена отговорност (ООД) вероятно защото тази форма не е съществувала в законите, от които са се ползвали тогавашните законодатели или защото условията в България още не са били назрели за нейното въвеждане. Това става значително по-късно, през 1924 година със специален Закон за ООД;

[8] Вж. по-подробно Кацаров, К., *Систематичен курс по българско търговско право.,* С., 19901 с. 42 – 47.

– Дял трети, който се е състоял от 12 глави, е бил посветен на търговските сделки – продажба, комисионен, спедиционен и превозен договор, договор за публичен склад, издателски договор, посреднически договор и договор за застраховане. Особено внимание в последните три глави е отделено на регламентиране на менителницата, записа на заповед и чека, като само на менителницата, чийто правен режим е особено подробно описан, са посветени 108 текста.

Книга втора на Търговския закон е съдържала 11 глави, преходни правила и заключителни разпоредби и е уреждала общия режим на несъстоятелността. Предпоставка за отриване на производство по несъстоятелност е било прекратяване на плащанията. Свръхзадължеността не е била предвидена в закона като основание на начало на производството по несъстоятелност. Законът подробно е описвал начините за защита на вземанията на кредиторите и формите, които е следвало да се използват за това.

Като първи опит в тази област, Търговският закон от 1998 година е един успешен опит да се регламентира важна част от българското законодателство, така необходима за развитието на предприемачеството. На съвременна за тогава основа са формулирани принципите на търговското право, решени са въпросите за видовете търговци, видовете търговски сделки, проблемите за обявяване в несъстоятелност. Разбира се, ако се погледне от днешна гледна точка, би могло да се отбележи, че редица материи на търговското право са останали неуредени – въпросите за търговския представител и неговите права и задължения; въпросите, свързани със създаването и действието на дружеството с ограничена отговорност; въпросите на публичната тайна; на публичното предприятие, създавано с особен закон; на контрола върху органите на търговските дружество, а така също и някои особености на сключването на договори и на изпълнението на търговските сделки[9]. Постепенно и тези въпроси намират своето регулиране с внасяните промени в ТЗ и с приеманите по-късно закони в сферата на търговското право.

[9] Вж.: Попов, П., *Търговският закон от 1897 година и неговото значение за създаването и развитието на българското търговски право,* в сп. „Търговско право“, кн. 1, 1998 г., с. 3-11.

Търговският закон от 1998 година е претърпял многократни промени[10]. Главата за сдружаванията през 1907 година бива отменена изцяло със Закона за кооперативните сдружавания[11]. Промени се внасят в режима на акционерните дружества през 1904 г. и особено многобройни през 1943 г.[12], режима на чека, режима по обявяване в несъстоятелност[13], режима на апорта в търговските дружество и противопоставянето на трети лица на вноските на недвижими имоти в АД[14].

Отделни материи биват регулирани и със самостоятелни закони:

– Законът за дружеството с ограничена отговорност, приет през 1924 година[15];
– Законът за кооперативните сдружения от 1907 година[16];
– Закон за морската търговия, приет през 1908 г. и изменен през 1930 година[17]
– Наредба-закон за спестовно-строителните дружества от 1935 година[18];
– Наредба-закон за взаимно-застрахователните сдружения от 1936 година[19];
– Законът за предпазния конкордат от 1932 година[20]. Този закон е премахвал института на мораториума, предвиден в ТЗ, и го е заменял с този на конкордата. Две години по-късно се приема Наредба-закон за облекчаване на длъжниците и за заздравяване на кредите[21].

Специален интерес представлява приетият през 1897 година Закон за заповедното производство[22], който по-късно през 1942 година бива включен в Закона за гражданското съдопроизводство. Законът предс-

[10] Според цитираната статия на П.Попов над 15 пъти, пак там, с. 9.
[11] Книга първа, дял втори, глава пета, чл. 239 – 267.
[12] ДВ, бр. 3, 1904 г.; ДВ, бр. 2 от 1943 г.
[13] ДВ, бр. 280 от 13.03.1929 г.; ДВ от 10.06.1929 г.
[14] ДВ, бр. 292 от 29.03.1933 г.; ДВ от 29.04.1944 г.
[15] ДВ, бр. 28 от 08.05.1924 г.
[16] ДВ, бр. 45 от 28.02.1907 г.
[17] ДВ, бр. 19 от 19.01.1908 г.
[18] ДВ, бр. 204 от 11.09.1035 г.
[19] ДВ, бр. 98 от 05.05.1936 г.
[20] ДВ, бр. 295 от 29.03.1932 г.
[21] ДВ, бр. 103 от 07.08.1934 г.
[22] ДВ, бр. 27 от 15.12.1897 г.

тавлява една улеснена и бърза процедура, която е имала за предмет заплащането на дължима сума, предаването на заместими дължими вещи или предаването на определена дължима вещ. Необходимо условие за започване на производството е било кредиторът да разполага с неподлежащи на съмнение от външна страна писмени доказателства. Ако длъжникът не е възразявал в определения срок, кредиторът е можел бързо да извади изпълнителна заповед и да удовлетвори вземанията си. Но дори когато длъжникът е предявявал възражения и производството се е превръщало в спорно, то това е било т.н. „съкратено съдопроизводство“, което бързо е водело до решаване на спора. При ширещата се днес безкрайна бавност на придвижване на гражданските дела в съда може само да се съжалява, че това производство е било отменено и днес не съществува в българската практика.

I.1.2.3. Вещното право на новата българска държава

В частното право на една държава законът, уреждащ правото на собственост заема основно място сред гражданските закони. Разбира се, това право се определя от установения обществено-икономически строй, заляга в конституцията, но подробното му регламентиране става със специален закон. Първият проект на Закон за собствеността и нейното ограничаване бива изработен още през 1993 година, внасян е неведнъж в Народното събрание, но не се приема. Материята на вещното право се урежда със Закона за имуществата, собствеността и сервитутите[23] (ЗИСС) приет през 1903 и влязъл в сила през 1904 година[24].

Законът регламентира следните области на вещното право:

– Класификация на вещите – недвижими и движими:

1. Недвижими:
   a) По природа – земята, сградите, с изключение на временни постройки, мелници, които са привързани към брега на река, дървета на корен и плодовете преди да се оберат, водопроводите;
   b) По назначение – вещи, които собственикът на земята притежава, за да я обработва, като работен добитък, инвентар и др.;

[23] Буквално: вещни права върху чужди вещи.

[24] ДВ, бр. 29 от 07.02.1904 г.

c) Според предмета, за който се отнасят – плодоползване на недвижими имущества, поземлени сервитути, искове за недвижими вещи.

2. Движими – всички материални предмети извън горепосочените, заровено в земята имане, акциите и дяловете в търговските и промишлените дружества, пожизнените или вечните ренти и т.н.
3. С оглед на лицата, на които принадлежат вещите законът прави следното разделение – на държавата, на окръзите, на общините, на физически и на юридически лица.

Законът прокарва ясна разграничителна линия между режима на недвижимите и този на движимите вещи – за отчуждаване на недвижима вещ е изисква частен писмен договор или нотариален акт, а за движимите вещи законът не предвижда формални изисквания; недвижимите вещи могат да се ипотекират, а движимите се дават в залог; исковете по спорове за недвижими вещи се разглеждат по местонахождението на имота, а исковете за движими вещи по местоживеенето на ответника, различен е срокът за придобиване на недвижими и движими вещи по давност.

Въпросите за давностните срокове се решава от един приет порано закон, а именно **Законът за давността от 1898 година**[25]. Условията, които той формулира биха могли да се сведат до следното: вещите, които могат да бъдат придобити по давност следва да са в гражданско обръщение; страната, която претендира да ги придобие следва да ги владее законно, добросъвестно (предполага се) и на юридическо основание (доказва се). Законът определя и времето, което следва да е изтекло, за да може да се претендира за придобиване собствеността на една вещ по давност (10 години за недвижими имоти).

I.1.2.4. Закон за привилегиите и ипотеките (ЗПИ) от 1908 година[26]

Законът урежда ред материи на гражданското право, останали неуредени от приетите до тогава граждански закони и главно ЗЗД – вписването на сделките с недвижими имоти; ползването на привилегии, които представляват предпочитания при наличието на няколко вземания; различните видове ипотеки като форма за гаранти-

[25] ДВ, бр. 23 от 30.01.1898 г.
[26] ДВ, бр. 21 от 26.01.1908 г.

раване на стабилността на сделките с недвижима собственост и стимулиращо средство за развитие на поземления кредит. Самият закон следва линията на романската правна система, представена от Италианския граждански кодекс, но по ред въпроси, като например тези засягащи вещни права на непълнолетни и поставени под запрещение, ползва и аналогичния белгийския закон.

ЗПИ урежда предимно задължителните условия яза извършването на сделки с недвижимо имущество. С него се въвежда писмената форма на тези сделки, която обаче не е достатъчна, за да гарантира интересите на този, който придобива вещни права. Законът изисква задължително вписване на всички актове, с които се прехвърлят или признават вещни права върху недвижими имоти в ипотечните книги на окръжния съд по местонахождение на имота. На вписване подлежат също така актовете за отказ от вещни права; съдебните решения, които заместват договорите или актове за прехвърляне на вещни права; вземания на кредиторите от наследство, решенията за ограничаване на правото на разпореждане с вещи и др. Изменението в закона, което се прави през 1910 година допълва актовете, които подлежат на вписване, с изискването да се вписват в ипотечните книги не само нотариалните актове, но и актовете, които само са заверени нотариално.

Привилегията пък е било право на предпочитание, което законът е предоставял на едно вземани с оглед на неговия произход. Привилегии е могло да бъдат установяване както върху движими (общи и особени привилегии), така и върху недвижими вещи.

Няма съмнение, че този закон е гарантирал необходимата сигурност на предприемачите при сключването на сделки с вещи и вещни права.

I.1.2.5. Закон за кооперативните сдружения (ЗКС)[27]

Кооперативната форма на сдружаване се налага в Европа като отговор на социалните стремежи към обединяване на работниците и занаятчиите от края на XIX и началото на XX век. Специално в България кооперативната форма на сдружаване се налага предимно в селото и се използва за по-активно включване в земеделския жи-

[27] ДВ, бр. 45 от 28.02.1907 г.

вот. Приетият през 1907 година ЗКС отменя раздел „Сдружавания“ в Търговския закон.

Според закона кооперативно сдружаване е всяко дружество, съставено от неопределен брой членове с цел като извършва съвместна дейност или пък на основата на взаимност да развива икономическите интереси на съкооператорите и да дава тласък за развитието на кредите, земеделието, индустрията и занаятите. Допустимите форми на сдружаване са били най различни – с финансова цел за получаване на аванси и кредити; за задружно купуване на суровини и инструменти за работа, а така също и необходимите домашни и за селското стопанство предмети (т.н. потребителни сдружавания); за съвместна употреба на земеделски и индустриални машини и други оръдия на производството, както и за доставяне на породист добитък; за продажба на земеделски и произведения и за поддържане на общи складове; за общо произвеждане и фабрикуване (т.н. производителни сдружавания); за построяване на здания яза живеене; за взаимни застраховки (чл. 2). Кооперативни сдружавания са могли да създават обществени и частни корпорации и кооперативни сдружавания. За частните лица освен необходимия брой – седем най-малко съосновители, законът е предвиждал и редица други условия – да са български поданици, да се ползват с граждански права, да не са осъждани за лихвоимство[28], да не се намират под съдебно следствие и да разполагат с имотите си (чл. 3 ал. 2).

Законът за кооперативните сдружавания изиграва съществена роля за развитие на кооперативното движение в България, което става едно от най-разгърнатите в Европа. Той съдейства за развитието на българското стопанство и позволява да се въвлекат в стопанска дейност широки среди от българския народ. Наред с това следва да се отбележи, че недъзите на българското развитие през този период, които бяха вече отбелязани – липса на капитал и на подготвени кадри, наред с бюрократизирането на някои кооперативни сдружавания, поставени под пълния контрол на Българската земеделска и кооперативна банка[29] , са били сериозни пречки за развитието на българските кооперации.

---

[28] Така е в закона.

[29] Вж.: Андреев, М., *История на българската буржоазна държава и право 1879 – 1917,* С, „Софи-Р“, 1993, с.151.

I.1.2.6. Законът за морската търговия[30]

Необходимостта от използването на все по-разнообразни средства за комуникации и търговия от прохождащото българско предприемачество довежда до приемането на Закона за морската търговия през 1908 година. В основата му е заложен Италианския търговски закон от 1882 година, който е бил един от най-напредничавите за това време.

Основната цел на закона е била да гарантира сигурността на морската търговия и на предприемачите, които участват в тази дейност. В своите единадесет глави той регламентира всички важни въпроси, свързани с корабите и тяхното притежание, наемане, управление и застраховане, наемането на екипаж.

[30] ДВ, бр. 19 от 24.01.1908 г.

ВЛИЯНИЕ НА ПОЛИТИЧЕСКАТА СРЕДА ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В БЪЛГАРИЯ

Драгомир Генов

А кои ще са тези,които ще извадят есенцията
и наистина пък по-компактно, по-аналитично
ще изкоментират ето така нашите притеснения
(участник от фокус-група №1)

Доклада е ситуиран около изказването на един от участниците в проведените фокус-групи, което е изведено като мото. Независимо от неговата привидната „елементарност“, отправеното предизвикателство към изследователя е насочено не само към търсене и представяне на конкретни отговори, но и извеждане в полето на дискусията на някои от основополагащите методологически основания на всеки един изследователски проект.

Първо, ще очертая общата рамка позволяваща разгръщането на експертния коментар, анализ и интерпретация на представените резултати на проведеното емпирично изследване от социологическата агенция „Сова Харис“ на тема „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“. Негова основна цел е придобиване на данни за установяване до каква степен предприемаческата активност и предприемаческия успех са зависими от социокултурни фактори. Въпросите се отнасят до: (а) мотивите за започване на бизнес; (б) същност и предпоставки на предприемаческата дейност; (в) социални функции, характеристики и фактори (политически, законови, административни) влияещи върху труда на предприемача; (г) значение на иновациите за развитие на частната инициатива и (д) формиране на представи относно влиянието на системни условия за предприемаческия успех. Тези и останалите въпроси предоставят възможности за отговори в две направления – нормативно и „овсекиднени“. Тази креативност позволява изградения идеален образ на предприемача да се съпостави и противопостави на личните нагласи на дискутантите основани на техния преживян личен опит от взаимодействието с други стопански агенти и институциите.

Как може да бъде интерпретирани получените резултати в перспективата на заявения перспектива – изследване същността и характера на влиянието на политическия фактор и дейността на българските предприемачи?

Повечето от авторите (Коев 2007, Манолов 2006) изследващи феномена „предприемачество“ са единодушни в оценките си относно изключителната сложност на тази връзката.Трудностите в интерпретацията са обусловени както от многоаспектността и хиперактивността на „политическото“, което е владее и завладява различни сфери на общественото битие и от друга страна, невъзможността да бъде описана в детайли дейността и влиянието на групите за натиск и лобитата а така също и наличието на скрити договорености между различните стопански субекти и политически институции.

Възприетия изследователски подход от агенция „Сова-Харис“ е ориентиран към микронивото на социалния феномен „предприемачество“ предопределя използвания аналитичен инструментариум, който позволява разкриване интимните механизми и модели в икономическото поведението на индивиди. Последните, искат да „предприемат“ определени действия в стопанската сфера с цел получаване на печалба от същата тази дейност. Придобиването на информация за базисните структури на предприемачеството е наложило използването на качествени методи – групова дискусия (фокус група) и дълбочинни интервюта. Конкретно са проведени шест групови дискусии (фокус групи) и 40 (четиридесет) дълбочинни интервюта с български граждани над 18-годишна възраст, които се занимават със собствен бизнес/предприемаческа дейност.

Получените данни не позволяват да бъдат генерализирани получените изследователските резултати. Независимо от категоричността на горното съждение, последното подлежи и винаги ще подлежи на дискусия, най-малкото поради спецификата на социалните науки.

Съществуват определени възможности и методи с помощта на които може да бъде потърсено обобщение базирано на анализ на емпирично изследване. Конкретно става дума за получаване на информация за релевантните особености на изучавана съвкупност (*ще използвам тази възможност при обосноваване на изследователския подход*, *подолу*), в случая на българските предприемачи, с последващото я сравняване с аналогични данни получени при провеждане на емпирични изследвания на същата тематика.случаи. На следващо място, теоре-

тични обобщения на базата на отделни случаи по отношение на изучаваната съвкупност, при теренните качествени изследвания,не следват чисто статистическа логика. Допустим е въпросът:доколко релевантно е неговото поставяне с оглед на възможността случаите да бъдат обобщени относно теоретични твърдения, а не относно съвкупности“. Най-важното не е дали дадена група предприемачи, която изследваме, е „типична“, а дали преживяванията на дискутантите са типични за общия клас явления характерни за предприемачеството. Или казано по друг начин, когато голям брой хора преживяват социалната реалност по един и същ начин, много е вероятно те да долавят нещо важно за нея и за себе си. Тоест то може да бъде възприето като съдържащо достоверни възприятия, които по определен начин придобиват свойството на „обективни“ социални факти. Следвайки този път на задълбочаване на нашето разбиране на феномена „предприемачество“ ние ще бъдем в състояние все по-адекватно да избираме случаите по теоретичен признак, тъй като вече случаят ще предлага възможност за проверка на хипотеза при теренното изследване. Този подход ще позволи конструирането на една сравнително цялостна теоретична картина, която е основана на емпирични данни. Постигната пълнота вече ще ни позволи (1) да очертаем картината на изследваната общност на предприемачите; (2) анализ на въпросите „как“ и „защо“ с цел търсене на отговор на хипотезата, съществува ли някаква връзка и/или зависимост на предприемаческата дейност от политическите фактори, т.е.имаме ли основания да твърдим, че тя е политически детерминирана, мотивирана и осъществявана.

След тези общи бележки възниква и първия същностен въпрос на експертизата. Всъщност кой е обект на анализа? Дали става дума единствено за индивид изпълняващ специфична роля, тази на предприемача.и като такъв той е не само от участниците на пазара, но и негова основна движеща сила в икономическия растеж, заетостта и иновациите.Или става дума за много по-комплексен феномен, зад който могат да бъдат различни социални факти и процеси!!! Отговора може да бъде потърсен в две плоскости.

Първото измерение е съдържателно. Избрания вектор – насочен към разкриване и проясняване съдържанието на концепта предприемачество – ни отвежда до свойствени и иманентно присъщи на него характеристики, които могат да идентифицирани и фиксирани в няколко области на социалната реалност (Бъргър, 1998).

Предприемачеството е идея. С модерното развитие на капитализма (в интерпретацията на Вебер), първоначално предприемачеството се формира като идея, която първоначално се отнася до икономическите процеси в обществото и нейното възприемане като съзнателно възприет основен ориентир в икономическото поведение и действие от една малка социална група. Именно като такава може да висока степен на вероятност да се твърди, че „предприемачеството“ не е само теоретична конструкция, а преди всичко се отнася до човешкото поведение и екзистенциално съдържание на всекидневни човешки мисли. По този начин индивидите, които започват да споделят тези идея сякаш „преоткриват своето истинско Аз“, като нещо различно от другите индивиди, което постепенно от споделена идея започва да се развива в модел на поведение. Последния намира израз в дефинирането на предприемачеството като икономическа функция, която в своето автентично значение е поставена в основата на обяснението на източниците на икономическия растеж и природата на печалбата. Исторически интерпретациите на икономическата функция фокусират различни аспекти на предприемача като го извеждат като свое централно обяснително ядро: (а) собственик на капитал; (б)организатор на производството; (в) риск и неопределеност като същностни черти на предприемаческата функция и (г) създаване на нови пазарни възможности, т.е. иновативния характер на предприемача. Последната интерпретация получава най-голяма популярност и именно тя е концепцията на Шумпетер. Нейната същност се състои в осъществяването на организационно-стопански иновации или „нови комбинации на факторите на производство“. В тази перспектива предприемачите не образуват отделна класа или пък някаква особена професия. Преди всичко става дума за периодично реализиране на икономическа функция от малък брой хора, като в различните стопански сфери тя има преди всичко периодичен характер. Нещо повече, въобще не е задължително предприемача да изобретява все нови и нови комбинации, достатъчно е да имитира чужд стопански опит.

Предприемачеството е социална роля. Ако следваме плътно етимологията на думата „предприемач“ тя ни задължава да го свържем в едно цяло с човешката активност с целенасоченото действието, т.е. това означава и съзнателното допускане и приемане на риска и неопределеността в икономическото поведение. Но, за да бъде

„осигурим“ пълнота на ролята на предприемача задължително трябва да добавим и отчетем и ключовия момент – търсенето на печеливши възможности в личен икономически план. Така дефинирана ролята на предприемача разкрива пред него възможността да се превъплъщава в различни ипостаси[1]. Водеща е (а) задоволяване на личните си потребности и нужди, (б) предоставяне на конкретно благо на потребителите и (в) създаване на нови работни места. Много често се забравя, че изпълнението на това множество от роли не толкова зависи от личностните качества на предприемача, колкото от средата (политическа, институционална, организационна) и нейните системни характеристики, които предопределят всички негови действия насочени към постигане на основната цел – намиране на печелившата комбинация.Конкретно за България може да се добави следното. След 1989 г. – „период на постсоциалистическа трансформация“ (Старк, Д., Бруст, Л., 2004) – фигурата на предприемача изпита влиянието на разнопосочни по тип и сила обществени очаквания. Схематично, повърхностно нейния образ (особено медийния) носеше надежда и очаквания за икономически възход, икономическа свобода и формиране на средна класа. От друга страна, всичко което се случи и не се случи през този период рефлектира и остави многозначни отпечатъци върху него. По тези и други причини, предприемача е и социална роля, в която като огледало се отразяват обществените очаквания за нейното точно и прецизно реализиране и едновременно с това приписвани всичко негативно случващо се в стопанския живот.

Тъй като образа на предприемача не е хомогенен, консистентен, монолитен – той има по-скоро аморфна структура – за него трябва да се говори в множествено число. Получените данни много ясно показват разграничението, което правят дискутантите, по отношение на едър и дребен предприемач. Представата за едрия предприемач е почти винаги се свързва с предположения за нелегитимни и незаконни източници на богатството им, връзки с политическия елит, включеност в различни престъпни мрежи. Тъй като те не попадат в полезрението на изследването тяхното споменаване е по-скоро като илюстрация за задължително типологизиране на предприемачите с цел тяхното обективно описание и анализ на различните влиянието на различните фактори.

Предприемачеството е психологически тип. Психичната реалност или която още се нарича характерно преживяване на идентичността ни отвежда до постепенното формиране и еволюционно развитие на определен тип, който се превръща в неизменен елемент на капиталистическия дух (следвайки Вебер и Зомбарт).

В този дух се формират три исторически обусловени типа: (а) предприемач; (б) еснафин и (в) бюрократ, които по различен начин в индустриалния стадий на стопанското развитие представят същността на организацията на икономиката. В своите действия те се ръководят не само от определени принципи, но и притежават специфично значение като се допълват един с друг. Силуета на съвременния предприемач се формира в исторически сложилите се условия на Новото време, който започва да съединява първоначалния стремеж към печалба като резултат от вложения капитал, с формирането и развитието на промишленото предприятия и трансформиране на тези усилия в устойчива бизнес стратегия. Трябва да си даваме ясна сметка, че този резултат не би бил възможен ако индивидите, които днес наричаме предприемачи не са притежавали индивидуална автономия и легално оформени права на собственост.

Предприемачеството е институция. Правата на собственост ни отвеждат пряко до следващата сфера на социална реалност, без която е невъзможно да говорим да феномена предприемачество. Става дума са формирането, съществуването и социалното възпроизвеждане на цял комплекс от институции в обществото, които правят възможно на съхраняване на чувството и представата съпровождаща всеки един предприемач, а именно неговото собствено преживяване като индивид, който притежавайки лична автономност иска да я реализира по строго определен начин в икономическата сфера. Ролята на политическите и законодателните институции е не само основна, но и в съвременни условия все повече нараства (особено, когато става дума за политическите).

В тази перспектива можем да обобщим мненията и чувствата, които вълнуват хората. Участниците във фокус групите по един категоричен начин споделят дълбокото си разочарование от функционирането на институциите. Техните примери свидетелстват не са само да проявено бюрократично отношение, но и за неравнопоставеност и липса на справедливост. Формиралата са „външна“ среда е по-скоро враждебна по отношение на техните усилия да „предпри-

емат“ нещо, на първо място за себе си и за семействата си, която ги принуждава те да реагират ситуационно на възможните флуктуации породени от непредвидимостта в поведението на институциите. Крайния резултат е формиращото се чувство на несигурност, което не е следствие на поетия от тях риск или непълна информация за състоянието на пазара; недоверието е породено от неустойчивостта на системните условия на икономическата и политическата среда генериращи не стратегии насочени към иновативно поведение а към стратегии – много често неформални – насочени към минимизиране на негативните последици от подобно влияние.

Предприемачеството е съвкупност от определени социални групи,които в своята еволюция непрекъснато се диференцират. Развитието на предприемачеството в социалното пространство е свързано с фундаментални промени в неговата социална база. Еволюцията на модерните общества предизвиква редица промени, като една от най-значителните е постепенното диференциране на класическата фигура на предприемача съпроводена от постепенната специализация на предприемаческата функция. Започват да се оформят и други фигури, които в своята съвкупност днес оформят съвременния бизнес: (а) финансиста; (б) създателя на техническа или маркетингова идея; (в) експерта предлагащ различни организационни и правови форми за трансформации на предприятието и (г) мениджър – реализиращ определени управленски технологии.

Вече можем да обобщим, предприемачеството като феномен на социалната и икономическа реалност ни се разкрива на пет равнища – на икономическа функция (идея) , на психологически тип, на институциите, на континуума от исторически социални типове изразяващи развитието на предприемачеството, на съвкупност от определени социални групи и прослойки и най-накрая като специфична идеология. Тоест, за да бъде възможно предприемачеството е необходимо съществуването на задължителен социален ландшаф и съответната култура, която може да бъде дефинирана като „освобождаваща“ личността към нейната изява във всички сфери на обществото и в частност в икономическото поле. Тук става дума преди всичко за личности, които искат и желаят да „предприемат“ нещо, разчупващи регидността на традициите, обичаите и табутата.

Второто ниво, ни отвежда в структурата на „икономическото“. Ситуирането на предприемача в „центъра“ на икономическото поле,

означава изследване на влиянията (положителни и отрицателни, усилващи и възпрепятстващи) на редица фактори: (а) вътрешни – присъщи и действащи вътре във всяко едно икономическо действие и (б) външни – влияние на околната среда (политически: политическа система, правителствени политики регулиращи цялостния икономически живот, административни и т.н.). За да бъде анализа възможно най-плътно следващ принципите на научното изследване е задължително очертаните сфери на социална реалност да бъдат интерпретирани – всяка поотделно и след това систематично – през погледа на политическата среда. Предоставените данни от изследването, от една страна и съобразяване с приоритета на предприемачеството преди всичко като икономически феномен предопределят и следващата стъпка на интерпретацията – разкриване на взаимните връзки между политическия фактор и икономическите измерения на предприемачеството; избор на подход за анализ на предприемачеството.

Обосноваване на изследователски подход

Някак си без коментар, като предварително условие приехме, че предприемачеството е изключително икономически феномен. Въпроса, не е само дали този извод е правилен, а и как е представен в български условия.

В непрекъснато усложняващия се глобализиращ свят идеята на „предприемачеството“ дифузира в различни обществени сфери, не само икономическата. В табл. 1 са представени основните типове предприемачество в съвременния свят.

Получените данни от проведените групови дискусии и дълбочинни интервюта показаха, – за съжаление – че в България може единствено да говорим за първия тип предприемачество. Сега трябва да потърсим отговора, кой подтип е най-често срещания: иновационния или „имитаторите“?

Статистическите и етнографските данни разкриват по един недвусмислен начин обобщаващия извод, че българското предприемачество е твърде разнородно, неговата структура е аморфна. Наличната нехомогенност е обусловена от редица обстоятелства: произход на икономически ресурси, професионални стандарти, изповядвани етични принципи и норми и нещо съществено за настоящия анализ: различна по обхват и дълбочина политическа подкрепа.

Табл. 1. Типове предприемачество

Тип	дефиниране	Разпределение на печалбата	Преобладаваща организационна форма	Основна цел	Продукт	Основен проблем	Примери
1. Традиционен: А. иновационен	Агент, който реализира своите идеи с цел създаване на ефективна иновация (Шумпетер, 1982)	Акционерна	Търговска	икономическа	Разработване и (или) продажба на потребителски стоки и услуги	Ръст или оцеляване (оживяване)	Туристически, IT-компании
Б. „Репликатори“ („Имитатори“)							
2. Институционално	Агент, който може да мобилизира ресурси за влияние или изменение на институционални правила, за да може да поддържа или разрешава действащите институти, или да създава нови (Димаджио, П. 2010)	Акционер и(или) заинтересована страна (стейкхолдер)	Търговска	Институционална промяна и (или) развитие	Постигане на легитимност	Устойчивост към промени	Edisson, Kodak, Apple
3. Културно	Индивид, който намира и въплъщава възможности за създаване на социални, културни или икономически ценности (1. DiMaggio 1982; Wilson, Stokes 2004)	Акционери (или) стейкхолдер	Нетърговска или търговска	Културно разпространение и (или) просвещение	Установяване на нови норми и ценности	Комерсиализация или автентичност	Музеи, фестивали на народното творчество, симфонични оркестри
4. Социално	Актьор, който с помощта на бизнес механизми решава социални проблеми	Акционери (или) стейкхолдер	Нетърговска или търговска	Социална промяна (или) благополучие	Издигане на идеология и (или) социална промяна	Икономическа устойчивост или социална мисия	Очна клиника „Аравиад", хлебопекарна „Грейнстоун"

Последната обхваща почти всички възможности за „толериране“, които обхващат „държавно легитимиране“ на определени бизнесмени и влиятелни групировки – Мултигруп, ТИМ и т.н. като: (а) едри бизнесмени (т.нар. Г-13), (б) легализиране на „техния“ финансов ресурс и се стигне до (в) възприемането като норма на стопанската етика, рекета на силовите групировки върху дребните и средни предприемачи. Тук можем да прибавим и различните форми на изграждане на социални мрежи гарантиращи участието и „печелене“ на конкурси за обществени поръчки, участие в европейски програми и държавно финансиране.

Проведените изследвания (Чавдарова 2009, Манолов, 2006, Стари и Бруст, 2004) недвусмислено показват, че предприемачеството се разви основно в две форми, като: (а) самонаетост и (б) бизнес – състоящ се от един-двама партньори и работници. Тези литературни данни бяха потвърдени и от анализа на проведените фокус групи.

След като е очертана структурата на предприемачеството, трябва да изберем подход за анализ на получените данни. Изследователското решение може да бъде обособено в следните стъпки: (а) типологизиране на предприемача; (б) обосноваване на възприетия изследователски подход; (в) структуриране на политическия фактор и (г) обосноваване на приложения конкретен метод на анализ.

Типология на предприемача.

Очертаната ситуация постави въпроса: какъв подход да изберем при интерпретацията на резултатите. Още повече, че подхода не е субективно решение а пред всичко промислено поведение, което основно е обусловено от две обстоятелства: (а) възприетата теоретична рамка на изследването и (б) дефиниране на термина „предприемач“, като централна роля изпълнявана – основно, от много малка социална група – в строго определени условия и обуславяща икономическото поведение или това е житейска функция изпълнявана от индивидите. Или казано по-общо, възможни са два подхода, единия следващ класическата схема развита от Шумпетер – предприемачески подход или „подхода на пазара на труда“, който развива логиката на анализа в друга посока, защото възприема коренно различно концепция за предприемачеството (подробно тя е представена в (Чавдарова, 2009: 106-107). Идеята е развита за първи път от Акош Рона-Тас. От проведените многобройни изследвания с използване на статистически ме-

тоди, количествена и качествена стратегия той открива различно светоусещане и самовъзприемане и самооценка на индивидите, когато те оценяват своите цели, стратегии на икономическо поведение в условия на трансформация на собствеността и политическата система. Тук вместо модела на Шумпетер, като преобладаващ е формата на самонаетост – „индивид работещ за самия себе си, при което основните усилия на насочени към защитно, реактивно поведение търсещо сигурност, избягващо всякакъв риск,който се задоволява основните социални и културни потребности“. Образно казано имаме ситуация на поведение дефинирано като *„работник без шеф“*. Защо е толкова важно да бъдат детайлно разграничени и впоследствие описани двата подхода. Обяснението е, че те разкриват вътрешната мотивация в предприемаческата дейност на индивидите, която вече може да бъде фиксирана, ако те бъдат попитани*(Защо решихте да започнете този бизнес? / Защо решихте да започнете собствен частен бизнес?,* както и *Според Вас, кои фактори са от най-съществено значение за предприемаческия успех?)* – и това е реализирано в изследването. Ако дискутантите принадлежат към този социален слой, който е ангажиран непрекъснато търсене, което е ориентирано към свързване по различен начин на различните фактори на производството с цел реализиране на печалба. Нещо повече, което фундаментално отличава тяхното икономическо поведение, то се заражда, формира и развива изключително в рискова среда нейните явни и латентни измерения, с доминация на неопределеността и несигурността, защото предполага следване на визия насочена към бъдещето. Именно това е същността на „предприемаческия дух“. Така очертаната перспектива ни насочва към интерпретация на вътрешните фактори обуславящи предприемачеството, към интимните механизми на човешката личност.

Данните от проведеното изследване не потвърдиха шумпетеровата теоретична рамка; субективните мнения и нагласи на индивидите оформиха твърде различна картина на българското предприемачество. Най-често, като мотивите за започване на предприемаческа дейност, дискутантите посочваха: (а)предишна работа в подобна сфера на заетост; (б) самостоятелност, като възможност да разчиташ на себе си; (в) свободно време; (г) помощ за семейството; (д) хоби; (е) съкращение, загуба на предишна работа. На табл.2 е показана разликата в нагласите по отношение феномена „предприемачество“.

Табл. 2. Съпоставяне на двата подхода

	Предприемач	Трудов пазар
Главен актьор	Предприемач	Самонает (работник без шеф)
Основна единица	Предприятия със собствено счетоводство и пространство	**Домакинства**
Основна цел	Акумулация	**Потребление**
Основни активи	Находчива комбинация на производствени фактори	**Труд**
Размер	Континуум от дребно към едро	**Сегментиран**
Произход	Собствен тласък	**Външен тласък**
Предприемачество	Иновация, инициатива	**Защитно, реактивно, подражателско**
Калкулация	Рационална, добре водено счетоводство	Традиционна, зле водено/ оскъдно счетоводство
Обвързаност	Висока, на пълно работно време	**Ниска или на периоди, на частично работна време**
Договори	Формални, легални	**Неформални**
Заетост	Наема други	**Наема себе си, членове на семейството и хора със силни връзки**
Юридическа форма	Дружества с ограничена отговорност	Еднолични търговци, с неограничена отговорност
Пазар	Където и да е, потенциално и извън страната	**Локален, географски обвързан**
Връзки с големи фирми	Доставчик, поддоговарящ се	**Липсват връзки или купувач**
Източник на печалба	Пазарните възможности	Самоексплоатацията
Бизнес цикъл	Експанзия във възходящ цикъл	Експанзия в низходящ цикъл
Данъци	Основен източник на данъчни постъпления	Избягване на данъци (дори, когато са легални)
Решение на безработицата	Бизнес експанзия	**Създаване на нов бизнес**
Интервенция на публичните политики	Кредит	**Обучение**
Ръст	Вероятност за растеж при успех – гъсеница	Запазва дребния размер дори при успех – червей

[Източник: Rona-Tas 2001, цитиран от Чавдарова 2009]

Източници на таблицата са два: (а) за база е използвана аналогична таблица (виж. Чавдарова) и (б) показателите показани с *шрифт Bolt* са в съответствие с представените данни от груповите интервюта. Теоретичната допустимост на подобен подход е развита при анализ на възможностите за обобщаване на получените резултати.

От съпоставянето на двата подхода и придобитата информация от проведените групови дискусии, субективното мнение на дискутантите, че е релевантно прилагането на „подход на пазара на труда“, защото основния тип на предприятието е *фирма на самонаети.*

Така субективно представената картина на „предприемачеството“ налага анализа на връзката с политическата среда да бъде фокусирана върху нейното въздействие върху самонаетия работник без шеф, която изисква да бъде използван метод на анализ подходящ за получените качествени данни.

Структурата на политическия фактор

Оценка влиянието на политическата среда (в конкретния случай ще използвам термина „политически фактор“) върху предприемачеството е един от най-сложните и трудно подлежащи на анализ въпроси. но, не подлежи на съмнение, че конкретния политически модел оказва огромно влияние върху дейността на малките фирми.

Като рамка на анализа използвам прозрението на Мансър Олсън[1] относно причините и характера на намесата на държавата в икономиката (за повече подробности виж (Олсон М., 1995). Той настоява, че съвременната представителна благоприятства появата и непрекъснато повишаване ръста на „коалиции на преразпределение“. Този феномен е пряко свързан с дълбоките проблеми свързани с развитието на националното стопанство. Това е причината държавата все по-активно да се намесва в икономиката за удовлетвори нуждите на тези постоянно менящи своя състав, но не и стратегическите си цели. Постоянната намеса на държавата води до намаляване икономическата ефективност и до нейната допълнителна намеса за да финансира дадените вече обещания и споразумения.

Тъй като в проведеното изследване са използвани качествени методи, наше задължение е от тях да извлечем онзи „вътък“, който ще ни позволи да конструираме термина и структурата на термина „политически фактор“. От характера на зададените въпроси и про-

ведения анализ на транскрибирания текст в табл.3 съм представил тези обобщения.

Ще си позволя коментар, макар и тезисно. Целта е не само да бъде разкрита и представена слоеста структура на „политическия фактор“, но и доколкото позволяват (моите възможности) да бъдат обосновани индикатори с помощта на които да бъде фиксирани и представени мненията и нагласите на дискутантите в асоциативни крос таблици. Има и още нещо, (което за сега е само в сферата на проучването) някои от показателите, които имат повече от един индикатор да бъдат обединени в индекси, а защо не и като крайно усилие, целия политически фактор да не бъде показан и той като индекс?! Полагането на тези усилия има и още една цел. Целта на анализа е изследване на отношението между приетите като „обективно“ изградените и функциониращи социални типове на предприемачите от една страна и конструираната променлива „политически фактор“. В основата на предлаганата интерпретация е анализа на предполагаеми връзки между променливите.

Съществуват множество начини за анализ на данните, получени чрез качественииинтервюта. В случая, мен ме интересува да изследвам възможното влияние не между две променливи – както е в класическия случай с метода проверка на хипотези Хи-квадрат – а да анализирам влиянието на различните структурни елементи на двете променливи, т.е. зависимости да бъдат изследване на различни равнища на променливите. един от възможните варианти за релационен анализ на нечислови данни е програмния продукт „Четец на мрежи“. Той е интегрирал метода на Хи-квадрат метод с мрежовия подход, който позволява да бъда визуализирани получените резултати.

Табл. 3. Структурни елементи на политическия фактор

Изследователски въпрос	Структурен елемент	Индикатор
Според Вас, каква трябва да е държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори?	Приоритети и йерархизация на съществуващата национална бизнес политика	*Очаквания към национална бизнес политика*
Каква е Вашата оценка за държавната политика и законовата рамка по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса?	*Кредитна политика на държавата*	*Кредитна политика на държавата*
Каква е Вашата оценка по отношение на кредитната политика на банките и възможността за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит?	*Кредитна политика на частните финансови институции.*	▸ *Отношение на банките към предприемачите* ▸ *Кредитна политика на банките по отношение на: (а) крупен, (б) среден и (в) дребен бизнес;*
1. Според Вас, кои са най-важните предпоставки за ефективни инвестиции във Вашия бизнес? *2. Какви са основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации във фирмата Ви?*	Приоритети и йерархизация на съществуващата национална бизнес политика.	▸ *Трансфер на технологии;* ▸ *Европейски фондове;* ▸ *Взаимодействие с висшите училища;* ▸ *Собствени инвестиции;* ▸ *Браншови сдружения;* ▸ *Участие в клъстери;* ▸ *Данъчни облекчения;* ▸ *Иновационна култура.*
Каква е вашата оценка по отношение на достъпа до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програми на еврофондовете.	Влияние на европейските оперативни програми.	▸ *Европейски капитали;* ▸ *Участие в европейски програми.*
По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?	*По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?*	▸ *Солидарност;* ▸ *Доверие;* ▸ *Информираност;* ▸ *Защита на интереси и права.*

Обобщени коментари и изводи

Първо, по отношение на *националните бизнес приоритети*. Като най-важните аспекти на държавната политика по отношение на предприемачеството, дискутантите определят следните: (а) степен на защита на индивидуалните права на собственост; (б) нивото на регулиране на трудовите отношения; (в) осигуряване на конкурентна среда върху принципите на равнопоставеност.

Най-големите притеснения и страхове на българските дребни предприемачи са по отношение на политическата корупция. В случая трябва да отчетем две събития, които допълнително оказаха силно влияние върху развитието на предприемачеството, а именно предприетата приватизация – масова и чрез работническо мениджърските дружества. В повечето от случаите политическите партии „назначаваха“ управители, които впоследствие се трансформираха в собственици. Тяхна основна бизнес цел не стана развитието на „притежаваните“ от тях стопански обекти, а тяхната декапитализация. Основния ефект от тези действия и практики е формирането на партийно и идеологически зависим бизнес. Тук може да добавим и още нещо по темата. Впоследствие се оказа, че е много по-удобно да се прави бизнес под партийна закрила, защото това е пътя за печелене на обществени поръчки, достъп до европейски програми и проекти, до създаване на закони целящи гарантиране на заетата пазарна ниша от други конкуренти с помощта на „законови бариери“ и т.н.

Второ, отношение към *кредитната политика*.Отношението на е изразено с израза изразяващ наличието на *субективна кредитна селекция.* Липсата на историческа връзка[2] между различните поколения предприемачи в България предопредели дефицита на наследен свободен капитал (Аврамов 2001). Този фактор направи предприемачите (основно дребните и средните) напълно зависими от частните финансови институции и отпусканите от тях кредити. Дребния бизнес е изключително зависим от банките и доколкото те се намираха под политически контрол, отпусканите кредити бяха селектирани и правеше почти невъзможно стартирането и развитието на съвременна предприемаческа дейност.

На трето място, е изведена ролята на държавата.Потвърди се очакваната силна зависимост на бизнеса от държавата.Ролята на държавата в съвременни условия се заключава, че на практика тя притежава всички основни ресурси и има правото да отдава правата за тяхното използване. Или казано по други думи, за да спечели даден стопански субект трябва да притежава този (тези) ресурс(и). Решаващото в тази ситуация е не притежаването на знание за пазарната ситуация а превръщането на предприемача в „любимец“, в „обект на желание“ от страна на бюрократичната администрация. Ето от тук може да прозрем изключителното значение на институциите върху предприемачеството.

Според болшинството от дискутантите основните механизмите с помощта на които държавата въздейства върху предприемачеството са следните. На първо място, е издигане на юридически и административни бариери пред конкуренцията, например посочвана на даден стопански субект като значима структура или предоставяне на лицензионни права при гарантирано търсене, потребление и печалба. Един от емблематичните български примери, който ще се превърне в класически пример е „зелената енергия“. Тук структурно е заложено да спечели определен предприемач, без при това да има и най-малка възможност да се появи конкуренция. Тази ситуация се нарича изкуствено формиране на монополи и изкривяване на пазара, която започва да формира определен модел на поведение, което може да се нарече „нерегламентирано“ или ако желаете „корупционни практики“.

На второ място, държавата е нещо като работодател на предприемача,посредством възлагане на обществени поръчки. Вземането на решение е акт на администрацията, а не на потенциалните потребители на благото; тук няма никакво значението на притежаваното знание за състоянието на пазара, т.е. решението е политическо, а не пазарно. Тук може да се настоява и за нещо много по-радикално, в така конструираните ситуации намалява значението на пазарната конкуренцията (информация, предпочитания, нагласи, модели на потребителско поведение), а нараства значението на политическите предпочитания и свързаните с него политики на насрещни услуги, търсене на изгода.

На трето място, държавата трябва да изпълнява своята функция на „пазач“ на обществото. Тук се има предвид не само защита посредством правозащитните, но и правоохранителните органи. И в този случай, защитата на интересите на предприемачите започва да зависи от решенията на органите на изпълнителната власт, които са политически.

Може да обобщим с твърдението, че силните връзки между държавата и бизнеса водят до конкурентно предимство, намиращо израз в реализиране на определена печалба, която не винаги се дължи на пазарните механизми. Тук още един път искам да напомня, че тази ситуация не е нова или необичайна за стопанския живот на България, като се позова още един път до творчеството на Р. Аврамов*:*

„Образът, който частния капитал е излъчвал, в новата българска история трудно подлежи на идеализиране. Симбиозата с политиката, честите и повсеместни скандали, клановите борби, опитите да се завземат позиции със силови средства са неотменна част от обществения ни живот, където не е преставала да се води икономическа гражданска война“ (Аврамов 2001: 39).

Влиянието на държавата е видяно и в още една плоскост. *Държавата като предприемач.* Анализа на съвременния предприемач в България е генетично свързан ролята на държавата като предприемач. От една страна, тя може да бъде видяна през призмата на осъществяваните социални трансфери, в която тя единствено предоставя определени блага на гражданите без да търси непременно печалба. Но, вида и характера на нейната намеса в цялостното стопанско развитие зависи и успеха или неуспеха на предприемаческата дейност. Нека си спомним диалога между участниците в една от фокус групите – привеждам го дословно поради неговата значимост*:*

„Много ме изненада едно изказване на моя син. Явно в училище приказват. Вика – знаеш ли какво е да направиш малък бизнес в България? Той ни бъзика така – започваш голям и след една година имаш малък.

Участници: *(смеят се)*

Участник: *И трябва да ви кажа, че аз онемях, защото той е абсолютно прав – така се започва малък бизнес в България. Започваш голям и след една година ставаш малък.*

Участник: *Да, много хитро.*

Участник: *Което ме шашардиса направо.*

Участник: *Абсолютно. Имаш големи надежди и в един момент се оказва, че се свиваш, свиваш, свиваш. И разчиташ на приятелите.“*

На следващо място се открои устойчивостта на мненията на дискутантите (независимо от техния пол, образование, сфера на развитие на собствения бизнес)по отношение на неработещите институции от една страна, и, от друга страна, перспективите за ефективност на предприемаческите усилия. Връзката е отрицателна и пропорционална.

При съществуващата стопанска конюнктура много от индивидите възприеха самонаетостта като основна форма на икономическо поведение.

Анализа на предоставените емпирични данни потвърждават хипотезата за силното влияние на политическата среда върху икономическото поведение по отношение и на двете основни подгрупи на дребния бизнес. Има всички основания да се предполага, че се забелязва устойчива тенденция пазарната конкуренция да бъде изместена от политически (клиентелистки) зависимости.

Проблема за рестрикционния характер на политическата среда отношение на инвестиционната политика е в основата на изграждане на изкуствени граници, които възпрепятстват реализиране на цялостния потенциал на предприемаческата функция.

Субективните ограничения на институциите по отношение достъпа до европейски програми и участие в проекти не позволяват да бъдат вградени основни типове ценностно-нормативни ориентации и институции въплъщаващи най-дълбоките тенденции в развитието на модерните общества. Конкретно става дума за такива модерни образци на индивидуално поведение като частен бизнес и частна инициатива и предприемачество.

Липсата или много слабо организирани браншови организации се отразяват изключително негативно в опитите за консолидиране на предприемачите и формулиране на насрещни политики в областта на бизнеса, кредитната политика и иновациите.

Бележки

[1]Един от основните концепти в християнството. Ипостас (гр. ὑπόστᾰσις – буквално значение е „това, което стои отдолу“). В случая се използва неговата съвременна интерпретация като: възможно състояние на изпълнявана основна роля.

[2] Стейкхолдери или заинтересовани страни (от англ. Stakeholder – букв. участващ в облога) са група хора или организация, които са свързани пряко или непряко с дадена организация и могат да повлияят или да бъдат засегнати от действията, целите и политиките на тази организация. Понятието е използвано за първи път през 1963 г. във вътрешен меморандум на Станфордския изследователски институт (Stanford Research Institute). Стейкхолдерите са определени като „тези групи, без чиято подкрепа организацията ще престане да съществува“.

[3] Мансър Олсън (англ. Mancur Olson, Jr., 22 януари 1932 – 19 февруари 1998) – американски икономист.

[4] Не трябва да се мисли в посока, че за всичко е „виновен“ прехода, независимо от неговите слабости. В случая става дума за същността на стопанското развитие и избрания икономически модел, който следва България през XX век. За повече подробности, освен цитираната монография на Р. Аврамов, може да проследи в неговия капитален труд Комуналният капитализъм. Из българското стопанско минало. т. I – III. София: Център за либерални стратегии. 2007 г.

Литература

Аврамов, Р. 2001. *Стопанският XX век на България.* София: „Център за либерални стратегии“.

Бъргър, П. 1998. *Капиталистическата революция.* София: изд. „Лик“

Коев, Й. 2007. *Предприемачеството.*Варна: изд. къща „СТЕНО“.

Манолов, К. 2006. *Предприемачеството.* София: акад. изд. „Марин Дринов“.

Чавдарова, Т. 2009. Собственикът на дребен бизнес в България: предприемач или работник без шеф. В (сборник): *Социологията пред предизвикателството на различията.* София: УИ. „Св. Климент Охридски“.

Старк, Д., Бруст, Л. 2004. *Постсоциалистически траектории. Трансформирането на политиката и собствеността в ИЗТОЧНА ЦЕНТРАЛНА ЕВРОПА.* София: изд. къща „АМАТ-АХ“.

Олсон М. 1995. *Логика коллективных действий: Общественные блага и теория групп*:. М.: Фонд Экономической Инициативы, (Сер. „Экономика“; Т.1.)

ИНОВАТИВНОСТТА НА БЪЛГАРСКИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ И ГОЛЕМИТЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА НА КРИЗАТА

Асен Попов

Въведение и теоретични постановки

Теорията на предприемачеството е част от икономическата теория, а практиката на предприемачеството е част от практиката на бизнеса. Ролята на предприемачеството в икономиката е изявена в по-голяма степен от икономическата, социалната и бизнес практиката, отколкото от икономическата теория. Предприемаческата практика е доказала несъстоятелността на твърденията на някои икономисти от времето на Йозеф Шумпетер, които са изказвали мнение, че предприемачеството е квази-икономическа дейност, че може да бъде оприличена на климата – днес вали, утре грее слънце, и няма точно обяснение защо е така.

Съществуват икономически научни течения, които поставят под съмнение необходимостта да се подкрепя и насърчава икономическата инициатива на предприемачите с аргументите, че резултатите от тази дейност не са съизмерими с разхода на социална енергия, материални и капиталови ресурси. Според тях ефективността на предприемаческата дейност от икономическа гледна точка е твърде малка, но в същото време признават социалната й роля. Противоречията по отношение на предприемачеството в икономическите кръгове съществуват и причините за това се коренят главно в два основни фактора. Първо, това е интердисциплинарността на предприемаческата дейност и широкият спектър практически области, които тя покрива. Второ, множествеността на определенията за предприемач и предприемачество, което до известна степен създава неяснота по отношение на неговата същност.

Търсенето на стоки и услуги създава възможности за предприемаческа дейност. Търсенето в националната икономика на предприемачески ориентирани индивиди и фирми е определено от комбинацията на няколко фактора.

Икономическо развитие. През 1996 г. Кузнец и Брегер правят извода, че ръстът в икономическото развитие води до намаляване

степента на самонаемане в страната, а оттам – и до спад на предприемаческата активност. Сигурните доходи, високите осигуровки и фирменият ръст водят до това, т.нар. пределен предприемач (допълнително възникнал) да става наемен служител, което води до нов ръст на компаниите. През 2001 г. Търик и Винекерс в свои изследвания установяват факта, че икономическият ръст стимулира предприемачеството чрез възникването на нови индустрии. Поради факта, че предприемаческите фирми имат определени иновативни предимства, в новите индустриални области, свързани с новите технологии, се появяват все повече и повече нови малки фирми. От друга страна, увеличаването на националното богатство поражда ново търсене, при това все повече и на нови продукти, което стимулира предлагането на предприемачество. Това е така, защото икономическият просперитет генерира нови нужди, от по-високо ниво от пирамидата на Е. Маслоу. С икономическият ръст се увеличава и делът на услугите спрямо производството и търговията, а е известно, че в сектора на услугите доминират малките предприемачески фирми. Икономическият ръст катализира технологичното развитие, а то, от своя страна – ново предприемаческо предлагане.

Технологично развитие. Това е фактор, считан за движеща сила на предприемачеството. Особено силно е влиянието на информационните технологии. Пределните разходи за достъп до информационните технологии в цял свят намаляват. Като резултат пазарната бизнес координация става по-евтина, отколкото вътрешнофирмената, което от своя страна води до намаляване размера на фирмите и диверсификация на дейността им. Развитието на новите технологии води до преориентиране на ресурсите и появата на нови продукти, което пък увеличава търсенето на предприемачество. Броят на продуктите, намиращи се в началната фаза на продуктовия си жизнен цикъл, постоянно расте. Увеличава се и броят на предприемаческите фирми, регистрирани във фазата на въвеждане на нови продукти. Технологичното развитие води до намаляване на продуктовите жизнени цикли, което от своя страна намалява изгодата от икономиите от мащаба. Малките предприемачески фирми са пооблагодетелствани и затова техният брой расте постоянно. Съществуват обаче и негативи, произтичащи от технологичното развитие. То създава допълнителни бариери за навлизане на нови предприе-

мачески фирми на пазара поради необходимостта от големи инвестиции в изследването и развитието.

Регионално развитие и групиране в клъстери. През 2001 г. Одрич и Търик обосновават факта, че регионалното развитие и групирането в клъстери влияе върху предприемачеството и самонаемането. Чрез клъстерите предприемаческите фирми се специализират в различни фази на производствения процес. Това води до стимулиране на този процес на основа на регионалното развитие и дейността на предприемачите в рамките на обособените клъстери. Особено добри резултати се постигат по отношение на генериране на нови предприемачески идеи, стимулиране на изследователската и развойната дейност, създаване на спин-оф компании за иновационна предприемаческа дейност, стимулиране развитието на нови бизнес начинания на предприемачите и т.н. Кооперирането на фирмите в рамките на клъстерите води до разпространение на знания и нови идеи. Клъстерите повишават конкурентоспособността на предприемаческите фирми и процентът на оцеляващите се увеличава. Ефектът от увеличеното предприемаческо предлагане и самонаемане се наблюдава както на входа, така и на изхода на предприемаческия процес. От друга страна, стимулира се както вертикалната, така и хоризонталната интеграция между кооперираците се фирми. Клъстерите в предприемачеството са един сравнително нов феномен на новите икономики.

Към факторите, които оказват влияние върху предлагането на предприемачество в икономиката може да добавим ръстът на населението, гъстотата му и нивото на урбанизация, възрастовата и образователната му структура, емиграцията, нивото на доходите (както и неравномерното им разпределение) и безработицата.

Предприемаческата същност е изключително противоречива. Нивото на предприемачество е различно за различните страни и в различните етапи на социално-икономическото им развитие. Предприемачеството е мултидименсионална концепция, която до голяма степен зависи от фокуса на изследванията, стремящи се да изяснят неговата същност. Множество фактори определят хода на предприемаческия процес. Това са икономически и социални фактори, но не трябва да се подминава или пък да се надценява важността и на държавното регулиране. Специфичните дейности за директно въздействие на предприемачеството и индиректното регулиране чрез

генерични методи на въздействие трябва да бъдат един от приоритетите на държавната намеса в икономиката по отношение на предприемаческата дейност.

Може да се анализират и различните нива на предприемачество – микро-, мезо- и макропредприемачество. На микониво се анализира индивидуалното решение за предприемаческа дейност и мотивите на хората за самонаемане. Решението за наемане или самонаемане е свързано с действието на личностни фактори, като например психологически характеристики, формално ниво на образование, личен опит и умения, финансови активи, въздействие на семейството и др. Мезонивото на предприемаческата дейност е свързано със специфичните пазарни механизми за поддръжка на предприемаческата дейност, възможностите за получаване на висока печалба и за навлизане и излизане от определени пазари. На макониво предприемачеството фокусира върху факторите на средата, технологичните, икономическите и културните променливи на средата, както и държавното регулиране и дерегулиране.

Оценката на различните фактори, влияещи върху процеса на самонаемане, формират профила на предприемача, основан на двойката фактори на рисковете и възнагражденията. Профилът е базиран на предприемаческите възможности, идващи от средата, ресурсите, личните качества и способности, както и предпочитанията.

Предприемачеството зависи от елементите на институционалната и културната среда. Възможностите за осъществяване на предприемаческа дейност зависят от развитието на сектора на частните услуги, като противовес на сектора на публичните услуги, както и от развитието на домакинствата и еволюцията на т.нар. *неформален сектор*.

Процесите, свързани с предприемачеството зависят твърде много и от нивото на конкуренция в дадената страна, и от правната среда за осъществяване на бизнес. Важна е и ролята на държавната намеса в предоставянето на информация, консултинга и субсидирането. **Личното отношение на хората към предприемачеството зависи от културната среда. Доминираща в това отношение е ролята на ценностната, правната и образователната система.**

Иновации и предприемачество

В своята книга „Иновации и предприемачество“ Питър Дракър изтъква: „Иновациите са един специфичен инструмент на предпри-

емачите, чрез който те експлоатират промяната и новостта като възможност за осъществяване на различен бизнес или услуги… Предприемачите трябва целенасочено да търсят източниците на иновация, промените и техните симптоми, които показват къде са възможностите за успешна иновация“.

Многобройни са причините, пораждащи иновации, но трябва да се знае, че твърдението: „Предприемачите по-често използват промените, отколкото ги създават“, определя онези източници, които са свързани не толкова със създаването на иновацията, колкото с използването на възможностите, които са създали съществуващи вече иновации. Именно оттук се появява и неразбирането на факта, че иноваторът-предприемач се различава от изобретателя-иноватор.

Предприемачеството е един от свързващите елементи в националната иновационна система. То се олицетворява от създадените нови фирми и начините за осъществяване на взаимодействие и обмен на информация, ноу-хау и технологии между участниците в иновационната икономика. Предприемачеството е определящо за жизнеспособността, адаптивността и гъвкавостта на националната иновационна система. Високият предприемачески дух и иновационната култура трябва да стоят в основата на националните цели на провежданата иновационна политика.

Предприемачеството се приема за един от основните двигатели за повишена производителност и икономически растеж, основани на иновации. Резултатите от успешната предприемаческа дейност са в три основни насоки. От една страна, предприемачеството е свързано с повишаване на производителността на дадена фирма посредством внедряването на иновативни технологии или организационно преструктуриране вътре във фирмата. От друга страна, предприемачеството е свързано и с навлизане и разширяване или дори създаване на нови пазарни ниши, което повишава пазарния дял на фирмата, в т.ч. и чрез включване на фирмата в глобалните вериги за добавяне на стойност. От трета страна, предприемачеството е свързано с процесите на конкурентно елиминиране на старите форми на производство чрез създаване на нови, по-високопроизводителни фирми, които изместват съществуващите преди това нископроизводителни фирми. И в трите случая предприемачеството се разглежда като дейност, която почива на нови комбинации, състоящи се в използване по различен начин на съществуващите в

икономическата система средства и методи на производство, капитал и работна сила. Тези нови комбинации са именно продуктовите, процесните, организационните и маркетинговите иновации, като само понякога те са пряк резултат от внедряването на ново изобретение, което не е съществувало дотогава. Важна характеристика на „новите комбинации“ е необходимостта да се изтеглят съответните ресурси от стационарното възпроизводство на икономиката, най-често под формата на кредит, който предприемачът използва за осъществяване на новата комбинация. Най-често това е свързано със създаване на нови, иновативно ориентирани фирми, които въвеждат „новите комбинации“. След определен период част от тях успяват да се наложат на пазара като по-успешни от гледна точка на съотношението разход-приход при производството на единица продукт. От този момент нататък другите участници на пазара започват да „копират“ успешния модел и така се стига до процеса на дифузия на съответната иновация. Когато става дума за радикални иновации, т.е. такива, които променят изцяло съществуващите дотогава методи на производство и/или тяхната организация, дифузията на тези иновации води и до отрицателни резултати за „старите“ фирми, които не се ориентират към използване на „новите комбинации“. Те постепенно губят своя пазарен дял и са обречени на изчезване. Новосъздадените фирми и съществуващите, които са въвели радикалната иновация или са я доразвили чрез съпътстващи иновации, същевременно нарастват като брой и пазарен дял. Този процес, наречен от Шумпетер „съзидателно разрушение“, е в основата на икономическата динамика в дългосрочен аспект.

Наука и предприемачество в Европа

От средата на 90-те години на миналия век промените в областта на взаимодействието между наука и бизнес в Европа засилва натиска и стимулите за комерсиализация на публично финансираните научни изследвания чрез насърчаване на т.нар. „академично предприемачество“, което по дефиниция се приема, че е иновативно и високо технологично. В условията на световна финансова и икономическа криза тази тенденция се засилва, тъй като се приема като един от възможните варианти за повишаване на иновативността на националните икономики и следователно – на тяхната конкурентоспособност. През последното десетилетие много западноевропейски

страни приеха законодателни промени по отношение на патентната активност. Те гарантираха нови права на изпълнителите на публично финансирани научни изследвания – университети и научноизследователски институти, а в някои случаи – като в Швеция например – дори на индивидуалните учени и изследователи. Законодателните промени позволиха на тези изпълнители да регистрират като собствени патенти резултатите от публично финансирани изследвания и да предоставят на частни фирми лицензии.

В резултат на тези промени вниманието на всички заинтересовани страни се насочи предимно към т.нар. spin-off фирми – новосъздадени бизнес предприятия, основани с цел комерсиализация на изследователските резултати. Основните положителни резултати от развитието на подобни предприятия се отчитат в четири насоки: силен ефект върху местното икономическо и технологично развитие; генериране на приходи за съответната научно-изследователска институция; комерсиализация, вкл. допълнителен развой на технологии, които иначе биха останали недоразвити; силна „обратна връзка“ и подкрепа за изследвания и обучение в съответната научна институция.

Повечето публично финансирани изследователски организации в Европа функционират в среда, където високотехнологичното академично предприемачество е сравнително ново и неразвито явление. В резултат процесите на генериране на spin-off фирми са твърде различни в сравнение със САЩ. Вместо да следват „бизнес натиска“ на обкръжаващата ги иновативно интензивна среда, както е в САЩ, в Европа публично финансираните изследователски организации са принудени да играят ключова роля при започването и „инкубирането“ на нови бизнес начинания. В този случай вътрешната логика на технологичното развитие е водеща, а изследователските организации са призвани да селектират потенциалните печеливши технологии и съответно – възможните иновации. Тези характеристики на академичното предприемачество в Европа са сред основните, които водят до т.нар. европейски иновационен парадокс – ЕС има водеща роля в създаването на научно знание, но остава далеч след САЩ и Япония в способността да трансформира тези постижения в иновации, генериращи икономически просперитет. В България **доминиращата роля на държавното финансиране на научноизследователските дейности и наложилата се структура на**

преобладаващи микропредприятия без иновационен потенциал определят водещата роля на научноизследователските организации при селектирането и развитието на нови технологични иновации и съответно – на новосъздадени бизнес предприятия.

В Европа националните иновационни системи традиционно предлагат много по-неблагоприятни условия за новосъздадените предприятия в сравнение със САЩ. Регулацията на интелектуалната собственост е слабо развита и публично финансираните изследователски организации трябва да преодолеят поредица нормативни бариери, за да им бъде разрешено да създават нови бизнес предприятия. Например почти до края на 90-те години на XX в. в Германия съществуват забрани за инвестиции от страна на университетите в подобни бизнес начинания. Необходимо е да се подчертае, че съществуващите в България подобни забрани през 90-те години не са изключение. Може обаче да се твърди, че у нас тези нормативни бариери, от една страна, са действали в комбинация с други негативни макроикономически и политически фактори, а от друга, формалното им отпадане не става по силата на обрат в тази политика, който да е придружен със създаване на нормативни, финансови и организационни стимули за комерсиализиране на научните изследвания, както това става в развитите икономики.

Анкетното проучване и основните изводи от него

Според анкетираните, за да се въведат успешно иновации и иновативни практики в бизнеса, съществува необходимост от:

- подкрепа от страна на държавата, работеща и подпомагаща администрация;
- финансова стабилност и обезпеченост на идеите – наличие на капиталов ресурс, достъп до ноу-хау;
- информираност – достъпът до информационни източници, специализирана литература;
- добри идеи;
- адекватно законодателство;
- добро изпълнение на идеите;
- междуфирмено сътрудничество. Бавното и трудно уреждане на междуфирмените отношения се дължи на няколко фактора: некоректни партньорства, слаба активност, лоша и неработе-

ща съдебна система, състоянието на вътрешния пазар, финансовата криза, състоянието на икономиката като цяло.

Пречките, които са откроени и възпрепятстват въвеждането на иновации според предприемачите са:

– липса на висококвалифициран персонал;
– липса на ясно декларирана държавна подкрепа;
– липса на ясно заявени бизнес приоритети;
– неплатежоспособни потребители;
– рестриктивна кредитна политика;
– корупционни практики;
– икономическата криза.

Друг акцент от проведеното анкетно проучване е участието на фирмите в различни браншови организации. Това би могло да подпомогне развитието на бизнеса, развитието и въвеждането на иновации, формирането на иновативна култура у българските предприемачи. За съжаление не става ясно обаче дали самите те членуват в такива браншови организации и дали са извлекли ползи от едно такова членство. Друга част от предприемачите споделят мнението, че браншовите обединения и клъстерите не оказват съществено влияние върху предприемаческата дейност. Преобладават и критичните възгледи, които обрисуват ролята на браншовите организации в България – има ги, но не подпомагат с дейността си участниците в тях.

Анкетираните не кандидатстват по проекти, финансирани от различни програми. Причините, които са изтъкнати са: тромавите и неразбираеми процедури, бюрокрацията. Поради спецификата на фирмите, те не могат да си позволят да поддържат специални отдели или звена, занимаващи се тясно с актуалните програми и проекти – от тук възниква и липсата на опит в процедурите по кандидатстването, изпълнението и отчитането на проектите. Липсват добре структурирани цели и приоритети, стратегия и план за развитие на фирмите в средносрочен и дългосрочен план.

Подчертани са още няколко негативни характеристики на конюнктурата, която възпрепятства развитието на малките и средните предприятия и в частност внедряването на иновациите в тях:

– Наличие на крупни предприятия и монополисти в различните бизнес сектори, които „задушават“ предприемачите и малкия и средния бизнес.

– Неспазване на законите.
– Недостиг на квалифицирана работна ръка. Тук обаче не става ясно дали съществуват предложения от страна на анкетираните представители на бизнеса от какви специалисти имат необходимост, какви квалификации и умения следва да притежават служителите, които те желаят да наемат, дали са били инициатори или са участвали в срещи между Министерството на образованието, младежта и науката, професионалните гимназии, висшите училища с цел заявяване тази необходимост, имат ли готовност и желание да организират стажантски програми и практики (изнесено обучение) на студенти от различни висши училища и специалности, мотивират и насърчават ли развитието на иновационна култура у младите хора (ученици и студенти) чрез организирането на конкурси или учредяването на специални стипендии и награди.
– Административни спънки. Тук най-често се посочват некомпетентността на държавните служители, мудното обслужване, тромавите процедури и грешките на администрацията.

Според участниците в проучването Европейският съюз не подпомага българското предприемачество. Песимисти са по отношение на възможностите за достъп до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване. Те самите, както вече беше споменато, рядко участват в обучителни програми, срещи по различните оперативни програми, организираните информационни дни. Създава се усещането, че те „чакат наготово“, а не са активната търсеща страна, която да е двигателят и инициаторът в тези програми.

Остава скрит и още един въпрос: защо трябва да се разчита предимно на ЕС по отношение на такива проекти? Тук липсва собствената инициатива и политиката на правителството. Вероятният отговор е, макар и парадоксален, че от една страна предприемачите не участват в програмите от ЕС поради вече изтъкнатите причини, а от друга страна липсата на собствени средства, квалифицирани собствени кадри, неадекватната държавна политика също възпира малките и средни предприятия да иновират. Дали в действителност това е истинската картина, ще посочим по-долу.

Осъзната и ясно дефинирана е липсата и **необходимостта от създаването на иновативна култура, креативно мислене и развиването на екипни учения у младите хора** – от средното учили-

ще до университета. Не се насърчава креативността, мениджърските и лидерските умения, мисленето извън рамката и стереотипите. **В учебните програми липсват такива дисциплини, които да тласкат младежите към новаторство, лидерство, ефективно управление**. От отговорите на участниците в анкетата става ясно, че бизнесът като цяло не подпомага и не финансира лаборатории за проучвания и научно-изследователска дейност в техническите университети. Отново водещата причина е липсата на свободен финансов ресурс.

Не са еднозначни отговорите по отношение на необходимостта от намесата на държавата за създаването на условия за развитие на предприемаческата дейност. Според някои представители на бизнеса „инициативата трябва да е в самия бизнес“ и „на държавна подкрепа никой по света не разчита“.

Условията и възможностите за кредитиране на бизнеса също търпят остра критика. Според анкетираните липсва намеса от страна на държавата с цел облекчаване на фирмите при взимането на кредити за развитие на бизнеса и по-специално на високорисковото финансиране на иновациите.

Съществува разминаване между наблюденията на анкетираните и данните за страната по отношение на чуждестранните инвестиции. Според проучването инвестициите от чужди компании нямат положителен ефект върху бизнес климата в страната, дори напротив – затрудняват дребния и средния бизнес. Вероятна причина за споделянето на това мнение е, че с настъпването на световната финансова и икономическа криза след 2008 г. инвестициите от чужбина силно намаляват, а значителна част от капиталите се изнасят зад граница.

Още един тъжен според предприемачите факт, е че законовата рамка не стимулира привличането на чуждестранни инвестиции. Отново противоречиво е становището, че привличането на чуждестранни инвестиции благоприятства до известна степен развитието на икономиката и предприемачеството в страната, но това се прави единствено с цел наемането на евтина работна ръка.

Анкетираните изпитват затруднения при посочването на най-важните предпоставки за ефективни иновации в техния бранш.

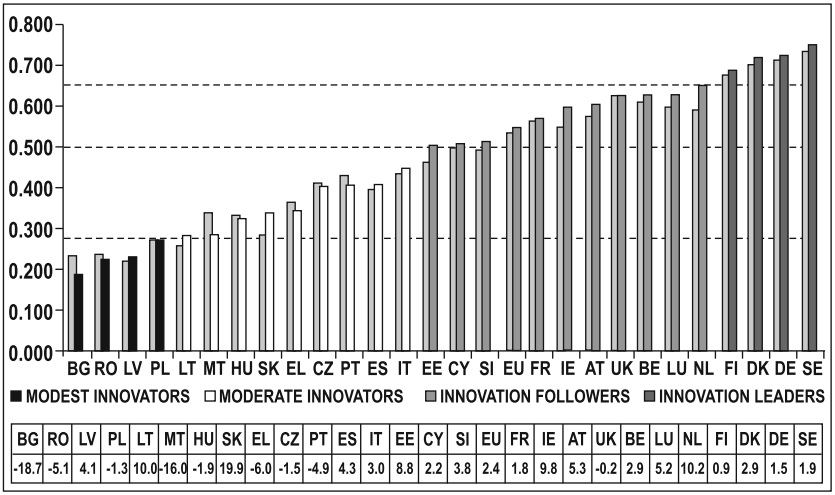
Предприемачите са скептично настроени, недоверчиви и плахи. Склонността да се поема риск и то сравнително голям, когато говорим за внедряването на иновации, не е от силните страни и изразените черти на българския предприемач. Много слабо са застъпени

или почти липсват междуфирменото кооперииране, използването на чуждото ноу-хау, франчайза, синергията като методи за увеличаване на конкурентоспособността и извличането на максимални ползи за дейността на фирмите.

Каква е реалната картина в страната и Европа – статистика, анализи, коментари

Според публикуваните наскоро резултати от класацията на Съюза за иновации (Innovation Union Scoreboard – IUS), водеща инициатива на Стратегия „Европа 2020“ след регистрирания бърз темп на догонване за периода 2006-2010 България е с най-драстичен спад в годишната класация и вече заема последно място в ЕС. Индексът за страната, измерващ състоянието и качеството на научноизследователската и иновационната инфраструктура, иновационните дейности на фирмено равнище и постигнатия икономически ефект, е спаднал с цели 18,7% в сравнение с 2010 г. Данните, макар и с двугодишен лаг, са първите официални и международно сравними резултати за ефекта на кризата върху иновациите в Европа и потенциала за растеж на икономиките в следващото десетилетие. Те са ясен сигнал, че въпреки запазената фискална стабилност, политиките на българското правителство не са решили дългосрочните проблеми в икономиката. Без промяна, въпреки подобрените резултати по линия на усвояването на европейските фондове, България е предопределена да остане на последно място по доходи в Европа. **Необходими са нови, смели и бързи решения, за да може страната да излезе от капана на ниската конкурентоспособност, бедност и растящо социално напрежение**.

Въпреки че повечето от 27-те държави членки на ЕС запазват позициите си, за първа година се наблюдава нарастване на разликата между иновационните лидери и останалите групи. От стартирането на инициативата Съюз за иновации през 2010 г. иновационният индекс се е влошил в девет държави като най-сериозен е спадът в България. Основна причина за влошаването е силното орязване на държавните бюджети за наука и технологично развитие. В България това орязване бе особено драстично през 2010 г., но продължи и през следващите две години. Подобни действия силно противоречат на официално заложената цел на страната в нейната национална програма за реформи за постигне на равнище на инвестиции в изследователска и развойна дейност от 1,5% от БВП през 2020 г.



BG	RO	LV	PL	LT	MT	HU	SK	EL	CZ	PT	ES	IT	EE	CY	SI	EU	FR	IE	AT	UK	BE	LU	NL	FI	DK	DE	SE
-18.7	-5.1	4.1	-1.3	10.0	-16.0	-1.9	19.9	-6.0	-1.5	-4.9	4.3	3.0	8.8	2.2	3.8	2.4	1.8	9.8	5.3	-0.2	2.9	5.2	10.2	0.9	2.9	1.5	1.9

Фигура 1. Класиране и промяна в индекса спрямо 2010 г.
Източник: Innovation Union Scoreboard 2013

На европейско равнище най-голям е годишният спад на инвестициите в нови машини, оборудване, патенти и лицензи от страна на бизнес сектора (5.2%) и предлагането на рисково финансиране (3.1%). В повечето държави този спад на частните инвестиции се компенсира до голяма степен с пренасочване на по-голям дял публични средства за иновативни дейности. Предвид продължаващата криза в Еврозоната е вероятно да видим продължаващо изоставане на Европа от САЩ и по-бързо догонване от страна на Китай. В това отношение, **по-тясното обвързване на България с германо-скандинавското иновационно пространство е задължителна предпоставка за растеж в бъдеще**. Като положителни следва да се разглеждат и технологичните инвестиции на китайски компании в страната.

Без да се забравя най-слабото представяне на България по почти всеки от 25-те индикатора, страната все още притежава относително предимство по отношение на качеството на човешките ресурси, интелектуалната собственост и икономическия ефект от създаването и въвеждането на иновации. Годишен растеж от над 20% е регистриран по отношение на разходите за изследователска и развойна дейност в бизнес сектора, както и регистрирането на търговски марки. Износът на иновативни услуги, съвместните публикации на частни

и публични партньори и регистрациите на промишлен дизайн нарастват съответно с 9,5%, 12,6% и 17,1%. Тези позитивни тенденции следва да бъдат подкрепени активно от адекватна държавна политика в областта на иновациите.

Резултатите не са изненадващи. След 2004 г. когато е приета първата и за сега единствена Национална иновационна стратегия (НИС), българските правителства не предприемат нищо за подобряване на иновационния потенциал на страната. Фокусът в икономическата политика беше закован върху енергетиката. След членството в ЕС страната инвестира над 3 млрд. лв. държавен ресурс в енергийни проекти, но все още не успява да подобри усвояването на европейските средства по ОП „Конкурентоспособност“. Парадоксално е, че изследователската и развойна дейност и иновациите не успяха да заемат водещо място в политиките на правителствата след членството на страната в ЕС въпреки множеството ежегодни препоръки от ЕК в тази насока. В същото време съседни страни - Сърбия и Румъния въведоха редица нови инструменти за стимулиране на иновациите, включително данъчни облекчения, които е вероятно да задържат България на последно място в тази област. Вместо интегрирана научна, технологична и иновационна политика, в България съществува случаен сбор от мерки и инструменти, раздробени сред десетки административни звена за изпълнение. Влошаващото се иновационно представяне на България е засилено от въздействието на кризата, но е следствие най-вече от продължителното бездействие на българските правителства.

Може да **маркираме няколко акцента** в недалновидната политика на българските правителства до момента:

– липса на визия и дългосрочна стратегия в сферата на иновациите;
– липса на воля за последователно изпълнение на приетите стратегически документи;
– неефективно управление на оскъдните публични ресурси, предназначени за иновации;
– абдикация на правителството от управлението на обществените научни организации;
– имитация на активност от страна на държавата при провеждане на належащи реформи в БАН, висшите училища, Селскостопанската академия;

– липса на системен мониторинг, контрол и отчитане на въздействието от малкото предприети мерки;
– неефективна работа на държавната администрация, обвързана с разпределението и контрола на усвояването на средства по националните и европейските инструменти за подкрепа на иновациите (ОП „Конкурентоспособност“, Фонд „Научни изследвания“, Национален иновационен фонд).

Какво следва да се направи?

Частичните институционални реформи няма да позволят излизане на иновационната система на страната от сегашното катастрофално състояние. Препоръчително е изпълнението на редица от мерки, които биха спомогнали за справяне със сегашното негативно положение на България в европейското иновационно пространство:

– приемане на интегрирана национална стратегия с акцент върху взаимодействието „наука – образование – иновации“ с малък на брой приоритети и концентрирано финансиране;
– обединяване на множеството разпокъсани държавни звена за изпълнение и финансиране на изследователска и развойна дейност и иновации в МИЕТ, МОН и МС в единна административна структура;
– осигуряване на приоритетно съфинансиране с национален финансов ресурс на българските организации, успели да се наложат и привлекат средства от европейските рамкови програми за изследвания и иновации;
– въвеждане на поне тригодишен хоризонт на планиране на националните средства за изследователска дейност и иновации и обвързването на държавното институционално финансиране с ясно заложени очаквания за резултати и продукти;
– въвеждане на международно признати правила за провеждане на ежегодна оценка на научните резултати на изследователските организации с бюджетно финансиране;
– приоритетна реализация на проектите, финансирани по ОП „Конкурентоспособност“, включително по линия на програма ДЖЕРЕМИ и Технопарк София и въвеждане на допълнителни мерки за насърчаване на иновационната дейност на бизнеса във високотехнологичните отрасли;

– приоритизиране на мерки за технологично и иновационно развитие в традиционните сектори, като туризъм, текстил, строителство и селско стопанство;
– специален фокус върху мерки за иновационно развитие на **нискотехнологични микро и малки предприятия**, чрез въвеждане на грантови схеми с по-висок интензитет на безвъзмездната помощ (например до 80%), но по-малки общи стойности на проектите (между 100 и 300 хил. лв.);
– развитие на мерки за подкрепа на иновационната култура, като финансиране на проекти на ученици и студенти и на различни обществени прояви в подкрепа на иновациите, като музеи, международни форуми и др.

Опитът от прилагането на иновационната стратегия сочи, че основен недостатък на иновационната политика остава липсата на нормативни институционални механизми, които да регулират нейното изпълнение:

✓ липсват прозрачност и устойчивост на държавната подкрепа за иновационно развитие на икономиката;
✓ не е създадена фактическа обвързаност между различните стратегически документи;
✓ липсват механизми за координация и отчетност на прилаганите инструменти от различните стратегии;
✓ липсва реално финансово обезпечение с отражение в тригодишната бюджетна прогноза и годишните бюджети.

Излизането от финансово-икономическата криза и надеждите за бъдещ икономически растеж се свързват с експортно ориентираните иновативни предприятия. Поради своя нискотехнологичен характер износът на България остава с една от най-ниските добавени стойности в ЕС. Стабилната фискална и макроикономическа позиция на страната позволява да се подобри средата за функционирането на иновативни експортни предприятия чрез въвеждането на устойчива и модерна държавна иновационна политика, в т.ч. чрез следните механизми:

✓ Постигането на по-висока конкурентоспособност е наложило в редица страни прилагането на интегриран подход за осъществяване на национална политика в областта на науката, технологиите и иновациите, което на практика се реализира в рамките на единна административна структура (министерство или аген-

ция) и като част от обща стратегия за развитие. Прилагането на този подход за България в средносрочен аспект може да се търси в създаването например на Министерство на науката, технологиите и иновациите, което да поеме политическата отговорност и разбирането за иновациите като критичен фактор за устойчив икономически растеж. В подкрепа на подобен институционален интегритет дефинирането на общи приоритети в рамките на единна Стратегия за научно-технологично и иновационно развитие на страната ще допринесе за съсредоточаване на усилията върху онези източници на конкурентно предимство (научни направления, области на патентна активност, иновативни ниши), по отношение на които страната има изграден капацитет и може да бъде разпозната като технологичен и пазарен лидер на европейските и глобалните пазари.

- ✓ Преразглеждане на логиката за акумулиране, насочване и изразходване на средства за научна, технологична и иновационна дейност.

В Стратегическата рамка на България се посочва, че се разчита предимно на външни източници за финансиране за научноизследователската и иновационната дейност. В потвърждение бюджетната прогноза на МФ за периода 2013 – 2015 г. не предвижда увеличаване на средствата за наука, технологии и иновации. Изследванията и иновациите не само не заемат водещо място в политиките на правителството, но въобще не се споменават в документа. Образователната политика е сведена до началните нива на образование, а с малки изключения университетите се очертават преди всичко като образователни институции, а не като модерни инфраструктури, естествено място за реализиране на „триъгълника на знанието“. На фона на ограниченото финансиране на научноизследователската и иновационната дейност се допуска неефективно изразходване на средства (дублиране на теми, неприлагане на процедури за оценка на проектни предложения и резултати от научна дейност) и финансиране на чуждестранни фирми и разработки (включително чрез различни форми за изтичане на интелектуален капитал). На практика Националният иновационен фонд не функционира през последните три години, а фонд „Научни изследвания“ работи с редуциран бюджет, което намира отражение в силно стеснения спектър на поддържаните дейности и на самите конкурси. Независимо от наличието на раз-

нообразни схеми в подкрепа на иновациите и технологичното развитие по оперативните програми на европейските фондове усвояемостта на средствата специално по отношение на иновациите остава една от най-ниските за страната.

Частични институционални реформи няма да позволят излизането на научно-иновационния живот на страната от състоянието на летаргия. Системата е силно фрагментирана, липсва административен капацитет, съществува сериозен дисбаланс по отношение на иновационния потенциал на отделните райони за планиране. Необходим е много по-интензивен диалог между основните институции в областта на науката и иновациите за определяне на обща инвестиционна стратегия, която да начертае приоритетните направления за следващия програмен период.

Регионалната специализация е ключов момент за следващите седем години, а в България все още липсват диалог и воля за консултации по темата. Не съществува никакъв капацитет за дефиниране и прилагане на регионални политики за наука и иновации. Осъществяването на принципите за регионална специализация може да бъде подкрепено чрез обединяване на мерките за насърчаване на НИРД в нова Оперативна програма за наука и иновации, която да стъпи върху Регионалните иновационни стратегии (РИС), разработени в шестте района за планиране.

Иновационен потенциал на българската икономика

На фона на амбициозните планове за развитие на българската икономика до 2020 г. и целите за конкурентоспособност и интелигентна специализация на националната и регионалните икономики в ЕС направеното до момента е по-скоро обезкуражаващо, отколкото обещаващо за тяхното постигане:

- ✓ намаляване на националните инвестиции в наука и иновации в брутно изражение (0,4% от БВП) и за всеки от източниците на финансиране – държавен сектор (–17% на годишна основа), бизнес (–36%), висше образование (–23%), неправителствен сектор (–39%); спадът се компенсира единствено от средствата за НИРД от чужбина, по линия на европейските фондове;
- ✓ продължаващ отказ на държавата и заинтересованите страни (бизнес, висше образование) да реализират взаимодействието наука–образование–иновации на формален принцип, който да

защити техните интереси и да извлече по-пълноценно заложения потенциал в разнообразието от форми за трансфер на знание и ноу-хау;

- ✓ намаляване на заетите с НИРД (с повече от 14% за 2010 спрямо 2009 г.);
- ✓ липса на логическа, подчинена на националните приоритети, причинно-следствена обвързаност между източниците на растеж на БВП, финансирането и персонала в наука и иновации, конкретизиране на научния в технологичен и иновационен продукт по социално-икономически цели, научни и технологични области, икономически сектори.

Свиването на НИРД системата и слабата индустриална конкурентоспособност на страната водят до логичното следствие, че патентната система практически все още не се използва от българските предприятия, научните организации и гражданите. Българските новатори все още разчитат на най-примитивните форми за защита на техния интелектуален продукт като например запазването им в тайна. Поголямата част от патентите в България са притежание на чуждестранни фирми или на български физически лица. Всички тези факти навеждат на **извода**, че **България е все още много далече от постигането на технологична конкурентоспособност и ще разчита и в близко бъдеще предимно на ниските разходи и ниските цени**.

Дефинирането на приоритетни научни области с потенциал за технологично развитие и оценката на качеството на научните изследвания трябва да включват използването на система от критерии и показатели, в т.ч. и патентно базирани, която ще даде възможност за сравняване на научните институции, преценяване ефективността на техните разходи и провеждане на адекватна политика при изготвяне на бюджета им. Патентните проучвания и анализи трябва да се превърнат в неделима част от информационното обезпечаване на вземаните управленски решения в областта на науката, технологиите и иновациите. Пълноценното използване на националните инструменти (ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ (РКБИ) и ФНИ) изисква прилагането на координирана политика за насърчаване закрилата на обектите на интелектуалната собственост.

В унисон със спада в НИРД финансирането и заетостта в България намалява и научният продукт на страната. Сериозните сътресе-

ния в управлението на ФНИ и на БАН през последните няколко години доведоха до свиване или поне до забавяне на научната дейност в страната, без да бъдат реализирани необходимите реформи.

Иновациите са само част от областите за политическо въздействие и в този смисъл „скромните“ резултати от реализираните мерки за развитие и използване на иновационния потенциал на българската икономика са отражение на проблемите и в областта на образованието, социалната политика, бизнес климата, административните практики. Постигането на прозрачност, устойчивост, обществен консенсус, стратегическо виждане в управлението на целия спектър от икономически и социални дейности е единственият възможен подход за устойчив, балансиран, основан на знание и компетенции икономически растеж и конкурентоспособност.

Излизането на България от капана на ниските разходи като основно конкурентно предимство изисква целенасочени, устойчиви усилия през следващите 4 – 5 десетилетия за непрекъснато повишаване на равнището и обема на човешкия капитал в страната.

През 2013 г. Европа навлезе в шестата година на икономическа и финансова криза. За първи път от създаването на ЕС продължаващата нестабилност увеличава различията между страните членки и регионите в тях и създава предпоставки за дългосрочни разминавания в траекториите на растеж на отделните икономики. ЕС изглежда все по-непригоден да посрещне глобалните предизвикателства: а) прехода от растеж, базиран на природни богатства, към растеж, базиран на знанието; б) засилващата се конкуренция от нововъзникващите пазари; и в) застаряващото население. На фона на слабата бюджетна позиция и сравнително високата задлъжнялост на почти всички ключови икономики в Европа изглежда малко вероятно изходът от кризата да се намери в увеличаване на държавните разходи за стимулиране на икономиката. Подобен подход би сработил единствено ако бъде придружен от: а) сериозна институционална реформа за гарантиране на по-ефективно изпълнение на общите политики на ЕС и б) съсредоточаване на наличните ресурси в помалко на брой, но добре дефинирани приоритети, насочени към иновации, наука и образование.

България има добри възможности да се възползва от конюнктурата в ЕС, тъй като страната е с ниско дългово бреме; възстанови се сравнително бързо от първоначалния шок на кризата; има ниски раз-

ходи за труд и може да се възползва от съществен допълнителен инвестиционен ресурс, предоставен по линия на фондовете на ЕС. През 2011 – 2012 г. българската конкурентоспособност остава основана на ниски разходи и ниски данъци, а не на качествени фактори, образование и иновации. Промяната на тези негативни характеристики изисква обща национална политическа визия за растеж, базиран на качествено образование, предприемачество и иновации и упорито преследване на заложените цели в продължение на десетилетия.

Съществуват утвърдени добри световни практики и фактори за растеж – здрав финансов разум, благоприятна бизнес среда, особено внимание към образованието и иновациите и постоянство в тяхното насърчаване. Извън фискалната стабилност България не се справя с изискванията за по-качествена бизнес среда и инвестиции в образованието и иновациите. Малко вероятно е инвестициите в инфраструктурата да доведат до качествени промени в потенциала за растеж на икономиката. Липсва последователна административна реформа за подобряване на публичните услуги за бизнеса и населението, включително предоставянето им по електронен път. Същевременно държавата сви чувствително своето финансиране за иновации през 2010 – 2012 г., без да осигури необходимите реформи в секторите „Наука“ и „Висше образование“. **На практика ЕК чрез европейските фондове се превръща в основния инвеститор в иновации в България**. Реализацията на знакови иновационни проекти като първия технологичен парк и приемането на закон за иновациите се бави.

България и европейската иновационна политика

Въпреки декларациите на държавната администрация, че науката и иновациите са приоритет, продължават неразбирането и подценяването на значението и ролята на науката и иновациите за повишаване конкурентоспособността и осигуряване на устойчив растеж на икономиката. Липсва капацитет за разработване и прилагане на интегрирани политики за иновации, наука и висше образование. На практика няма проявени достатъчна политическа воля, готовност и инициатива за по-значими конкретни действия от правителството и администрацията за решаване на назрелите проблеми в тази сфера. Националният съвет за иновации към Министерството на икономиката, енергетиката и туризма (МИЕТ) съществува формално, но не

работи. През последните години значително бяха намалени обществените средства, отделяни за развитие на научните изследвания и иновациите. Тревожна е бюджетната прогноза на МФ за 2013 – 2015 г., в която не се предвижда никакво увеличаване на средствата за наука, в т.ч. и за БАН. Известно е и е признато в редица държавни документи и в оценките на европейските институции, че България е на едно от последните места и остава в групата на „плахите иноватори".

През последните една-две години българското правителство разработи няколко стратегически документа за развитието на България в отговор на стратегията „Европа 2020". В тях се третират и проблемите на науката и иновациите. В Националната програма за реформи 2014 – 2020 г. се подчертава, че иновационната политика е една от ключовите области за повишаване на конкурентоспособността на българската икономика и развитие на потенциала за растеж в следкризисния период. В програмата се предвиждат:

- ✓ увеличаване на инвестициите в НИРД до 1,5% от БВП до 2020 г.;
- ✓ разширяване на достъпа до финансиране на МСП;
- ✓ провеждане на по-целенасочена държавна политика за подкрепа на иновациите – приемане закон за иновациите, разработване на нова иновационна стратегия, промени в Закона за насърчаване на инвестициите с цел определяне на стимули за инвестиции в създаването на високотехнологично производство и услуги;
- ✓ по-ефективно използване на ОП „Конкурентоспособност" чрез обявяване на конкурси, свързани с технологична модернизация на МСП и големи предприятия, проекти за развитие на приложни изследвания, за изграждане на научнотехнологични центрове, развитие на клъстерите и др.;
- ✓ мерки за повишаване на качеството на НИД, засилване на нейната приложна насоченост, подобряване на връзките наука–бизнес.

В Стратегическата рамка на Националната програма за развитие „България 2020" се предвиждат:

- ✓ подкрепа за развитието на високопроизводителна индустриална база;
- ✓ стимулиране на иновационната активност и на научните изследвания;

- ✓ развитие на човешкия ресурс за нуждите на иновационните предприятия;
- ✓ изграждане на научна и иновационна инфраструктура и на иновационна среда, стимулираща сътрудничеството между науката и бизнеса;
- ✓ развитие и усъвършенстване на нормативната база, подобряване на регулаторната рамка за участниците в иновационните процеси и въвеждане на ефективна организация и управление на научните и иновационните процеси, обхващащи всички субекти на националната научна и иновационна система.

Подчертава се необходимостта от сътрудничество между висшите училища, научноизследователските организации и индустрията, ускоряване на трансфера на знания, насърчаване въвеждането на нови бизнес модели за МСП и внедряване на нови продукти и технологии. Предвиждат се засилване участието на предприятията и научните организации в международни иновационни мрежи, взаимодействие и сътрудничество с партньори от различни страни и интернационализиране на иновационния процес.

Основният действащ национален документ в областта на иновационната политика е Националната стратегия на България за развитие на научните изследвания до 2020 г. В нея са формулирани целите на научната политика, мерките и инструментите за осигуряване на по-високо качество на изследванията и иновациите:

- ✓ Като основна цел на стратегията е дефинирано насърчаването на концентрацията на публично-частните ресурси и инвестиции в приоритетните области на развитието на страната.
- ✓ Предвижда се по-добра координация на политиките в областта на образованието, научните изследвания и иновациите, насърчаване свободното движение на хора, знания и технологии.
- ✓ Дефинирани са целите и приоритетите по изграждане на конкурентоспособна национална научна инфраструктура като елемент на европейското изследователско пространство, засилване на интеграцията между научните организации, университетите и връзката им с бизнеса в съответствие с приоритетите на обществото, модернизиране на научните организации и повишаване на статута на учения в обществото.

Стратегията за развитие на науката в България до 2020 г. определя следните приоритетни тематични направления, макар да не дава представа на какво основание са избрани точно тези сектори:

- ✓ енергия, енергийна ефективност и транспорт;
- ✓ развитие на зелени и екотехнологии;
- ✓ здраве и качество на живот, биотехнологии и екологично чисти храни;
- ✓ нови материали и технологии;
- ✓ културно-историческо наследство;
- ✓ информационни и комуникационни технологии.

Стратегията посочва редица слаби страни в научната политика на страната:

- ✓ липса на ефективен мениджмънт на човешките ресурси и визия за обновяване на академичния персонал и привличане на млади кадри в науката;
- ✓ липса на настояща и перспективна финансова политика, която да осигури развитието на науката и концентрация на ресурси за финансиране на приоритетни проблеми;
- ✓ остаряла материално-техническа база за изследвания;
- ✓ нарушена съгласуваност между образованието, науката и иновациите.

Много фрагментарно обаче е отразено мястото на иновационната дейност в стратегията, което потвърждава традиционния недостатък за страната – липсата на интегриран подход при разглеждането на научните изследвания и иновационната дейност. Националната стратегия за развитие на научните изследвания е добро начало, но тя трябва да се обвърже с представените национални стратегически документи и да предвиди създаването на интегрирана институционална рамка за управление на националната научна, технологична и иновационна система.

Голямо предизвикателство за българското правителство са ефективното организиране и координираното управление на дейностите, свързани със стратегията „Европа 2020“ и националните програми и политики. Необходима е професионално подготвена, отговорна и действена администрация за изпълнението на тези програми, която да работи по единна визия за развитие на науката, висшето образование и иновациите. Липсата на визия в това отно-

шение и на качествени административни услуги е най-сериозната пречка пред развитието на българската иновационна система.

България следва да продължи усилията си за по-активно участие в разработването и провеждането на европейската политика за наука и иновации. Отчитайки общите цели и интереси, трябва последователно, обосновано и компетентно да се отстояват и защитават националните интереси. Необходимо е ясно да се формулира какво очаква и желае България като например:

- ✓ по-диференцирана научна и иновационна политика спрямо новоприетите страни членки;
- ✓ повече финансиране и по-целенасочено използване на Кохезионния и на другите фондове с цел доближаването на страната до развитите държави в ЕС по отношение на иновациите;
- ✓ опростяване на процедурите по подготовката, одобряването и изпълнението на проектите по европейските програми и фондове, намаляване на бюрокрацията и на многото и повтарящи се по съдържание документи в областта на иновациите и др.

Направените констатации и препоръки важат с пълна сила и през 2012 г., но във връзка с подготовката на следващия бюджетен период на ЕС 2014 – 2020 г. е необходимо да се обърне по-сериозно внимание на следните няколко акцента:

1. Усъвършенстване на управлението на НИРД и на иновационните процеси в България. Съществуващата система и практики не са конструирани добре и не работят ефективно. Трябва да се модернизира и концентрира административният капацитет по управление на националната иновационна система с цел радикално подобряване на ефективността на държавната политика в областите наука, висше образование и иновации. Необходимо е да се ускори разработването на новата НИС на страната във връзка с поетия ангажимент в Националната програма за реформи в изпълнение на стратегията „Европа 2020“ (актуализация 2012 г.) това да стане в края на 2014 г. Чрез стратегията трябва да се търси ново структуриране на държавната администрация, отговорна за подготовката и изпълнението на националната иновационна политика в следните направления:

- ✓ Да се обособи отделно министерство, което да поеме функциите по управлението на иновациите, науката и технологиите, включително ИКТ и висшето образование.

- ✓ Административните структури от посочените сектори да се обединят в единна агенция или в дирекции в рамките на новообособеното министерство.
- ✓ В новата структура следва да се влеят агенциите от сектор „Икономика“: за инвестиции, МСП, експортно застраховане, обществени поръчки и др.; сектор „ИКТ“; сектор „Наука“ и сектор „Висше образование“. Подобно обединение ще позволи да бъдат направени значителни икономии от мащаба.
- ✓ За да се постигне адекватна концентрация на държавните финансови ресурси за наука и иновации, новата структура следва да управлява и основните финансови инструменти в тези области: ФНИ, Национален иновационен фонд и Българска банка за развитие.
- ✓ Необходимо е да се въведе модерно управление на научната и иновационната дейност. Държавата трябва да поеме инициативата за създаване на интелигентна регулативна рамка и критерии, които ориентират научното, технологичното и иновационното развитие и насърчават иновациите. В тази насока от съществено подобрение се нуждае проектът на закон за иновациите.

2. Осигуряване на значително по-големи обществени финансови ресурси за развитие на науката, висшето образование, технологиите и иновациите при условие да се концентрират (намалят), модернизират и реформират основните обществени структури и институции в тези области. Необходимо е да се обединят двата фонда – ФНИ и НИФ, а финансирането да се насочи към приоритетни теми, иновативни продукти, процеси и др. По-ефективно и координирано да се използват финансовите средства по линия на европейските фондове и оперативните програми, както и по линия на Българската банка за развитие и инструментите за финансов инженеринг от програмата JEREMIE.

3. Чрез НИРД, нови технологии и иновации следва да се стимулират индустриалното и селскостопанското производство, да се насърчава финансирането и на нови конкурентоспособни продукти, да се стимулират износът и разкриването на нови пазари. Известно е, че все още е твърде малък делът в износа на високотехнологични продукти, който през последното десетилетие е в рамките на 4 – 8% според МИЕТ и 1,7 – 3,5% по данни на Евростат.

България няма възможност да развива голяма диверсифицирана индустрия, основана на лидерска технологична стратегия. Това налага да се обърне особено внимание на технологичните ниши. Важни бъдещи пазари са „зелените“ индустрии, в т.ч.: технологиите за енергийна ефективност, за рециклиране и третиране на отпадъци, мобилността и транспортните технологии, нанотехнологиите и др. Иновационната политика трябва да се концентрира както върху ключови продукти и услуги във високотехнологичните сектори, така и върху традиционните, в които България има конкурентни предимства и национално ноу-хау.

Голяма е ролята на проектирането, което трябва да се разглежда не само като дейност, отнасяща се до формата на продуктите и процесите, а и като дейност, свързана с техните функции, които определят достигането на новите идеи до пазара. В процеса на проектирането на нови технологии, получени в резултат на НИРД, и на нови творчески идеи, изобретателство и предприемачество се осъществява интегрирането им в конкурентоспособни продукти, процеси и услуги. За тази цел е необходимо да се изграждат проектантско-инженерни центрове в големите бизнес структури, университетите и изследователските организации.

Особено важно е да се стимулират иновациите в секторите на услугите и по-конкретно в областта на социалните иновации, в държавното управление. Това би могло да се обвърже с отдавна закъснялата цялостна административна реформа в страната.

4. За определянето на национални иновационни приоритети следва да се разработят национални технологични платформи. Това би помогнало за разширяване и задълбочаване на международното сътрудничество. Няколко технологични полета: енергия, здраве, мобилност, комуникация и сигурност свързват изследователските стратегии с бъдещите пазари и обществените потребности. В този процес особено значение имат върховите технологии (нанотехнологиите, биотехнологиите, ИКТ, мехатрониката и др.), които се реализират чрез проекти в технологичните полета.

Държавата и неправителствените организации трябва да оказват широка подкрепа на изграждащите се нови форми и структури за иновационна и технологична дейност: клъстери, високотехнологични бизнес инкубатори, научни, технологични и иновационни центрове, центрове за предприемачество, посреднически структури за

трансфер на технологии, съвместни структури между университети, научни организации и бизнес. Необходимо е да се преодолее формализмът при изграждането на тези структури. Много от тях са „псевдозвена“, които по съдържание и дейност не отговарят на своите първообрази в Европа.

На фона на незавидната позиция на страната в международните класации за иновационна активност, неиновативното поведение на крайните потребители на националния пазар, неефективното използване на финансовия и човешкия ресурс за иновации би било добре подобен закон да предвиди въвеждането на поне част от мерките, които отдавна съществуват в световната иновационна управленска практика:

1. Данъчни облекчения за насърчаване дейността на иновативните предприятия, включително свързани с: възстановяване на разходите за социално осигуряване при наемането на висококвалифициран персонал; намаляване на счетоводния финансов резултат с размера на разходите за иновации, направени в предприятието или възложени на друго предприятие, научноизследователски институт или висше училище; създаване на „статут на иновативно предприятие“, който се предоставя при изпълнение на предварително определени условия и на чиято основа предприятията получават право на пакет от данъчни и други облекчения и по-улеснен достъп до структурно финансиране; допускане на безмитен внос на научни инструменти и апарати, които се внасят с нетърговска цел и ще се използват за научни цели или обучение в предприятия, за които научната дейност и обучението не са основен предмет на дейност; преотстъпване на 50% от данъка върху приходите на български висши училища, научни звена и предприятия, получени от осъществяване на научноизследователска и иновационна дейност и продажба на права върху обекти на интелектуалната собственост. Прилагането на данъчни облекчения за насърчаване на фирмената иновационна дейност е успешна практика в редица европейски страни, в т.ч. Белгия, Великобритания, Дания, Германия, Естония, Ирландия, Испания, Латвия, Полша, Финландия и др. Тяхното въвеждане цели и изваждане на светло на скритите до момента разходи за НИРД на предприятията.

2. Насърчаване на академичното предприемачество, в т.ч.: държавните висши училища да получат правото на собственост върху

имот, който може да бъде част от иновационен/бизнес инкубатор или технологичен парк; въвеждане на правото на изследователски и академичен персонал, зает във висши училища, научни звена и предприятия да използва творчески отпуск до три години за създаване на ново високотехнологично предприятие.

Иновационното търсене – важен фактор за успешна иновационна дейност

През последните години се очертава **тенденцията изследвания на междукултурните различия да се използват за изучаване и възможно насочване на иновационното поведение и предприемаческата ориентация на икономическите субекти**. Изучаването на иновационното поведение с помощта на ограничен брой критерии не може да даде точни резултати и това налага внимателна интерпретация на получените оценки във всеки конкретен случай. Въпреки това направените **обобщения за иновационните културни характеристики на България до голяма степен съответстват на изводите на международни анализи на иновационната активност**:

- ✓ високо равнище на избягване на несигурност – непознатото се възприема като опасно, в резултат на което трудно се изгражда проактивно поведение, включително в областта на иновационната дейност;
- ✓ голямо властово разстояние – силна зависимост на подчинените от началниците, липсва предпочитание към консултации и поемане на отговорност при съвместно вземане на решения;
- ✓ една от най-колективистичните страни в Европа – очаквания колективът да се грижи за отделните индивиди, водещи критерии при вземането на решения са взаимоотношенията в колектива вместо професионализма, усещане за безсмисленост на индивидуалните усилия, липса на чувство за лична вина;
- ✓ афинитет едновременно към професионалните постижения и амбиция, от една страна, и отношения на взаимопомощ и състрадание, от друга.

Макар европейските държави да се стремят към постигането на една обща цел – превръщането на Европа в най-конкурентоспособната основана на знанието икономика, **изключително разнообразни, подвластни на културните различия остават както при-**

лаганите на национално равнище подходи за разработване на научнотехнологичната политика, така и регистрираните постижения от нейното провеждане. Според изследванията на Инобарометър[1] в рамките на ЕС **България заедно с още няколко държави има най-голям дял население, възприемащо иновациите с неохота и/или напълно отхвърлящо ги (т.нар. антииноватори)**.

През 2012 г. се проведе второто Национално изследване на иновационното търсене (НИИТ). Резултатите са показателни за **наличието на силно имитационно и слабо иновативно поведение сред потребителите в страната**. Могат да се направят следните изводи за иновационното търсене на гражданите по отношение на деветте фактора, влияещи върху решението за покупка:

- ✓ **Цената** е толкова по-значим фактор за вземане на решение за покупка на нови продукти, колкото по-неиновативно (респ. по-имитационно) е поведението на потребителите. Иноваторите са с висока ценова готовност и за тях цената не е пречка, а по-скоро стимул. В стремежа си към изпъкване, към отличаване при тях нерядко се задейства ефектът на сноба (наличие на права връзка между цена и търсене).
- ✓ **Промоциите** са важен стимул за вземане на решение за покупка за имитационно настроените индивиди. Разбира се, иновативно настроените потребители биха се възползвали от условията на една промоционална програма, но решаващ е стремежът за изпреварващо придобиване на нови продукти. Всъщност класираните на първите три места от българите фактори са основни двигатели в потребителското поведение на имитаторите, докато класираните на последните три са типичните детерминанти на поведението на иноваторите.

[1] С цел да анализира културното многообразие по отношение на иновациите в ЕС и да измери различията между отделните европейски страни във връзка с предприемаческата активност, иновационната култура и условията за създаване, адаптиране и прилагане на ново знание ЕК провежда специализирано изследване в края на 2005 г., основано на методиката на годишния инобарометър. Според степента на възприемчивост към иновациите респондентите са разпределени в 4 групи – ентусиасти (11%), интересуващи се от иновации (39%), приемащи промените с неохота (33%) и антииноватори (16%).

✓ **Препоръките от познати** са елемент на междуличностните комуникации, чието въздействие е основен двигател на потребителското поведение на имитаторите. Иноваторите не се влияят от чуждия потребителски опит и вземат самостоятелно своите решения, като черпят информация за новите продукти изключително от медиите (реклама, публикации в специализирани издания, интернет и др.).



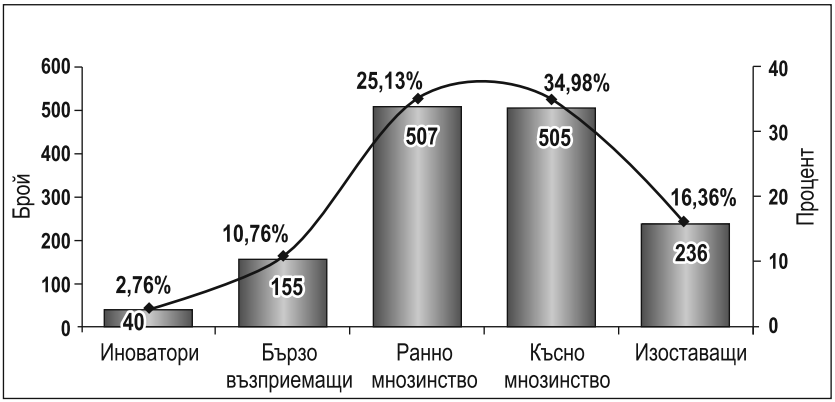
Фигура 2. Фактори, влияещи върху решението за покупка на нов или усъвършенстван продукт. Средна оценка при скала от 1 до 5.

Проведеното изследване дава основание да се направят някои важни изводи. Върху принадлежността на индивидите към една или друга група на **иновационно поведение** основно влияние оказват две съвкупности от фактори: а) **личностни характеристики** (психологически профил) на индивида и б) **демографски и социално-икономически характеристики** (образователно равнище, доходи, професия, местоживеене и др.). Ако върху първата група фактори (психологически) по-скоро не може да се влияе, благоприятните социално-икономически и демографски условия могат да бъдат

следствие от целенасочени последователни действия (от страна на държавата и нейните институции).

Резултатите от последното изследване на иновационната дейност на предприятията за периода 2008 – 2010 г., публикувани от НСИ през 2012 г., сочат, че **единствено при маркетинговите иновации се наблюдава макар и слабо нарастване в сравнение с предходния тригодишен период** (1,8%). Общият спад на иновационната активност (3,7%) е с източник продуктовите, процесните и организационните иновации.

Въпреки твърденията на някои автори, че възрастта не определя иновативността на индивида, данните за България свидетелстват за наличие на отчетлива връзка между двете променливи – с нарастване на възрастта намалява степента на иновативност[2].



Фигура 3. Класифициране на потребителите

По-високата степен на образование се свързва с по-висока иновативност на потребителите. Все пак, ако се изключат двете крайни групи – иноватори и изоставащи, образователната степен не е фактор, който силно разграничава групите с различна иновативност. По-високата иновативност се намира в права силна корелационна

[2] Приема се, че групата на иноваторите съставлява приблизително 2,5% от потребителите на един пазар, групата на бързо възприемащите – 13,5%, групата на ранното мнозинство – 34%, групата на късното мнозинство – 34%, и групата на изоставащите – 16%. Критерият за разграничаване на потребителите е бързината, с която реагират на нови продукти или услуги.

връзка с престижността на професията. По-иновативните индивиди имат по-престижна професия. Това от своя страна ги поставя в ролята на еталон за подражание за индивидите с по-ниска степен на иновативност. Колкото по-ниска е степента на иновативност на индивида, толкова по-дълго време е необходимо за вземане на решение за покупка на нов продукт. След като продуктът вече е купен, по-неиновативните потребители изпадат в колебание за правилността на взетото решение. Иновативните потребители живеят както в градове, така и в села, но много по-голяма е вероятността един индивид да притежава по-висока иновативност, ако живее в град. Съответно колкото по-голям е градът, толкова по-голяма е вероятността индивидът да има по-иновативно поведение.

Няколко думи за патентите

За периода 2001 – 2011 г. в България са издадени общо 10 320 патента за изобретения в осемте раздела на Международната патентна класификация (МПК)[3], преобладаваща част от които (9239 броя, 89,5%) принадлежат на чуждестранни патентопритежатели, и малко повече от една десета (1081 броя, 10,5%) – на български. Съществени различия се наблюдават при скоростта на развитие на патентната активност. Общият брой патенти (с български и чуждестранни притежатели) отбелязва тенденция на нарастване средногодишно с 18,18%, в чиито рамки се наблюдава положителен средногодишен прираст на патентите с чуждестранни притежатели (23,65%) и отрицателен средногодишен прираст на патентите с български притежатели (–3,77%).

Ясно се откроява промяната, която настъпва след 2004 г. Общата патентна активност започва да се определя изцяло от чуждестранната. Издадените патенти на чуждестранни притежатели отбелязват значително нарастване – от 288 броя през 2001 г. на 1557 броя през 2011 г., т.е. 5,4 пъти повече. Наред с това чуждестранната патентна активност е значително по-висока от българската, като през последните 7 години на периода тази тенденция осезаемо се задълбочава и достига разлика от 24 пъти спрямо българската патентна активност през 2011 г.

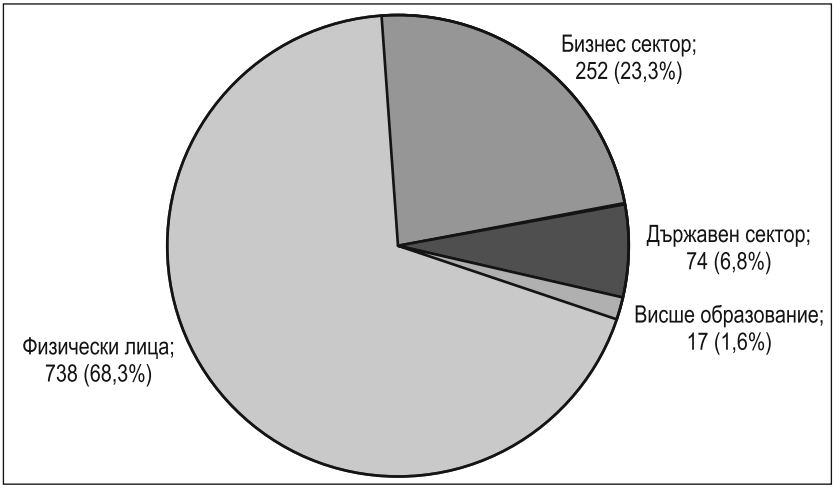
[3] МПК съдържа осем раздела: A – Човешки потребности; B – Технологични процеси, транспорт; C – Химия и металургия; D – Текстил и хартия; E – Строителство, минно дело; F – Механика, осветление, отопление, двигатели и помпи, оръжие и боеприпаси; G – Физика; H – Електричество.



Фигура 4. Брой издадени патенти по технологични области и по националност на патентопритежателите, 2001 – 2011 г.

Свидетели сме на агресивно присъствие на чуждестранни изключителни патентни права на територията на страната, което несъмнено може да се разглежда като факт, който би могъл да окаже неблагоприятно влияние върху конкурентоспособността на българската икономика. Възможността на българските фирми и организациите, осъществяващи НИРД, да използват водещи технологии, без да нарушават чуждестранни патентни права, рязко намалява. За да запазят и да повишат своята конкурентоспособност, те ще бъдат принудени да преосмислят технологичната си политика и да активизират иновационната си дейност.

Наличието на засилено присъствие на чуждестранни патентопритежатели на територията на България е показател за интереса на чуждестранния и най-вече на европейския бизнес към българския пазар и за стратегиите на чуждестранните инвеститори да защитават новите си технологии с български патенти като първа стъпка към последващи инвестиции. В същото време през последните няколко години се наблюдава засилено присъствие на чужди компании за управление на интелектуалната собственост, които идентифицират и изкупуват технологии от български научноизследователски и производствени организации на предпазарен етап и след това биват комерсиализирани на чуждия пазар.



Фигура 5. Структура на патентите с български притежатели, 2001 – 2011 г. в %

За 11-те години на периода са издадени общо 1081 патента за изобретения на български притежатели. След 2009 г. се наблюдава спад в българската патентна активност, като през 2011 г. вече са регистрирани само 64 патента и това е най-ниското равнище досега – два пъти по-малко патенти спрямо 2001 и 2009 г. От гледна точка на институционалната принадлежност на патентопритежателите физическите лица са с най-висока активност – 738 патента, следвани от бизнес сектора с 252, и сектор „Висше образование“ със 17 патента. Подобна структура потвърждава н**есистемния характер на патентната активност в България**. За предприятията предпочитан начин на запазване на интелектуалните им активи остава тайната или **неразгласяването на информация** дори по формален път. Подобно поведение се отдава най-вече на два фактора – от една страна, малкият среден размер на българските предприятия, а от друга, **липсата на доверие във формалната патентна система**. Бизнес секторът е с общо 252 патента на 150 фирми патентопритежатели за периода 2001 – 2011 г., разпределени в 38 града. Първите 19 фирми (12,7% от всички 150 патентно представени) са разположени в 10 града и притежават общо 40,5% от патентите на бизнес сектора, което говори за добро географско разпределение и възможности за концентрация на технологичен капацитет в различни региони на страната.

Ниската степен на институционализираност на патентната дейност в България е проблем с много аспекти, някои от които са:

- ✓ Поради ниското равнище на разходите за НИРД се засилват изобретателската и патентната дейност, които не са институционално организирани и финансирани, както и индивидуалното изобретателство, основано предимно на интересни и оригинални идеи от страна на физическите лица (независимите изобретатели).
- ✓ Голяма част от независимите изобретатели са научно-преподавателски кадри, научни работници и изследователи, ползващи служебен ресурс за изследователската си дейност, които сами патентоват създадените от тях изобретения.
- ✓ В рамките на трудовите задължения патентите би трябвало да принадлежат на институцията, организирала и финансирала научните изследвания. Но организациите не отделят средства за патентоване и доброволно се отказват от притежаването на патенти. Те не придобиват права върху създадените в тях изобретения и така се лишават от възможността да капитализират научните си постижения и да извличат икономически изгоди от тях. В този смисъл е препоръчително инструментите за финансиране създаването на научно-иновативни продукти да разполагат със специфични мерки за поддържане на интелектуални продукти. За нарастване на иновативната и патентната активност на българската икономика изключително важно значение има повишаването на степента на информираност по въпроси, засягащи защитата на интелектуалната собственост, в т.ч. и на изобретенията. Липсата на патентна грамотност означава, че голяма част от създадените патентоспособни изследователски продукти не са реален капитал и не формират доход, защото не са патентовани.

Националната икономика като среда за предприемачество

Във всекидневната практика предприемаческата дейност в България обикновено се свързва със създаването на нов бизнес (ново бизнес предприятие), но през последното десетилетие доминиращите икономически школи приемат концепцията, че създаването на нови фирми не е предприемачество, ако тези нови фирми следват „утвърдени комбинации“, които спомагат за възпроизвеждане на

съществуващото технологично и икономическо равнище. В този смисъл структурата и динамиката на предприятията по брой и големина могат да се приемат като отразяващи само контекста, в който иновативно ориентираните предприемачи осъществяват своите идеи. Продължаващата световна финансова и икономическа криза несъмнено е една от причините през 2009 – 2010 г. да настъпи обрат в над десетгодишната тенденция на нарастване на броя предприятия в нефинансовия сектор в България. Този обрат е най-видим при малките, средните и големите предприятия, които намаляват, докато микропредприятията продължават да се увеличават с ръст от 15% за втора поредна година. Ръстът на микропредприятията е причина и за ръст в общия брой предприятия в нефинансовия сектор през 2009 г. През 2010 г. малките и средните предприятия намаляват с около 8% в сравнение с предходната година, което е и най-голямото намаление на годишна база за целия период след 1996 г. Същият темп на намаляване с 8% на годишна база се отчита и при големите предприятия, но година по-рано – през 2009 г., когато тази тенденция все още не е толкова силно изразена при останалите предприятия. Обратът, който настъпва през 2009 – 2010 г., се отразява по различен начин на отделните сектори и на предприятията според тяхната големина. Още през 2009 г. броят на големите предприятия бележи отрицателен ръст в много сектори, включително такива, които като цяло имат положителен ръст благодарение на новосъздадените микро- и малки предприятия. През 2010 г. общият брой нефинансови предприятия нараства средно с 2,5 процентни пункта спрямо предходната година, но вече цели сектори отбелязват отрицателен ръст. Тези тенденции се потвърждават и от наличните данни за жизнения цикъл на предприятията за периода 2004 – 2009 г. Според тях почти една пета от активните предприятия всяка година през този период са новосъздадени, т.е. средногодишният ръст е малко над 19%. Сред тях най-голям е делът на новосъздадените предприятия, които не наемат служители, т.е. те са форма на самонаетост и попадат сред микропредприятията. За 2009 г. те са 67,6%, докато предприятията с 10 и повече служители, т.е. малки, средни и големи общо, са едва 2,1% от всички новосъздадени предприятия през тази година. Делът на предприятията, оцелели през целия петгодишен период, е малко над 6,8% за цялата икономика, като сред тях с най-голям дял оцелели предприятия е сектор „К –

Финансови и застрахователни дейности“ (11,6%), а с най-малък дял оцелели – съответно сектори „L – Операции с недвижими имоти“ и „D – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива“, като и двата имат под 3%. Отрицателната тенденция, характеризираща българската икономика като доминирана от микро- и малки предприятия, включително с повече от 50% дял на предприятия без наети лица, очевидно ще се запази и след края на кризата. В същото време данните за структурата и динамиката на формата на собственост на предприятията потвърждават някои положителни тенденции, чиито наченки бяха забелязани през 2010 г.

Динамиката на новорегистрираните спрямо пререгистрираните фирми по форма на собственост потвърждава и през 2011 г. тенденцията от предходната година, че търговците се преориентират предимно към дружества с ограничена отговорност. Сред тях преобладават едноличните дружества, които представляват между 50% и 63% от всички новорегистрирани фирми през периода 2008 – 2011 г., като делът им нараства всяка следваща година. Улесненията при създаване на фирма, най-вече намаляването на необходимия начален капитал при регистрация на търговски дружества, прието през 2009 г., както и улеснен достъп до последващи счетоводни услуги, включително и почти пълното им електронизиране, очаквано доведоха до повишаване дела на другите форми на собственост спрямо едноличните търговци и кооперациите. В стратегически план тази промяна има важно значение, тъй като води до промяна в икономическия мироглед на собствениците поради отделянето на фирмената собственост от собствеността на физическото лице. От гл. т. на предприемачеството това е началото на важен преход, тъй като осъзнаването на собствеността като икономически ресурс, носещ възможност за печалба при поемане на риск, е в основата на предприемаческата култура за разлика от преобладаващия в България дребнособственически манталитет.

Липсата на афинитет към осъществяването на съвместна изследователска дейност (която е институционализирана и официално отчетена от институционалните сектори) за пореден път се констатира в последното проучване на НСИ на иновационната активност на предприятията. **Едва 22,4% от предприятията с технологични иновации са заявили участие в иновационно сътруд-**

ничество с други предприятия, научни организации или други партньори. Почти половината (44,5%) са представители на големия бизнес (250 и повече наети лица), за които поддържането на тесни контакти с партньори по технологичната верига и системата за добавяне на стойност е традиционна практика. Намаляването на разходите за НИРД през 2009 и 2010 г. е факт за всички области на науката с изключение на медицинските науки, при които за 2010 спрямо 2008 г. се наблюдава ръст от близо 11 пъти.

Финансови инструменти в подкрепа на предприемачеството

Ключово условие за предприемаческата активност е достъпът до кредит. Според данни на НСИ за периода 2007 – 2010 г. повече от три четвърти от българските МСП са търсили някаква форма на финансиране. В съвременното общество са създадени редица специализирани финансови инструменти, насочени към подпомагане осъществяването на иновативни предприемачески идеи. В България най-значимият инструмент след приемането на страната в ЕС в количествено изражение несъмнено са средствата от европейските фондове. В рамките на ОП „Конкурентоспособност“ съществуват шест взаимосвързани подприоритета, средствата по които са насочени за подкрепа на иновативното предприемачество[4].

Въпреки непрекъснатия публичен дискурс на изпълнителната и законодателната власт за иновациите като приоритет на държавната политика, те все още не съумяват да създадат адекватни условия българската икономика да се възползва от наличния финансов ресурс на ОП „Конкурентоспособност“. По отношение на изпълнението на договорите по-малко от една трета от одобрените проекти (31,9%) по Оперативната програма са приключили успешно, докато 22,9% от тях, или всеки пети, са прекратени, като по тези проекти са изплатени почти 2 млн. лева, които следва да бъдат възстановени от бенефициентите. Основните причини за прекратяване на проекти са следствие от съществуващите още от началото на оперативната програма

[4] От началото на Седмата рамкова програма до февруари 2012 г. са подадени 2355 легитимни предложения, които включват 3014 участници. Това представлява едва 0,9% от всички подадени проекти в рамките на ЕС. Исканите средства от ЕК са близо 0,55% от средствата за ЕС, с което страната се нарежда на 20-о място по искана контрибуция. Проектите с българско участие са с успеваемост 17,2% при средно равнище за ЕС от 21,2%.

структурни дефекти и слабости – в повечето случаи от страна на администрацията, но и от страна на изпълнителите. Причината, в която са заложени множество взаимосвързани проблеми, е прекомерната формализация на процеса по одобрение и реализация на проектите:

а) забавяне на всеки етап от функционирането на оперативната програма – от обявяването на годишните индикативни програми и конкурси, през оценката на проекти и сключването на договори, междинните плащания, до приемането и одита на резултатите, като всички тези забавяния пораждат проблеми с усвояването на отпуснатите средства, осигуряването на съфинансиране, включително чрез кредити, изпълнението на предвидените дейности в съответствие с графика и взаимодействието с външни партньори;

б) чести промени в нормативната уредба, много от които с ретроспективно действие – от указания за даден конкурс или отговори на зададени въпроси, до заповеди на министъра и постановления на МС, което води до изменение на условията по договори за текущи проекти, искания за възстановяване на разходи, направени съгласно нормативната уредба преди промяната, ретроспективна отмяна на официални решения за приемане на дейности и резултати и т.н.;

в) висока административно-бюрократична тежест – най-ясно видима при отчитането на проектите и техния одит; липса на знания, умения и опит в държавната администрация по отношение на спецификите на бизнес процесите и административното управление и отчитане на проектите.

На този фон преместването на отговорността за изпълнението на програмата от Агенцията за насърчаване на малките и средните предприятия към МИЕТ през 2012 г. създава потенциал за ускоряване на процедурите, но може да доведе и до влошаване на качеството на приеманите и финансираните проекти. Основният извод от досегашния опит по ОП „Конкурентоспособност“ е, че никакви административни правила не могат да заменят политиката и практиките на „добрия стопанин“ – непрекъснатата грижа и внимание от страна на държавното ръководство за по-добра и ефективна работа на подчинената администрация и прилагането на съвременни управленски практики за мотивация и контрол.

Няколко извода и препоръки

1. Подобряване на обхващането на НИРД на българските фирми от страна на НСИ. Необходимо е чрез публично-частно партньорство между НСИ, МИЕТ, Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията, бизнес асоциациите и други представители на неправителствените организации да се разработи и приложи програма за повишаване на отчетността на НИРД. Най-общо тя трябва да включва:

- ✓ Разяснителна кампания за необходимостта от отчитане на НИРД и последствията за обществените политики при такива ниски нива на отчетни стойности на инвестиции в НИРД.
- ✓ Пряка работа с големите чужди компании, които извършват НИРД, но не я отчитат в България.
- ✓ Финансиране на разработването на счетоводни модули за отчитане на НИРД, обучителни програми и обучения на счетоводители за по-лесно ориентиране и водене на отчетност за НИРД.
- ✓ Създаване на стимули за фирмите да извършват НИРД чрез адекватни промени в данъчното законодателство. Това би могло да стане с помощта на бъдещия закон за иновациите.
- ✓ Създаване на по-добри условия за финансиране на НИРД от фирмите чрез фондовете на ОП „Конкурентоспособност“ и подобряване на координацията между дейността на Националния иновационен фонд в МИЕТ и ФНИ в МОМН.

2. Създаване на програма за работа на Българската агенция за инвестиции, която търси предимно чужди компании, които биха искали да изнесат НИРД дейността си в България, а не просто центрове за поддръжка.

3. Да се демократизира изработването на националните позиции в преговорите по международни търговски споразумения и формирането на позицията на България по различни европейски директиви на етап подготовка и законодателство на ниво Европейски парламент, за да се избегне негативният опит със Споразумението срещу фалшифицирането на стоки (АСТА). В това отношение отделни представители на българското гражданско общество са много по-готови от администрацията да участват в тези процеси и да защитават интересите както на бизнеса, така и на гражданите.

4. Необходимо е създаването на единна национална стратегия за развитието на иновациите, технологиите и научните изследвания.

Чрез наличието на единен документ ще се избегнат разпокъсаността и дублирането на мерки и неефективното използване на ресурси, неритмичното обновяване на отделни стратегии (понякога със закъснение от 4 – 5 години) и приемането им на различни равнища на държавното управление (МС, НС, Консултативните съвети и т.н.) без координирана финансова рамка, което почти винаги означава без осигурен финансов ресурс.

Човешкият капитал за иновации

Използването на потенциала на съвременните технологии и превръщането на страната в притегателен център за чуждестранните инвестиции въз основа на развит високотехнологичен сектор (каквито би трябвало да са заявените амбиции на всяко правителство) зависят от наличието на няколко фактора:

- ✓ култура, която подкрепя промените и ги предизвиква;
- ✓ знание, което създава условия за прилагане на съвременни технологии;
- ✓ възможност за мобилизация и преследване на амбициозни цели.

И трите фактора могат да се разглеждат като функция от качествата на човешкия капитал. В условията на нарастваща сложност на технологиите, размиване на географските граници и промяна на ценностите към тях е добре да добавим и необходимостта от:

- ✓ т.нар. „broadband“ хора – с достатъчна широта на мисленето, така че да могат да реагират бързо на слаби външни сигнали и да постигат това, в което вярват;
- ✓ лидери, които да създадат среда за тяхното формиране – били те технократи или политици с визионерско мислене.

В периоди на икономически затруднения е добре да се запитаме „Притежава ли България такива хора? Какви са пределите на техните възможности? Ще съумеят ли те да отведат обществото ни в бъдещето?“

Отговорите зависят от състоянието на образователната система; качеството на предлаганите образователни услуги; умението да учим през целия живот; висококвалифицираните специалисти, с които икономиката разполага, и степента на използване на техните знания в области с висока добавена стойност.

ОБРАЗОВАТЕЛЕН АСПЕКТ НА СОЦИАЛНИТЕ И КУЛТУРНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

Веселин Луански

Абстракт. В условията на прехода към пазарно ориентирано стопанство, приемането на България в Европейския съюз, и глобализация на световната икономика голяма част от възможностите, задълженията, отговорности и надежди за развитие на националната икономика, се паднаха на новите български предприемачи. В същото време обществото, държавното управление и дори браншовите организации биха се затруднили да предоставят достоверна и изчерпателна информация относно профила на българския предприемач, видовете групи предприемачи, и да обобщят тяхната роля и принос за основните икономически сектори: производство, търговия, услуги. Темата е с постоянна актуалност поради предполагаемата ключова роля на предприемачите в развитието на бизнес средата и осигуряването на заетост и перспективи пред българските региони. Изследването цели да представи обективно позиция по въпроса кои са социалните и културни предпоставките за формирането на предприемаческата култура и методи за управление на бизнеса, и в частност ролята на образователното равнище. Изразената позиция се базира на оригинално изследване по Проект ДТК 02/6 Социокултурни детерминанти на българското предприемачество, 2013, както и върху основни изследвания на българската практика в литературата от последните години.

Въведение. Предприемачеството представлява въвеждане на иновации или нови за практиката продукти и услуги, в опит да превърне иновациите в икономически блага. Това може да доведе до създаване на нови организации или да бъде част от съживяването на съществуващи вече организации. За нуждите на настоящия анализ приемаме работната дефиниция на най-познатата форма на предприемачество – тази на започване на качествено нов бизнес на собствен риск.

Предприемаческите дейности се различават в зависимост от вида на организацията и естеството на извършваната работа – от еднолични проекти до големи предприятия създаващи много възможности за иновации. Предвид важността на финансиране на предприемаческата

активност (на втори етап) в световен мащаб съществува палитра от организации които подкрепят кандидат-предприемачите, като специализирани държавни агенции, бизнес инкубатори, научни паркове, неправителствени организации, венчър-капиталови компании.

Концепцията за предприемачеството и ролята на предприемача има своите корени в работите на Кантийон (Есе за природата на търговията, 1755) и Сей (Трактат по политическа икономия, 1836). Шумпетер (Бизнес цикли: теоретичен, исторически и статистически анализ на капиталистическия процес, 1939) определя предприемача като особена личност, открита към процесите и явленията, способна да поема разумен риск и да търси възможности за пазарни иновации, движеща сила на икономиката. Основание за поставяне на темата намираме и в работата на Дракър (Нововъведения и предприемачество, 1985), който изразява ново виждане за предприемача и неговата роля, възприемайки го повече като социо-психологически феномен, отколкото като икономически. Проучванията, които изследват характеристиките и личностни черти на предприемача и влиянието им върху неговото поведение са противоречиви въпреки че голяма част от тях се обединяват относно някои повтарящи се предприемачески черти и силното влияние на заобикалящата го среда. Кои са тези общи черти?

Според Томс и Козарова (Основи на успешния бизнес, 2012) предприемачите съчетават у себе си поне няколко от следните характеристики: силни, смели, упорити, творчески личности, хора готови да рискуват, но не хазартно, а премерено и обмислено; лица с интерес и нюх към новото, които обичат да експериментират; със силно чувство за независимост и самостоятелност; работливи до работохолици; с готовност за промяна и бързо взимане на решения; хора способни да се учат от грешките си; оптимисти с вяра в себе си, в бизнес начинанието си и в бъдещето; хора които са високоорганизирани и умеят да разпределят добре времето си; харизматични, обаятелни личности.

Предприемачеството в България. Съвременното българското предприемачество води началото си от периода на Освобождението до Втората световна война, в края на който България има едно от най-развитите кооперативни движения заедно с Дания (виж Коев, 2007). През този период страната е била известен производител и износител на редица земеделски култури и продукция като плодове, вина и сире-

на, признати в цяла Западна Европа. Всичко това се дължи на българските предприемачи, които били подкрепяни от държавата.

Възраждането на българското предприемачество в периода на прехода към пазарна икономика изостава като процент от младите хора заети в собствен бизнес в сравнение с останалите европейски държави. Според Евростат 2009 (Младежта в Европа – статистически портрет) относителният дял на предприемачите сред заетите млади хора на възраст 15 – 24 г. е 3 % (в пъти по-нисък от този в съседните Румъния11%, Гърция 8%, Италия 11%, Чехия 7%). Делят на самонаетите в България на възраст 25 – 29 г. е 5.7%, отново в пъти по-ниско от Италия 19%, Гърция 15%, Чехия 10% и 9% средно за ЕС. Счита се, че младите хора нямат практически и трудов опит по придобитата специалност след завършване на своето образование, и в сравнение с другите държави на ЕС те са сред най-късно влизащите на пазара на труда, но причините е твърде вероятно да са още потривиални. Според Тодоров (Бизнес-предприемачество, 2011) предприемаческата култура в България не е достатъчно развита; ограничен е достъпът до информация, консултантски услуги и финансиране за стартиране и развитие на предприемачески инициативи от млади хора. Ценностите и мотивациите на предприемачите се влияят от съответния културен контекст: така българският предприемач освен ангажиран в правенето на бизнес е преди всичко българин, което навежда на мисълта, че в общия случай за него ще е валидно това, което е характерно и за българите като цяло.

Ролята на образованието. В просторно изложение Коев (Предприемачеството, 2007) посочва функцията на образованието да натрупва, обобщава, пренася и предоставя познанието, като прави разграничение между явното (официално) познание, предмет на образователната система, и неявното познание за стопанската култура (умения, символи, практики и др.) което не е предмет на образователната система. Според него образователната система е лишена от редица нови компоненти касаещи предприемаческата култура, и посочва липсата на достатъчно дисциплини посветени на предприемаческа етика, морал и култура, отсъствието на връзка между бизнеса и образователната система, и прекалената намеса на държавата във функционирането на образователната система. Обръща и специално внимание на отсъствието на една от най-ефективните образци на позитивна предприемаческа култура – тази на успелия предприемач, сравнявайки примера на Форд

или Бил Гейтс с българските примери на кредитни милионери, източване на държавни предприятия, рязане на проводници и т.н. Въз основа на интерпретация на духовните култури на американски и източни общества (протестантство, конфуцианство, будизъм) той изтъква ролята на семейството и семейните натрупвания като система която осигурява предприемаческата култура от поколение на поколение и основен източник на финансиране и вземане на инвестиционни решения. Пак според него прекъсванията в основните информационни канали за пренасяне на стопанската култура – фирмата, образованието и семейството, отсъствието на постоянен духовен водач на обществото, задоволяващ моралните потребности на предприемачите и активната част на българското общество, практическата липса на големи градове, които със своето гражданско общество най-успешно да акумулират знанията и укрепват системата на етични норми и правила, определят сегашното негативно състояние на предприемаческата култура у нас (Коев, с. 81).

Позиция. На основа на резултатите от проведено социологическо изследване по Проект ДТК 02/6 Социокултурни детерминанти на българското предприемачество, Сова Харис, 2012 настоящият преглед отстоява тезата, че образователното ниво не се възприема като определящ фактор нито на обществено, нито на институционално, нито на браншово ниво, което създава условия за:

– ниски бариери на навлизане в бизнеса, по-голям брой предприемачи, по-голяма конкуренция (насищане, не качество) от една страна; и
– занижен контрол на качество, отсъствие на развойна дейност/иновации, възможност за допускане на множество управленски грешки, ниска обществена полезност, деформирана икономическа среда и криминализиране на печеливши сектори от друга.

Предлага се провеждането на повече оригинални и проследяващи изследвания и дискусии с широк кръг специалисти от социалните науки за реабилитиране ролята и ясно разбиране на функциите на образованието като носител на ценностите на обществото и възпитател на работещи бизнес практики.

Анализ и развитие на аргумента

Представляват ли изследователски проблем социалните и културни определители на българския предприемач?

Да, безспорно.

Достатъчно съществена ли е ролята на образованието като определящ фактор за развитието на предприемачеството в България?

Да, теоретично, въпреки че настоящето изследване представя една донякъде неосъзната роля на образованието като фактор за успех.

Съществува ли противоречие или несигурност в изследванията по темата?

Да, отчасти, но противоречията подкрепят основните аргументи.

Съществуват ли две или повече различни мнения по постановките на подобни изследвания?

Да, със сигурност, има и редица популярни версии/тълкувания по въпроса.

Въпросът достатъчно ясно ли е поставен, за да бъде управлявана работата по него?

Да, с необходимите ограничения и уточнения.

Какво е състоянието на фактологичното познание по темата, съществува ли общопризната и проверима информация по темата?

Съществуват няколко предходни изследвания, част от които задълбочени, но с ниска степен на проследяемост и системност.

Съществуват ли статистически решения, интерпретация и примери от натрупвания на фактология?

И да и не.

Достатъчно информирани ли са общо-тиражираните твърдения и базирани ли са на изследвания или експертни резултати?

И да и не.

Съществуват ли лични свидетелства от запознати и в каква посока са те?

Да (Давидков, Тодоров, Тодорова, Коев).

Съществуват ли контра твърдения и какви са ответните доводи?

Да, основна антитеза на ролята на образованието е синтезирана в Давидков 2010.

Казус от практиката. Кратка илюстрация на случващото се на посредническия туристически пазар на България в отсъствие на посериозни критерии за равнище на формално образование дава следният пример.

(Например в НАРЕДБА ЗА ИЗИСКВАНИЯТА КЪМ ПЕРСОНАЛА НА ТУРОПЕРАТОРИ ИЛИ ТУРИСТИЧЕСКИ АГЕНТИ (ДВ 107/07.12.2004, … изм. ДВ 93/24.11.2009), чл. 2 е записано следното:

Чл. 2. (1) Лицето, осъществяващо функции по управление на туроператорска или туристическа агентска дейност, трябва:

1. да има завършено висше образование в областта „Социални, стопански и правни науки“ – професионално направление „Туризъм“, и най-малко 3 години стаж в туризма, или

2. да има завършено висше образование и най-малко 5 години стаж в туризма, или

3. да има завършено средно образование и придобита професионална квалификация в областта на туризма и най-малко 7 години стаж в туризма.

Точка 2 и 3 оставят отворени врати за проникване на нови предприемачи на високи управленски места в системата на туристическия бизнес, с отговорност за комфорта, качеството, сигурността и живота на голям брой туристи. Напълно възможно е голяма част от тях да срещат сериозни теоретични и дори приложни затруднения в дейността си, отчасти дължимо на пропуски във формалното образование и липса на комплексно разбиране за естеството на туристическия бизнес. Нещо повече – новата парадигма на образованието в икономическите и управленски специалности е казус базирано преподаване и обучение, което да покрие широкият спектър от практически ситуации, което компенсира отчасти трупането на (еднообразен) опит с години. Така ниските бариери за навлизане в посредническия сектор на туристическия бизнес води както до по-голям брой туристически агенции и туроператори, така и до липса на разпознаваем продукт, сериозни рискове за туристите (понякога свързани с международни скандали и нанасяне вреда на туризма в страната). Не е известно високият средногодишен брой на регистрираните туроператори и туристически агенции (2500) да е довел до запомнящи се иновации или нови продукти и услуги в резултат на предприемаческа дейност: напротив, съществува пазарен вакуум на допълнителни продукти и услуги в почти всички туристически дейности.

Данни (описание и резултати от изследването). Според проведените групови дискусии и дълбочинни интервюта (структурирано, стандартизирано интервю и фокус-група) с представители на българския бизнес/предприемачество по проект ДТК 02/6 Социокултурни детерминанти на българското предприемачество, се оформя следната картина.

Най-напред е донякъде изненадващ фактът, че по-голямата част от изследваните лица са спонтанни в отговорите си, дискутират темата без притеснение, споделят възгледите си, дават конкретни примери, отправят критики, която откритост не е от най-привичните черти на българското общество. Може би защото коментират проблемите си и предполагат че споделянето им работи за тяхното разрешаване. Не случайно са посочени различни примери относно трудностите и спънките, с които се сблъсква българския предприемач, както и са очертани необходимите условия за извършване на успешна предприемаческа активност. В хода на изследването са изразени различни мнения (очаквано, предприемачите съвсем не представляват еднородна категория) и впечатления относно условията в които се развива предприемачеството в страната.

Основен извод на изследването показва, че в България е много трудно да се развива бизнес – осъществяването на предприемаческа дейност в България е съпътствано от множество трудности: финансови проблеми, административни спънки, нелоялна конкуренция, нискоквалифицирана работна ръка и т.н. Посочва се, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда, чрез добро професионално образование и с натрупване на опит и професионална култура. Отчита се, че необходимите лични качества за изграждането на предприемаческия дух са твърдост, борбеност, находчивост, гъвкавост, организационни умения, комуникативност, и други. За българските условия сред ключовите качества за българският предприемач се посочват умението за поемане на рискове. Необходими са също така и специализирана подготовка, богати познания в дадена сфера, а също така упоритост и свободолюбив дух.

Сред основните мотиви за начало на предприемаческа дейност респондентите посочват предишна работа в подобна сфера на заетост; самостоятелност и възможност да разчиташ на себе си; възможност за по-добра печалба; свободно време; помощ за семейството и т.н. Не случайно още на дефиниционно ниво изследването има известен семантичен проблем – в разбиранията на преобладаваща част от дискусантите се посочва, че предприемачеството е някакъв вид инициатива, която дава възможност за самостоятелно изкарване на средства и независимост от други лица. В този смисъл изследването не предлага варианти за класическа форма на предприемачество, а вариант на започване на собствен бизнес който в голяма степен е породен

от особеностите на средата и има повече общи черти с икономическото оцеляване отколкото с икономическо развитие, наука и иновации, съвременен мениджмънт, нови сектори, технологии и пазари.

Най-важните условия за успешно осъществяване на предприемаческа дейност според респондентите са: инициативност, мотивация; финансова стабилност и обезпеченост; откриване на подходяща пазарна ниша; подкрепа от държавата; ясни правила и законност; информираност; професионализъм; коректност, отговорност; междуфирмено сътрудничество. Както се вижда образованието не присъства в първите 10 необходими условия, които създават успешния предприемач. Дали това е въпрос на недоглеждане, общо предубеждение към образователната система и учебното съдържание, или неочакваната (но не и нелогична) истина за пазарната реалност в страната към момента на провеждане на изследването?

Като изненадващ донякъде може да се посочи отговорът на голяма част от фокус групите, които посочват честност, лоялност и почтеност като най-важни фактори за предприемачески успех. Изненадата е предизвикана от несъвместимостта на посочените качества с обстоятелствата свързани с големия дял на сивия сектор, олигархични форми на управление на редица развити отрасли, корупция и стопанска престъпност, контрабанда, отсъствие на стандарт за качество и свързаните нарушения, и т.н.

Според изследването най-важното условие за осъществяване на предприемаческа инициатива в България е наличието на закони – законите трябва да важат за всички, и за малки, и за големи. Тук законът е като врата в полето. На какво се дължи липсата на законодателна инициатива в полза на малкия и среден бизнес и в подкрепа на хората които рискуват създавайки продукт и работни места за икономиката е въпрос на отделно изследване.

В този дух е и друга констатация – държавата задушава инициативността на малкия и среден бизнес и постулатите на свободната пазарна икономика – нека да е регулатор за предприемача, обаче тя, държавата, стана основния предприемач в случая, и за нас дори трохите вече ги няма, проблемът е на политическо ниво. Тук уместен пример изниква по аналогия от самата образователна система (автор) и дискриминационното третиране на частните спрямо държавни и ВУЗ: вторите не само получаващи държавно финансиране, но на практика неограничени възможности за прием, разкриване на

филиали и форми на обучение, създаващи силна неравнопоставеност без оглед на завишени критерии за качество на обучение, материална база, преподавателски състав и т.н.

Респондентите споделят, че прилагат различни иновации в зависимост от естеството на своята предприемаческа дейност: технологични процеси; нова техника; организационни; продуктови; рекламни.

Прави впечатление, че е висок делът на респондентите, които посочват, че поради трудностите и проблемите, с които се сблъскват в своята предприемаческа дейност, не биха искали децата им да продължат да се занимават с предприемаческия бизнес на своите родители. Голямата част от изброените причини могат да се причислят в следните групи: 1) липса на финансиране, 2) липса на държавна политика за подкрепа на малкия и среден бизнес, 3) трудно усвояване на еврофондовете.

Младите хора са посочени като такива които не работят за кауза, а са ориентирани, практични, реагиращи на сума, точен труд, задоволство от направеното. Едностранната позиция на предприемачите по този въпрос изглежда не отчита вероятните контрааргументи на младите хора. Може би те не чувстват работодателската кауза за своя, предвид липсата на обвързващи механизми с прогреса на предприятието и благосъстоянието на младия човек. Все пак използването на труда в най-нископлатената държава в ЕС няма как да предизвика възторг в младия човек, предприемачите би следвало да са по-наясно с реалностите и собственото състояние.

Във фокус група 4 е посочено, че едрите бизнесмени в България са назначени бизнесмени, които са получили капитал по неясен начин, за да го управляват.

Фокус група 5 изтъква, че трудът на предприемача изисква преди всичко смелост, доза наглост, пробивност, връзки и организаторски възможности. Без да омаловажаваме необходимата инициативност и решителност на предприемача по пътя към собственото бизнес развитие, но посочените качества отговарят на малко поразличен профил, компенсиращ отсъствието на едни с други качества (в случая с физически, психически и ситуационни качества), вероятно добре познати на народопсихологията. Това не е непременно изненада: макар и нелицеприятно този тип поведение следва естеството на наложили се бизнес модели и продукти в търговията и ус-

лугите, дори в някои сфери на производството, където структурата на пазара позволява и осигурява някаква рентабилност въз основа на горепосочените качества.

Оплаквания има и от съдебната система – няма я съдебната система в България, ще ти отнеме 5 години ти да отидеш да си търсиш дълга от някой. Усвояването на еврофондове е наречено безумно и невъзможно. Посочено е нежелателната честота на промени в законовата рамка – не е хубаво да се сменя постоянно самата законова рамка. Обърнато е внимание на квалификацията на административните служители, които често са неадекватни към казуси и проблеми свързани с документация.

Ниската покупателна способност на населението също е фактор отразяващ се негативно върху рентабилността на усилията насочени към иновации и качество.

Според дълбочинните интервюта браншовите обединения и клъстери не оказват влияние върху предприемаческата дейност – само се събират и съвещават, а не се нагърбват с намиране на нови клиенти или налагане на български продукт в чужбина. Отсъствието на реално работещи в интерес на членовете си бизнес организации може да е израз на неосъзнатия принцип, че индивидите се групират за да си защитят общия интерес и да увеличат възможностите си за печалба.

Факторът образование. Образованието е важно социално качество на личността, което надхвърля индивидуалните и граници и се пренася върху развитието на икономическите, демографските и социалните процеси в обществото. Тази му роля и значение го превръща в стратегически ресурс на съвременното развитие, без който е немислимо изграждането на високотехнологична икономика, каквато е икономиката на знанието (Тодорова, 2005, с. 128).

Споделените мнения относно ролята на личните качества и таланта за развитието на предприемаческия дух не са еднозначни. Част от участниците в дискусии се обединяват около възгледа, че добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност. Други събеседници считат, че дарбата и талантът не са водещи, а от съществено значение за предприемаческия успех са „работа, учене и труд“. Според тях, добрият предприемач израства с натрупване на опит. Посочват, че добрият предприемач се изгражда благодарение на добро и професионално образование. Дискусантите

обаче смятат, че образованието в България не акцентира върху предприемачеството. Което е факт (виж изследване на Българската Стопанска Камара).

Омаловажава ли се ролята на образованието? Всички пазарни участници (включително предприемачи и потребители) също са продукт на тази образователна система. Какво и защо се очаква от нея: възпитание, грамотност, специализирани знания, възпитаване на ценности, бизнес умения, комбинация от всичко изброено? Как системата би оценила своите оценители – в случая предприемачи (между другото тя ги е оценила веднъж)? Кой и защо въведе практиката работодателят да не поглежда въобще дипломата на кандидата за работа? Какво би предложил работодателят и какво би очаквал от едни въображаеми висококвалифицирани работници и служители? Всички тези въпроси биха били полезни в едно последващо изследване, което да навлезе в детайл по темата образование и предприемачество.

Фокус група 2. България има много голям недостиг на квалифицирана работна ръка, за което вина има и образованието. Участниците изтъкват необходимостта от поддържане на връзка между висшите училища и бизнеса, както и на възможностите за развиване на иновации в университетите и научните институти, които биха могли да се използват от бизнеса.

Масово участниците във всички фокус групи не считат, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научноприложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации. Интересно доколко са запознати с продукцията и качеството на над 50 висши училища и редица научни институти в системата на БАН? Въпреки че като цяло това е наложеното мнение сред обществото, малко вероятно е предприемачите да имат собствени наблюдения различни от масово наложената представа и обществените очаквания и настроения видни от техните отговори, както и да търсят контакт и форми на сътрудничество с научните институти (може би с отделни специалисти), или да предложат финансиране за научноразвойна дейност. Развиването на иновации предполага участие на всички акционери в този процес – държава, университети и институти, бизнес, финансови институции, бъдещи потребители.

Фокус група 5 се съгласява, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.

Според нагласите относно качествата на българския предприемач и изброените необходими качества в условията на местната пазарна икономика са изброени следните: да има мисъл, да има идея, да има пари, но не е посочен отговор – да има високо общообразователно и професионално ниво на формалното образование или специализации и следдипломни квалификации. Дали участниците във фокус групите умишлено не посочват образованието поради липсата на нужда от такова в местните условия или не считат по принцип че за предприемачество е необходимо да се полагат години усилено обучение след средното образование е въпрос на допълнително проучване. Действително редица световни имена от бизнеса дават подобен пример – от раздавач на вестници до мултимилиардер, от посредствен ученик до еталон на успешен предприемач, но това все пак са единични случаи, оставяйки настрана факта, че за проникването в определени високотехнологични или финансови сектори високоспециализираното образование е задължителен реквизит.

Масово изтъкван аргумент е недостига на квалифицирана работна ръка (липсата на работна ръка, адекватна, квалифицирана, дори и да не е квалифицирана, да е отговорна и да има някакъв морал). Освен вече посочените аргументи за нуждата от баланс в процеса на размяна (висококвалифициран труд – адекватно възнаграждение) възниква въпроса за моралът: той поравно ли следва да е разделен? Често практиката показва обратното: собственикът предприемач възлага неудобни задачи на високообразован служител, който е в унизителната позиция да изпълнява послушно поръчката на човека с власт и средства.

Част от дискусантите са на мнение че образованието в България не е решаващ фактор за развитие на предприемачески умения, а по-скоро натрупването на опит и професионална култура. Тук като че ли е обърнат модела на изграждане на предприемача: определя се втората (професионална) кариерна стъпка като решаваща, без обаче да се отчете факта, че тя е пряко зависима количествено и качествено от първата (формалното и професионално образование), и няма как практиката в България да компенсира за отсъствието на основи на теоретичното и практическо познание (включително модерни практики) в която и да е област. Вероятно представата за успешен предприемач се свързва с финансовите резултати, които лесно могат да дойдат не от предприемачески усилия, а от използване на друг тип компетенции.

Вярно ли е твърдението, че образованието в България не е решаващ фактор за развитие на предприемачески умения? Изхождайки от досегашната обществено известна информация и в сравнение с практиките на бизнес училищата в индустриализираните държави може би да, но вероятно също така е вярно, че без подходящо образование неуспешните опити, провали и пазарно състояние (качество на продукти и услуги, работна среда и бизнес отношения) само могат да се умножават, видно от статистиката на неуспешните започвания на бизнес и фалиралите предприятия. Не са ли иновативното мислене и качествено новия подход в основата на предприемаческия гений, качества които се култивират и разглеждат като пряк или вторичен продукт именно на образованието?

Като цяло фокус групите дават ограничени изводи за ролята на образованието във формирането и успеха на предприемача, като въпросите предполагат отговорите, базирани на общонаслоеното мнение по въпроса за българското образование като цяло, без да се навлиза в детайл – кои специалности са добре пригодени за бизнеса, кои не, какво пречи на образованието да бъде по-адекватно на изискванията на бизнес-средата, има ли други достойнства образованието, странични ефекти и как те влияят на воденето на бизнес, сериозно ли е предприемачи без висше образование да формират високите бизнес среди на корпорации и големи компании, да намират изява в международни компании и да дискутират икономическото развитие в обществото базирано само на своя опит на пробата, грешката, упоритостта и може би някои други качества и голяма доза талант.

Какъв е чуждият опит на индустриализираните държави в това отношение? Историята на изследванията в областта на човешкия капитал познава поне 5 хипотези (теории) за връзката на образованието с пазара на труда (segmentation theory, screening theory, job competition theory, human capital theory, job matching theory), но никоя от тях не предлага директно попадане на управленско и/или предприемаческо място – става дума за положени образователни усилия за попадане в списъците за кандидатстване на работодателите и намиране въобще на работно място на което отговарят квалификациите на апликанта. Що се отнася да мениджърските позиции, то там има няколко варианта, и всички минават през сериозно обучение. Съществуват и изключения, но те са секторни – например в строителството, в ИТ сектора, в търговията и услугите (и може би не случайно това са най-

развитите сектори в България), при които водещи са преди всичко усилията, личностните умения и тясноспециализираната подготовка, както и спазването на определени принципи.

Според резултатите от дълбочините интервюта предприемачът трябва да бъде образован, да има мениджърски умения, да бъде коректен. В същото време се посочва че трябва да бъде здрав и безумен!, което е нова категория в изследването. Среда която толерира подобен род експерименти вероятно се нуждае от институционална и обществена реформа на ясно дефинирани стандарти, критерии за качество, изисквания към агентите, и контрол.

Показателен е примерът от дълбочинните интервюта касаещ държавната защита на работодатели и уважението към хората създаващи работни места: образован ли си, почти всички условия ти предоставя държавата за да можеш да работиш и да създаваш работни места и си уважаван човек, а тук, за съжаление, ние сме винаги наказани и винаги смачкани. Това е отношението не само към предприемачите, но и към образованите хора на България, пряко изразено в липсата на диференциация в заплащането на служители с различни образователни степени и липса на стимули за подпомагане на служители които искат да повишат своето образование.

Отправени са сериозни критики към състоянието на българското образование. Всеобщо е мнението, че висшите училища в България не отговарят на критериите на предприемаческия бизнес, а техните кадри не се обучават на необходимото за изискванията на бизнеса ниво. Много са назад от света. Аз не съм сигурна, че в България правим някакво развитие на науката. Категорични са, че ВУЗ и научните организации в България не създават качествен научноприложен продукт, който би могъл да бъде използван за фирмени иновации. Отново за основна пречка пред стартиране на иновации в предприемаческия бизнес е посочена и липсата на квалифициран персонал, а за ключово условие за стартиране на предприемаческа дейност е посочена и квалифицираната работна ръка. Квалификация за какво? – би бил уместен проследяващ въпрос.

От друга страна съществуват сериозни контрааргументи на разбирането за ролята на образованието като фактор за предприемаческата активност. Според Давидков (2010) успехът в предприемачеството не винаги се съпътства от високо образователно равнище, поради факта че сред успяващите предприемачи се откриват хора

както с добро образование, така и с по-ниско. Обяснението за този факт е, че образованият натрупва разностранни знания и умения, но това често го кара повече да обмисля (вкл. последиците), да пресмята, да се колебае, да отлага практическото реализиране на идеята. Предприемачеството обаче е преди всичко практика. Като правило образованият е по-толерантен, в по-висока степен зачита интересите на другите (често за сметка на собствените си интереси) и това обикновено го прави по-малко настойчив в преследването на собствените цели. Предприемаческият успех обаче изисква неотклонно да се преследват набелязаните цели. В изследването Предприемачеството в малките и средните предприятия (НСИ, 2004) образователната структура на предприемача изглежда така: 42% висше образование, 18% средно, 36% средно професионално, 4% основно и по-ниско.

Проблеми на изследването. Съществува систематично предубеждение в отговорите на дискусантите свързани с българското образование поради постановката на самите въпроси (подредбата на думите и липсата на контролни въпроси). Също не е ясно как изследването се справя с очаквания ефект на социална очакваност (social desirability bias, отговори на въпросите са свързани с възприятието на интервюираните за очакванията на обществото към тези отговори, и конкретно в случая става дума за самооценка) и доколко този тип отговори са преобладаващи. Образованието като системоформиращ фактор и предопределящо поведението на предприемача на база знания, умения, теоретична и практическа подготовка не е изследвано в детайл, пропуснат е аргумента че образованието не е само период на обучение, сертификат за завършена форма и равнище на образование, входен билет за заемане на управленска позиция и регистриране на собствен бизнес в регулираните професии, но то е и период на развитие в определена социална и културна среда, взаимоотношения, контакт с връстници, преподаватели, ментори, социален опит, поле за генериране на бизнес идеи.

Резултати от други изследвания. Според изследване на Съюзът за стопанска инициатива на гражданите (Развитие на малките и средни предприятия в България, 1996, в Тодоров, 2000) Българския предприемач е сравнително млад и добре образован. Всъщност обаче само 52% от анкетираните в същото изследване са с полувисше или висше образование. Почти 80% от предприемачите признават необходимостта от обучение, нещо което не срещаме в настоящето изс-

ледване. Колкото е по-високо образователното ниво на предприемачите, толкова повече те признават нуждата от допълнителна квалификация и обратно. За съжаление в изследването от 2012г. няма такъв въпрос, от отговорите на респондентите като че ли не се долавя осъзната нужда от такова, и може би ситуацията не го оправдава.

Жертви на културата ли са българските предприемачи или предприемаческата култура е жертва на българския предприемач? С всичките условности този въпрос не е лишен от смисъл. Според Бъргър (1994) културата не е нещо константно, а е постоянно открита за промяна, и е достъпна за всяка група по всяко време, стига външните условия да го позволяват и помагат на новите образци да се развият и пуснат корени. Културата според нея е проводника, а предприемачът – катализатор на икономическото развитие.

Тодоров (2000) посочва, че наложената отгоре индустриална система си остава чужда и не е в състояние да се вкорени в съответното общество, докато не се осъществят базови промени в индустриалните структури на даденото общество, а също и в съзнанието на отделните хора.

Заключение. Добре познатата липса на разбиране за иновационният аспект на предприемачеството се наблюдава и в настоящето изследване. Предприемачът е агент, който вижда възможности и реализира бизнес там където другите виждат хаос, противоречие и объркване. Голяма част от интервюираните обаче се оплакват от средата, даже не желаят децата им да ги следват, вероятно не открили своите възможности. Дали ако средата беше по-различна, подредена, с ясни правила и меритократично разпределение на правомощия и ползи, щяхме да наблюдаваме различен профил на българския предприемач? Вероятно сравнение с примери на българи предприемачи работещи в други държави би било полезно доколкото то касае външните социални и културни характеристики на средата.

Какъв е плана за действие в резултат на аргумента (позиция) за нужда от осмисляне на отношението към образованието и професионалната квалификация в израстването на българския предприемач и изработване на работещи препоръки към участниците в процеса? Връщането на дебата за образованието следва да търси механизъм за работеща ефективна връзка особено между бизнеса и висшите училища, под формата на квалификация и преквалификация, стажове и практики, покриване на задължително образователно ниво, се-

риозни прагове за навлизане в професии, гарантиращи качество и стандарт. Съществуват гъвкави форми на обучение – задочна, дистанционна, екзекютив, последната от които е именно съобразена с качествените нужди и отсъствието на време сред заетите лица с бизнес, управление и предприемачество. Не случайно образователните подпрограми на ЕС са обединени от програмата Обучение през целия живот, показваща предоставяне на възможност на всички желаещи да се включат в изграждането на икономика базирана на знанието. В този контекст е неустойчиво културата на предприемачеството да залага само на евристично познание, без да има основата на формалното бизнес образование и квалификации, без обективна представа и външна оценка както за себе си, така и за променящата се културна среда.

Използвана литература

1. Bryman, A. Social research methods. Oxford University Press, USA, 2004.
2. Cantillon, R. Essay on the Nature of Commerce in General. Transaction Publishers, 2001.
3. Say, J. Treatise on political economy, Cosimo Classics, USA, 2007.
4. Schumpeter, J. Business cycles: a theoretical, historical and statistical analyses of the capitalist process. McGraw Hill, USA, 1939.
5. Българска Стопанска Камара. Проучване на образователната и професионално-квалификационна структура на заетите и работната сила на национално, секторно и регионално ниво. Интернет:
   http://www.investbg.government.bg/files/
   useruploads/files/statichni_stranici/statistics_and_analyses/
   bulgarian_industrial_association_analysis.pdf
6. Бъргър, Б. Култура на предприемачеството. УИ Стопанство, София, 1994.
7. Давидков, Ц. Ценности за забогатяване. Предприемачите в България през периода 1991 – 2004 година. УИ Свети Климент Охридски, София, 2010.
8. Дракър, П. Нововъведения и предприемачество. Христо Ботев, София, 1992.
9. Коев, Й. Предприемачеството. Стено, Варна, 2007.

10. Социологическо изследване по Проект ДТК 02/6 Социокултурни детерминанти на българското предприемачество, Сова Харис, 2012.
11. Тодоров, К. Бизнес-предприемачество. Основи на създаването на нов бизнес. БНРМП, София, 2011.
12. Тодоров, К. Основи на дребния бизнес. Тракия М, София, 2000.
13. Томс, Ж. и Козарова, П. Основи на успешния бизнес. Съвети към младите предприемачи и мениджъри. Сиела, София, 2012.

БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ ЗА ПОЛЗАТА ОТ БРАНШОВИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Ани Кузманова

1. Обща характеристика на бизнес асоциациите

Произходът на съвременните бизнес асоциации по света се свързва със средновековните търговски гилдии, Наполеоновите търговски камари и самоорганизиралите се фирми в англосаксонския свят през 19-ти в. Огромното разнообразие от бизнес организации е сравнимо с това при фирмите, като много често една фирма участва институционално в няколко асоциации, друг път асоциацията обхваща мениджърите или директорите на същата фирма. Въпросите за това защо и как фирмите се обединяват в асоциации, как нормативно да се уреждат тези процеси адекватно на икономическата ситуация в страната, кои асоциации реално изпълняват целите си и кои съществуват предимно формално, какъв принос имат сдруженията на фирмите за устойчивия икономически растеж и за демократичните процеси, нямат еднозначен отговор.

Българските бизнес организации все още не са системно изследвани, но безспорно картината е многоцветна. Част от асоциациите могат да се определят като „наследници“ на закритите през 40-те г. на миналия век браншови структури (напр. Федерацията на хлебопроизводителите и сладкарите), „реформирани“ образувания от социализма (БТПП и БСК), представителни и ефективни местни браншови организации, асоциации на чужди инвеститори (AmCham, Confindustria АНК Bulgarien), малки локални асоциации, професионални сдружения, някои са създадени спонтанно в отговор на някаква обща заплаха, а има и такива, които се учредяват като „средство“ за усвояване на фондове или като частни лобистки организации.

Бизнес асоциациите в България са нестопански организации, основаващи се на доброволно членство. Приоритетите в работата им са свързани с представляване на интересите на бизнеса и оказване на подкрепа на своите членове. Асоциациите на частния бизнес в България се създават с цел посредничество между бизнеса и държавната власт, като често се опитват да упражняват лобистки натиск върху правителствата през годините в защита на своите ико-

номически интереси. В началото на XXI век броят им е над 1000, като над 350 са браншови и професионални структури с национален обхват. Представители на бизнес организациите са включени в консултативни органи на държавната администрация, участват в обсъждания на проекти за нормативни актове. В рамките на подобно взаимодействие някои от тях развиват лобизъм по западен образец в защита на своите бизнес интереси чрез лансиране на определени законодателни промени, за получаване на държавни поръчки, субсидии по европейски програми и др.

Освен това, бизнес сдруженията предлагат разнообразни услуги за своите членове: консултации, информация, организиране на квалификационни курсове, осигуряване на чуждестранни лектори, създаване на бази данни, разпространяване на оферти, информация за кредити и международни проекти; обучения в чужбина, помощ при изготвяне на бизнесплан или маркетингово проучване. Други издават вестници, списания или електронни бюлетини, в които предлагат актуална информация за фирмите от сектора.

Законът за юридическите лица с нестопанска цел съдържа общата уредба относно учредяването, регистрацията, устройството, дейността и прекратяването на организациите с нестопанска цел, която като цяло се предвижда да се отнася и за браншовите организации.

Приходите на браншовите асоциации у нас идват предимно от първоначални входни такси и членски внос, като някои сдружения определят сумата в зависимост от размера на фирмата член. Бизнес-структурите организират курсове за обучение, семинари, предлагат консултантски услуги, от което също печелят. Част от приходите идват от дарения и субсидии по линия на програми на ЕС и други международни организации.

Браншовите организации заявяват, че осъществяват активен диалог като социално-икономически партньори на българското правителство при формирането на секторната и националната икономическа политика, както и отстояват позиции в защита на своите членове. Но дали това е винаги така и колко ефективен е този диалог?

2. Резултати от изследването

Социологическото проучване, направено в рамките на проект „Социо-културни детерминанти на българското предприемачество“, очертава рамката от предпоставки и необходими условия за осъ-

ществяване на успешна предприемаческа активност и посочва различни примери относно трудностите и спънките, с които се сблъсква българският предприемач. Проведените групови дискусии (фокус групи) и дълбочинни интервюта с лица, които се занимават със собствен бизнес/предприемаческа дейност, открояват няколко групи от проблеми пред предприемачеството в България. Предварителният сценарии за проучване на мнението на участниците обхваща основни теми, една от които касае членството в бизнес асоциации и браншови организации. Респондентите са провокирани да дискутират върху следните въпроси:

- ✓ *Смятате ли, че членството в организация на предприемачите помага/ би помогнало за развитието на Вашия бизнес?*
- ✓ *По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?*

1. Само в две от проведените групови дискусии участниците споделят мнение, че членството в бизнес организации и браншови сдружения е полезно за бизнеса. Според тях, членството в такива организации създава контакти, спомага за организирането на хората в определен бранш, за защита на общите интереси и пр.

Преобладава становището на предприемачите относно ниската ефективност на участието в подобни сдружения:

- Една част от участниците в дискусиите споделят, че не членуват в никакви браншови сдружения, организации и пр. Освен това те споделят, че членството в подобни организации няма да подпомогне по никакъв начин техния бизнес.
- Друга част от участниците в дискусиите споделят, че членуват в браншови организации, но това не помага по-никакъв начин на бизнеса им, освен чрез създаването на контакти.
- Някои от дискутантите смятат, че такива организации и сдружения би трябвало да защитават правата на членовете си, но тук, в България, тези организации защитават интересите единствено на едрите предприемачи.
- Като цяло, участващите в дискусиите смятат, че малкият бизнес е в по-неизгодна позиция от едрия бизнес в България.

В допълнение към горното, сред причините, които пораждат трудности в предприемаческите среди, участниците в изследването посочват:

- Присъствие на *„големи играчи“* в даден бранш, както и нелоялната конкуренция;
- Липса на институция, чиято функция е да подпомогне предприемачеството; браншовите организации не изпълняват тази роля;
- Съществуваща необходимост от приоритетни секторни политики;
- Липса на сътрудничество и взаимопомощ (в хода на дискусиите респонденти правят паралел между развитието на предприемачески бизнес от чужденци и развитие на предприемачески бизнес от българи, като акцентът е поставен върху наличието на активна подкрепа и взаимопомощ между чужденците, от една страна, и егоизмът и липсата на сътрудничество между българите – от друга);
- Отчита се, че за по-успешно въвеждане на иновации и иновативни практики в предприемаческата дейност съществува необходимост от междуфирмено сътрудничество:

2. При проведените дълбочинни интервюта с български предприемачи в рамките на изследването относно условията, политиката на държавата и съществуващата нормативна уредба по отношение на предприемаческата активност и бизнеса в България, споделените нагласи за ролята на браншовите обединения и клъстери може да се обобщи така:

- ✓ Според част от респондентите, браншовите обединения и клъстери не оказват съществено влияние върху предприемаческата дейност, а *имат по-скоро фиктивна функция;*
- ✓ Други споделят възгледа, че браншови организации *биха били* от голяма полза за предприемаческата им дейност, ако бяха по-силни и се създаваха по-здрави връзки, основани на взаимопомощ, обмен на информация и съвместно лобиране за общия интерес; Преобладават критичните възгледи, които обрисуват ролята на браншовите организации – съществуват в съответния бранш, но не обслужват всички фирми от бранша, а само определени хора и интереси; членството, както и таксите за него, не носят колективни ползи и не оказват положително влияние върху предприемаческата дейност.

*Тук можем да направим паралел с едно друго представително проучване, извършено в рамките на друг изследователски проект на ЕКИУ: „**Синергия и конкурентоспособност на българските предприятия в европейски контекст“**, също финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на МОМН, проведено по метода на полу-стандартизираното интервю, в периода 23 ноември – 3 декември 2010 г. чрез реализирани интервюта със собственици и мениджъри на фирми в цялата страна.*

Резултатите от проучването показаха, че всички форми на съвместна дейност най-масово практикуваната от фирмите в България е участието в сдружения, съюзи или асоциации. Такава практика имат 24% от стопанските субекти у нас. Подобно междуфирмено взаимодействие дава възможност да се обменя опит, да се обучава персонала, да се споделят идеи и ноу-хау, да се предотвратяват конфликти и напрежения, да се предприемат действия срещу нелоялната конкуренция и др.

В съюзи или асоциации участват преди всичко фирмите с персонал над 10 души, базираните в столицата, както и представителите на секторите туризъм, транспорт, строителство и услуги.

26% от участвалите в изследването заявяват, че фирмите им нямат готовност да се включват в никакви форми на съвместна дейност. Аргументите на тази група собственици и мениджъри са няколко:

- *Предметът на дейност на управляваната от тях фирма не изисква сътрудничество;*
- *Липса на желание за съвместна дейност с други фирми. В основата на подобно нежелание най-вероятно стои горчив опит от предишни съдружия или споделен опит на колеги от бранша;*
- *Фирмата е прекалено малка за пълноценно сътрудничество;*
- *Липса на финансови възможности или финансови проблеми на фирмата;*
- *Опасения от некоректни партньори.*

ОСНОВНИ АКЦЕНТИ И ИЗВОДИ

От посочените в проучването изводи и споделени мнения на предприемачите в България бихме могли да направим следния анализ:

- Бизнес асоциациите имат едва частичен успех при подпомагането на своите членове с информация за различни аспекти на правителствената политика.

Инвестициите и предприемачеството са свързани и със състоянието на бизнес средата. Много от проблемите на икономическия растеж са свързани с лошото ниво на средата за бизнес, което пречи на инвеститорите и предприемачите да растат или направо ги обезсърчава и насочва към други страни. Административният произвол, бавните съдебни процедури, институционалните пречки са голяма спирачка за икономическия растеж. Нещо повече, липсата на аналитичен подход към решаване на проблемите води до насочване на усилията към маловажни въпроси и пренебрегва реалните проблеми.

Най-често формите на ползите от членството в браншовите организации се свежда до разрешаване на спорове, както и информация и контакти за вътрешните пазари. Налице са по-малко данни, че бизнес организациите се справят много успешно при предоставянето на информация относно регулирането или при лобирането за подобро регулиране.

- Браншовите организации не са достатъчно ефективни при:
  - Определянето на приоритетите и промоцията на регионалните икономики
  - Инициирането на клъстерните структури и приобщаване на участниците към определена клъстерна структура
  - Подготовка на проекти за стимулиране на иновациите и предприемачеството
- Съществува недостатъчна предприемаческа култура за сътрудничество и кооперирание;

Безспорно съществува необходимост от обединяване на усилията и търсене на подходящи организационни форми за защита на групови и съсловни интереси на предприемачите в страната. Бизнесът осъзнава, че се нуждае от подкрепата на държавната администрация, както и че е необходимо едно конструктивно сътрудничество с нея.

На практика всички бизнес сдружения са зависими от членския внос. И тъй като главната грижа на бизнес асоциациите е лобиране за защита на определена кауза, в повечето случаи, когато това лобиране е успешно, от резултата се възползват всички фирми от бранша – независимо дали са членове на сдружението или не. Това ограничава стимулите на фирмите за членство в дадено обединение. Затова го-

лемите браншови структури напоследък се обявяват за лицензиране на фирмите в отрасъла и искат право на това да имат самите асоциации. Някои отиват даже по-далеч – те настояват за закон, с който да се въведе задължително членство в бизнес организация.

Възможност за използване на потенциала, съсредоточен в браншовите организации се съдържа и в ангажираността им при разработване на стандарти и технически изисквания към продуктите и услугите в съответната област.

Освен това, коректните предприемачи все повече се сблъскват с нелоялната конкуренция на „сивата“ икономика и постепенно губят пазарни позиции и реализират загуби. Необходимо е да се създадат условия за обединяване на усилията на държавата и браншовите организации на коректния бизнес за установяване на правила за пазарно поведение, изолиране на „сивата“ икономика и предприемане на съвместни действия за нейното ограничаване.

Членството на България в Европейския съюз изисква активното участие на българския бизнес в отрасловите комитети на европейско равнище, в които да защитава своите и националните интереси за повишаване на конкурентоспособността му на външните пазари.

Бизнес асоциациите не се вписват достатъчно в процеса на вземане на решения на национално и регионално равнище. Участието им в създаването и обсъждането на нормативни актове често зависи от добрата воля на правителствените институции и отделни държавни служители или депутати, както и от активността и „връзките“ на шефовете им. Понякога времето за подготовка на становище е много кратко и написаното не може да бъде съгласувано с членовете на сдружението. Друг път взаимодействието с държавата е чисто формално и се иска становище постфактум, когато законът е приет.

- Браншовите обединения са активни в предлагането на услуги – съвети и консултации, организиране на търговски мисии и участие в панаири, възможности за контакти между членовете, информация за законодателни промени, лобиране, обучение.

Бизнес асоциациите имат нужда от подкрепа, за да обвържат потясно предлаганите услуги с потребностите на предприемачите и за да подобрят качеството на тези услуги. Сдруженията се нуждаят от помощ и за да успеят да развият мрежи и регионални структури.

3. Препоръки

През последните години нараства ролята на бизнес организациите, както при формулирането на политиката за насърчаване развитието на предприятията, така и по отношение на организирането и провеждането на публични дискусии по проблемите на предприятията и предизвикателствата, които членството в ЕС отправя към тях.

Бизнес асоциациите, създадени в подкрепа на предприятията, следва да бъдат укрепени с цел да защитават активно интересите на предприятията и да информират своите членове за законодателните промени, касаещи сектора, европейските изисквания към тях и съществуващите национални и международни програми.

Необходимо е да се повиши капацитетът на местната и централизирана държавна администрация, като същевременно се стимулира участието на неправителствените организации в разработването на законодателство и предоставянето на информационно-консултантско обслужване на бизнеса. Координацията между държавната администрация, бизнес асоциациите и неправителствените организации, функциониращи в подкрепа на сектора, следва да се подобри, насърчи и развие.

Ролята на асоциациите в този смисъл все повече се състои в това да благоприятстват социалното обвързване и иновациите, като гарантират управленски механизми, които са в състояние да посрещнат такива предизвикателства.

С оглед на по-значимото място на бизнес асоциациите и сдруженията в подпомагането на дейността на предприемачите в България, можем да очертаем следните препоръки към дейността и организацията на браншовите организации:

– да *подобряват бизнес услугите*, които предоставят и би трябвало да развиват, за да привличат нови компании;
– да гарантират *балансирането на общите интереси* и да са обединени от споделени общи ценности и морал;
– да бъдат в състояние да предлагат *експертно – аналитични проекти и доклади* по редица политики и дейности на местната и централна администрация;
– да *осъществяват по-ефективно информационно – образователни кампании* и да осигуряват адекватна консултантска подкрепа при изготвянето на нормативни документи, стратегии и политики; Подобряването на информационната среда изисква

мерки по *засилване на информационния обмен на фирмите с държавните институции и неправителствените организации* (браншови организации, БСК, БТПП и др.); обогатяване на интернет сайтовете на браншовите организации с актуална информация по проблемите на съответния сектор; разкриване на служби за консултации и информационни услуги.

– да съдействат чрез *коректни публично-частни партньорства* за установяването на институционален диалог и реализация на обществено значими проекти;
– *да поддържат по-активна връзка с висшите училища*, както и да обединяват усилия и ресурси в търсене на възможности за развиване на иновации в университетите и научните институти, които биха могли да се използват от бизнеса.
– *Да насърчават и подпомагат интернационализацията на предприемачите* – Отварянето на МСП към нови пазари е важен фактор за тяхното устойчиво развитие. В същото време малък дял от МСП са интернационализирани и имат възможност да бъдат такива. Ето защо, браншовите организации биха могли да стимулират процеса, като оказват финансова, експертна и друга помощ при: намирането на нови пазари; разработването на маркетингови стратегии за навлизане на чужди пазари; обучения на предприемачите във водене на преговори, международна търговия и т.н.; организиране на бизнес делегации на специализирани търговски форуми и др.
– Да насърчават и подпомагат *създаването на клъстери от предприемачи*:

Само обединени малките фирми могат да устоят на влошените и бързо променящи се пазарни условия, както и на конкуренцията от страна на големите международни компании.

Варианта, който е доказал своята ефективност, но у нас все още не е много популярен са т.нар. клъстери. Това са местни бизнес обединения от фирми със сходен предмет на дейност или обединени в някой сектор (т.е. компании от различни нива по веригата за продажбата на стоки или услуги). Най-важното предимство на клъстерите е, че конкурентоспособността му не е механична сума от тази на неговите членове, а възможността за кооперирane и партньорство в мрежа поражда синергичния ефект. Участието на фирми в такива бизнес обединения спомага за по-доброто управление на

процесите в тях, улеснява достъпа им до нови технологии и пазари, и осигурява важно предимството на такива обединения – споделянето на знанията.

Някои анализатори смятат, че бизнес асоциациите могат да станат по-активни и да оказват по-голяма подкрепа на бизнес средата, ако бъде приет Закон за бизнес асоциациите. Той трябва да разписва конкретни критерии, функции и дейности на бизнес сдруженията с цел оказване на съдействие на фирмите по различни аспекти на държавната политика (споделяне на информация, съдействие за реализиране на продажби, обучение, изготвяне на проектозакони за насърчаване на бизнеса и др.). С такъв закон ще се предостави и стимул за самите бизнес сдружения да са по-активни на националната и международна сцена – чрез увеличаване на броя на своите членове и чрез укрепване на своята финансова устойчивост.

ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО И СОЦИАЛНИЯ КОНТЕКСТ

Желка Генова

С промените в българското общество през последните две десетилетия и с интегрирането на българския стопански живот в европейското икономическо пространство се очерта проблем, свързан с поведението на българския предприемач и предприемаческата общност и влиянието на социалната среда върху предприемаческата инициатива и активност. Предприемачеството, като безспорен механизъм за практическото осъществяване на принципите на пазарното стопанство; предприемачът, като основна фигура в общество с пазарни икономически отношения се появиха в обществения живот след едно исторически дълго отсъствие в проблематична и противоречива социална среда. Проблемите пред българския предприемач се описват по-често в словосъчетанията „разумен избор“, „рационално поведение“, „икономически мотивирано действие“ извън контекста на скритите на пръв поглед, но с несъмнено въздействие фактори, като историческа традиция, политическа детерминираност, социална среда, универсална (общоприета) и специфична култура. Обществените нагласи и общественото мнение за предприемачите и предприемачеството „се движат“ от високи обществени очаквания за работа, доходи и стандарт на живот до разочарования и загуба на доверие.

Историческата традиция и социокултурните предпоставки за предприемаческа инициатива, предприемаческа активност и успехът (неуспехът) на предпприемаческата дейност привличат интереса на изследователи и изследователски школи (1). Предприемачът и предприемачеството са обект на изследване и в българската научна традиция (8). „Сблъсъкът“ на българския бизнес с европейската стопанска култура предизвиква интереса на изследователите към предприемаческата култура, към онези скрити, но същевременно с важно значение за стопанската дейност социокултурни ценности и норми. Ст. Бочев – водещ за времето си банкер и мениджър, е един от първите автори, който изследва българският предприемач и българското предприемачество в неговата историческа, социална, културна и манталитетна обусловеност (8).

Предприемачеството в съвременната изследователска традиция в България

Промените в стопанския живот на съвременното българско общество актуализираха проблема за факторите за предприемаческата активност и поведение на предприемачите и предприемачеството. През 1985 г. проф. д-р М. Димитров публикува изследване на проблемите на малкия бизнес и предприемачеството (4). Проф. д.с.н. Цв. Давидков осъществи изследванията си „Частният бизнес в България – 1991“ и „Частния бизнес в България – 1997“ (2). Проф. д.ик.н. Й. Коев изследва дейността на предприемача като сърцевина на пазарния ред и носител на фундаментални за обществото ценности – отношение към труда, към времето като ресурс, към социалната отговорност на бизнеса и др.(5). Проф. д-р К. Тодоров – ръководител на Инсгитутя за развитие на предпремачството при Университета за национално и световно стопанство изследва проблеми на предприемаческата дейност, както и предприемачеството в кризисна среда и неговата роля в следкризисна ситуация (6).

С реализацията на проекта „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Министерството на образованието, младежта и науката, се търси отговор на актуални за българския предприемач и за предприемаческата общност проблеми в контекста на историческата традиция в българския стопански живот и съвременната характеристика на социалната среда, културата и манталитета.

Методологически предпоставки и ограничения

В битуващите теоретични концепции предприемачеството се характеризира с наличието на иновативност, със способност да се поема риск, с готовност да се носи отговорност. Много изследователи споделят виждането, че само част от бизнеса е предприемачески и то този, който е свързан с нововъведения – продуктови, технологични, организационни, пазарни, финансово-капиталови, персонални; с риск – икономически, технологичен, организационен, пазарен, социален; с отговорност – административна, финансова, знакова, наказателна (7). Съвременните изследователски интерпретации на предприемачеството и предприемаческата инициатива и активност варират от собственик и мениджър на рисково предприятие (Брокхаус) през концепциите, че предприемач е този, който използ-

ва ново съчетание на факторите на производство и създава нов продукт (Лакмън) и има различна гледна точка от конвенционалните политически, икономически и психологически гледища (Виспер) до иноватор, води пазара, предизвиква търсене, създава пазари, богатство и работни места (Гилдър). (3) Практически обаче в общностното и общественото съзнание у нас, предприемачеството по-често се идентифицира с осъществяване на частен бизнес. Проучването на проблемите на предприемаческата общност, проведени в рамките на проекта „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, и през 2010 г. и през 2012 г. потвърди битието на тази всекидневна представа и на това масово разбиране за предприемач и предпиемаческа дейност.

Емпиричните социологически изследвания (2010 г., 2012 г.) са осъществени с използването на допълващи се качествени методи: групова дискусия (фокус – група), дълбочинно интервю, изследване на случай. Евристичният потенциал на качествените методи и възможността, която те разкриват за изследване на предприемачите и предприемачеството, за разкриване на собствената им самооценка и оценката на влиянието на социокултурните фактори върху предприемаческия успех (неуспех), от една страна, и редуцирането на финансирането на проекта през втория етап от неговото осъществяване, са аргументите за тяхното прилагане, въпреки ясното съзнание за известните им ограничения.

В груповите дискусии (във фокус-групите), в дълбочинните интервюта с представители на основни отрасли и различни по мащаб фирми (микро, малки, средни и големи), и в изследването на случаи и през 2010 г., и през 2012 г. са използвани стандартизирани модули от индикатори и въпроси, за да се гарантира съпоставимост на информацията.

Предприемачите за предприемачеството

Българският предприемач „в собствените си очи“ е:

- *гъвкав, изобретателен („жив дявол“);*
- *работохолик (работяга);*
- *упорит, борбен, „не се предава лесно“;*
- *не се изхвърля много;*
- *земен, трудно изпада в мегаломания.*

В самокритичен план много от предприемачи се характеризират с недостатъчен професионализъм („лаик в маркетинга и мениджмънта“), липса на размах, завист (завистливост), алчност.

Българският предприемач се самоопределя още като:

- *силно склонен към нелоялна конкуренция;*
- *толерантност към корупцията и сам склонен да се ползва от нея;*
- *не умееш да цени човешкия капитал и да инвестира в него (лош работодател);*
- *прекалено силно разчитащ на приятелски и политически връзки (търсещ ресурс преди всичко в социалните мрежи);*
- *добър тактик, но слаб стратег;*
- *склонен към подражание (а не към нови идеи);*
- *трудно устоява на възможностите за далавера.*

Предприемачите виждат „корените на злото“ в:

- *особеностите на националния манталитет;*
- *липсата на правила в обществения живот;*
- *неразвит пазар и нелоялна конкуренция;*
- *големия дял на случайно заели се с предприемачество хора;*
- *неразвитост на предприемаческата култура.*

„Почти всички сме предприемачи първо поколение. Искаме или не, ние сме дошли в бизнеса с манталитета си на държавни служители, наемни работници или интелигенция(...) Добри образци няма край нас.“; (...) „Хвърлих се неподготвен в морето. Но не съжалявам. Въпреки тежката ситуация в момента, за нищо на света не бих се върнал към ситуация на наемен служител, когото всеки подритва. Дори да фалирам пак ще се пробвам.“(2010 г.)

Съвременният представител на българското предприемачество смята, че предприемачески бизнес може да прави човек, който (е):

- *притежава пари, идеи, комбинитивност;*
- *запознат с действащите закони, комуникативен е,(...) инициативен с ясна идея(...) развива собствен бизнес;*
- *гъвкав, деен, находчив, готов да поема риск, но също и предпазлив, компромисен;*
- *притежава определен начин на мислене, готов е да рискува (...);*
- *притежава здрави нерви и психика, който организира собствен бизнес, работи със собствен или зает капитал, поема риск и носи отговорност за предприемаческата си активност (...);*
- *има идея и започва да я реализира (...) (2012 г.).*

Качествата, които трябва да притежава българският предприемач, предвид особеностите на местните условия за бизнес, според участниците в изследването, могат да се систематизират на основа на изказани автентични мнения както следва:

- *„Да има мисъл“;*
- *„ Да има идея“;*
- *„Да е комбинативен“;*
- *„Да умее да организира“;*
- *„Да има пари“;*
- *„Да има концепция“;*
- *„Да има екип: Да е контактен, да познава нужните хора, които ще му свършат работа“;*
- *„Да е наясно със законите: никакъв бизнес не може да се извършва, ако не е запознат с нормативната уредба“;*
- *„Да е инициативна личност“;*
- *„Да е двигател на случващите се неща“;*
- *„Да има ясна идея какво прави, защо го прави“;*
- *„Да е борбена личност, която не обича някой друг да и е шеф“;*
- *„Да бъде човек, който разчита основно на себе си“;*
- *„Да има стоицизъм в български условия“;*
- *„Да има търпение: толерантност към всяка нелоялна конкуренция, която излиза насреща, търпение ;*
- *„ Да бъде предприемчив, гъвкав (, находчив;*
- *(...) „Да бъде деен. Да поема рискове“(2012 г.).*

Агрегирани, тези битуващи представи за необходимите качества, които трябва човек да притежава, за да е успяващ предприемач могат да се впишат в известна степен в концептуалния образ на предприемача – иновативен, способен да поема риск и да носи отговорност. Очевидна е обаче идентификацията на предприемачеството у нас поскоро с правенето на частен, отколкото на иновативен бизнес.

Мотиви и мотивация за предприемаческа дейност

Предприемачеството и предприемаческата общност в България днес, неизбежно носят „родилните белези“ на мотивите за предприемаческата инициатива и активност в последните десетилетия. Какви са най-често посочваните мотиви за заемане с предприемаческа дейност?

Избор по икономическа необходимост (принуда). Около една пета от интервюираните предприемачи имат предходен трудов опит в публичния сектор (бюджетната сфера или държавните предприятия) и причината да стартират предприемаческа дейност е предимно икономическа. Нередовното плащане на работните заплати, закриване на предприятия,съкращенията, загубата на работното място ги тласка по пътя на предприемачеството.

Възможността за реализация и изява е с висока значимост за предприемачите. Всеки пети от интервюираните е със съзнание за висока субективна значимост. Това са високообразовани хора, с предшестваща добра професионална реализация, с интерес към иновации и високи технологии и желание за по-голяма свобода и независимост.

Ориентацията преди всичко към повече пари. Около петнадесет на сто от участниците в изследването са мотивирали активността си с желанието да печелят по-добре.

Желанието за независимост и повече пари като средство за тази независимост. Над една трета от изследваните лица посочват, че предприемаческата им инициатива и активност са мотивирани от желание за независимост и повече пари.

Желанието за „независимост, дори парите, изявата, престижът да са малки“ е мотив за предприемаческата активност на около десет на сто от изследваните предприемачи. Това са относително млади и високообразовани хора, собственици и мениджъри на микро и малки предприятия.

Сред основните мотиви за начало на предприемаческа дейност в изследването през 2012 г., респондентите посочват:

- *предишна работа в подобна сфера на заетост;*
- *самостоятелност и възможност да разчиташ на себе си;*
- *възможност за по-добра печалба;*
- *свободно време;*
- *помощ за семейството;*
- *хоби;*
- *съкращение, загуба на предишна работа;*
- *семейно наследство.*

Мотивите за предприемаческа инициатива се основават и на някои преимущества на предприемаческата дейност: свобода и независимост – самостоятелност, самоорагнизация, свободно време;

възможност за развиване на лични качества и умения, за инициатива и креативност, за нови контакти. Причините за стартиране на собствен бизнес най-често се обясняват с „(...) *загуба на работа, хоби, нужда от средства, възможност за реализация, откриване на работни места“ ...наследяване на бизнес от родители, желание за лична реализация, възможност за себеизява и реализиране на идеи и знания, нужда от независимост.“(2012 г.)*

Преобладаваща част от интервюираните предприемачи мотивират избора „на конкретно поле за предприемаческа активност“ с предишния си професионален опит или със специалността придобита в средното училище или в университета.

Предпоставки за предприемачески успех

Преобладаваща част от интервюираните предприемачи споделят мнението, че предприемаческият успех е функция на личните качества – „предприемчивост“, „трудолюбие“, „професионализъм“.

Качеството „предприемчивост“ се описва от респондентите като единство от:

- *нюх за пазара и тенденциите в него;*
- *способност да се поема разумен риск;*
- *гъвкавост;*
- *иновативност, изобретателност;*
- *амбиция, хъс за победа.*

„Трудолюбието“ е в традиционното за българската култура разбиране:

- *да е готов да работи и 24 часа, ако се налага;*
- *да обича работата си;*
- *да е готов да се откаже от разделението „работно-свободно време“.*

„Професионализмът“ в представите на предприемачите се свързва с комплекс от съвременни модерни компетентности, като най-често посочваните са:

- *мениджърски умения;*
- *маркетингова компетентност;*
- *познания в областта на корпоративните финанси;*
- *професионални знания и умения в областта на конкретния бизнес;*

- *владеене на чужди езици;*
- *умения в областта на информационно-комуникационните технологии.*

За висок предприемачески професионализъм, според респондентите, са необходими и :

- *правна култура;*
- *умения за водене на преговори;*
- *стратегическо мислене;*
- *лидерски умения;*
- *висока комуникативна култура.*

Формирането на личността на предприемача се разглежда и като функция на социалната среда.

Семейството. Преобладаваща част от участниците в изследването споделят мнението, че семейната среда играе съществена роля във формирането на предприемачески дух. Сравнително нисък е делът на респондентите, продължители на родова или семейна предприемаческа традиция. Преобладаваща част от тях се възприемат като първо поколение предприемачи Много от интервюираните не приемат твърдението, че предприемачът се изгражда в семейна среда с предприемачески традиции.

„Може би това са важни фактори (...). За традиции е трудно да се говори, защото не сме имали такава дейност (...).“ И макар че преобладаваща част от участниците в груповите дискусии (2012 г.) да приемат твърдението, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда с предприемаческа традиция, в българския случай семейството не се възприема за решаващ фактор за формиране на предприемачески дух. В България „(...) *няма семеен бизнес, който може да се продължава, няма никакви традиции за каквото и да е производство, защото беше ликвидирано абсолютно всичко.“; „Моят дядо е имал магазин, но през това време имаше един дълъг период(...). Той прекъсна семейния бизнес, не е както от поколение на поколение да се предава. Сега го почвам. Няма натрупване на капиталите.“*

Само сред най-младите предприемачи се откриват наследници на бизнеса на родителите, стартиран през деветдесетте години на миналия век. Предвид споделената нагласа и желание на преобладаваща част от участниците в изследването децата им да продължат семейния бизнес прозира вероятността за формиране на бъдеща

наследствена средна класа. „*Те са ориентирани, те са практични.Не му ли кажеш – виж какво, ще вземеш толкова, нали мотивацията е малко по-различна при младите поколения вече (...)“.; „Младите поколения реагират на сума, точен труд, на задоволство от това, което си направил (...).“*

Според изследваните предприемачи факторите „пол“, „семеен произход“, „етническа принадлежност“ са с не особено силно влияние върху предприемаческия успех. „*През 90-те години беше важно от какво семейство си, за да успееш. Жените – предприемачи срещаха по-големи трудности от мъжете. Имаше и етническа дискриминация. Днес тези фактори играят незначителна роля.“*

Предприемачеството като дарба и талант. Много предприемачи отдават по-голямо значение на ролята на личните качества за формирането на предприемачески способности. Талантът, според тях е важна предпоставка за успешна предприемаческа дейност. Мненията относно личните качества, като условие за предприемачески успех, не са еднозначни. Част от интервюираните се обединяват около мнението, че предприемаческия дух не зависи от дарбата, таланта или семейната среда. Характерът, волята, личните качества, според тях, са важни за предприемаческия успех. „*Никой не се ражда с дарба и талант, всичко се изгражда – това е израстване.”*

Образованието. Зависимостта на професионализма от степента на образованост се посреща със скептицизъм. Доминиращата нагласа е: „*Образованието не създава професионализъм. Професионализмът идва от опита. Професионализмът е в моженето, а не в знанието или информацията. Практиката (...) формира предприемаческия професионализъм.“* Отношението към ролята на образованието за успешно предприемачество е поляризирано. На единия полюс се споделя мнението „ *... не мога да си представя строителен предприемач без съответното инженерно образование. Познавам някои такива, но те по правило имат за съдружник или мениджър строителен инженер.“; „Образованието ми помага да съм грамотен в технологиите, свързани с моето производство. Е, тези технологии непрекъснато се развиват. Когато бях студент тях ги нямаше. Но професионалното образование създава предпоставките да се самообразоваш след това, за да си в час с тенденциите. А що се отнася до специфично предприемаческите умения – придобиваш ги от опита и четенето“*. На другия полюс се срещат катего-

рични твърдения – „*Висшето ми образование нямаше никаква връзка с практиката. Нищо, че учих между 1995 и 2000 г., т.е. в новите времена. Преподаватели, които не са управлявали и един човек ме учеха на мениджмънт. Смешка. Читатели ми четяха лекции.*“ „*Единствената полза от дипломата ми е, че без нея нямаше да ме вземат на работа във фирмата, където работих 6 г. след ВУЗ. Всичко, което съм научил, го научих на първото си работно място. Веднъж от опит, а и самата фирма осигуряваше такова обучение на служителите си, каквото нито един ВУЗ не предлага.*“ Въпреки тези битуващи нагласи не може да не се отбележи констатацията, че предприемачи със средно образование по-често се реализират в малкия бизнес. За тях „са закрити“ много сектори на бизнеса – финансовият, консултантският, високите технологии.

Предприемачите, участвали в изследванията, изразяват сериозно безпокойство и критика към състоянието на българското образование. Споделя се мнението, че висшите училища в България осъществяват обучение и „предлагат образователен и изследователски продукт“, който е „*много назад са от света*“; „*Аз не съм сигурна, че в България правим някакво развитие на науката.*“ Респондентите са категорични, че в България висшите училища и научните организации „*не създават качествен научно-приложен продукт, който би могъл да бъде използван за фирмени иновации.*“ Образованието в България не акцентира върху предприемачеството и все още не в ролята на решаващ фактор за развитие на предприемачески умения. „*(...) няма как образованието да е достатъчно, колкото и добро да е, образованието не прави предприемача. Дори и да е минал курсове и по счетоводство, и по каквито искате други квалификации, практиката ще го направи успешен или неуспешен предприемач (...)*“.

Социални мрежи и социален капитал. И преди, и сега (според над 40 на сто от интервюираните предприемачи) успехът на предприемаческата дейност зависи от **политическите протекции и приятелските връзки.**

„*Ролята им силно варира според бизнеса. При повечето бизнеси обаче е значима. Особено в ситуация на криза*“.

Предприемачеството – креативност, риск и отговорност

Преобладаваща част от предприемачите, участвали в груповите дискусии споделят твърдението, че предприемачеството е „*иниция-*

тива, която дава възможност самостоятелно да си изкарваш парите и да не си зависим от други хора." Предприемачеството е креативност, „*защото мислиш, защото създаваш, защото от теб зависи какво ще направиш, не те правят на робот – това и това, нормата ти е толкова, така и така, а ти мислиш все пак, нещо създаваш с ума си."* Предпиемачът „*трябва да има идеи и много ясна визия за това, какво иска да направи, как да го постигне, да притежава необходимата квалификация, качества и умения да го направи, за да бъде бизнесът успешен (...)"*.Предприемаческата дейност е свързана с риск. „*(...) никой не знае точно какви ще са резултатите, това е един вид игра, която е все пак интересна, нещо по-ново, понякога се разочароваш."* Предприемачът е човек, който може да „*поема риск"* и да „*носи отговорност*".; „*В България предприемачът трябва да е всестранно развита личност, за да може наистина да успее."* Днес българският предприемач е в неизгодна позиция. Той трябва да оцелява. Той се нуждае от „*пазари, реклама, кредити"*. Участниците в груповите дискусии смятат, че съвсем друго е да си предприемач в чужбина. „*Като знаеш, че имаш дадени качества, дадени умения (...) ти можеш да кандидатстваш и за субсидии и за всичко, а тук всички знаем как става със субсидиите, защото бизнес се прави с пари все пак, а тук могат да ти дадат кредит 30 000 лева и ти да ги загубиш точно след една седмица и след това всичко е наопаки."* Българският предприемач е „*човек, който е готов да предприеме дадена дейност и в нашите условия тук, в български условия, е готов да рискува почти всичко"*. Основните рискове пред българските предприемачи са свързани с икономически и финансови проблеми и ограничения. „*Все си мисля, че сме с много правилна концепция, но просто хората нямат пари и не е тази печалбата, която трябва да бъде, ние едва кретаме, бих казал дори, че сме на загуба."; „И в дребен, и в едър мащаб е едно и също, защото ние работим и с големи предприятия. Имаше един момент, в който имаше един огромен дълг, т.е. ние дължим пари на сума ти фирми и съответно големи предприятия ни дължат пари и изпадаш в една ситуация, в която буквално не можеш да дадеш заплати."* Монополите и нелоялната конкуренция са рисков фактор за успеха на предприемаческата активност. „*Веригите изяждат дребните търговци."; „Системата явно така е направена (...), че ако си голяма фирма или консорциум, или сдружение на*

големи фирми или въобще голям монополист – нямаш никакви проблеми, обаче малките фирми са обречени. Ако тръгнеш да спазваш всичките изисквания, трябва да затвориш моментално, никакъв шанс нямаш.“ Предприемаческата активност е отговорност: „*много са важни намеренията на предприемача (...).Не само за себе си, за семейството, а и за всички останали. Това е всъщност за мен целта на предприемача.“* Предприемач „*не значи човек, който само да ламти за пари и само да иска за него, тук идеята е да създава работни места, да плаща данъци към държавата.“*

Предприемачите за бизнес средата

Кризата е доминираща характеристика на бизнес средата в периода на провежданите емпирични изследвания. И през 2010 г., и през 2012г. отношението на респондентите към факторите на бизнес средата е силно повлияно от кризисните процеси и измеренията им. Този факт оказва безусловен ефект върху нагласите, самооценките и оценките на респондентите. Основните проблеми, с които се сблъскват предприемачите са:

- *рязко свиване на местния потребителски пазар;*
- *невъзможност да се обслужват взети бизнес кредити;*
- *междуфирмена задлъжнялост;*
- *труден достъп до нови кредити.*

Кризата, като определяща характеристика на бизнес средата в периода на провеждане и на двете изследвания, се възприема от едни предприемачи като „секира“, от други като „предизвикателство“. „*Кризата ни посече. Тъкмо разработихме някакви дългосрочни стратегии, стартирахме инвестиционни усилия с цената на значими кредити – и дойде кризата. Все още не съм ревизирал тази стратегия, но съм сериозно разколебан. Истината е, че е много трудно в момента да градиш планове. Бъдещето отново стана непознаваемо, непредсказуемо (...) Кризата ни сфари неподготвени и отново ни върна към времената, когато бяхме експерти по оцеляване.“; „От всичко най-много ме боли, че съм принуден да съкращавам хора. И то такива, в които съм инвестирал, а и те са дали много на фирмата“ „В психологичен план най-тежко изживявам рушенето на доверието между нас и партньорите. Не губя кураж, но съм загубил съня си. Най-тъпото е, че си безпомощен.“*

Има и предприемачи, които виждат в кризата предизвикателство. „*Кризата действа отрезвяващо. Икономическият бум, който я предшестваше (2005 г. – 2008 г. – б.а.) беше в основата си дефектен. Балонът с недвижимостите и строителството трябваше да гръмне. Пък и направи прекалено лесни някои бизнеси. Всеки в България реши, че става за предприемач. Кризата, ако не друго ще въведе принципите на естествения подбор – който няма качества ще фалира и ще отвори пазар пред можещите.*“ Но и в тази надежда се промъква съмнение. „*Лошото е, че в България все още не пазарът е този, който осъществява селекцията. За съжаление чрез корупция, политически протекции, бягство в сивия сектор можеш да запазиш мястото си в бизнеса, дори да го разшириш. А в много сектори омаломощеният български бизнес навярно ще бъде пометен от чужди компании. Това, което се случва в търговията, със същия успех може да се случи и другаде, дори в селското стопанство. Не бих се учудил, ако в бъдеще се окажем нация от наемни работници.*“

Този, почти единодушно очертан бизнес фон и споделян тон в груповите дискусии безспорно слага явен отпечатък върху самооценките на предприемачите, както и върху оценката на средата за правене на бизнес и предприемачество у нас.

Предприемачите са категорични в оценката си за бизнес климата в България. Факторите на бизнес средата, оценявани като безусловно неблагоприятни са:

- *свитото потребление в резултат на рязко намаляващите покупателни способности на гражданите, на индустриалните и институционалните потребители;*
- *нелоялната конкуренция в резултат на разрастващата се сива икономика, контрабандата, корупцията, политическото покровителство, монополистичните тенденции;*
- *поведението на държавните институции и дефицита на отговорност на държавата за разработване на политики за подкрепа на малкия и средния бизнес; несъвършените, непрекъснато променящи се и некомпетентно прилагани закони; непрекъснатите проверки, които се възприемат като държавен рекет.*

Повече от половината участници в емпиричното изследване през 2010 г. оценяват като неблагоприятни за бизнеса високото данъчно-

осигурително бреме; растящият дефицит на квалифицирани работници и служители; липсата на достъпни кредити за бизнеса, забавеното възстановяване на ДДС. Не е много различна картината две години по късно. Според предприемачите, дейността им се затруднява от:

- липсата на държавна политика, стимулираща предприемачеството;
- ниската покупателна способност на българското население;
- липсата на сигурен пазар;
- нелоялната конкуренция;
- евтиния внос;
- наличие на крупни предприятия и на монополисти в различни бизнес сектори, „които задушават“ предприемачите от малкия и средния бизнес;
- неспазването на законите;
- недостига на квалифицирани и/или компретентни работници и служители;
- административните спънки – некомпетентността, мудното обслужване, тромавите административни процедури и т.н.;
- корупцията;
- кредитирането – условията за отпускане на кредит, които не отговарят на потребностите на предприемачеството;

Като най-често срещаните и трудно преодолими пречки пред българския предприемач са посочвани: администинистративното обслужване – *„Тромавост и ходене по мъките“; „За попълване на документи, после при представяне на документи се искат много неща, защото например са загубени по административен път някъде“;* отношението на държавата към предприемачите и предприемачеството – *„Не те стимулират и тотално те бавят и те спъват“; „Абсолютно те спъват! И още от началото те обезверяват тотално“; „Малкият бизнес има нужда да бъде подпомаган, поне в началото си под някаква форма, данъчни облекчения и други такива“;* честите промени в законите – *„Не е хубаво да се сменя постоянно самата законова рамка“; „Да си наясно, когато имаш идея за бизнес, че през следващите три години или пет години нещата няма да се променят“; „Законовата рамка е едно от нещата, които, поне според мен, на места спъват бизнеса, със сигурност не му помагат“;* квалификацията на административните служители – *„Аз лично се сблъсквам с ниската квалификация на хората в дър-*

жавните служби, на самите служители, които са абсолютно неадекватни към казуси, към проблеми(...) ти искаш едно, а те ти дават друго (...)“; **недостиг на квалифицирани работници и служители и липса на доверие от страна на предприемачите при наемане на персонал –** „*Липса на работна ръка, адекватна, квалифицирана, и дори да не е квалифицирана, да е отговорна и да има някакъв морал“;* **нелоялната конкуренция** – „*(...) налагане на някакви особени хора с особен статут. Общо взето, борим се на пазара легални единици с нелегални представители и силови (...) дори и в този сектор (хранително вкусовата промишленост –б.а.) си има и силови групировки“;* **забавяне на плащанията и финансовите проблеми** – „*Със забавяне на плащанията с по два, три, пет месеца. Взимат продукта, качват го на обекта, минава комисията, ние още не сме си получили парите.“; „Финансовата гледна точка предимно. Като идеи имаме страшно много идеи, желания да работим и с определени материи, материали спомагателни, реклама желаем да заложим (...) но просто бюджетът като е свит, не можем да си го позволим.“*; **условията за получаване на банков кредит** – „*Условията, които се поставят, примерно на 150% гарантиране на кредита – това е непосилно за една малка фирма.“; „(...) Проблемът идва от това, че банките не са диалогични.“;* **несигурност** – *„Несигурност в условията на пазара.“*

Участвалите във фокус-групите предприемачи и мениджъри посочват и трудности с междуфирмените задължения. Посочват се и причините, които пораждат този затрудняващ бизнеса им феномен – липсата на адекватна държавна политика спрямо предприемачеството, която поражда трудности в междуфирмените отношения. *„ Кризата е създадена в България от правителството. То да си плати дълговете към големите предприятия, те ще се разплатят надолу“; „Фирмената задлъжнялост идва от държавата, тя бави големи разплащания (...)*; „*Това е една от причините, втората причина е, че много от фирмите започнаха да шикалкавят“; „Няма я съдебната система в България, ще ти отнеме пет години ти да отидеш да си търсиш дълга от някого“; „Некомпетентност, бюрокрация някаква тотална бюрокрация“.*

Изводите от споделените мнения, оценки и предложения от участниците в груповите дискусии, дълбочинните интервюта и the case study за състоянието на бизнес средата във висока степен съв-

падат с тези от анализите на колеги от Института за развитие на предприемачеството при Университета за национално и световно стопанство, изследвали влиянието на кризата върху българските предприемачи. „Негативното влияние на кризата (върху предприемачеството и предприемаческата дейност в България – б.а.) може да бъде обобщено в няколко основни направления.

На първо място, чрез консервативната политика на банковия сектор, изразяваща се в силно затруднен достъп до кредитиране и повишаване на лихвите на съществуващите кредити. Много български предприемачи са неспособни да изпълняват своите задължения, защото търговските банки отказват да им отпускат кредити.(...) Въпреки настояванията на ЕС да бъде даден бърз и лесен достъп до финансов ресурс за малкия бизнес, банките отказват да отпускат кредити на фирми с проблеми или им предлагат кредитиране срещу високи лихви.

На второ място, отлагане и намаляване на поръчките и дори оттегляне на основни партньори. В условията на световната икономическа криза основният проблем на българските предприемачи е свързан с драстичното свиване и дори изчезване на завоювани вече пазари. Всичко това в повечето случаи води до свиване на дейността и съкращаване на служители, а в някои случаи – и до ликвидиране на бизнеса.(...)

На трето място, промяна в системите за разплащане от страна на доставчици на материали и клиенти. Доставчиците настояват за авансови плащания, които блокират финансов ресурс. Клиентите увеличават драстично дела на отложените плащания. Това води до огромна междуфирмена задлъжнялост (...)

На четвърто място, нарастваща несигурност на средата и неясни перспективи за положителното развитие на икономиката. Повечето предприемачи и мениджъри в България не са достатъчно осведомени за мащабите на свиването на потребителското търсене. Те се въздържат от инвестиции в машини и оборудване поради тяхната несигурна възвръщаемост; те изпитват и несигурност и по отношение на промяната в структурата на търсенето и параметрите на следкризисната ситуация.“ (6:14 – 15)

Предприемачите за ролята на Държавата и Закона

„Някои чужди изследователи и policy makers считат, че предприемачите не бива да зависят и да търсят подкрепата на държавата – „който може да плува – плува“, т.е. условията в голяма степен са ед-

накви за всички. Според тези изследователи основният смисъл и резултат от предприемаческата дейност е изграждането на фирми, които се самоиздържат и не търсят външна помощ, създавайки добавена стойност за себе си и за обществото. Ролята на правителствата е да създават стабилна среда, в която предприемачите могат да развиват своите начинания. Разбира се, това може да е вярно за някои развити или богати на петрол арабски страни, но не и за България с нейния млад и все още неукрепнал МСП сектор, с ограничени разполагаеми ресурси, недостатъчни предприемачески традиции и подготовка.

Почти навсякъде по света МСП се нуждаят от силна законодателна, институционална и програмна подкрепа, за да са конкурентоспособни в условията на глобализация на пазарите и интернационализация на бизнеса. Дребният бизнес се нуждае от още постабилна подкрепа в условията на днешната криза, когато икономиките „буксуват“ продължително време. Тогава е нужна целенасочена държавна помощ за икономическите агенти, които имат потенциал да“отлепят икономиката от дъното“. Такива субекти са настоящите и бъдещите предприемачи, които развиват или имат намерение да създадат бизнес в нови и перспективни области и ниши,появяващи се в днешните смутни времена.“ (6:12 –13).

Нагласите относно тезата, че държавата трябва напълно да се оттегли от предприемачески функции не са еднозначни. По-голяма част от участвалите в изследването предприемачи изразяват несъгласието си с подобно твърдение. „*Няма държава, която напълно да се е отказала, може би просто да насочва дадени целеви сектори, които са в интерес на самата държава и на обществото като цяло.“* Не липсват и становища, според които: „*(...) е доказано, в смисъл, за това има свободен пазар, предприемачество. Частният бизнес е винаги по-успешен.“* Споделят се и мнения, че държавата, „задушава“ инициативността на дребния и средния бизнес и не съдейства за развитието на пазарната икономика: „*нека да е регулатор за предприемача, обаче тя, държавата, стана основният предприемач в случая. И за нас дори и трохите вече ги няма. Проблемът, според мен, е на политическо ниво.“*

Държавата, според категоричното мнение на респондентите (2012 г.) не стимулира българското предприемачество. „*Един и същ въпрос трябва да се внесе до три различни институции, едната дава, едната не, и ти си в една ситуация, в която се оказва, че по-*

високата, по-висшестоящата инстанция е ОК, но местната власт казва: „Не ние не сме сигурни“ и убива всякакво по-нататъшно развитие.“ Констатират се множество спънки пред дребния и средния бизнес в България. „*Просто се убива дребния и дори средния бизнес. И остават големите риби, няма значение дали са български, дали са чуждестранни (...) няма никакво значение. Просто, за да прави човек дребен бизнес, нещата стоят много сложно.“; „Държавата не ни защитава като работодатели. Тя няма уважението към нас като към хора, които създават работни места. За разлика от другите държави, където работодателят е на почит, с уважение, това, че имаш идеи, това, че си предприемач – държавата те стимулира, както например е в Турция (...). И държавата ти предоставя всякакви условия, образован ли си, просто всички условия ти предоставя държавата, за да можеш ти да работиш и да създаваш работни места и си уважаван човек, а тук, за съжаление, ние сме винаги наказани и винаги смачкани.“* Всеобща е нагласата, че държавата не оказва необходимата подкрепа на българското предприемачество. „*Не сме такава мощна икономика, че да кажем, че бизнесът може сам да се развива.“; „Абсолютна невъзможност да защитиш правата си, ако са нарушени от страна на държавата. И си в ситуация, в която нямаш възможност дори да обжалваш.“* С преобладаваща честота се споделя мнението, че е необходимо държавата да създава условия за развитие на предприемаческата дейност.

Законите, според предприемачите не стимулират развитието на бизнеса. *„Във всеки момент се измислят нови такси, нови касови апарати, плащаш си (...) И в някой момент, ако вдигнат и минималната заплата, което е голяма, голяма тежест е за работодателите, (...) това стимулира сивата икономика, да не се осигуряват хората на пълна работна заплата, а ги осигуряват на минимална, за да спестява работодателят от данъци и да може хората да получат в настоящия момент (...).“; „(...) В момента законодателството се променя така, че след 6 месеца не знаеш какво ще следва.“*

Достъпът на бизнеса до субсидии от европейски фондове е също обект на критика от страна на предприемачите. „*Българското законодателство не е в синхрон с европейското. (...)Имаш възможност за европейско субсидиране, европейските закони като идеи, като*

замисъл са добри и работеха до преди две години. А сега, от две години (...)законите се променят по такъв начин, че направо се убива тази възможност.“ За малките фирми достъпът до еврофондовете е невъзможен, споделят респондентите. *„Трудни процедури (...) Много тежки (...) Създават се едни коридорчета, едни вратички (...)Нашите хора, и ако не си платиш на нашите консултанти (...) чао (...) От тази институция, която пуска тръжните дела, министерство или агенция някоя се набъркват 10 консултантски компании, техни, които, ако не мине проекта през тях (...), а те вземат 4 до 10 % от цената на проекта, не се осъществява. А ти като вземеш 20 или 30 помощ и им дадеш 10%, теб за какво ти е? Не можеш да си платиш и лихвите по кредита.“; „Много е опорочено като цяло. Определени хора вземат парите и не ги харчат по предназначение. (...)Лично съм се сблъсквала с такова нещо.(...)Парите се разпределиха на определени хора, които не ги инвестираха в това, в което трябваше да бъде, за съжаление. Парите се откраднаха.“*

Най-важните условия за осъществяване на предприемаческата дейност, според интервюираните предприемачи са:

- ясни правила;
- закони, които да важат за всички;
- „начален тласък“;
- покупателна способност;
- бързо, коректно и качествено административно обслужване;
- по-добър достъп до субсидии от Еврофондовете.

Трудностите пред предприемачите формират песимистичен фон за правене на бизнес в България. *„Шуробаджанащината“, „двойният стандарт“; „Най-неприятното е примерно за даден човек, който прави нещо, за него важат едни правила, а за друг – добре, може да минем и без това. (...) Ти си ми симпатичен, ти имаш познат еди-кой си и т.н. (...);“ В тази държава предприемачът едва ли не е балък, а играчът е мускулестият на пазара, който е финансово с лоши кредити, (...) На нас едва ли не ни искат всичко от банката, просто можем да заложим и душите си (...). Докато на големия играч на него му се дава (кредит – б.а.) без никакви проблеми.””Може би са еднакви условията, но възможностите са различни и по – скоро се стимулира по-едрия бизнес, а за малкия*

предприемач не виждам някакви реални неща, които да прави държавата, за да му помага.“

С впечатляваща честота се среща мнението, че проблемът не е в качеството на правната рамка, а в прилагането на законовата и нормативната уредба. *„Законите не са толкова лоши, просто тяхното неспазване води до проблемите.“* Споделят се и мнения, че законите не стимулират предприемачеството. *„По-трудно е, особено с такива законови, нормативни изисквания, има хиляди наредби, закони, които се бият един с друг, не можеш да разбереш за какво става дума. При нас специално изискванията за сертификатите са много строги – за качество на работа, за опазване на околна среда, за здраве и безопасност“.* Участниците в груповите дискусии единодушно споделят оценката, че „*законовата и нормативната база не защитават дребните и средните производители (...).“*

Дискутантите определено смятат, че качеството на административното обслужване е проблематично. В Агенцията по вписванията е „*едно безумно чакане“*. В Националната агенция по приходите е „*страшното чакане“*. *„Има агенция, която е за подпомагане на малкия и средния бизнес, но мисля, че няма помощ от нея.“; „Абсурдите са (...) едно с друго се бият в нормативната рамка (...)“ ; „Това е държавата на бюрократите.“*

Анализът на записите от проведените групови дискусии (фокус групи)с български предприемачи, на данните от дълбочинните интервюта и от изучаването на случаи дава основание за някои по общи констатации и изводи:

Първо, българското предприемачество се формира в условия на исторически прекъсната традиция и след едно дълго отсъствие в икономическия и социалния живот на българското общество. Генезисът му е в сложните икономически условия в началото на 90 –те години на миналия век, генерирали принуда за оцеляване. Същевременно, предприемаческите възможности се възприемат като предизвикателство и шанс за свободна инициатива, за независимост и изява на лични и професионални качества.

Второ, успехът на предприемаческа дейност в България днес зависи от подкрепата на семейството, независимо от очевидната липса на родова предприемаческа традиция; от личните качества и опита на предприемачите. И макар, според мнението на много предприемачи, образованието да не е гаранция за професионализъм и

предприемачески успех, дефицитът от специфични за предприемаческата дейност знания, умения и компетенции (мениджърски умения, маркетингова компетентност, икономическа и правна култура и др.) е очевидна бариера пред предприемачеството.

Трето, предприемачите в България пилеят енергия в преодоляване на много и разнообразни трудности, по-важните от които са: липса на държавна политика за развитието на предприемаческата дейност; ниски покупателни възможности на преобладаваща част от българските граждани; липса на сигурни пазари, евтин внос и нелоялна конкуренция; тромави административни процедури, некомпетентна и корумпирана администрация; непоносими условия за банково кредитиране и „недиалогични“ банкови институции и др.

Литература

1. Вебер, М. Протестантството и духът на капитализма.
2. Давидков, Цв., Предприемачът. Резултати от емпирични социологически изследвания. СУ „Св. Климент Охридски“.
3. Давидков, Цв., Развитие на възгледите за предприемачеството, 2004.
4. Икономически проблеми, 1985.
5. Коев, Й. Предприемачеството. ИУ – Варна.
6. Тодоров, К., Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисно развитие. Год. УНСС, VII, 2010.
7. Ставрев, С. Основи на предприемачеството. Пловдив, 2012.
8. http://bban.eu/bg/knowledgebase/analyses/teart

ЩРИХИ КЪМ МОДЕЛ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ПСИХОЛОГИЧЕСКА КОМПЕТЕНТНОСТ НА ПРЕДПРИЕМАЧА

Веселин Василев

1. Увод

Психологическата компетентност играе важна роля в процеса на цялостната подготовка и квалификация на добрия (ефективния) съвременен предприемач. Поради това в подготовката, квалификацията и подкрепата на предприемачите участието на психолози е необходимо, дори наложително. Има исторически данни, че една от първите стъпки на зараждащата се приложна психология е била свързана с прилагането на психологическите методи в бизнеса и рекламата: американският психолог Уолтър Дил Скот (1869 – 1955), създател на психологическа консултантска компания (още през 1919 г.), активно е изучавал потребителските интереси, мотивацията на ангажираните в сферата на производството и търговията, предлагал е психологически обосновани съвети и препоръки по подбора и управлението на персонала и по повишаването на квалификацията и ефективността на работата на разнообразни специалисти, включително и предприемачи. Големият реформатор на образованието Джон Дюи (1859 – 1952) е смятал и пропагандирал, че развитието на личността (основно детската) може да стане само когато обучението и възпитанието са конкретно целенасочени, което подпомага човека за успешно приспособяване към условията на „свободните предприемачески активности“. Тази конкретна целенасоченост всъщност е много интересен феномен и принцип, тъй като в училищата, работещи по системата на Дж. Дюи, нямало постоянна и фиксирана учебна програма и задължително изучавани предмети, а образователният процес е бил насочван (съобразяван) с образователните нужди и жизнени интереси и планове на учениците. В условията на детска инициатива, игри, екскурзии, импровизации, техническа и художествена самодейност и др. се е поддържала и развивала детската любознателност, насърчавала се е саморегулацията, умело съчетана с помощ и ръководство при учебните занимания и

изпълнения (виж по-подробно: Василев, 2000, с. 14 и сл.; Янкулова, 2012, с. 18 и сл.).

Можем да обобщим, че тъкмо при обучение, създаващо условия за проява на инициативност, самостоятелност и собствена отговорност, се откриват, подкрепят и развиват както предприемаческата нагласа и готовност, така и конкретните качества и умения, необходими за реализиране на смели предприемачески начинания. Обратното сигурно също е вярно – че в условията на прекалено строго регламентирано, организирано и контролирано обучение се подтискат настоящите и бъдещи предприемачески импулси на младите хора. Тъй като всички знаем какви са традициите, нагласите и правилата в сегашното българско училищно и университетско образование, можем сами да си направим изводите как се отразява то на предприемаческия дух и подготовка на своите възпитаници.

Много автори, пишещи за предприемачеството, изразяват позицията, че „предприемачеството е по-скоро социално и психологическо явление, отколкото икономическо (стопанско) явление“. Следвайки тази посока на разсъждаване, аз ще прибягна и към сходен стил, към един художествен израз, вместо към академична дефиниция: предприемачеството е по-скоро нещо като обществена мисия и роля, отколкото обикновена професия в традиционното разбиране. Всички, които изучават предприемачеството или го упражняват като практика са единодушни, че то има ключова роля в едно съвременно общество, в което свободният и либерален пазар е основен принцип на съществуването на това общество, свободата е най-високата му ценност, а свободните и предприемчиви хора са най-важният му капитал.

При изясняването на същността на феномена предприемачество, разположен в най-широк социален (а и исторически) контекст, предприемачеството понякога се анализира в четири плоскости и направления.

Първото направление е **икономическо** и според него предприемачеството съществува тогава, когато да се създаде собствено предприятие (изобщо бизнес-начинание) е по-изгодно, отколкото ако субектът продава труда си (или работната си сила) в чуждо предприятие. Предприемачът е човек, който предпочита и успява да направи икономически по-изгодно собствената си инициатива и начинание.

Според второто, **мениджърското** направление в анализа на предприемачеството, неговата същност е в нагласата и желанието

на даден човек да управлява група от хора, да координира съвместните усилия на други хора, които усилия са насочвани от някаква обща цел, свързана с бизнеса.

Социологическото направление е третото и то анализира предприемачеството в обществения контекст, съотнасяйки индивидуалната инициатива и дейност със социокултурните условия – наличието на традиции, подкрепа и позитивно отношение на хората към тези, които са готови да замислят и реализират бизнес-инициативи и да осигуряват заетост за другите хора.

Психологическото направление, четвъртото, акцентира върху личните качества на хората, които ги правят подходящи за предприемаческа роля в обществото – инициативност и способност да предвиждат процеси и тенденции, готовност да поемат риск, настойчивост при преследване на набелязаните цели и др.

Ние смятаме, че при разбирането на същността на феномена „предприемачество“ не е нужно да съотнасяме като алтернативни тези планове (плоскости) на анализа – те се допълват и заедно комплексно характеризират този сложен феномен; защото предприемачеството очевидно съдържа всичко това, което се вижда от специфичните гледни точки на всяко от тези направления. И навярно могат да се добавят и нови характеристики и изисквания към предприемача – с оглед на сложните изисквания на съвременните обществени условия.

Тук като психолог не мога да не посоча някои особено сложни (на пръв поглед противоречиви) изисквания към поведението (и оттам – към качествата) на предприемача. Той, например, трябва да бъде гъвкав, да може разумно да се откаже от някои неефективни подходи, идеи, намерения и да възприеме нови, които да го доведат до успех в променили се условия. И в същото време да бъде достатъчно (точно дозирано) упорит, настойчив и последователен, защото често пъти успехът идва след по-продължителни усилия, ориентирани в определена посока. Предприемачът е комбинативен, възприемчив към различни полезни идеи и внушения, когато идват от други хора и източници; и в същото това време е нужно да бъде достатъчно автономен, да има свой собствен стил и да умее да отстоява позиция. Трябва да умее да овладява прекаленото си честолюбие и да си признава грешките, да ги коригира (включително и по съвета на по-компетентни хора – например някой негов сътруд-

ник, дори подчинен); и в същото време да притежава характер и да издържа на трудности, временни неуспехи, ситуации на неопределеност, за да излиза от тежки ситуации.

Малко са професиите и социалните „роли“, които да изискват толкова разнообразни, сложни и стойностни личностни качества. Тук дори не говорим за професионални компетентности, опит, технологични умения или морални качества. Те са почти задължителни.

И накрая – **психологическата компетентност** е тази специфична част от професионалната и обща култура на субекта, която му позволява да решава даден проблем (и психологически, и непсихологически), пред който животът и практиката му го изправят, с помощта на психологически средства (изработени и взети от психологическата наука). Тъй като в случая субектът – това ще бъде професионалистът-предприемач, нашето мнение е, че в структурата на психологическата му компетентност психологическите теоретични знания няма да бъдат от решаващо значение и с решаваща тежест; по-важни и нужни са психологическите умения – да разпознава и разбира проблемите, да преценява разумно и целесъобразно (именно компетентно) какви средства, подходи и прийоми с психологически характер ще бъдат необходими и полезни, да умее да приложи тези средства с достатъчна сръчност самостоятелно. В психологическата компетентност на предприемача се включва и разумната му нагласа и готовност, когато не е в състояние сам да реши даден проблем с психологически средства, да прибегне към съветите и съдействието на професионален психолог (така най-често се постъпва в развитите и цивилизованите страни, и уви – твърде рядко у нас).

На друго място бях писал, че **психологическата култура** на даден човек е в умението му да прилага теоретически издържани психологически знания – съответстващо преобразувани в умения – във всекидневната си индивидуална и обществена практика (Василев, 2000, с. 10, 11). Двата феномена и съответстващите им понятия (психологическа компетентност и психологическа култура на личността) не си противоречат, дори добре се съгласуват и се допълват взаимно.

2. Теоретико-приложен психологически анализ на дейността и личността на предприемача

От разнообразните описания, характеристики, мнения и анализи на предприемаческата дейност и „предприемаческата личност“ ще

разгледаме някои, за които има по-висока степен на съгласие сред специалистите, и ще се опитаме да ги интерпретираме в психологически план – и абстрактно-теоретичен, и приложно-практически. Като пример-образец ще взема почти безспорното мнение, че предприемач е човекът, който поема риска на стопанската дейност, тъй като „**купуват на известни цени в настоящето**, а се подготвят да **продават на несигурни (неизвестни) цени в бъдещето**“ (това разбиране за предприемачеството се приписва на Ришар Кантилен, ирландски учен с френски произход, за когото се счита, че е изобретил и концепцията, и термина „предприемач/ество“ още преди векове). В това разбиране веднага се откроява специфичната особеност и готовност на предприемача да съществува и работи в ситуация на неопределеност, при това в комбинация с риск, съпътстващ всяка негова стъпка. Веднага се откроява умението му да се пренася свободно и успешно (мислено, разбира се) от настоящето в бъдещето и обратно, проследявайки процеси и отношения и в двете времеви посоки – и естествената, от настоящето към бъдещето, и „обратната“ – от бъдеща (мислена, планирана ситуация) към настоящето, при което мисленото и въображаемо „връщане на лентата“ обикновено е процес на технологично подготвяне (проследяване) на предвиждания и желан резултат. Веднага ще подчертая, че това умение е много ценно и далеч не всички хора го притежават в еднаква степен (при малките деца, например, то все още не се проявява и поне до 7 – 8 год. възраст те трудно проследяват обратими процеси).

Според друга концепция за същността на предприемачеството (приписва се на Жан Б. Сей) предприемачът е **агентът, който свързва факторите за производство** (материалните вероятно се имат предвид) **и хората**, организира стопанската дейност като своеобразен единен производствен организъм, функциониращ синхронно и свързано. Като психолог ще подчертая, че умението да се свързват, обединяват отначало мислено, а след това да се съединяват и реално различни неща и явления, отдалечени в пространството и разположени в различни сфери, плоскости и планове, представлява специфична дарба и отново не е еднакво присъща на различните хора. За предприемачите тя е много необходима; макар че образованието прави опити да формира подобни умения у младите хора (умения за комбинаторика, систематизаторски умения, аглутинацията като фантазна процедура и др. п.), все още не са разработени методики и

технологии за масово обучение в тази посока (като добър пример ще посочим работите на известния психолог Едуард де Боно и на някои негови последователи).

Сходна психологическа характеристика е поставена в основата на определението на **предприемача като иноватор** приписва се на Израел Кирцнер). „Иноваторството“ обаче е не само качество на ума – да комбинираш, да изобретяваш, но и дълбинно личностно качество – да не търпиш (поне да не търпиш дълго време) познати, общоприети и банални неща (порядки, начини за действие и др.), да имаш готовност и смелост да ги смениш с нещо ново и още непроверено и неутвърдено. Отново не всеки го притежава, а за развитието на това качество науката и образователната практика почти нищо не предлагат.

Голяма част от инициативите, решенията и конкретните стъпки на предприемачите се осъществяват в **ситуации на неопределеност, на нееднозначно формулиране и нееднозначна оценка** (плюс почти постоянния риск, за който вече споменахме) – така смятат Харвей Лейбенщайн, Фридрих Хайек, Франк Найт. Тази особеност на дейността им налага на предприемачите често да разчитат на своята интуиция, тъй като точните пресмятания, разчети и прогнози не са възможни. Интуицията е привлекателна тема за психолозите, но далеч не е еднозначно проучена и единодушно дефинирана. Някои считат, че е своеобразна функция (нещо като кристализирал екстракт, ако може този израз въобще да се разбере) на натрупания и систематизиран и рефлексиван опит; други са на мнение, че тя си е дарба и който я притежава трябва да е благодарен на съдбата. Твърде възможно е истината по този въпрос да съдържа съставки и от двете мнения.

Колко много може да помогне психологията в случая – не само за изясняването на тези сложни проблеми с голямо практическо значение, но и – най-вече – в разработването на практически програми, методики и технологии за тяхното решение. Време е вече абстрактната хуманитарна наука и широката обществена практика да се приближат една към друга и да си подадат ръка за общи действия. Върху практическата територия на предприемачеството това е и крайно необходимо, и напълно възможно!

Правим тези анализи не самоцелно, не и само с абстрактно-изследователска цел, а най-вече защото от техните изводи би следвало да се определят насоките и съдържанието на обучението и

подготовката на предприемаческите кадри в сферата на психологическата им компетентност. Анализите и изводите, разбира се, остават „отворени“ – надяваме се те да бъдат продължени, допълнени и обогатени и от други изследователи-психолози, най-добре съвместно с опитни експерти-предприемачи.

* * *

Много интересно е да погледнем на водещите професионално-личностни качества на предприемачите през призмата на тяхната собствена самооценка.

В поредица от шест групови дискусии (фокус групи) са обхванати 35 участници – опитни и квалифицирани предприемачи, почти всички с висше образование, средната възраст за цялата извадка е около 45 години, а по пол са разпределени поравно (18 жени и 17 мъже). Областите, в които се изявяват професионално и са натрупали опит, покриват почти целия основен спектър от предприемачески начинания – производство, имоти и строителство, културна (медии и изкуство) сфера, търговия, маркетинг и реклама, аграрен сектор и „зелено“ предприемачество, ветеринарно-медицински услуги, образователен бизнес, печатарство (Данните са взети от: /Социокултурни детерминанти ..., 2013/).

Сред въпросите от програмата на дискусиите ще откроим някои от най-интересните за нас:

– Какъв професионалист е предприемачът и какви качества трябва да притежава той?

– Кои фактори, според Вас, са от най-съществено значение за предприемаческия успех?

Ще анализираме отговорите заедно, тъй като участниците обединяваха отговорите на тези въпроси – най-вече на това основание, че като фактори за успеха на предприемача посочваха често собствените му качества (плюс компетентности). Факт, който ще откроя специално и – малко маниерно – ще го интерпретирам така: като цяло предприемаческата професионална общност се характеризира с една специфична, **професионално-обобщена локализация на контрола от интернален тип** („терминът „локус-контрол“ – по концепцията на Джулиън Ротър, тук – в малко свободна интерпретация)**.** Те осмислят успеха и очакваното положително подкрепление като зависещи основно от личните качества и компетентност на човека (предприема-

ча), от неговите усилия и умения (поведенчески манталитет, който е характерен тъкмо за хората с вътрешен, интернален локус-контрол). И това е не само положителна, но и в някакъв смисъл оптимистична характеристика на родната предприемаческа общност (можем да очакваме, че е характерна за всички предприемачи по света).

За отбелязване е, че се получава голямо разнообразие от отговори на посочените по-горе въпроси; тъй като дискусията позволява свободни отговори с „отворен“ характер се стига и до голямото разсейване на отговорите, до много широк кръг от посочвани качества и фактори. За да не ги изброяваме в твърде дълъг списък, ще ги групираме по смисъл, макар че някои от отговорите (думите, термините-отговори) означават ненапълно съвпадащи феномени.

Откроява се като водещ отговорът, че предприемачите са хора с идеи (с ясни идеи), че успехът зависи от собствените идеи на предприемача. Тук ще прибавим и сходните отговори, че те са предприемчиви, инициативни, находчиви, дейни, гъвкави, комбинативни; така групирани, тези качества представляват най-често повтарящите се и ще приемем, че изследваната общност от предприемачи ги счита за най-същностни за тази професия.

Следващо качество (фактор) е стремежът към изява, желанието за развитие, желанието за самостоятелен бизнес и дейност.

Следва група отговори, обединени около качествата комуникативност, организираност, умения да се подбират хората, да се работи екипно.

Готовността за риск плюс смелост и широк замах са следващата група качества също на висока позиция. Като контрапункт се срещат и по-редките отговори предпазлив, компромисен.

Стоицизмът, търпението, толерантността също са характерни за предприемачите – според самите тях. Не са пропуснати и поредицата морални качества – честност, почтеност, лоялност, трудолюбие. Авторитетът и професионализмът на предприемачите допълват този интересен психологически „автопортрет“, обрисуван от тях самите.

* * *

Мотивацията за предприемаческа дейност е сложен проблем, който едва ли има еднозначно решение – както за цялата човешка общност на предприемачите, така и за всеки отделен представител на тази професионална общност. Поне по две причини.

Първата е, че всяка сложна човешка дейност (учебна, трудово-професионална, спортна, занимание с изкуство, дори дейностите за забавление и развлечение и др. п.) обикновено е полимотивирана, извършва се под влиянието на цели комплекси (комбинации) от мотиви, които също така обичайно са йерархически подредени (има водещи и подчинени мотиви), съществува „мотивационно ядро“, около което са обединени и смислово подредени останалите мотиви.

И втората – че при всеки отделен човек-професионалист мотивацията за собствената му основна (например трудова) дейност има индивидуално-конкретен облик, разграничаването на непосредствено подбуждащите мотиви и на тези, които придават смисъл на неговите усилия, е сложна задача, която трудно се решава и с помощта на целенасочено експертно-психологическо обследване от опитен психолог.

Сред най-често посочваните мотиви, активизиращи и насочващи поведението на предприемачите, са следните:

– печалбата, правенето на пари;
– създаването на състояние;
– сигурността;
– независимостта;
– самоосъществяването;
– раждането и реализирането на бизнес-идеи.

Не цитирам източник, защото този набор от различни феномени (тук има икономически явления и ситуации, състояния, преживявания, действия и намерения – вижте колко различни явления са включени в този списък) всъщност не е класификация на мотиви, а явления от живота, които могат да активизират и осмислят човешкото поведение, т. е. в определени условия да изиграят ролята на мотиватори. Но опитните психолози отдавна не описват мотивите в подобни подробни списъци от мотиви (или псевдомотиви – както е в случая); в психологията мотивите се групират в групи-типове. Като пример ще посоча една от най-често цитираните класификационни схеми на мотивите – вътрешни и външни (интринсивни и екстринсивни) мотиви, която класификационна схема е предложена от Едуард Диси (Deci, 1975) – и аз бих я предпочел при анализа на предприемаческата мотивация не само защото е високоавторитетна, но и защото коректно би описала и обяснила индивидуалната мотивация на даден предприемач, когото са ми възложили да проуча,

например. (Коректно, но пък сравнително общо и повърхностно, защото теоретически и логически издържаните класификационни схеми са, уви, малко ... безсъдържателни и недетайлизирани, че дори и повърхностни (в смисъл, че представят само достъпните за пряко наблюдение характеристики, а не „дълбинните“, скрити за пряко наблюдение). Разочароващо, но така е в номотетичните науки, които разкриват общите (общовалидни) закономерности и тенденции.

Аз бих групирал гореизброените, твърде конкретни, феноменологично разграничени и описани мотиви по следния начин: **печалбата**, измерена в пари, **състоянието** като измерител на финансовата стабилност и **сигурността** (отново финансова) могат да се обединят в мотивационната категория **материални мотиви (материална мотивация). Независимостта** (разбирана като поведенческа автономия, правото да избираш и решаваш сам, а не да изпълняваш чужди решения) заедно със **самоосъществяването** могат да се обединят в твърде характерната за предприемаческата професия **мотивация за самоутвърждаване**, на която ще отделя специално внимание. Мотивацията, проявяваща се като стремеж и удовлетворение от раждането и реализирането на бизнес-идеи, може малко патетично да се означи като **творческата мотивация** на предприемача.

Претенциозно или маниерно казано – дано читателят да е толерантен, както и да прояви малко чувство за хумор – ето че току-що се появи една почти нова или почти оригинална концепция-класификационна схема за мотивацията на предприемача; неговата мотивация се характеризира с открояващи се и индивидуално-комбинирани в различно съотношение три групи мотиви: материални мотиви, мотиви за личностно самоутвърждаване и мотиви за творческа изява. Сред тях аз съм склонен да изведа на челно място в мотивационната йерархия на предприемачите като професия тъкмо самоутвърждаването.

Тепърва подобна идея трябва да се проверява в логически анализ и в емпирични проверки (да се верифицира); ще бъда доволен, ако някой или някои читатели-предприемачи разпознаят собствената си мотивация в тази класификационна схема-хипотеза.

Едва ли съществуват много професионални дейности, в които мотивацията за самоутвърждаване (стремежът към самоутвърждаване като мотив) **да е толкова типична, присъща и водеща,**

както при предприемачите. Може би само професиите на политика, журналиста и немного други подобни публични професии, работата на творците в изкуството и (в малко по-малка степен – по моя субективна преценка) в науката, както и тежкият труд на професионалните спортисти се характеризират със същото ниво на значимост на стремежа към личностно самоутвърждаване като водещ мотив за тяхното упражняване. Там, където се създава продукт, обективно и точно измерим в количествено и качествено отношение и повече или по-малко справедливо оценяван съобразно точни, сериозни и справедливи критерии, там стремежът към самоутвърждаване се откроява и това означава две неща: или към тези професии се насочват хора (обикновено млади хора), за които силният стремеж към самоутвърждаване е личностово-присъща и водеща черта, или в тези професии съществуват условия (обстановка, атмосфера), които стабилизират и стимулират стремежа към самоутвърждаване, давайки шанс той да се реализира и разгърне, го извеждат на по-високо ниво. Засега няма емпирични изследвания и данни, които да подкрепят някоя от тези версии-хипотези. (Няма пречки тези два фактора-причини да се съчетават в живота и работата на предприемачите).

Стремежът към самоутвърждаване – този интересен феномен, който несъмнено представлява базисна характеристика на съвременния човек, е забелязан отдавна и представен в някои от най-авторитетните възгледи за човека (но в същото време необяснимо защо е оставен без особено внимание от съвременните изследователи-психолози). Трима от най-влиятелните психолози и хуманитаристи, съвсем независимо един от друг, дават напълно сходни обяснения за причините за активността на човека: Зигмунд Фройд твърди, че всичко, което човек прави, се дължи на две подбуди – сексуалното влечение и желанието за величие; Джон Дюи счита, че най-дълбокият подбудител в човешката природа е желанието на човека да бъде важна личност; почти същото по малко по-различен начин изразява Уйлям Джеймс – най-дълбокият принцип на човешката природа е ненаситната жажда да бъдем оценени.

Тези интересни идеи дълго време остават почти незабелязани, неоценени и неразработени в цялостни концепции.

Истинският продължител на класическото (това на Фройд, Джеймс, Дюи, а също и на Алфред Адлер), и в този смисъл автентично разбиране на феномена „самоутвърждаване“ е Ейбрахам Маслоу,

който го интегрира в своята теория за йерархията на мотивите под наименованието **потребност от признание**, като дава и едно от най-точните и пълни негови феноменологични описания, които ще приведа в дълъг цитат с подбрани извадки. „Всеки човек – пише Маслоу – се нуждае от признание, от устойчива и, като правило, висока оценка за собствените достойнства, на всеки от нас му е нужно и уважението на хората около нас, и възможността да уважаваме самия себе си. Потребностите на това ниво се подразделят на два класа. В първия влизат желанията и стремежите, свързани с понятието „постижение“. На човек му е необходимо да усеща собственото си могъщество, адекватност, компетентност, нужно му е чувството на увереност и свобода. Във втория клас включваме потребността от репутация или престиж (определяме тези понятия като уважение на околните), потребността от завоюване на статус, внимание, признание, слава... Удовлетворяването на потребността от оценка и уважение поражда у индивида чувството на увереност в себе си, чувство за собствената значимост, сила, адекватност, чувството, че е полезен и необходим в този свят. Неудовлетворената потребност, обратно, предизвиква у него чувство на унизеност, слабост, безпомощност, които, на свой ред, са почва за угнетеност и отключват компенсаторни и невротични механизми“ (Маслоу, 1999, с. 88 – 89) (последните описания ни показват феноменологията на не-самоутвърждаването; а в позитивното описание присъстват всички характеристики на феномена, посочени още от З. Фройд, Дж. Дюи, У. Джеймс и А. Адлер – бел. м., В. В.).

В съвременната руска психологическа традиция Наталия Харламенкова е водещ изследовател на феномена и конструкта „самоутвърждаване“ и отстоява позицията, че проблемът за самоутвърждаването има общ, универсален, а не частен характер (Харламенкова, 2007, с. 36). Според нея „най-разпространено определение на самоутвърждаването е неговото разбиране като стремеж на човека към висока оценка и самооценка на собствената му личност, и като предизвикано от този стремеж поведение“ (цит. съч., с. 72). Н. Е. Харламенкова разграничава три стратегии за самоутвърждаване и въз основа на тях разграничава три типа самоутвърждаване – неуверената стратегия съответства на самоотрицанието като тип самоутвърждаване, конструктивната стратегия естествено е съответна на конструктивния тип, а доминантната стратегия съответства на доминирането като тип самоутвърждаване (пак там, с. 262 – 277).

Поведенческа стратегия на хората към самоутвърждаване има за съдържание, според мен, две основни съставки и посоки:

– **стремеж на субекта към стойностни постижения** (понякога имащи за него ценност и смисъл и сами по себе си) – успехи, творения, продукти, личностен растеж и др. п., които могат да бъдат почти непосредствени измерители на собствената му ценност;
– **стремеж към получаване на потвърждения**, които идват от другите, **за ценността и значимостта на субекта** – чрез признание, слава, уважение и обич, позиция в референтната общност.

Двете съставки-посоки на стратегията за самоутвърждаване могат да съществуват (да се проявяват) у различните субекти и самостоятелно, и когато са засилени до крайност могат да доведат до изкривяване на самоутвърждаващото поведение и свързаните с него преживявания; а могат да бъдат балансирано свързани, при което самоутвърждаването ще бъде оптимално конструктивно и водещо до личностен растеж. Тук ще изразя становището, че в професионалната дейност и в личността на предприемача наблюдаваме може би най-балансирания и зрял вариант на стремежа към самоутвърждаване: в него водещата съставка е стремежът към създаване на продукти, резултати, творения, които обикновено имат ясни и общоприети социални измерения и оценки. И когато постигне своите цели (произведена продукция, удовлетворени потребителски желания, социален ефект и т. н.) предприемачът получава социалният знак-потвърждение за своята значимост (признанието на другите, уважение, печалба, защо не и слава), а върху тази база получава и личното удовлетворение на потребността си за значимост и ценност.

Психологията и тук е в дълг към обществената практика – тепърва може би ще се разработват и инструментите за диагностициране на тази важна и базисна черта на човека, и – да се надяваме – и методики и технологии за целенасочено формиране и насочване на стремежа към самоутвърждаване, особено в ранна възраст.

* * *

Накрая искам специално да подчертая, че най-специфичната когнитивна характеристика на предприемача, според мен, е ярко открояващият се у него **практически интелект –** в смисъла, който

влага в това понятие американският психолог Робърт Стърнбърг, създател на триархичната теория за човешката интелигентност. Според него интелигентността включва в себе си три групи познавателни способности: аналитични, творчески и практически (Стернберг, 2002; Стърнбърг, 2012). Към аналитичните се отнасят процедури като сравняване, анализиране, оценяване и с тях обикновено решаваме проблеми, които имат аналог в личния ни (или обществения) опит; често се свързват с „вярно, единствено правилно решение“, означават се като „академична интелигентност“ и много се ценят в училищното и университетското образование. Творческите способности позволяват да решаваме нови типове проблеми (понякога са без аналог нито в личния, нито в общочовешкия опит), като проектираме нещо ново, изобретяваме, разработваме по нов начин, създаваме; ценят се високо в социалната практика, но почти не се изграждат целенасочено в образователната. А практическите способности (практическият интелект) позволяват да се решават проблеми, свързани с огромното разнообразие на житейската практика, които често са неясно формулирани (неопределени) и изглеждат несвързани или отдалечени от научно-теоретичните знания; всъщност **тези способности позволяват знанията да се прилагат, използват и употребяват ефективно**, поради което са особено ценни в живота. Уви, в училищното и университетско образование те изобщо не се формират целенасочено (поне у нас) и ако някой ги притежава, това се дължи на специфичния му талант. Тъкмо предприемачите притежават този сравнително рядък вид талант и интелигентност, но за съжаление науката сравнително малко може да помогне (засега) за неговото откриване и целенасочено развиване.

3. Обща структура и съставки на работната програма за изграждане на психологическа компетентност у предприемачи

Работната програма съдържа три съставки:

– Лекционен курс;
– Цикъл упражнения (семинарни с елементи на практически занимания);
– Психологически тренинг.

Всяка от тези съставки е планирана с хорариум от 15 учебни часа – така се задава и внушението, че в психологическата компетентност на предприемача всички компоненти са равностойно необхо-

дими и полезни – и теоретичната информираност, и практическите умения, и житейски-приложната сръчност.

I. Лекционният курс – съдържание и разпределение:

1. Психологически анализ на дейността и личността на предприемача. Професионалната компетентност и психологическата компетентност на предприемача. Личността изобщо и личността на предприемача – съвпадения и отлики, типични черти и своеобразие **(Общо 3 часа)**.

2. Психология и технология на управленското решение. Изработването на варианти за решение и избор на най-ефективния от тях. Груповите методи за изработване на стратегии и решения **(3 часа)**.

3. Общуването в предприемаческата практика. Общуването „лице в лице"; взаимното познание в общуването; бариери в общуването; психологическата подкрепа **(3 часа)**.

4. Ръководителят и групата. Групата като среда и групата като работен инструмент; груповите феномени: „фасилитация, инхибиция, социален мързел". Взаимоотношенията в групата и тяхното проучване и регулиране **(2 часа)**.

5. Професионалният подбор и кариерното развитие в предприемаческата дейност. Професионална пригодност или професионален талант? Оценката на кадрите. Насочване и подпомагане на кариерното развитие **(2 часа)**.

6. Стресът в работата на предприемача. Същност, причини и мащаби. Методи и средства за предотвратяване и снижаване на нежелания стрес. Душевното здраве и неговото запазване **(2 часа)**.

Общо 15 часа лекции

II. Цикълът упражнения (семинарни, практически):

Груповите методи при изработване на стратегии и решения („Мозъчна атака", метод „Делфи", система „Ринги").

Изследване на личността (личността изобщо, личността на професионалиста и личността на предприемача). Методики и тестове; житейско и професионално наблюдение;

Интелигентността на предприемача (познавателният интелект и неговото измерване; практическия интелект и неговото откриване и развитие; емоционалната интелигентност и нейното прилагане);

Самопознанието на предприемача (професионалното самонаблюдение, професионалната рефлексия, професионалната самооценка); психологически методики за самопознание и самооценка.

Общо 15 часа упражнения

Тематиката на семинарните и практическите упражнения трябва да остава широко отворена, като освен от квалификацията и предпочитанията на ръководителя (преподавателя) много уместно е да се допълва, разширява и уточнява тематично и като времетраене и според предпочитанията и интересите на обучаващите се предприемачи, като целта е те да бъдат мотивирани за максимално активно участие в цикъла упражнения.

III. Психологически тренинг за предприемачи, тематично ориентиран към:

– Общуването в работата на предприемача (общуването „лице в лице“ и общуването в малка група);
– Изработването на управленско решение в предприемаческата дейност (индивидуално-аналитичната работа и групови методи за изработване и вземане на решения);
– Рискът в дейността на предприемача (оценка на риска, предотвратяване на риска, ефективната работа в условията на периодичен и постоянен риск);
– Стресът в работата на предприемача (оценка и диагностициране на стреса, предотвратяване и снижаване на стреса). Стрес и бърнаут в живота и работата на предприемача.

Общо 15 часа

Тематиката и нейното комбиниране, както и разпределението на часовете за психо-тренинга също остават отворени и се организират съобразно квалификацията на преподавателя (ръководителя) и интересите на участниците в обучението. Отпращаме и двете страни на този екип към много сполучливите образци за психологически тренинг, разработени от български психолози и насочени към определени практики и професии. Да си пожелаем да се появят и подобни образци за специализиран психологически тренинг за предприемачи (виж:Иванов, 2012; Иванов, 2013; Пеев, Рогашка, 2012).

Някои коментари към програмата и нейните съставки и акценти:

Човекът, който е обучаван специално в и чрез интерактивни методи, придобива не само знания и умения, но и придобива нагласата и отговорността да участва активно в процеса на овладяването им, както и да ги осмисля с оглед бъдещото им приложение в някаква практика и самостоятелна дейност.

В частност (и като пример) този, който е участвал в прилагането на „мозъчна атака“ и практически се е упражнявал в нея, не само придобива практически умения да я прилага в пълния й и автентичен вид, но също така си изгражда и нагласа, манталитет, стил да действа „интерактивно“ – той се настройва всеки проблем да го разглежда (дори когато го обмисля самостоятелно, без партньори) в диалогичен стил, да си задава въпроси и да си отговаря като че ли има събеседник, да контролира и оценява собствените си решения и позиции като че ли отстрани, в мислен диалог, да създава, да сътворява, да „ражда“ множество варианти за решение на даден проблем (а не да отхвърля още „в зародиш“ различни идеи, които „интуитивно“ му се струват нерационални), които след това толерантно проверява, преценява и избира най-добрия (най-ефективния, най-изгодния финансово, най-качествения и т. н.) от тези множество варианти.

Тези умения и тази нагласа очевидно не се формират успешно в стихийната житейска и професионална практика (или се формират бавно и трудно, ако ги оставим „на стихията“ и случайността), защото не ги наблюдаваме толкова често във всекидневното и в професионалното поведение дори и на опитни специалисти от най-различни професии.

На съвременния български специалист (от каквато и да е област, ранг и квалификация и опит) решително не му достига култура и нагласа за диалогично поведение и затова всяка стъпка в тази посока е нужна и полезна.

* * *

4. Заключение: Теоретико-приложна обосновка на програмата за изграждане на психологическа компетентност на предприемачите

Основният мотив и патос на настоящата работна програма за изграждане на психологическа компетентност на предприемачите произлиза от анализа на тяхната професионална дейност (върху литера-

турни източници) и от емпиричните данни от изследователски процедури, проведени с тях е следният. Всички данни, анализи и изводи от тях уверено ни водят към заключението, че в предприемаческата дейност водещи са: инициативността и свободата, прагматизмът и творческият (съзидателен) импулс, смелостта и стремежът към самоутвърждаване на личността. Тези качества не се създават и подкрепят чрез заучаване на умни и дълбоки теоретични идеи, пък било то и чрез прекрасни, дълбоки, умни и увлекателни лекции, а главно чрез самостоятелни и активни търсения на пътища и истини, чрез раждане на идеи и тяхната проверка, чрез дискусии и лична практика. Това са най-силните страни на професионалната общност на предприемачите, затова тъкмо те трябва да се подкрепят и развиват.

Литература

Адлер, А. (1995 а). Практика и теория на индивидуалната психология. Ч. 1. С., ИК „Алегро“ (I изд. 1920 г.).

Адлер, А. (1995 б). Човекознание. С., ИК „Здраве и щастие“ (I изд. 1927 г.).

Атватер, И. (1984). Я Вас слушаю. М., „Экономика“.

Андреева, Л. (1998). Социалното познание и междуличностното взаимодействие. С.

Василев, В. (2000). Психологически основи на управлението. Пловдив, „Сема“.

Василев, В. (2006). Рефлексията в познанието, самопознанието и практиката. Пловдив, „Макрос“.

Генова, Ж. (1998). Мотивация. Мотивационни механизми за управление на човешките ресурси. Пловдив.

Гериг, Р., Ф. Зимбардо (2004). Психология и жизнь. Москва-Санкт-Петербург, „Питер“.

Голман, Д. (2000). Емоционалната интелигентност. (Нова система за възпитание на чувствата). С., „Кибеа“.

Димитров, Пл. (2008). Организационна психодинамика (десет встъпителни лекции за студенти, мениджъри и консултанти). Благоевград, „Iranik-M“.

Енциклопедия по психология (1998). (Под ред. на Р. Корсини). С., НИ.

Иванов, И., П. Ганчев и др. (1999). Основи на мениджмънта. В. Търново, „Абагар“.

Иванов, Ст. (2012). Теория и практика на социално-психологическия тренинг на студенти. С., УИ „Св. Климент Охридски“.
Иванов, Ст. (2013). Теория и практика на психологическото консултиране в образованието. УИ „Св. Климент Охридски“.
Илиев, В. (2004). Риск и общуване. Плевен, „Леге Артис“.
Илиев, В. (2008). Социалното познание. Контури на рефлексията. Плевен, „Леге Артис“.
Илиева, Сн. (2009). Ценности и трудова мотивация. С., Ун. изд. „Св. Кл. Охридски“.
Кардашева, А. (2012). За емоционалната интелигентност и индивидуалните различия на българите. С., Изд. „Ковачев“.
Маккормак, М. (1990). Онова, което не се преподава дори в Харвард. С.
Маслоу, А. Г. (1999). Мотивация и личность. С.-Петербург, „Евразия“.
Минчев, Б. (2011). Обща психология, 3.изд. С., „Сиела“.
Никитин, Е. П., Н. Е. Харламенкова (2000). Феномен человеческого самоутверждения. М., „Алетейя“.
Паунов, М. (1998). Психология на управлението. С.
Пеев, Ил., М. Рогашка (2012). Психологическият тренинг във водния транспорт (Психологически практикум). Варна, СТЕНО.
Социо-културни детерминанти на българското предприемачество (автори: Ж. Генова и др.). Непубликуван ръкопис, 2013.
Стаматов, Р., Д. Левтерова (2002). Психология на бизнеса. Пловдив.
Стернберг, Р. (ред.) (2002). Практический интелект. С.-Петербург, „Питер“.
Стърнбърг, Р. (2012). Когнитивна психология. С., „Изток-Запад“.
Стойнешка, Р., Ил. Пеев (1996). Икономическа психология. Варна.
Стойнешка, Р. (2000). Психология на управлението. Варна.
Харламенкова, Н. Е. (2007; I изд. – 2004). Самоутверждение подростка. М., Изд-во ИП РАН.
Хекхаузен, Х. (1986). Мотивация и деятельность. Т. 1 и 2. М., „Педагогика“.
Янкулова, Й. (2012). Педагогическа психология. С., „Парадигма“.
Deci, E. L. (1975). Intrinsic Motivation. New York.
Sternberg, R. J. (1988). The Triarchic mind: A new theory of human intelligence. New York: Viking.

ПРОБЛЕМИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ – АКЦЕНТИ И ИЗВОДИ ОТ ЕМПИРИЧНОТО СОЦИОЛОГИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ

Димо Гецов,
социологическа агенция „Сова Харис“

(стенограма от научната конференция „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, 6 – 7 юни 2013 г., София)

Добър ден на всички!

Интересно беше изследването „Социокултурни детерминанти на българското предпримачеството“. Социологическото проучване, което направихме, темата която беше засегната беше най-добре според нас, да акцентираме на качествения метод на изследване. Тоест, да не търсим количествените данни, а да търсим точно качественя метод, за да може хората на прима виста да си кажат същинските проблеми. И всъщност, аз като модератор на фокус групите, които правихме, точно това ми направи впечатление, че в началото хората идваха скептично настроени. Впоследствие обаче си казаха абсолютно всички проблеми, с които се сблъскват в своя предприемачески опит. Споделяха много критики и препоръки с надеждата, че държавата ще чуе техните проблеми и ще може от тук насетне да се направи нещо в тяхна полза.

Като цяло социологическото проучване имаше за цел да установи, до каква степен предприемаческата активност и предприемаческия успех са зависими от социокултурни фактори като семейна среда, образование, опит и т.н. Ние проведохме шест групови дискусии или още казано фокус групи, с български граждани над 18 годишна възраст. Участниците във всяка една от груповите дискусии бяха предварително стратифицирани по следните признаци:

– Пол – съотношение мъже и жени приблизително 1: 1;
– Възраст – да бъдат пълнолетни над 18 години;
– Да имат отношение към темата. Тоест, лицата да се занимават със собствен бизнес или предприемаческа дейност.

Участниците във фокус групите трябваше да отговарят и на следните условия:

– Да не се познават по между си;
– Да нямат роднинска връзка по между си;
– Да не са участвали в провеждането на други фокус групи в последните шест месеца;
– Да не са служители на социологически или маркетингови агенции.

Това като елемент от методологията ги казвам тези неща.

Освен шестте фокус групи проведохме и 40 дълбочинни интервюта отново с български граждани пълнолетни над 18 годишна възраст. При тях по подобен начин съотношение мъже и жени приблизително 1:1. Пълнолетни граждани и да се занимават със собствен бизнес и предприемаческа дейност. Като се опитахме да представим предприемачеството. Да има представители на малкия бизнес, на средния бизнес. Някои от тях да прилагат или да се опитват да прилагат и иновативни техники в тяхната дейност.

Като цяло отчетохме, че темата събуди голям интерес сред преобладаващата част от респондентите. По-голямата част от изследваните лица бяха спонтанни в отговорите си. Дискутираха по темата без притеснение. Споделяха възгледите си. Даваха конкретни примери и отправяха критики.

В хода на изследването се откроиха различни мнения и впечатления относно условията, в които се развива предприемачеството в държавата. Очертава се рамката от предпоставки и необходими условия за осъществяване на успешна предприемаческа активност. Бяха посочени различни примери относно трудностите и спънките, с които се сблъсква български предприемач. В хода на изследването се откроиха следните акценти и изводи.

Предприемачеството е предизвикателство и възможност за лична изява. Тук дори цитирам някой респондент. „В България е много трудно да се развива бизнес. Осъществяването на предприемаческа дейност в България е съпътствана от множество трудности. Това са финансови проблеми административни спънки, нелоялна конкуренция, ниско квалифицирана работна ръка и т.н.

Добрият предприемач се изгражда в семейна среда, чрез добро професионално образование и натрупване на опит и професионална култура. Отчетохме, че са необходими редица лични качества за изграждането на предприемаческия дух. Тоест, твърдост, борбеност, находчивост, гъвкавост, организационни умения, комуникативност и т.н.

В български условия, подчертават участниците в изследването, сред ключовите качества, които трябва да притежава българския предприемач се посочва също така и умението, нюха да се рискува.

Предприемаческият дух, установихме в хода на изследванията, не зависи единствено от дарбата, таланта или семейната среда, а се определя и от характера, волята и личните качества. Според респондентите семейството е само основата, но истинският предприемачески дух се развива благодарение на труда и натрупването на опит.

И сега малко интересни фрагменти от самото изследване. Сред основните мотиви за начална предприемаческа дейност респондентите ни посочиха предишна работа в подобна сфера и заетост, самостоятелност и възможност да разчита на себе си. Възможност за по-добра печалба, свободно време, помощ за семейството, като хоби, съкращения, загуба на предишна работа, семейно наследство. Това са част от мотивите за започване на предприемачество.

Най-важните условия за успешно осъществяване на предприемаческа дейност според респондентите са били инициативност, мотивация, финансова стабилност и обезпеченост, начален тласък. Откриване на подходяща пазарна ниша, подкрепа от държавата, ясни правила и законност, информираност, професионализъм, коректност, отговорност, между фирмено сътрудничество.

И най-важното трудности пред предприемачеството. Това са:

– Липса на държавна политика стимулираща предприемачеството, държавна подкрепа;
– Ниска покупателна способност на българското население и липса на сигурен пазар;
– Нелоялна конкуренция, евтин внос, наличие на крупни предприятия на монополисти в различни бизнес сектори, които задушават предприемачеството в малкия и среден бизнес;
– Неспазване на законите;
– Недостиг на квалифицирана или компетентна работна ръка;
– Ножица от административни спънки – некомпетентност, мудно обслужване, тромави административни процедури и т.н.;
– Корупция, кредитиране, условия за отпускане на кредити, които да отговарят на нуждите на предприемачите.

Това са все неща, които самите респонденти са ги споделяли с нас в хода на изследването.

Споделените мнения относно ролята на личните качества и таланта за развитието на предприемачески дух бяха еднозначни.

Част от дискутантите се обединиха около възгледа, че добрия предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност. Други събеседници счетоха, че дарбата и таланта не са водещи, а от съществено значение за предприемаческия успех са работа, учене и труд.

Отново цитирам. Според тях, „Добрият предприемач израства с натрупване на опит".

Тук съм подготвил и малко цитати, ако искате да ви кажа от самите предприемачи. Само да споделя, предприемачите от които съм избрал цитатите, те са се занимавали в сферата на зелена енергия, селско стопанство, текстилно производство, шивашки услуги, фотооптични инсталации, търговия, магазин специализиран риболов. Имахме общинска фирма, Агенция за организиране на мероприятия, предприемачи в сферата на енергетиката, онлайн магазин за книги, малка фирма мебелно производство и много други.

И тук са цитатите. Респондентите си категорични, че държавата не стимулира българското предприемачество. Сред цитатите, които ми направиха впечатление и които съм избрал за вас, хората казват: „Повече внос, отколкото износ и затова няма как да се развива една икономика. Държавата не ни защитава като работодатели. Тя няма уважението към нас като хора, които създават работни места.

Споделено е също така, че има много бюрократщина. Цитирам дословно. Няма яснота по отношение на законодателството. В момента законодателството се променя така, че след шест месеца не знаеш какво ще последва. Отново цитат.

Отправени са критики към възможностите за достъп до процедурите за кандидатстване за субсидиране на бизнеса по европейските фондове. Отново цитирам. „Трудни процедури, много тежки. Аз съм минавал по една процедура тежка. Създават се едни коридорчета, едни вратички. Ако не си платиш на нашите консултанти, чао."

Критики са насочени към банките и техните непосилни, цитирам, условия, които поставят пред предприемачите. Банките не са диалогични.

Според част от респондентите браншовите обединения, асоциации и клъстери не оказват съществено влияние върху предприемаческата дейност. Други които са по-оптимистично настроени, спо-

делят възгледа, че браншовите организации биха били от голяма полза за тяхната предприемаческа дейност.

И още малко цитати. Сред основните причини, на които се дължи бавното и трудното уреждане на междуфирмените отношения, респондентите посочват – некоректни партньорства. Цитирам, „некоректна работа, ако щете просто некоректни хора като личности, защото в много от случаите се дължат пари, а в също се наблюдава нови придобивки на имущество, на коли и т.н.

Слаба активност, лоша съдебна система. За състоянието на вътрешния пазар е казано: „Пазарът ни е много свит.“ За финансовата криза също беше акцентирано. Някъде като не плати някой от там нататък по веригата то е верижна реакция.

Състоянието на икономиката като цяло. Буксуването на цялата икономика, забавянето на парите на държавата. Отново цитирам.

Може би за иновациите да кажа няколко думи. Това всъщност беше една от най-ключовите части в изследването. Иновациите и иновативните практики, които би трябвало да бъдат двигателя на предприемаческия дух.

Не малка част от респондентите се затрудняват да посочат, кои са най-важните предпоставки за ефективни иновации в техния бранш, в който се развиват. Посочени са примери.

В България е трудно все още. Може би обединяване на браншови организации. Това го казва предприемач в малка фирма шивашки услуги.

Личностните качества на предприемачите и помощ от държавата. Предприемач зелена енергия селско стопанство. За да бъдат ефективни иновациите в предприемаческата дейност, според респондентите е необходимо да има данъчни облекчения, защита на интелектуалната собственост.

Отчита се, че за въвеждането на иновации в предприемаческата дейност са необходими стабилни собствени средства от една страна и склонност да се предприема голям риск от друга. Част от респондентите посочват, че прилагат различни иновации в зависимост от естеството на своята предприемаческа дейност. Това са нова техника, организационни при фирми, чиято дейност е в сферата на услугите, продуктови и рекламни.

Респондентите посочват конкретни примери за иновативни практики в своята предприемаческа дейност. Отново цитирам едно

към едно. „Извършване на собствени проучвания и взаимстване предприемач зелена енергия.

В момента семинарите, които организираме са с мултимедия, с цялостно оборудване, осветление и качествено озвучаване. Така че от тази гледна точка се инвестира в нови технологии. Това го казва предприемач, агенция за организиране на мероприятия. Нови машини, нови технологии. Залагане на по-качествени материали. Разнообразие вече в самите модели. В момента работим относно онлайн търговията. Това също като развитие на фирмата.“ Това го казва предприемач в текстилно производство.

„Винаги се опитваме да бъдем по-различни като дизайн, като идеи, като варианти, като начин на реклама, като начин на представяне на нещата.“ Това го казва предприемач шивашки услуги.

И последно. „Използване на нови технологии в производството и в тестването. Използваме готово ноухау от други фирми, които са извън българския пазар.“ Предприемач фотоволтаични инсталации.

И отново основните пречки възпрепятстващи въвеждането на иновации в предприемаческия бизнес. Те са финансови, липса на квалифициран персонал, липса на държавна подкрепа, липса на закони, липса на ясно заявен бизнес приоритет и несигурност в условията на пазара.

Това е накратко извадих за вас като резюме от доклада, който бях изготвил.

Благодаря ви за вниманието.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКОТО СЪСЛОВИЕ В БЪЛГАРИЯ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА КРИЗИТЕ

Кръстю Петков

(коментар)

(стенограма от научната конференция „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, 6 – 7 юни 2013 г., София)

Уважаеми колеги,

Аз действително ще направя коментар, а не по-подробен анализ. Направих справка с разговора, който водих преди повече от две години. Виждам, че колегите от „Сова харис“ са се движили доста плътно по това, което препоръчаха някои от поканените тогава колеги специалисти в областта на предприемачеството, на частния бизнес и на иновативните методи.

Специално искам да кажа, че на мен ми допада избора да не правят едно широко количествено измерване на този феномен. Защото едва ли може да прибавят нещо ново от това което знаят. И Евростат и българската статистика вече улавя количествените граници, флуктуациите и тенденциите в развитието на българското предприемачество. Може да кажем няколко неща, които са важни.

Предприемачи в България от малък калибър са под 8 процента от хората, които се занимават с фамилен бизнес или самозаети. От останалите, които се наричат бизнесмени и претендират да получат почетното звание предприемачи, една голяма част едва ли могат да попаднат в тази категория. Сега тук вече навлизам малко в социологическите социално-културните и антропологическите измерения на нещата.

Например, тъй като преди две години говорихме, че едно от предусловията за това да си предприемач и то успешен предприемач е да рискуваш да имаш собствен или заемен капитал, но получен по прозрачен начин, спазвайки процедурите и заедно с това да си иновативен. Поне тези три неща трябва да са налице. Ако приложим втория критерий трябва да се запитаме, дали 90 процента от крупните бизнесмени в България, които управляват мегакорпорации

са предприемачи. Ако те са получили стартовия капитал по неизвестен начин, аз бих ги отписал веднага от категорията предприемач. Те стават нещо друго. Още повече, че в случая се появява една междинна инстанция, една междинна структура, за която ние знаем малко или почти нищо не знаем, кой действително взима стратегическите решения за инвестиране и т.н.

Сред останалите, тъй като според статистиката в България, само три процента от хората имат индустриална собственост, в която е инвестирано, която се ползва по-нататък като материални активи и влиза в икономическия оборот. От останалите според мен през тези две години е станала една промяна и трябва да си дадем отговор на следния въпрос. Хомогенна ли е, разпознаваема ли е като цяло общността на предприемачите? Това е заложено във формулировката на темата, която сте избрали.

Сега искам да коментирам, ползвайки вашите изследвания, разбира се, някои неща, които ми правят впечатление на базата и на мои изследвания в България и в региона около България. Говоря за Южна Европа по-специално.

Първо, предприемаческото съсловие, ако така може да го наречем, предприемаческия дух в условията на криза се преструктурира по друг начин. Не може да прилагаме стандартните критерии и методи за оценка. Част от предприемачите и то по-голямата част, бих ги нарекъл кризисни предприемачи. Те са предприемачи по принуда. И от тази гледна точка част от препоръките, които правите, особено в частта за критиките към държавата и към институциите като цяло, би трябвало да се видят отново. Защото едно е да имаш претенции към държавата, към европейски институции и т.н. в условия на икономически растеж, на икономически подем на една стабилна икономика. Друго е когато периодично през последните шест години това става два пъти. А сега навлизаме за трети път, се изпада в дълбока рецесия. Тогава кризисния предприемач става човек, който прилага кризисен мениджмънт. Той няма свободата и конкурентната среда да се прояви напълно. От тук вече се оформя и следващата група, която бих нарекъл условно предприемачи сървайвари. Сървайварите гледат да оцелеят за определен период, надявайки се, че макроикономическата ситуация ще се подобри, бизнес климата ще стане по-различен и т.н. Към тях отношението на държавата и институциите би трябвало да бъде по-различно. Не искам да навлизам в

подробности. Напоследък се коментират най-различни идеи, в това число и от новото правителство и от новия премиер.

След това идва още една група хора, които криминализираха своя бизнес. Не защото са лоши, не защото, ако се позовем на Вебер, не са засмукали още в началото онези религиозни и социални ценности, които трябват, за да бъдеш добър предприемач, а защото такава е средата, в която те работят.

Криминалният сектор в неформалната икономика ги е вързал и непрекъснато им изпраща импулси, които ги вкарват в кириминалното трасе, а не в друго. От тази гледна точка, ако примерно се направят още фокус групи от „Сова Харис“, аз бих препоръчал да се навлезе, независимо че тук ще има известна съпротива и откази, но има достатъчно хора, които биха говорили свободно как точно се формира, структурира този сегмент от предприемаческото съсловие.

И накрая да ги наречем предприемачи номади, мобилни предприемачи, мобилни инвеститори. Не знам дали прави впечатление, тук особено колегите от икономическите изследователски звена ще се съгласят. Това са хора, които замразяват своята дейност в България. Изнасят капиталите, но не ги замразяват, а ги инвестират другаде. Там където има или по-добра бизнес среда или където сравнителните, конкурентните предимства им позволяват да правят по-добър бизнес. Сега ще дам два, три примера. Защо една група пловдивски предприемачи инвестират в Босна и Херцеговина, а не в Пловдив, в Южния централен район? Или защо напоследък все повече българи инвестират в Китай. Не просто продават, а отиват и си пренасят бизнеса в Китай, Хонконг и Виетнам. Аз зная, че отговора принципно ни е ясен на нас, но върху това явление трябва да се замисли държавата. Аз съм съгласен, не бива да дава наготово поръчки, бизнес и т.н. Но все пак тя трябва да анализира нещата и да реагира.

И накрая, с оглед на приключването на проекта, бих казал, че на базата на тези интересни изследвания, разговори които са станали, критики и т.н., може да се опита да се нарисува, да оформи профила на българския предприемач в настоящия момент, колкото и рискована да е тази работа и дори и да създаде условия за критики. Имам предвид профила, който съдържа критерии като възраст, съсловие, бранш, произход, терен, арена на действие – местно или транснационално или трансгранично. Тъй като в няколко зони на България се оформиха такива реалии, където се прави смесен бизнес и т.н.

Това е и според мен ролята на проекта, в крайна сметка проект, който е за фонд „Научни изследвания“, а не за някъде другаде, малко да коригираме учебникарските си представи за това що е предприемач и как той действа днес в условията на вече функциониращa, макар и кризисна пазарна икономика, в условията на България и Югоизточна Европа. Иначе част от нашите представи, като ги вземем в теоретичен план, те просто не работят днес. Друга е ситуацията. И това ще бъде, според мен най-силния принос на авторския колектив, на който пожелавам успех.

Благодаря.

ЗА СЪВРЕМЕННИЯ ПРОФИЛ НА БЪЛГАРСКИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ

Митко Димитров

(коментар)

(стенограма от научната конференция „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“, 6 – 7 юни 2013 г., София)

Първо, по отношение на самото изследване, аз също намирам за добра идеята да се прави качествено изследване, защото то дава възможност да се видят наистина характеристиките и начина по който стават промените. Тоест, да се търси генезиса, да се търсят неща, които иначе при количествените и представителни социологически изследвания или емпирични изследвания, не може да се постигне такъв резултат. В случая, обаче според мен е можело да се направи нещо малко повече и при задаването на въпросите и мисля че и сега, при обработката също може да се направи опит да се постигне това. По някакъв начин отговорите да се подредят по важност.

В момента излиза така, като характеристика на предприемачите или като причина за нещо или като мотиви, излизат 10, 15, 20, 30 отговора, които са подредени един до друг. При всички случаи между тях има някои, които са по-важни. Може да има един най-важен ли няколко десет или пет, които са по-важни, които по мнението на самите участници са били по-важни. И това е важно да се знае именно, за да може да определим тежестта на причините, на мотивите или да характеризираме по-точно явленията.

Това е важно наистина и аз ще започна с това. Има материал, за да се напише, за да се направи профила на предприемача. След това има изследвания, които примерно преди десет години или преди повече години са правени, също биха могли да се намерят и да се сравнят с подобни изследвания, за да се види развитието как е. Има ли промени? И аз ще споделя тук хипотезата, която според мен може да се провери.

Колкото повече минава времето, като че ли толкова се нормализира профила на предприемача в сравнение с този, който знаем от

учебниците или който знаем от страните с нормална пазарна икономика, не от преходна икономика. Само че щях да бъда сигурен в това, което твърдя, ако не беше кризата. Кризата също внася промени и връща част от характеристиките, които бяха характерни за началните периоди на възникване на предприемачеството свързани с прехода и които отразяват в крайна сметка дефектите и недостатъците на прехода.

Да кажем тази характеристика предприемачи по принуда. Това са хора, които започват собствен бизнес, но водени не от желанието да бъдат самостоятелни, от желанието да покажат на останалите, че могат да направят нещо, да нямат господари и сами да си управляват живота и т.н.

В началото на прехода, а и сега по времето на кризата изведнъж се увеличава процента на хората, които са принудени, те трябва да преживеят, трябва да намерят да се занимават с нещо, което да им осигури бизнес, защото другите възможности са намалели драстично и са по-трудни.

Тук имаше въпрос, свързан с предишна работа. В началото на прехода също имаше много такива отговори, които казват предишна работа, държавно предприятие или предишна работа, голямо предприятие. Тоест, хора които са били уволнени, съкратени, принудени да останат без работа и затова търсят възможност чрез собствен бизнес да си помогнат. Кризата също води до увеличаване на такъв род хора, които са имали предишна работа и които след това са били съкратени.

В чистия вид разграничаваме обикновено или най-често хора, които от самото начало имат идея, която искат да реализират. И хора, които са работили някъде, станали са специалисти в областта, видели са възможности за усъвършенстване, подобряване на нещо и излизат от предприятието сами и започват нов бизнес, в който прилагат това, което са научили.

Третата група и по-голямата ѝ тежест при сегашните условия подобно на това, което беше в началото на прехода си имат своето обяснение, именно със състоянието на икономиката в България.

По отношение също да кажем на образованието. Тук виждаме, че за разлика от общоприетото разбиране на хората, които са извън бизнеса, че не е необходимо да имаш много високо образование. Сам можеш да се справиш лесно с нещата. Виждам, че и сред тях, а

и такава е и общата характеристика и на предприемачите по света, наистина се отдава дължимото на образованието, разбирайки, че бизнеса в съвременния свят трудно може да се прави, разчитайки само на интуитивно разбиране на отношението между хората или на това, какво трябва да правиш, за да спечелиш малко пари и т.н. Искат се специални познания в много области и това е много важно за успеха на съвременния предприемач. Това се разбира както се вижда от анкетата.

Така че, когато говорим за профила на предприемачите, съмнявам се, че ще остане една част от профила недовършен, защото там могат да се намери информация само чрез едно представително емпирично изследване. Да кажем колко процента са с какво образование, колко процента са с какъв стаж. Тоест от този род неща, количествени тук трудно могат да се намерят точни сведения. Всички останали характеристики, в това число и мотивацията, в това число и целите, начините по които постигат целите си, мисля че за тези качествените страни на профила, нещата могат да се намерят и наистина е хубаво изследването да завърши с такъв профил. Сравнявайки с предишни изследвания мисля, че резултата би се подобрил.

В много случаи в желанието си, за да няма повторение, се използват различни думички за едно и също – предприемачи и бизнесмени, мислейки, че са синоними. В случая не са синоними. Общо взето смятаме, че предприемачите са хората, които се занимават със собствен бизнес. Бизнес, който те обхващат, ръководят на който те са в центъра. Много по-малко може да се срещнат подобни характеристики в една голяма компания. Много малко са и много по-трудно в голямата компания може да има такива характеристики на промяна, на търсене на новото. Заради размерите там нещата са много по-трудни, много по-инертни и взаимоотношенията по скоро приличат на администриране, отколкото на администрация, отколкото на тези конкретно обусловени, центрирани около фигурата на предприемача взаимоотношения, които са в едно малко предприятие.

Така че тази разлика би трябвало да се знае и да се работи и да се популяризира, за да не се правят грешки, за да се знае точно предмета на дейност.

Предприемачите и спазването на законите. Сега общо взето възприема се като нормално, ако предприемача се движи на ръба на законите. Има едно интересно сравнение, че предприемачите казват

за себе си. “Ако видя, че светофара е червен и наоколо няма полиция или няма други коли, ще мина. Няма да чакам пет минути да светне зелено.”

Тоест, не робуване непременно на това, което е прието, на правилата, а в същото време и носене на отговорност за действията си, не безпринципно и не безотговорно. Така че в този смисъл има много случаи, когато хора, същински предприемачи се държат на ръба на закона. Но това не значи да причислим хората, които откровено нарушават закона и хората, които са свикнали да печелят пари чрез нарушение на закона, а не чрез добър продукт, добра услуга и конкурентоспособност и т.н., да ги сложим към предприемачите. Тоест, тук много ясно трябва да се прави разлика между двете категории и заради тази склонност да се движиш по ръба, но в същото време да понасяш отговорност, не бива да се смесва с другата група, която мисля, че е добре представена в българския бизнес.

Също един друг проблем, който мисля, че е дискутиран от участниците в дискусиите. Какво означава иновация и доколко са склонни предприемачите към иновации. Като че ли повече дискусии отиват към технологичните иновации. Прилагането на нещо, което да промени продукта, да промени технологията. Докато по определение самото създаване на ново предприятие. Да видиш нишата, да я намериш, това също е иновация. Ако направиш една сергия, смятайки, че ще има хора, които ще купят това, което им предлагаш, да подбереш мястото и в същото време да поемеш риска, разбира се, да го направиш. Това също е предприемачество. Тоест, в дискусиите като че ли акцента е паднал повече върху тази с по-високо равнище технологична и продуктова иновация. И затова критиките и недоволството и претенциите отиват повече към държавата, защото има трудности именно по отношение на подкрепата, там където се очаква, че би трябвало да има подкрепа, а участниците не я намират.

От тук вече за взаимоотношението между среда и личност. Според мен, в профила нещата се нормализират. Това с което започнах с тези изключения. Защото за изключенията винаги може да намерим обяснение в спецификата на сегашните условия, да кажем влиянието на кризата или нещо друго.

И това което пречи за развитието на бизнеса на тези хора фактически основната пречка идва от външната среда. И в тази външна среда основните претенции справедливост и към ролята на държа-

вата. Защото даже и в случаите, когато казват: „Хората не са лоялни. Сключваш договор, а той не го изпълнява.“ Пак ролята на държавата е важна, защото ако институциите работеха добре, ако полицията работеше добре, ако съдилищата работеха добре и тези случаи, след това лесно намираха решение в съда и този, който е нарушил договора да бъде наказан бързо и ефективно, много по-малко щяха да бъдат тези случаи. Тоест, причините пак не са толкова в самата характеристика на хората, а по скоро в средата, в която полесно тези отрицателни черти, които много хора имаме, всички имаме, могат да се проявяват по-лесно.

Така че ако търсим връзката именно между профила на предприемача и характеристиката на предприемача и средата, мисля че това са основните неща, които могат да се кажат. Като че ли има една тенденция към нормализация по отношение на характеристиките и на профила и големи основания за претенции към средата и то тази, която зависи от правителството и от политиката на държавата.

Това е което бих могъл да споделя.

ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ЕМПИРИЧНОТО СОЦИОЛОГИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ

Интерпретационна рамка (понятийни и емпирични индикатори)

ЦЕЛЕВА ГРУПА

Понятийни и емпирични индикатори:

Предприемач – човек, който:

- Организира собствен бизнес.
- Организира собствен **нов** бизнес.
- Работи със собствен (или) зает капитал.
- Се занимава с нововъведения в бизнеса си.
- Не се плаши, а търси и **поема риск**.
- **Носи отговорност** за собствения си бизнес.
- **Поема стопански риск** и осъществява **инициативи** в своята организация.
- Търси и намира възможности за нови **бизнес начинания**.
- Не е непременно мениджър (или мениджърите на фирмите не винаги са предприемачи).

Предприемачество – общност, дейност, принадлежност?

- Общност (съсловие), заето с производствено-икономическа дейност.
- Заети с производствено-икономическа дейност, които работят със собствен (зает) капитал (взет при ясни условия и прозрачни правила).
- Общност от хора (или дейност на хора), свързана със започване или подкрепяне на нов бизнес.
- Дейност по стартиране на нов бизнес.
- Принадлежност към групата (общността) и съпричастност към дейността на предприемачите.

Организации на предприемачите:

- Сдружения.
- Камара.
- Асоциации.

СОЦИОКУЛТУРНИ ФАКТОРИ

Семейна среда:
- Образование на родителите.
- Професия (бизнес) на родителите.
- Родова и семейна бизнес традиция.
- Семейство.
- Образование и професия на съпруга(та).
- Образование и професия на децата.
- Семеен бит – местоживеене, семейна собственост.

Образование, професия:
- Придобити образователно-квалификационни степени;
- Години, в които са придобити съответните образователно-квалификационни степени.
- Образователни институции, в които са придобити образователно-квалификационните степени.
- Професия и квалификация.
- Специфични умения и опит.

Етнокултурна и религиозна среда:
- Етническа принадлежност.
- Религиозна идентичност.
- Ценности.

Научно-изследователски опит:
- Научна степен.
- Рационализации и изобретения.
- Регистрирани патенти.

Бизнес практика:
- Класическо индустриално предприемачество (производство на нов продукт, продукт за нови пазари).
- Социално предприемачество) в образование, в здравеопазване, социални услуги).
- Предприемачество в нови знания, нова техника и нови технологии, нови системи за организация и управление.

- „Зелено предприемачество“ (бизнес практики за устойчиво развитие).
- Бизнес-иновации и иновационни практики:
  – продуктови;
  – технико-технологични;
  – интелектуални;
  – организационни;
  – социални.
  – използване на готово ноу-хау;
  – използване на подражателен (имитационен) иновационен процес и иновационни решения, заимствани от друго предприятие;
  – развиване на изцяло нов продукт или процес.

Политика и управление:

- Политическа ориентация в семейната среда.
- Политическа принадлежност.
- Подкрепа за политически проект (десен, дясно - центристки, центристки, ляво – центристки, ляв).
- Политическо участие (активност).
- Законова (правна) рамка (стимулираща или задържаща) предприемаческата инициатива и активност.

  отношение към съвременната юридическа основа за предприемаческа дейност;

  отношение към събирането на дължимите между фирмите задължения;

  отношение към арбитражното производство;

  отношение към правната рамка за насърчаване на чуждестранните инвестиции;

  отношение към законите и практиките за кредитиране на предприемачеството, за данъците и данъчните политики, ролята на държавата, правото на Европейския съюз.
- Администрацията и влиянието й върху предприемаческата инициатива – централна, местна, митническа, данъчна.

Предприемачески труд:

- Възможности и условия за стартиране на нов бизнес.

- Отношение към предприемаческия риск.
- Капиталови пазари и условия за изгоден кредит.
- Качество на труда и качество на професионалната подготовка на сътрудниците.
- Образователно-квалификационни предимства и образователно-квалификационни дефицити.
- Мотиви за стартиране на собствен бизнес.
- Предприемачески риск.
- Обществено мнение и обществена подкрепа за предприемачите.

Предприемачески успех (фактори за предприемачески успех):

- Семеен произход, семейна среда, фамилна бизнес традиция.
- Равнище и качество на образованието.
- Подходяща професия.
- Етнокултура и религиозни ценности.
- Подходящ приятелски кръг.
- Политическа протекция.
- Адекватна правна среда за финансова подкрепа, данъчни преференции, публично-частно партньорство и др.
- Достъп до информация, висококачествени професионални консултации и услуги, до квалифициран персонал.
- Достъп до средства от европейски програми и фондове.

Самооценка на предприемача:

- Бизнес (какъв).
- С какъв капитал (собствен,зает).
- Нов бизнес – в каква сфера – индустрия, социална, образование, здравеопазване и др.
- Резултати.

СЦЕНАРИЙ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ГРУПОВИ ДИСКУСИИ (ФОКУС-ГРУПИ)

- Кратко представяне – това изследване се провежда от СОВА ХАРИС агенция за социални, политически, маркетингови проучвания;
- Представяне на темата на събеседването: „Социокултурни детерминанти на българското предприемачество“;
- Уточняваме, че ще бъде извършен аудио запис, който ще бъде ползван единствено с цел изготвяне на аналитичен доклад, **а анонимността на участниците във фокус групата гарантирана;**
- Уточняваме, че интервюто е част от научно изследване, чиято цел е да установи до каква степен предприемаческата активност, предприемаческият успех са зависими от социокултурни фактори, като семейна среда, образование, религиозна принадлежност, опит и др.
- Моля, говорете един по един, изслушвайте се. Всеки ще има възможност да изкаже своето становище и мнение, без да има нужда да прекъсва друг събеседник;
- Моля, преди да започнем, попълнете този кратък въпросник, съдържащ въпроси за Вашето образование, професия, семеен статус, опит и пр.

I. Предприемачът за бизнеса си

1. Какъв е предприемачът и какви качества трябва да притежава той, според Вас?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следният въпрос:

„Според вас, предприемач е?“

– Човек, който организира собствен бизнес;

– Човек, който организира собствен нов бизнес;

– Човек, който работи със собствен (или зает) капитал;

– Човек, който поема риск и носи отговорност за предприемаческата си активност.

2. Опишете с няколко думи Вашия бизнес

……..

3. Към коя от следните категории бихте отнесли Вашия бизнес?

1. Класическо – индустриално предприемачество (производство на нов продукт и на нови пазари);
2. Социално предприемачество (в образование, в здравеопазване);
3. Предприемачество в нови знания, техника и нови технологии, нови системи за организация на производство, труд и управление;
4 Зелено предприемачество;
5. Не е в нито една от посочените предприемачески тенденции.

4. Защо решихте да започнете този бизнес? / Защо решихте да започнете собствен частен бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Защо решихте да започнете собствен частен бизнес?“

– Желание да продължи семейна традиция;
– Необходимост да се реализира минал натрупан опит в бизнеса;
– Потребност от свободна икономическа активност и независимост;
– Желание да печеля повече;
– Предизвикателство за професионален и икономически просперитет;
– Възможността за лична и професионална изява;
– Осигуряване на лична заетост и заетост на семейството;
– Предизвикателни възможности да се заемат пазарни ниши.

5. Каква е Вашата оценка за Българската юридическа основа (правна рамка) по отношение на предприемачеството? / Според Вас, Българската юридическа основа (правна рамка) благоприятства / стимулира ли развитието на предприемачеството?

6. Според Вас, съществуващата в момента законова основа (Закон за насърчаване на чуждестранните инвестиции) благоприятства / стимулира ли привличането на чуждестранни инвестиции за развитие на икономиката и предприемачеството?

7. Според Вас, каква трябва да е държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори?

8. *Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:*

„Според Вас, каква трябва да е държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори ?“

– *Трябва да има равнопоставеност;*
– *При равни други условия, да има превес на българските инвеститори;*
– *При равни други условия, да има превес на чуждестранните инвеститори.*

9. Според Вас, какви са причините за бавното и трудно уреждане на междуфирмените задължения?

10. Съгласен / съгласна ли сте с посочените твърдения:

1. Законите в България стимулират (благоприятстват) предприемачеството – Да/Не
2. Данъчните закони стимулират развитието на българското предприемачество – Да/Не
3. Условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на предприемачите – Да/Не
4. Правото на Европейския съюз стимулира българския предприемач – Да/Не
5. Държавата трябва напълно да се оттегли от предприемачески функции – Да/Не

II. Предприемачът за предприемаческия труд, предприемачеството и предприемаческия успех

11. Според Вас, какво изисква и предполага трудът на предприемача?

12. Според Вас, кои са най-важните предпоставки за осъществяване на предприемаческа инициатива (предприемаческа дейност)?

13. Според Вас, какви са най-важните условия за осъществяване на предприемаческа инициатива / дейност?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Според Вас, какви са най-важните условия за осъществяване на предприемаческа инициатива/дейност?“

– Наличие на собствен капитал;
– Възможност за вземане на кредит;
– Възможност за финансиране от еврофондовете;
– Сигурни пазари за реализация на продукцията;
– Ниски данъци;
– Ниски разходи за труд;
– Работеща и некорумпирана администрация;
– Принадлежност към влиятелен приятелски кръг;
– Връзки с влиятелна политическа сила.

14. Според Вас, кои са най-големите трудности пред Българския предприемач?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Според Вас, кои са най-големите трудности пред Българския предприемач?“

– Липсата на традиции в предприемаческата дейност;
– Неясни правила за бизнес и неадекватна законова уредба;
– Липса на добре подготвени и опитни работници, специалисти и мениджъри;
– Липса на преференции и стимули(данъчни преференции, стимули публично-частно партньорство и др.);
– Политически натиск върху бизнеса;
– Неработеща и корумпирана администрация и лошо качество на обслужването (административни затруднения и усложнения).

15. Съгласен / съгласна ли сте със следните твърдения:

1. Добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност – Да/Не
2. Добрият предприемач се изгражда в семейна среда и предприемаческа традиция – Да/Не

3. Добрият предприемач се изгражда насочено чрез добро и професионално образование – Да/Не
4. Добрият предприемач израства с натрупване на опит и професионална култура – Да/Не

16. Според Вас, кои фактори са от най-съществено значение за предприемаческия успех?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Според Вас, кои фактори са от най-съществено значение за предприемаческият успех“

– Семеен произход, семейна среда, фамилна бизнес традиция;
– Равнище на образование (образователно-квалификационна степен);
– Подходяща за предприемаческа дейност професия;
– Специализирана образователна подготовка по предприемачество;
– Иновационна култура и поведение;
– Етнокултура с традиции в бизнеса и предприемачеството;
– Лични качества (предприемчивост, инициативност, способност за поемане на риск и отговорност);
– Подходящ (правилен) приятелски кръг;
– Политическа протекция.

17. Какви иновации прилагате в бизнеса си?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Какви иновации прилагате в бизнеса си?“:

- Технико – технологични;
- Продуктови;
*- Разработване на нови пазар*и;
- Организационни.

18. Какви иновативни практики прилагате в бизнеса си?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Какви иновативни практики прилагате в бизнеса си?“

– Използване на готово ноу-хау;

– Адаптиране (доразвиване) на готово ноу-хау;
– Взаимстване на опит от други сродни фирми;
– Извършване на собствени проучвания, разработки и внедряване.

19. Според Вас, кои са най-важните предпоставки, за ефективни иновации във Вашия бизнес?

20. Според Вас, кои действия са най-важни, за да са ефективни иновациите във Вашия бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, изредете следните възможни отговори:

– Трансфер на технологии;
– Използване на финансови инструменти от европейски фондове;
– Взаимодействие с висши училища и научни институти;
– Собствени инвестиции в нововъведения;
– Участие в сдружения и браншови обединения;
– Участие в клъстери;
– Данъчни облекчения;
– Защита на интелектуалната собственост;
– Изграждане на иновационна култура чрез образование и квалификация.

21. С кое от следните твърдения сте съгласен / съгласна;

1. Преките чуждестранни инвестиции демотивират предприемачите да отделят средства за развитие на иновации – Да/Не
2 Висшите училища и научните организации създават качествен научно – приложен продукт, който може да се използва за фирмени иновации – Да/Не
3. Иновации са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност – Да/Не
4. Действащата законова рамка не стимулира иновациите – Да/Не

22. Какви са основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации във фирмата Ви?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„Какви са основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации във фирмата Ви?“

– Липса на висококвалифициран персонал (проблем в образованието);

– Липса на държавна подкрепа (закони, проекти);

– Липса на ясно заявени национални бизнес приоритети;

– Неплатежоспособни потребители (на продукта ни);

– Рестриктивна кредитна политика;

– Корупционните практики;

– Икономическата криза.

23. Смятате ли, че членството в организация на предприемачите помага / би помогнало за развитието на Вашия бизнес?

24. По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентите се затрудняват да отговорят, задайте следния въпрос:

„По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?“

– Помага за развитието и въвеждането на иновации в бизнеса Ви;

– Помага за формирането на иновативна култура;

– Помага за решаването на проблеми в бизнеса Ви.

25. Каква е Вашата оценка за държавната политика и законовата рамка по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса?

26. Каква е Вашата оценка по отношение на кредитната политика на банките и възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит?

27. Каква е Вашата оценка по отношение достъпа до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програмите на еврофондовете?

Благодаря Ви!

РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ГРУПОВИ ДИСКУСИИ (ФОКУС ГРУПИ)

ФОКУС ГРУПА 1
МОДЕРАТОРСКИ ОТЧЕТ

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 30 август 2012 г., от 18:30 ч. в град София.

Участниците в групата са български предприемачи.

Участниците в групата са пълнолетни български граждани. В дискусията взеха участие 9 души (3 мъже и 6 жени):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Мъж	53 г.	Висше	Имоти / Строителство
2	Жена	49 г.	Висше икономическо	Услуги
3	Жена	36 г.	Висше	Електро-инженер
4	Мъж	59 г.	Средно	Реклама
5	Жена	39 г.	Висше	Търговия
6	Жена	58 г.	Висше	Икономика / Строителство
7	Жена	60 г.	Висше икономическо	Търговия
8	Жена	57 г.	Средно специално	Търговия
9	Мъж	57 г.	Средно	Радио-електроника / Услуги

2. Методически бележки

Групата е добре балансирана по признаците пол и възраст. Участниците в беседата се държат свободно. Те се смеят, спонтанни са, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 90 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който притежава пари, идеи, комбинативност.

- Дискутантите споделят, че условията за българските предприемачи са трудни.
- Според участниците в дискусията, държавата не подпомага българските предприемачи.
- Дискутантите смятат, че големите предприятия и компании смазват дребните и средни предприемачи.
- Споделено е мнението, че дребните и средни български предприемачи оцеляват изключително трудно в съвременните условия.
- Според участващите в дискусията, държавата по никакъв начин не стимулира дребните и средни предприемачи.
- Участниците в дискусията оценяват с ирония законовата рамка по отношение на предприемачеството и не смятат, че тя стимулира българските предприемачи.
- Дискутантите споделят за трудности, които срещат при работата си с институциите.
- Според участниците в дискусията, изключително сериозен проблем за българските предприемачи е наличието на междуфирмените задължения.
- Друг много сериозен проблем, пред който се изправени българските предприемачи, е трудното обслужване в държавната администрация, корупцията и бюрокрацията в държавните институции.
- Участващите в дискусията не са съвсем запознати със съществуващата в момента законова основа по отношение на чуждестранни инвестиции, поради което не могат да ѝ дадат цялостна оценка.
- Дискутиращите са на мнение, че трябва да има протекция в някаква степен за българските предприемачи, при равни други условия между тях и чуждестранните такива.
- Според тях, в момента чуждестранните инвеститори са поставени от държавата в по-изгодна позиция, което убива българските инвеститори. Дискутантите дори посочват някои от предимствата, от които се ползват чуждестранните инвеститори, като данъчни облекчения и пр.
- Участващите в дискусията не са съгласни с твърдението, че законите в България стимулират предприемачеството.

- Дискутиращите изразяват категорично несъгласие с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи.
- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не смятат, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.
- Според участниците в дискусията, държавата трябва да се оттегли напълно от предприемачески функции и трябва да изпълнява единствено ролята на регулатор.
- Според участниците в дискусията, държавата трябва да подкрепя българските предприемачи в трудни моменти.
- Дискутантите споделят, че в България няма традиции в културата на предприемачеството.
- Според участниците в дискусията, трудът на предприемача изисква той да умее всичко, да е организиран, да притежава концепция, гъвкавост, да е контактен, да познава законите и пр.
- Според дискутантите, най-важното условие за осъществяване на предприемаческа инициатива е наличието на ясни правила и закони, прилагани еднакво към всички.
- Участниците споделят мнението, че средствата от еврофондовете не са достъпни за дребните и средни предприемачи в България. Като причини за това те изтъкват корупцията в администрацията, многобройните и непосилни изисквания за кандидатстване, както и скъпите консултантски услуги.
- Според участниците в дискусията, единствено в селското стопанство средните и дребни предприемачи имат достъп до средствата от еврофондовете.
- Дискутиращите посочват като съществен проблем, пред който са изправени българските предприемачи, изключително тежките и сложни процедури при разрешителните режими за осъществяване на някаква предприемаческа дейност.
- Участващите в дискусията споделят, че трябва да има глътка въздух за българските предприемачи.
- Според тях, трябва да бъде облекчена процедурата за отпускане на кредит на българските предприемачи.

- Повечето от участниците в дискусията споделят, че са започнали частен бизнес тъй като са изгубили работата си, както и за да осигурят работни места за своите близки.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че това не е задължително.
- Според събеседниците, не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез добро и професионално образование, но отбелязват, че това не е задължително условие.
- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Според участниците в дискусията, най-важните условия за предприемачески успех са комплексни – наличието на капитали, желанието за работа, наличието на нюх за намиране на капитали, както и културата на предприемачески дух.
- Участниците споделят, че въвеждането на иновации повишава конкурентоспособността на предприятието или компанията.
- Те споделят, че биха въвели в своите фирми иновации, които са достъпни, евтини, ефективни и биха повиши тяхната конкурентоспособност.
- Участниците в дускусията споделят, че данъчните облекчения биха стимулирали въвеждането на иновации от българските предприемачи.
- Според тях, иновациите са ефективни, когато има търсене на пазара.
- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дискусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някои от дискутантите не са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност и това ограничава предп-

риемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.

- Участващите в дискусията са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иновациите.
- Повечето участници в дискусията са на мнение, че членството в бизнес организации и браншови сдружения е полезно за бизнеса.
- Според тях, членството в такива организации създава контакти, спомага за организирането на хората в определен бранш, за защита на общите интереси и пр.
- Участващите в дискусията оценяват изключително негативно държавната политика и законовата рамка по отношение на възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит.
- Дискутантите поставят крайно негативни оценки и на кредитната политика на банките и възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит.

ФОКУС ГРУПА №2

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 31 август 2012 г., от 18:30 ч. в град София. Участниците в групата са пълнолетни български граждани – предприемачи. В дискусията взеха участие 6 души (2 мъже и 4 жени):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Мъж	28 г.	Висше икономическо	Маркетинг
2	Жена	41 г.	Висше икономическо	Строителство; Агро-сектор
3	Жена	40 г.	Висше	Ветеринарен лекар; Управител и съсобственик на кабинет
4	Мъж	31 г.	Висше	Ветеринарен лекар; Собственик на зоо-магазин
5	Жена	64 г.	Полувисше	Учител; Собствен бизнес
6	Жена	61 г.	Висше	Учител; Собствен бизнес

2. Методически бележки

Участниците в беседата се държат свободно. Те са спонтанни, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички дискутанти изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 90 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който е: запознат с действащото законодателство, комуникативен, предприемчив, инициативен, има ясна идея, човек, който развива свой собствен бизнес.
- Според участниците в дискусията, образованието не прави предприемача.
- Дискутиращите споделят също така, че предприемачът трябва да притежава стоицизъм, толерантност и търпение и да умее да подбере правилните хора, с които да работи.
- Участниците в дискусията посочват като най-големи трудности, пред които се изправя българският предприемач, следните неща:

законовата рамка, отношението на държавата към малкия и среден бизнес, който трябва да бъде подпомаган поне в началото.

- Според дискутиращите, законовата рамка не трябва да бъде променяна постоянно.
- Участниците в дискусията определят обслужването в държавната администрация като „ходене по мъките“ и са на мнение, че работещите в тези институции са некомпетентни.
- Според дискутантите, действащата в момента законова основа не стимулира привличането на чуждестранни инвестиции, с изключение на данъчната ставка, която е благоприятна за потенциални инвеститори.
- Участниците в дискусията смятат, че причините за липсата на голям брой чуждестранни инвеститори в България са: лошият инвестиционен климат, корупцията, административните пречки, липсата на сигурност и контрол.
- Според участниците в дискусията, държавата трябва да дава превес на българските инвеститори, особено в някои сектори.
- Държавата не полага особени усилия, за да помага на българските предприемачи. „По-скоро е пасивна.“ – отбелязват дискутантите.
- Според тях, условията за ползване на кредит от банка са нечестни и заробващи.
- Участващите в дискусията не са съгласни с твърдението, че законите в България стимулират предприемачеството.
- Дискутиращите са съгласни с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи, но изтъкват, че това не е достатъчно, за да стимулира развитието на предприемачите.
- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не смятат, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.
- Според участниците в дискусията, държавата не трябва да се оттегля напълно от предприемачески функции.
- Според дискутиращите, процедурите за кандидатстване по европейски проекти са изключително тромави, сериозен проб-

лем също са и неясните критерии за оценяване на проектите, корупцията сред т. нар. „Оценители на проекти“.

- Участващите в дискусията споделят, че прилагат иновации в бизнеса си. Като конкретни иновации, които те прилагат, дискутиращите посочват: промоции, разширяване на продуктовия асортимент, въвеждане на нови продукти, модернизиране начина на производство, повишаване качеството на продуктите и др.
- Като сериозен проблем пред българските предприемачи дискутиращите посочват наличието на нелоялна конкуренция.
- Някой от дискутантите споделят, че членуват в браншови организации, но това не носи някаква съществена полза за бизнеса им.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че това не е достатъчно.
- Според събеседниците, не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция, но средата има значение.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез добро и професионално образование, но отбелязват, че това не е задължително условие.
- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Дискутантите смятат, че факторите, които са от най-голямо значение за предприемаческия успех, са: мотивацията, подходът, пазарната ниша, информацията, капиталите и пр.
- Участниците в дискусията споделят, че е изключително трудно да се развива бизнес в България.
- Събеседниците изтъкват, че в България има много голям недостиг на квалифицирана работна ръка. „За което вина има и образованието“ – посочват те.
- Участниците в дискусията споделят, че българите не се доверяват на качеството на българските стоки.
- Събеседниците смятат, че трябва да се облекчат процедурите за вземане на кредит с оглед развитието на средния и дребен бизнес.

- Участниците изтъкват необходимостта от поддържане на връзка между висшите училища и бизнеса, както и на възможностите за развиване на иновации в университетите и научните институти, които биха могли да се използват от бизнеса.
- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дискусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някой от дискутантите не са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.
- Участващите в дискусията са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иновациите.
- Дискутантите споделят, че основните пречки, възпрепятстващи ги да въвеждат иновации в тяхната фирма, са: рестриктивната кредитна политика, корупционните практики и икономическата криза.
- Участващите в дискусията не смятат, че държавната политика и законова рамка може да окаже съществено влияние върху условията за ползване на кредит и финансиране на бизнеса със средства от банков кредит.
- Същевременно те изтъкват, че това трябва да се промени и държавата трябва да се намеси, за да промени тези условия.
- Дискутантите поставят крайно негативни оценки и на кредитната политика на банките, и на възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит.
- Според тях, има съществена разлика между проблемите, които срещат големите и малките предприемачи, като добавят, че първите са в доста по-изгодна позиция.

ФОКУС ГРУПА 3
МОДЕРАТОРСКИ ОТЧЕТ

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 12 август 2012 г., от 18:30 ч. в град София.

Участниците в групата са български предприемачи.

Участниците в групата са пълнолетни български граждани. В дискусията взеха участие 6 души (4 мъже и 2 жени):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Мъж	30	Висше	Търговия на дребно
2	Жена	49	Висше	Учител / Търговия на дребно
3	Жена	49	Висше	Частен бизнес/ Производство
4	Мъж	57	Висше	Частен бизнес/ Образование
5	Мъж	37	Висше	Услуги / Строителство
6	Мъж	58	--------	Търговия на дребно

2. Методически бележки

Групата е добре балансирана по признаците пол и възраст. Участниците в беседата се държат свободно. Те се смеят, спонтанни са, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 90 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи:

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който е предприемчив, гъвкав, деен, находчив, готов да поема риск, но също и предпазлив, компромисен.
- Като причини да се захванат със собствен бизнес участниците във фокус групата изтъкват: загуба на работа, хоби, нужда от средства, възможност за реализация, откриване на работни места.
- Дискутиращите оценяват българската юридическа основа (правна рамка) по отношение на предприемачеството като възпрепятстващата предприемачеството.

- Според дискутантите, има различни нормативни актове – закони, наредби и пр. разпоредби, които са взаимоизключващи се и затрудняват бизнеса.
- Като съществен проблем на българските предприемачи те изтъкват наличието на нелоялна конкуренция.
- Друг съществен проблем, посочен от дискутантите, е наличието на междуфирмени задължения.
- Участниците в дискусията се обединяват около мнението, че държавната политика и законовата рамка задушават и затрудняват предприемачите в България.
- Участниците в дискусията смятат, че за да бъдат стимулирани предприемачите, трябва да бъде намалена бюрокрацията, обслужването да става по електронен път, да се спазват законите и правилата.
- Дискутиращите изтъкват, че българските и чуждестранните инвеститори трябва да бъдат поставени при равни условия от държавата и пазарът да определя кой да надделява.
- Същевременно те отправят критики към инвестиционния климат и наличието на корупция, шуробаджанащина и пр.
- Все пак те изтъкват, че държавата трябва да осигури някаква протекция за българските инвеститори.
- Участниците в дискусията са много критични по отношение на достъпа до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програмите от еврофондовете, като проблемите, които те визират, са: корупция, липса на прозрачност и информация, тежки изисквания и пр.
- Според участващите в дискусията, причината за голямата междуфирмена задлъжнялост е липсата на средства, като допълват, че за да си запазят клиентите трябва да проявяват търпение.
- Дискутиращите изразяват категорично несъгласие с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи.
- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не смятат, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.

- Според участниците в дискусията държавата трябва да се оттегли напълно от предприемачески функции и трябва да изпълнява единствено ролята на регулатор.
- Събеседниците са на мнение, че най-важните условия за осъществяване на предприемаческа дейност са: намалена бюрокрация, по-опростени процедури и разпоредби и пр.
- Участниците в дискусията смятат, че най-големите трудности, пред които се изправя българският предприемач, са: бюрокрацията, корупцията, „безумните“ разпоредби и закони, както и липсата на подкрепа от държавата.
- Дискутантите са на мнение, че едрият бизнес е в значително по-изгодна позиция от дребния и среден бизнес в България.
- Участниците в дискусията споделят, че малките и средни предприемачи са двигателят на икономическото развитие на една държава и трябва да бъдат подкрепяни от нея.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че това не е задължително.
- Според събеседниците, не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция.
- Участниците в дискусията са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез добро и професионално образование.
- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Факторите, които според дискутиращите са от най-съществено значение за предприемаческия успех, са: честност, почтеност, лоялност, готовност за поемане на рискове, труд, умения и усет за хора.
- Участниците в дискусията споделят, че прилагат различни иновации в бизнеса си, в зависимост от неговото естество.
- Като пример за иновации, които прилагат, дискутиращите посочват: промоции, модернизиране на производството, разширяване на продуктовата гама, отложено плащане, повишаване качеството на предлаганите услуги.

- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дискусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някои от дискутантите не са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.
- Участващите в дискусията не са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иноваците.
- Дискутантите споделят, че липсата на достатъчно средства е основният фактор, възпрепятстващ ги да развиват и въвеждат иновации в своя бизнес, но роля има и човешкият фактор.
- Участниците в дискусията споделят, че не членуват в никакви браншови сдружения, организации и пр. Освен това те споделят, че членството в подобни организации няма да подпомогне по никакъв начин техния бизнес.
- Участниците в дискусията смятат, че законовата рамка и държавната политика по отношение на кредитната политика на банките и възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит е „Под всякаква критика“.
- Подобно е отношението им и към кредитната политика на банките и възможностите за ползване на банков кредит от бизнеса, които те описват като „спирачка за бизнеса“.
- Събеседниците смятат, че държавата трябва да повлияе върху банките в посока облекчаване на условията за ползване на банков кредит.

ФОКУС ГРУПА 4
МОДЕРАТОРСКИ ОТЧЕТ

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 13 август 2012 г., от 18:30 ч. в град София.

Участниците в групата са български предприемачи.

Участниците в групата са пълнолетни български граждани. В дискусията взеха участие 5 души (4 мъже и 1 жена):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Мъж	32	Висше	Имоти / Услуги
2	Жена	40	---------	Търговия / Облекла
3	Мъж	41	---------	Търговия на дребно
4	Мъж	39	Висше	Образование / Услуги
5	Мъж	45	Висше	Търговия / Внос на машини

2. Методически бележки

Групата е добре балансирана по признаците пол и възраст. Участниците в беседата се държат свободно. Те се смеят, спонтанни са, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 70 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи:

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който притежава определен начин на мислене, готов е да рискува почти всичко, поне в България.
- Събеседниците определят едрите бизнесмени в България като „назначени бизнесмени“, които са получили капитал по неясен начин, за да го управляват.
- Т. нар. „назначени бизнесмени“ категорично не са предприемачи, смятат участващите в дискусията, тъй като не добавят принадена стойност и не допринасят за развитието на икономиката.

- Според участниците в дискусията, предприемачът е в услуга на обществото – отваря работни места.
- Като причина да се захванат със собствен бизнес събеседниците посочват: възможност за лично развитие, свобода на действие, осигуряване на заетост, възможност за изява, креативност.
- Участниците в дискусията споделят, че е много трудно да се развива бизнес в България в настоящия момент, като една от причините е финансовата стагнация сред хората, фирмите и пр.
- Според тях, основна вина за голямата междуфирмена задлъжнялост в страната носи държавата, която бави плащания към различни фирми и това има лавинообразен ефект.
- Участниците в групата са крайно негативно настроени към юридическата основа и законовата рамка по отношение на предприемачеството.
- Според тях има абсурдни и взаимоизключващи се разпоредби и нормативни актове, бавна и неадекватна администрация, сложен и бавен разрешителен режим, безмислени изисквания.
- Споделя се и мнението, че е значително по-лесно за едрия бизнес да оцелее, отколкото на дребните и средни предприемачи.
- Събеседниците споделят, че ако като предприемачи те спазват всички правила и разпоредби, това означава да фалират.
- Участниците в дискусията споделят, че чуждестранните инвеститори, които идват в България, се изправят пред редица проблеми и пречки, като: некомпетентност на администрацията, бюрокрация, корупция и пр.
- Събеседниците не са съвсем запознати със Закона за привличане на чуждестранни инвестиции.
- Според участниците в дискусията, съществен проблем на законовата уредба като цяло, както и по отношение на предприемачеството, са т. нар. „вратички в закона“ и нееднозначното тълкуване на законите, което до голяма степен отблъсква потенциалните чуждестранни инвеститори.
- Участниците в дискусията смятат, че държавата не трябва да дава предимство нито на българските, нито на чуждите инвеститори – условията да са равни.
- Участващите в дискусията категорично не са съгласни с твърдението, че законите в България стимулират предприемачеството.

- Дискутиращите са донякъде съгласни с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи, но изтъкват, че това не е достатъчно, за да стимулира развитието на предприемачите.
- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не смятат, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.
- Според участниците в дискусията, държавата не трябва да се оттегля напълно от предприемачески функции.
- Събеседниците са изключително критични по отношение на възможностите за финансиране на бизнеса със средства от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програмите на еврофондовете.
- Според тях, основните проблеми, пред които се изправя българският предприемач, когато кандидатства по програмите на еврофондовете, са: корупция, неясни критерии за оценяване на проектите, непосилни изисквания, липса на прозрачност и информация.
- Събеседниците смятат, че трудът на предприемача изисква себеотдаване, самосъзнание.
- Отчита се фактът, че няма предвидимост на юридическата основа и законовата рамка по отношение на предприемачеството, което ограничава възможностите за планиране дейността на предприемачите.
- Според тях, най-важните условия за осъществяване на предприемаческа дейност са: наличието на платежоспособни клиенти, позитивната нагласа на предприемача, наличие на данъчни преференции и облекчения.
- Участниците в дискусията са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че само дарба и талант не е достатъчно.
- Според събеседниците, не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция, но средата има значение.

- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез добро и професионално образование, но отбелязват, че това не е задължително условие.
- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Събеседниците смятат, че факторите, които са от най-съществено значение за постигането на предприемачески успех, са: на първо място коректност, качество на предлагания продукт или услуга, отговорност, професионализъм, начин на мислене.
- Според участниците в дискусията, липсата на традиции в предприемачеството оказва съществено влияние върху културата на предприемачеството в България.
- Повечето участници в дискусията споделят, че не прилагат някакви съществени иновации в своя бизнес, причина за което, според тях, е липсата на средства.
- Тези, които споделят, че са въвели някакви иновации, признават, че това са основно продуктови иновации и обогатяване на продуктовата гама.
- Същевременно те споделят, че при наличието на определени условия биха прибегнали до иновации с оглед развитие на бизнеса си и повишаване неговата конкурентоспособност.
- Наличието на средства, според тях, е основният фактор, за да са успешни и ефективни иновациите.
- Ползването на готово ноу-хау също е важна предпоставка, за да са ефективни иновациите, отчитат събеседниците.
- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дискусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някои от дискутантите не са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност, което ограничава предприемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.

- Участващите в дискусията са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иновациите.
- Участващите в дискусията не смятат, че членството в браншови организации и сдружения би помогнало на техния бизнес.
- Според тях, държавната политика и законовата рамка по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса е насочена към смазване на дребния и среден бизнес.
- Такава е оценката им и по отношение на кредитната политика на банките и възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит.
- Като съществен проблем те посочват некомпетентността на банковите служители и в частност – на кредитните инспектори.
- Според тях, държавната политика по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса, както и кредитната политика на банките, трябва да бъде устроена и регламентирана по такъв начин, че да бъде изгодна както за банките, така и за предприемачите.

ФОКУС ГРУПА №5
МОДЕРАТОРСКИ ОТЧЕТ

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 19 септември 2012 г., от 18:30 ч. в град София.

Участниците в групата са пълнолетни български граждани – предприемачи. В дискусията взеха участие 3 души (3 жени):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Жена	58	Висше	Инженер / Услуги
2	Жена	50	Висше	Преводач / Услуги
3	Жена	46	Висше	Историк / Търговия на дребно

2. Методически бележки

Участниците в беседата се държат свободно. Те са спонтанни, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички дискутанти изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 70 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи:

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който притежава здрави нерви и психика, който организира собствен бизнес, работи със собствен или зает капитал, поема риск и носи отговорност за предприемаческата си активност, но също така и човек с крупен бизнес, със замисъл, със замах, човек с авторитет в обществото.
- Дискутиращите са на мнение, че най-големите трудности, пред които се изправя българският предприемач, са: бюрокрацията, административни трудности, малък пазар, ниска покупателна способност на населението, липса на квалифицирана работна ръка.
- Участващите в дискусията смятат, че трудът на предприемача изисква преди всичко смелост, доза наглост, пробивност, връзки и организаторски възможности.

- Според събеседниците, най-важните условия за осъществяване на предприемаческа дейност са: да не ти пречи държавата, да осигури еднакви правила и условия за всички и пр.
- Участващите в дискусията са критични по отношение на достъпа до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програмите на еврофондовете, като допълват, че те не са достъпни за всички.
- Като причини да се захванат със собствен бизнес дискутиращите изтъкват: осигуряване на заетост, свобода на изява, възможност за лична реализация, загуба на работа и пр.
- Участниците в дискусията са на мнение, че съществуващата в момента юридическа основа (правна рамка) по отношение на предприемачеството по-скоро не благоприятства и не стимулира развитието на предприемачеството у нас.
- Подобно е мнението им и по отношение на Закона за насърчаване на чуждестранните инвестиции, който според тях не благоприятства привличането на чуждестранни инвестиции и развитието на българската икономика и предприемачество.
- Участващите в дискусията споделят мнението, че българските и чуждестранните инвеститори в България трябва да бъдат поставени при равни условия и държавната политика не трябва да дава предимство на никой.
- Според тях, причините за бавното уреждане на междуфирмените задължения са: забавяне на плащания от държавата, вземане на лоши кредити, бавните съдебни процедури.
- Според дискутиращите, няма добра банкова политика, насочена към кредитиране на малкия и среден бизнес, лихвите по кредитите са много високи, безумни, непрекъснато биват променяни в движение.
- Дискутантите споделят мнението, че държавата би трябвало да повлияе върху кредитната политика на банките, тъй като това би довело до намаляване на безработицата и стимулиране на дребния и среден бизнес.
- Дискутиращите изразяват категорично несъгласие с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи.

- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не смятат, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.
- Според участниците в дискусията, държавата не трябва да се оттегля напълно от предприемачески функции.
- Според участващите в дискусията, факторите, които са от най-съществено значение за постигане на предприемачески успех в България, са: комбинативност, късмет, да си на вярното място във вярното време, но също и политическа протекция и подходящ приятелски кръг, лични качества и пр.
- Участниците в дискусията споделят, че поради естеството на бизнеса си не прилагат иновации.
- Събеседниците споделят мнението, че членуването в браншови организации и сдружения е полезно за бизнеса.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че това не е задължително.
- Според събеседниците не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция.
- Участниците в дискусията са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез добро и професионално образование.
- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дускусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някои от дискутантите са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.

- Участващите в дискусията не са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иновациите.
- Участниците в дискусията смятат, че предприемачество има в големите градове – София, Варна, Пловдив, Бургас, В. Търново.

ФОКУС ГРУПА №6
МОДЕРАТОРСКИ ОТЧЕТ

1. Организация и провеждане на фокус групата

Фокус групата е проведена на 20 септември 2012 г., от 18:30 ч. в град София.

Участниците в групата са пълнолетни български граждани – предприемачи.

В дискусията взеха участие 6 души (2 мъже и 4 жени):

	Пол	Възраст	Образование	Професия / Сфера на дейност
1	Мъж	34	Средно	Собствен бизнес /Печатница
2	Мъж	41	----------	Зелено предприемачество
3	Мъж	30	Висше – история	Агенция за имоти – собствена
4	Жена	33	Висше – Икономика	Художник на свободна практика
5	Жена	42	Висше	Услуги – заведение
6	Мъж	33	Висше	Търговия

2. Методически бележки

Участниците в беседата се държат свободно. Те са спонтанни, говорят емоционално, споделят впечатления, дискутират темата без притеснение. Получава се динамичен разговор, всички дискутанти изказват мнения и участват активно.

Дискусията продължи приблизително 90 минути.

Беседата се проведе по основните теми на предварително изготвения сценарий.

3. Основни наблюдения и изводи:

- Според участниците в дискусията, предприемач е човек, който има идея и започва да я реализира, не толкова човек с богатство, а по-скоро човек, който израства и се развива.
- Събеседниците смятат, че качествата, които трябва да притежава един предприемач са: на първо място голяма доза смелост, капитал, смели идеи, упоритост, себеотрицание до степен, в която забравяш всякакъв личен живот, осведоменост.
- Като причини да започнат свой собствен бизнес участниците в дискусията посочват: наследяване на бизнес от родители,

желание за лична реализация, възможност за себеизява и реализиране на идеи и знания, нужда от независимост.

- Участващите в дискусията споделят, че основните предимства на това, да имаш собствен бизнес и да работиш за себе си, са: свободата на действие, личната отговорност, това, че сам си изкарваш парите и работиш за себе си, възможността за развитие, свободата сам да си определяш работното време.
- Същевременно недостатъците да имаш собствен бизнес и да работиш за себе си, според събеседниците, са: липсата на сигурност, неопределеното работно време, ограниченото свободно време.
- Участващите в дискусията са на мнение, че законовата основа и юридическата рамка по отношение на предприемачеството не стимулира българския предприемач, напротив, според тях го задушава.
- Много критично е отношението на дискутантите по отношение на достъпа до капитали от еврофондовете и възможностите за кандидатстване по програмите на еврофондовете, като, според тях, те не са достъпни за малките и средни предприемачи.
- Според тях, това, което затруднява достъпа до средствата от еврофондовете, е липсата на ясна информация, бюрокрацията, липсата на прозрачност, консултантските фирми, високите изисквания, бавното обработване на документацията и пр.
- Като съществен недостатък на законовата основа и юридическата рамка, касаещи предприемачеството, дискутантите посочват непостоянството на законите, правилата и разпоредбите, липсата на предвидимост и прогнозируемост, което те определят, като „безумие“.
- Това, според тях, възпрепятства и чуждестранните инвеститори, тъй като пречи на планирането на бизнеса.
- Някои от участниците в дискусията смятат, че законовата основа (Закона за насърчаване на чуждестранните инвестиции) не благоприятства привличането на чуждестранни инвеститори, доказателство за което е липсата на инвестиционен интерес от големи чужди компании.
- Според други обаче проблемът не е в законовата рамка и данъчната политика, а в лошия инвестиционен климат.

- На следващо място те смятат, че държавата не прави достатъчно за привличането на чуждестранни инвеститори.
- Дискутантите са на мнение, че не трябва да се прави разлика между чуждите и българските инвеститори, а те трябва да бъдат равнопоставени.
- Според събеседниците, причините за бавното и трудно уреждане на междуфирмените задължения са неефективните действия на съда при разрешаването на подобни спорове.
- Участващите в дискусията категорично не са съгласни с твърдението, че законите в България стимулират предприемачеството.
- Дискутиращите са донякъде съгласни с твърдението, че данъчните закони стимулират развитието на българските предприемачи, но изтъкват, че това не е достатъчно силен стимул.
- Дискутиращите не са съгласни с твърдението, че условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на българските предприемачи.
- Дискутантите не са на мнение, че правото на ЕС стимулира българския предприемач.
- Според участниците в дискусията, държавата трябва да се оттегли напълно от предприемачески функции и трябва да бъде единствено регулатор и гарант.
- Участващите в дискусията смятат, че най-важните предпоставки за осъществяване на предприемаческа активност са: действаща администрация, прозрачност, равни условия, въвеждане на електронни административни услуги, но също така и подходящ политически и приятелски кръг.
- Най-големите трудности пред българския предприемач в момента, според събеседниците, са да преодолее желанието си да избяга в чужбина, както и да се върне към сигурността на заплатата.
- Участниците в дискусията са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се раждат с дарба и талант за предприемаческа дейност, но отбелязват, че това не е достатъчно.
- Според събеседниците, не е задължително добрите предприемачи да се изграждат в семейна среда и предприемаческа традиция, но средата има значение.
- Участниците в дискусията са по-скоро съгласни с твърдението, че добрите предприемачи се изграждат насочено, чрез

добро и професионално образование, но отбелязват, че това не е задължително условие.

- Събеседниците са съгласни с твърдението, че добрите предприемачи израстват с натрупването на опит и професионална култура.
- Факторите, които според участниците в дискусията са от най-съществено значение за постигането на предприемачески успех, са коректност, спазване на правилата.
- Събеседниците споделят, че самото предприемачество се основава на иновативност и едва ли има предприемач, който да не прилага иновации в бизнеса си.
- Иновациите, които те прилагат в бизнеса си, са: използване на готово ноу-хау, но също и развиване на собствени иновативни практики.
- Факторите, които са от най-съществено значение за да са ефективни иновациите, според участващите в групата, са да се приемат от хората, както и да се улучи правилния момент.
- Според дискутантите, преките чуждестранни инвестиции не демотивират българските предприемачи да отделят средства за развитие на иновации.
- Участниците в дискусията не са съгласни с твърдението, че висшите училища и научни институти произвеждат качествен научно-приложен продукт, който може да бъде използван за фирмени иновации.
- Някой от дискутантите не са съгласни с твърдението, че иновациите са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност, докато други са на противоположното мнение.
- Участващите в дискусията са съгласни с твърдението, че действащата законова рамка стимулира иновациите.
- Пречките, които според събеседниците ги възпрепятстват да въвеждат по-мащабни иновации в своя бизнес, са най-вече от финансово естество, но също така и липсата на подкрепа от държавата и данъчни облекчения.
- Някои от участниците в дискусията споделят, че членуват в браншови организации, но това не помага по-никакъв начин на бизнеса им, освен чрез създаването на контакти.

- Те допълват, че такива организации и сдружения би трябвало да защитават правата на членовете си, но тук, в България, тези организации защитават интересите единствено на едрите предприемачи.
- Участващите в дискусията смятат, че малкият бизнес е в по-неизгодна позиция от едрия бизнес в България.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ НАГЛАСИ И ЦЕННОСТИ
(РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНИ ФОКУС-ГРУПИ)

1. Обект на изследването, методология и набиране на информация

Настоящето социологическо проучване има за цел да установи до каква степен предприемаческата активност и предприемаческият успех са зависими от социо-културни фактори като семейна среда, образование, опит и т.н.

Бяха проведени шест групови дискусии (фокус групи) с български граждани над 18-годишна възраст. Участниците във всяка една от груповите дискусии бяха предварително стратифицирани по следните признаци:

Пол:

✓ Съотношение ***мъже:жени*** – приблизително 1:1.

Възраст:

✓ Български граждани на възраст над 18 години.

Отношение към темата:

✓ Лицата да се занимават със собствен бизнес / предприемаческа дейност.

Участниците в груповите дискусии отговаряха на следните условия:

- Да не се познават;
- Да нямат роднинска връзка помежду си;
- Да не са участвали в провеждането на фокус групи през последните 6 месеца;
- Да не са служители на социологически и/или маркетингови агенции или рекламни агенции.

Целта на проведените групови дискусии беше да се установи:

✓ Кои са мотивите и предпоставките на българските предприемачи за започване на собствен частен бизнес;

✓ Каква е оценката на българските предприемачи относно условията, политиката на държавата и нормативната уредба по отношение на предприемачеството и бизнеса в България;

✓ Какви са нагласите на българските предприемачи за предприемаческия труд, предприемачеството и предприемаческия успех;

✓ Кои са основните трудности, пред които са изправени предприемачите в България;

✓ Кои са факторите от съществено значение за предприемаческия успех – семейна среда, образование, лични умения;

✓ Прилагат ли се иновации и иновативни практики от страна на българските предприемачи в тяхната предприемаческа дейност;

✓ Кои са най-важните предпоставки за приложение на ефективни иновации.

2. Нагласи относно предприемаческата активност в България

„Много ме изненада едно изказване на моя син. Явно в училище приказват. Вика – знаеш ли какво е да направиш малък бизнес в България? Той ни бъзика така – започваш голям и след една година имаш малък...“

✓ Преобладаващата част от дискутантите, участници в груповите дискусии, са съгласни с твърдението, че предприемачеството е *„някакъв вид инициатива, която ми дава възможност самостоятелно сам да си изкарвам парите и да не съм зависим от други хора“*. Предприемачеството е *„креативно, защото мислиш, защото създаваш, защото от теб зависи какво ще направиш, не те правят на робот – това и това, нормата ти е толкова, така и така, а ти мислиш все пак, нещо създаваш с ума си“*. Благодарение на предприемаческата дейност се създава *„контакт с нови хора“* и *„изпитваш удоволствие, когато постигаш целта, която си си поставил“,* имаш *„свобода“*.

✓ Отчита се, че *„много са важни намеренията на предприемача, значи аз това се опитвам да докажа – важното е да си с добри намерения. Не само за себе си, за семейството, а и за всички останали. Това е всъщност за мен целта на предприемача“*.

✓ Дискутантите отчитат наличие на риск при предприемачеството: *„никой не знае точно какви ще са резултатите, това е един вид игра, която е все пак интересна, нещо по-ново, понякога се разочароваш“*. Дискутантите в груповите дискусии обрисуват българския предприемач като *„човек, който е готов да предприеме дадена дейност и в нашите условията тук, в български условия, е готов да рискува почти всичко“*.

✓ Респондент прави паралел с предприемач, който се е заел с предприемаческа дейност в чужбина:

- *„Да си предприемач в чужбина е съвсем друго понятие все пак. Като знаеш, че имаш дадени качества, дадени умения, там нещата стоят малко по-другояче, в зависимост от качествата и уменията ти, ти можеш да кандидатстваш и за субсидии и за всичко, а тук всички знаем как става със субсидиите, защото бизнес се прави с пари все пак, а тук могат да ти дадат кредит 30 000 лева и ти да ги загубиш точно след 1 седмица и след това всичко е наопаки“.*

✓Събеседниците в някои от груповите дискусии акцентират на съществуването на кръг лица, благодарение на които предприемаческата активност в страната придобива негативен нюанс в нагласите на широката общественост. Този кръг лица са *„т.нар. предприемачи“* в България, наричани още *„назначени бизнесмени“* или *„домашни любимци“*. Дискутантите правят сравнение с хората, които реално се занимават с предприемаческа дейност:

- *„Повечето от така наречените предприемачи целят някакви пари да ги завъртят и да спечелят конкретна сума и после след 3 години фирмата я няма. Целта, според мен, на истинския предприемач, /.../ тая фирма да просъществува във времето, да остави нещо, да има стойност самата фирма, а не някаква бърза печалба с цел завъртане на някакви пари. Най-често в нашия случай някой му ги е дал, той ги завъртял, вложил ги я в хотел, я в бизнес център да го даде под наем или да го продаде и да си вземе примерно 2 милиона лева“.*

✓Според събеседниците, предприемач *„не значи човек, който само да ламти за пари и само да иска за него, тук идеята* ***е да създава работни места, да плаща данъци към държавата“.***

✓Споделено е мнение, че ***„един предприемач като тръгне да предприема нещо, обикновено е към услугите, т.е. той трябва да е в услуга на останалото общество, след това идва на второ място печалбата.*** *Значи, ако ти даваш някакъв качествен продукт и си в услуга на това общество, най-разумното е да имаш перспектива за печалба, докато в България всичко е наопаки“.*

3. Нагласи относно качествата на българския предприемач

✓Дискутантите считат, че **трудът на предприемача изисква *„самосъзнание и култура, себеотдаване“.*** Отчита се, че *„трудът на предприемача, ако трябва в нашите условия да го цитираме, той*

е много общ този труд, в смисъл той трябва всичко да прави, за да е сигурен, че нещата ще вървят“.

✓Според дискутантите, предприемачът в България трябва да притежава редица качества в условията на местната пазарна икономика. Отчита се, че българският предприемач трябва:

- *„Да има мисъл“;*
- *„Да има идея“;*
- *„Да е комбинативен“;*
- *„Да умее да организира“;*
- *„Да има пари“;*
- Да има *„концепция“;*
- Да има *„екип“: „Да е контактен, да познава нужните хора, които ще му свършат работа“;*
- *„Да е наясно със законите“; „никакъв бизнес не може да се извършва, ако не е запознат с нормативната уредба“;*
- *„Да е инициативна личност“;*
- *„Да е двигател на случващите се неща“;*
- *„Да има ясна идея какво прави, защо го прави“;*
- *„Да е борбена личност, която не обича някой друг да ѝ е шеф“;*
- Да бъде *„човек, който разчита основно на себе си“;*
- Да има *„стоицизъм – в български условия“;*
- Да има търпение: *„толерантност към всяка нелоялна конкуренция, която излиза на среща, търпение“;*
- Да бъде *„предприемчив, гъвкав, находчив“;*
- Да бъде *„предпазлив“;*
- *„Да прави компромиси /.../ с изчакване на клиенти, да рискува, да даде стока, без да му е платена, да чака някакво плащане някога“;*
- Да бъде *„деен“;*
- *„Да поема рискове“.*

4. Нагласи относно условията, политиката на държавата и съществуващата нормативна уредба по отношение на предприемаческата активност и бизнеса в България

✓Според дискутантите, **най-важните условия за осъществяване на предприемаческа инициатива / дейност в България** са наличието на:

- Закони: *„Законите трябва да важат за всички – и за малки, и за големи /.../ Тук законът е като врата в полето“;*
- Ясни правила;
- Начален тласък: *„Да имаш гръб“;*
- *„Покупателна способност и инициатива“;*
- Оптимизиране на административните дейности: *„Много изисквания, много документи, който струват пари“; „Лицензи /.../, одити, надзорници...“;*
- Подобряване достъпа до субсидии от Европейските фондове: *„Еврофондовете не стигат до фирмите“.*

✓ В хода на проведените дискусии прави впечатление пълното единодушие на респондентите, че условията за осъществяване на предприемаческа дейност в България са *„трудни“:*

- *„Няма пари“;*
- *„Ниска е покупателната способност на клиентите ни“;*
- *„Държавата не помага“;*
- *„Държавата не прави нищо, с което да стимулира малкия и среден бизнес“;*
- *„Няма такава политика, която да е насочена към средния и малкия бизнес“.*
- *„Големите смазват малките“;*
- *„Много фирми фалират, плащанията във фирмите са затруднени, има хора, които не са си получавали заплатите, осигуровките, така че просто да правиш бизнес в България в момента е много трудно“.*

✓ Събеседниците са категорични, че основният риск за предприемаческата активност в повечето случаи се дължи на ограничения от икономическо и финансово естество:

- *„Все си мисля, че сме с много правилна концепция, но просто хората нямат пари и не е тази печалба, която трябва да бъде, ние едва кретаме, бих казал дори, че сме и на загуба“.*
- *„И в дребен, и в едър мащаб е едно и също, защото ние работим с големи предприятия. Имаше едни момент, в който имаше един огромен дълг, т.е. ние дължим пари на сума ти фирми и съответно големи предприятия ни дължат пари и изпадаш в една ситуация, в която буквално не можеш да раздадеш заплати“.*

✓ Сред другите рискове за предприемаческата активност в България събеседниците отчитат наличието на монополисти в различните бизнес сектори, които *„задушават“* предприемачите от малкия и средния бизнес:

- *„Веригите, те изяждат дребните търговци“.*
- *„Системата явно така е направена в законов вариант, имам предвид, че... ако си голяма фирма или консорциум, или сдружение на големи фирми или въобще голям монополист – нямаш никакви проблеми, обаче малките фирми са... и ако тръгнеш да спазваш всичките изисквания, трябва да затвориш моментално, никакъв шанс нямаш“.*

✓ Отчита се, че *„държавата трябва да има регулационен принцип, за да спре изтичането на капитал. /.../ Защото се сетих за кредитните милионери, сега като си говорим. Значи те се нагушиха страхотно и изнесоха капиталите някъде си, но тези капитали са си наши. /.../ Значи пак предприемачът губи, защото те (кредитните милионери – б.а.) се правят на предприемачи“.*

✓ Сред проблемите, пред които се изправя българското предприемачество, са посочени и административни пречки:

- В Агенцията по вписванията е *„едно безумно чакане“;*
- В НАП е *„страшното чакане“.*

✓ Дискутантите не критикуват законовата и нормативната уредба, а акцентират върху нейното неспазване:

- *„Законите не са толкова лоши, просто тяхното неспазване води до проблемите“.*
- *„По-трудно е, особено с такива законови, нормативни изисквания, има хиляди наредби, закони, които се бият един с друг, не можеш да разбереш за какво става дума. При нас специално изискванията за сертификатите са много строги – за качество на работа, за опазване на околна среда, за здраве и безопасност“.*

✓ Респондентите се обединяват около твърдението, че *„законовата и нормативната база не защитават дребните и средните производители, било то в сферата на услугите, било в сферата на друг вид занаят“.* Също така се отчита, че *„действащата законова рамка в България не стимулира иновациите“.*

✓ В хода на дискусиите респондентите споделят, че *„трябва да се намали бюрокрацията доста сериозно, трябва да има опростени процедури“*.

✓ Според събеседниците в груповите дискусии**, законите не стимулират и не благоприятстват предприемачеството.**

✓ Преобладаващата част от дискутантите са единодушни, че данъчните закони не стимулират развитието на българското предприемачество. Споделено е контра-мнение:

- *„Според мен, на теория – да, защото данъците са по-благоприятни, но те не са достатъчни /.../ т.е. те са светлият лъч светлина, но всичко останало много повече пречи, отколкото те помагат“*.

✓ Дискутантите отчитат, че държавната и административна подкрепа за малкия и средния бизнес в страната е слаба:

- *„Има и агенция, която е за подпомагане на малкия и среден бизнес, но мисля, че няма помощ от нея“*.
- *„Фиктивна (агенция – б.а.)“;*
- *„Абсурдите са... едно с друго се бият в нормативната рамка, едното се казва, другото и те побъркват“;*
- *„Това е държавата на бюрократите“*.

✓ Събеседниците са категорични, че условията за отпускане на кредит не отговарят на изискванията на предприемачите. Споделени са мнения:

- *„Ужким стимулират, пък е най-трудно да вземеш кредит“;*
- *„Коя банка иска да стимулира български производители?“;*
- *„Как ще стимулираш ти някаква икономика, като 18% е лихвата“;*
- Отчита се, че *„държавата липсва, според мен, като регулатор“;*
- *„Общо взето, загиват единици, закриват юридически и на никой, образно казано, не му пука от това. Фалират толкова хора в строителство, в сектори, които – като домино – тръгва всичко и на никой не му пука“*.

✓ Не са еднозначни нагласите относно споделената в хода на дискусиите хипотеза, че **държавата трябва напълно да се оттегли от предприемачески функции.** Споделено е мнение, че *„тя (държавата – б.а.) се е оттеглила реално“*.

✓ Като цяло, повечето дискутанти споделят несъгласие с хипотезата. Споделен е възглед:

- *„Няма държава, която напълно да се е отказала, може би просто да насочва дадени целеви сектори, които са в интерес на самата държава и на обществото ни като цяло“.*

✓ Споделено е контра-мнение. Дискутант споделя съгласие с хипотезата:

- *„Но то е доказано, в смисъл, за това има свободен пазар, предприемачество. Частният бизнес е винаги по-успешен“.*

✓ Изказано е също така и становище, което отправя остра критика към държавата, задушаваща инициативността на дребния и средния бизнес и постулатите на свободна пазарна икономика: *„нека да е регулатор за предприемача, обаче тя, държавата, стана основният предприемач в случая. И за нас дори и трохите вече ги няма. Проблемът, според мен, е на политическо ниво“.*

✓ Дискутанти обобщават:

- *„Опираме до авторитета на всеки един от нас в нишата, в която е“.*
- *„И личните възможности“.*
- *„Общо взето това е най-точно казано – разчитаме на собствени сили, на приятели, на познати и това е“.*
- *„Опортюнизъм“.*

5. Нагласи относно междуфирмените отношения

✓ Дискутантите отчитат бавно и трудно уреждане на **междуфирмени задължения**. *„Проблемът при малкия бизнес е този, че защитата е дотолкова, защото некоректни фирми, длъжници примерно, по някакъв начин, които имат взаимоотношения, никой не може да ги задължи по никакъв начин да се върнат задълженията“.*

✓ Дискутантите акцентират върху причините, които пораждат трудностите при междуфирмените отношения. Посочени са липсата на адекватна държавна политика спрямо бизнеса, пораждаща впоследствие трудности в междуфирмените отношения, липса на гъвкава съдебна система и т.н.:

- *„Кризата е създадена в България от правителството. То да си плати дълговете към големите предприятия, те ще се разплатят надолу“;*

- *„Фирмената задлъжнялост идва от държавата,тя бави големи разплащания и така“;*
- *„Това е една от причините, втората причина е, че много от фирмите започнаха да шикалкавят“;*
- *„Няма я съдебната система в България, ще ти отнеме 5 години ти да отидеш да си търсиш дълга от някой“;*
- *„Некомпетентност, бюрокрация, някаква тотална бюрокрация“.*

6. Нагласи относно държавната политика за насърчаване на чуждестранните инвестиции в България

✓Дискутантите нееднократно отбелязват, че икономическата несигурност в страната затруднява не само българските предприемачи, но и чуждестранните инвеститори:

- *„Голямата несигурност на чуждите инвеститори относно случващото се в България /.../ те предпочитат да си плащат по-висок данък, но в страна, в която законите се изпълняват“.*

✓Респондентите споделят различни възгледи относно **държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори.**

- ***„Трябва да има взаимоизгодно сътрудничество между държава, банки, дребен и среден бизнес** и т.н. – взаимоизгодно сътрудничество. Значи, не банката да те смазва и да те изцежда, а банката трябва да ти даде, в същото време ти да ѝ дадеш, но и ти да си добре – ей това е цялата работа. Тук няма такова нещо“.*

✓Преобладаващо е мнението, че съществува необходимост от равнопоставеност на пазара. *„Сега те са с привилегии – чуждестранните (инвеститори – б.а.)“.* Дискутантите отчитат, че *„трябва да има някакви протекционистки закони, що се отнася до нашите фирми. В някакви граници те да имат предимство“.* Споделени са и други мнения. Част от дискутантите подкрепят твърдение, че съществува необходимост от секторна политика *(„Трябва да има приоритетност, а и освен това си има сектори и би трябвало да се гледа по сектори. Значи, ясно, че ако дойде един специалист от Оксфорд и отвори кабинет до моя, на мен ми е ясно къде ще отидат, нищо че аз може да съм по-добра от него.“).* Други респонденти

споделят становище, че е необходимо държавата да субсидира и да подпомага българските предприемачи.

✓ Дискутантите не са съгласни с твърдението, че преките чуждестранни инвестиции демотивират предприемачите да отделят средства за иновации.

✓ Дискутантите се обединяват около становището, че ЕС не стимулира българския предприемач. Споделени са предимно песимистични мнения:

- *„Не само, че не го стимулира, а по някакви такива много тънки начини го изстисква и ние практически не можем да се появим на западния пазар“;*
- *„Много трудно в нашите условия можем да покрием критериите“;*
- *„Процедурата е тежка и тромава“;*
- *„Двигателят на Еврозоната са Франция и Германия /.../ Ние сме периферията. /.../ ЕС няма интерес да стимулира българския предприемач /.../ Те не ни дават квоти за износ на селскостопанска продукция, която ние можем да произведем. /.../ Те ни ограничават, /.../ за да могат да подпомагат собствените си производители“;*

✓ Посочено е, че единствено по-ниската данъчна ставка в сравнение с ЕС е от полза за българския предприемач: *„Единственото хубаво нещо за момента е все още по-ниската данъчна ставка в България, отколкото в Европейския съюз /.../ т.е. „данък печалба“ е 10%“.*

✓ Дискутантите споделят песимистични възгледи относно възможността за достъп до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване – *„пълна идиотщина и шуробаджанашка история“:*

- *„Усвояването на тези еврофондове просто е безумно, това не е възможно, това е безумно!“*

✓ Дискутантите посочват конкретни примери, очертаващи трудностите и пречките пред българския предприемач за усвояване на европейски субсидии:

- *„Имам познати, които, да кажем, заедно с чуждестранна фирма, испанска, занимава се с инвестиции, в момента правят какво ли не, за да стигнат до проект, който да спечелят и не могат“;*
- *„Ами мен в момента ме поканиха да кандидатствам за едно обучение в град в България и се оказа, че съм 18-тата*

фирма, която са я поканили да участва, обаче аз не отговарям на някакви условия и са отказали на 18 фирми преди това, които също не могат да влязат в тия условия... Имат там 20 – 30 000 лева за обучение и не могат да ги усвоят, няма как, не може да влезеш, защото не отговаряш на условията.“

- *„Не знам доколко е истина, но се говори за нещо като 35%, не знам истина ли е. Навсякъде става въпрос за едни 35% на кой и как не ми е ясно, но знам, че ако искаш да получиш 100 000 евро например, за да ги получиш, най-напред трябва да дадеш 35 000. 35% – къде го има това?“*

7. Трудности пред българското предприемачество

✓ Споделено е мнение, че малкият и средният бизнес са *„двигател на икономиката“:*

- *„Те са двигателят в икономиката, те са двигателят, защото бизнесът е най-разнообразен там, при средния и малък бизнес – дали с търговия, дали със строителство, дали с нещо друго, но работят, непрекъснато се работи, една малка фирма може и да фалира, ама няма да се отрази, когато обаче една голяма фирма рухне, покрай нея всичко друго се срутва и за това има ръст при малките предприятия, защото са мобилни, може да се управляват по-лесно, докато при голямата фирма е тромаво всичко, по-бавно се задвижва“;*

✓ Като **основни трудности пред българския предприемач** дискутантите посочват:

- Административни пречки и трудности: *„Тромавост и ходене по мъките“; „За попълване на документи, после при представяне на документи се искат повторно неща, защото примерно са загубени по административен път, някъде“;*
- Липса на стимули от страна на държавата: *„Не те стимулират и тотално те бавят и те спъват“; „Абсолютно те спъват! И още в началото те обезверяват тотално“.*
- Промените в законовата рамка: *„Не е хубаво да се сменя постоянно самата законова рамка“; „Да си наясно, когато имаш идея за бизнес, че през следващите три години или пет години нещата няма да се променят“; „Законовата*

рамка е едно от нещата, които, поне според мен, на места спъват бизнеса, със сигурност не му помагат“;

- Квалификация на административните служители: *„Аз лично се сблъсквам с ниската квалификация на хората в държавните служби, на самите служители, които са абсолютно неадекватни към казуси, към проблеми, наистина във връзка с документация тип – ти искаш едно, а те ти дават друго /.../ Един държавен служител би следвало да бъде запознат с казуса по дадения бизнес“;*
- Кредитиране;
- Отношението на държавата към малкия бизнес: *„Малкият бизнес има нужда да бъде подпомаган, поне в началото си под някаква форма, данъчни облекчения и други такива“;*
- Нелоялна конкуренция: *„говорим за нелоялна конкуренция, за налагане на някакви особени хора с особен статут. Общо взето, борим се на пазара легални единици с нелегални представители и силови /.../ дори и в този сектор (респондентът говори за хранително-вкусовата промишленост – б.а.) си има и силови групировки“;*
- Присъствие на *„големи играчи“* в даден бранш: *„Имахме италианско представителство за гаражни врати, автоматика, всякакви портали и т.н. В един момент – нелоялна конкуренция в строителството, 2008 г. – криза, да кажем аз слагам лепенки, боря се за място под слънцето съвсем легално, минава големият играч, както ги нарекохме – ние сме предприемачи, те са големите играчи“.*
- Липса на институция, чиято функция е да подпомогне предприемачеството: *„Няма такава институция реално, която да дойде и да ти помогне /.../ Дори браншовите ни организации. В крайна сметка опираме до авторитета на всеки един от нас в нишата, в която е“. „И личните възможности“.*
- Забавяне на плащанията: *„Със забавяне на плащанията с по 2, 3, 5 месеца. Взимат продукта, качват го на обекта, минава комисията, ние още не сме си получили парите“.*
- Двоен стандарт: *„Шуробаджанащината“, „двойният стандарт“; „Най-неприятното е примерно за даден човек, който прави нещо, за него важат едни правила, а за друг – добре,*

можем да минем и без това. Не е конкретно толкова мащабно, в смисъл дадения човек. Ти си ми симпатичен, ти имаш познат еди-кой си и т.н. и оправяме нещата, един вид“.

- Предпочитанията на клиентите относно произхода на стоката: *„Хората предпочитат да купят чужда стока вместо българска. В смисъл, имат повече доверие на стандарта, който е приложен за чуждите стоки“;*
- Конкурентни цени: *„Цените са единственият начин, по който да се конкурират с големите играчи“;*
- Недостиг на квалифицирана работна ръка: *„Липса на работна ръка, адекватна, квалифицирана, и дори да не е квалифицирана, да е отговорна и да има някакъв морал“;*
- Липса на доверие от страна на предприемачите при наемане на персонал: *„Българските работодатели не са свикнали, поне според мен, като предприемачи, нали за тях говорим, не свикнали да имат доверие“;*
- Корупция;

✓ Като цяло, дискутантите се обединяват около съждението, че е *„много трудно да се развива бизнес тук“:*

- *„В тази държава предприемачът едва ли не е балък, а играчът е мускулестият на пазара, който е финансово и с лоши кредити, и без да си показва. На нас едва ли не ни искат всичко от банката, просто можем да заложим и душите си /.../ Докато на големия играч на него му се дава без никакви проблеми“.*
- *„Много ме изненада едно изказване на моя син. Явно в училище приказват. Вика – знаеш ли какво е да направиш малък бизнес в България? Той ни бъзика така – започваш голям и след една година имаш малък“.*
- *„Имаш големи надежди и в един момент се оказва, че се свиваш, свиваш, свиваш. И разчиташ на приятелите /.../ Не спиш по цели нощи, чудиш се“.*
- *„Може би са еднакви условията, но възможностите са различни и по-скоро се стимулира по-едрия бизнес, а за малкия предприемач не виждам някакви реални неща, които да прави държавата, за да му помага“.*

✓ Сред причините, които пораждат трудности в предприемаческите среди, бихме могли да добавим и липсата на сътрудничество и

взаимопомощ. В хода на дискусиите респонденти правят паралел между развитието на предприемачески бизнес от чужденци и развитие на предприемачески бизнес от българи. Акцентът е поставен върху наличието на активна подкрепа и взаимопомощ между чужденците, от една страна, и егоизмът и липсата на сътрудничество между българите – от друга:

- *„Ето, идват сирийци, отварят дюнерджийници и всичко е добре. Да, обаче те имат протекцията на тяхното общество тук. Нали то си е мини-общество. Дали ще е кюрд, дошъл и отворил преводаческа агенция – действа добре, съобразява се с нашите законодателства, не са престъпници в никакъв случай, но пак това, което липсва на нас, те го имат. Те имат протекцията на техните общества, които са създали. Да кажем, аз наскоро разбрах, че има „Приятели на Кюрдистан“. Добре, това общество – то е така, в момента, в който някой пропадне от тях, те са насреща за баланс, за регулатор.* ***А ние самите – ние ще се изядем“.***

8. Фактори от съществено значение за предприемаческия успех

8.1. Семейна среда

✓Преобладаващата част от дискутантите са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда и предприемаческа традиция.

✓В хода на дискусиите са споделени и възгледи, според които семейната среда не е решаващ фактор за изграждането на предприемаческия дух в дадена личност:

- *„При мен, примерно, нито един от родителите ми не е с частен бизнес, но пък аз реших. В моя случай беше друго – приятели съм питал, интересувал съм се, още като студент, някои със средно образование си започваха частен бизнес“;*

✓Събеседници в няколко групови дискусии се обединяват около съждението, че *„тук (в България – б.а.)* ***няма семеен бизнес****, който може да се продължава, няма никакви традиции за каквото и да е производство, защото беше ликвидирано абсолютно всичко“.* Посочен е пример:

- *„Моят дядо е имал магазин, но през това време имаше един дълъг период (на социализъм – б.а.). Той прекъсна семейния*

бизнес, не е както от поколение на поколение се предава. Сега го почвам. Няма натрупване на капиталите“;

- *„Няколко поколения традицията на предприемачеството е изкоренена /.../ Моите баба и дядо са били предприемачи в някакъв регионален вариант“;*
- *„За четиридесет и няколко години просто всичко е било тотално смазано от червения ботуш“;*
- *„Ние 20 години само някаква борба за оцеляване, тук няма живот“;*
- *„Това са две, три, четири поколения, в които е насаждан страх от предприемачеството“.*

✓ Прави впечатление, че **преобладаващата част от дискутантите не биха искали техните деца да продължат да се занимават с предприемаческия бизнес на своите родители**:

- *„Те са ориентирани, те са практични. Не му ли кажеш – виж какво, ще вземеш толкова, нали мотивацията е малко по-различна при младите поколения вече. Това, което споменах за каузата, може би нашите поколения все още ги държи“.*
- *„Младите поколения реагират на сума, точен труд, на задоволство от това, което си направил, и сега, в момента, виждайки нашите проблеми, и изобщо на обществото, той казва: искам да стана политик. Ние го питаме защо, чакай, математика, химия, сега история, иска „Право“ да кандидатства, и той казва: все пак някой трябва да играе честно. Нали, влиза им вече в главата, че на много макро-ниво седи проблемът, и то не само в нашето правителство – то е глобално в целия свят“.*

8.2. Лични умения. Предприемачеството като дарба и талант

✓ Прави впечатление, че не са еднозначни мненията по отношение наличието на дарба и талант за предприемаческа дейност в дадена личност. Част от дискутантите са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност.

✓ Дискутанти акцентират най-вече на личните качества:

- *„Предприемачът действително зрее още от ранна детска възраст, в смисъл дали проявява инициативност, ако щете – в училище – не знам, там действат други правила, но на детската площадка, кажи-речи“.*

✓Респондент допълва: *„Да, той може да се роди (с предприемачески дух – б.а.), но трябва да се развие“*. Друг участник в груповата дискусия търси корените на предприемаческия дух в българина в исторически план:

- *„Предприемаческия дух си го имаме исторически, и геномно, поне аз така си го мисля, че си го имаме в нас, нали. А и при тази миксация с гърци, македонци, турци и те са предприемачи, така че във всеки един от нас го има, ние сме носители на това нещо“*.
- *„Според мен е талант, голяма доза талант. /.../ Да имаш в себе си огънчето, което да гори“*.

✓Част от събеседниците посочват, че дарбата и талантът не са водещи при предприемача в български условия: *„Основен процент е работа, учене и труд“*.

8.3. Образование

✓Като цяло, респондентите в груповите дискусии са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда благодарение на добро и професионално образование. Дискутантите обаче посочват, че образованието в България не акцентира върху предприемачеството:

- *„Сега всъщност от кого се учим на предприемачество? Докато в Западните страни има школи“*.

✓Част от дискутантите са съгласни с твърдението, че **образованието в България не е решаващ фактор за развитие на предприемачески умения**:

- *„Относно образованието – това, което мога да кажа е, че няма как образованието да е достатъчно, колкото и добро да е, образованието не прави предприемача. Дори и да е минал курсове и по счетоводство, и по каквито искате други квалификации, практиката ще го направи успешен или неуспешен предприемач. И това, което аз съм срещал и съм говорил със свои познати, е, че доста често първият и вторият опит е неуспешен. Т.е. предприемач не се става от първия път“*.

✓Преобладаващата част от респондентите считат, че добрият предприемач израства с натрупване на опит и на професионална култура.

8.4. Други фактори от съществено значение за предприемаческия успех

✓Според участниците в дискусията, има и множество други фактори, които са от съществено значение за предприемаческия успех. Сред тях респондентите посочват:

✓ **Мотивация;**

✓ **Да откриеш подходящата ниша на пазара**: *„Въпросът е да си намериш точната ниша. /.../ Аз все още се колебая, а съм вече на пазара /.../ Аз мисля, че това е най-важното – да намериш нишата, в която да се развиваш. /.../ Където да се чувстваш уверен, да си наясно“.*

✓ **Коректност:** *„Коректност спрямо партньорите, с които работиш“*

✓ **Професионализъм:** *„Качество на услугата, която предлагаш“;*

✓ **Отговорност:** *„Да покажеш, че си достатъчно отговорен човек към всяка една ситуация, към всеки, който те обикаля по някакъв начин, който е покрай теб“.*

9. Мотиви и предпоставки на българските предприемачи за започване на собствен частен бизнес

✓В хода на дискусиите част от участниците споделят причините, които са ги подтикнали да се заемат с предприемачество. Вижда се, че основните мотиви за начало на предприемаческа дейност са:

- Работа в подобна сфера на заетост;
- Самостоятелност; възможност да разчиташ на себе си;
- Възможност за по-добра печалба;
- Свободно време;
- Помощ за семейството;
- Хоби;
- Съкращение, загуба на предишна работа.
- *„Първо бях една година в клиника. Работих и прецених, че финансово не е толкова изгодно. От тази гледна точка, в смисъл, аз пак животни продавам, домашни любимци и пак си извършвам лечебна дейност върху тях, следя здравния им статус, грижа се да не се продават животни, които не са в добро здравословно състояние, но същевременно и чисто*

търговска дейност извършвам и съответно печеля от тази дейност".

- *„Още откакто стартирахме бизнеса си, ние четиримата решихме да го направим така, от гледна точка на това да сме си, нека кажа самодостатъчни, за да може да разчитаме на себе си, тъй като сме съученици и се познаваме от доста време. Разделили сме отговорностите. /.../ Тъй като си имаме доверие един на друг, не сме назначавали някое външно лице".*
- *„Животът. Понеже мъжът ми е свободен и аз, и той решихме нещо да развием, да помогнем на децата и да не стои помещението";*
- *„При мен тръгна от хоби, не толкова... И за пари, разбира се, но основно е хобито" ;*
- *„Института, в който работех навремето, го закриха и останах без работа. Тогава започнах и аз да продавам перилни препарати на сергия, след това забременях, излязох по майчинство и моя близка ми се обади и ми предложи да направим този бизнес".*

10. Иновации и иновативни практики

✓Дискутантите видимо се колебаят и затрудняват да посочат конкретни примери относно иновациите, които прилагат в своята предприемаческа дейност. В хода на дискусиите се говори общо, дават се странични примери. Преобладаващи са мненията от типа:

- *„За иновациите трябват инвестиции";*
- ***„****Чрез иновациите си разширяваш бизнеса";*
- ***„****Но за да ги приложиш – трябва да инвестираш".*

✓Събеседниците се обединяват около твърдението, че ***„действащата законова рамка не стимулира иновациите".***

✓Като примери за иновация се посочват, например, промоции на продуктова гама в търговските обекти (*„Най-важното е, виждате, на всяка крачка – промоция на това, промоция на онова и хората, поради липса на средства, използват тези неща. Да си кажем честно"*). Дискутант допълва, че когато иска да предложи нов продукт на клиентите си, подхожда внимателно и първо сондира пазара: *„Ако се търси нещо, няколко пъти ако попитат за нещо, значи очевидно има пазар за това. И съответно се проверява дали*

го има и ценово дали ще ми е изгодно за мен да предлагам и щом е изгодно и има пазар, значи би трябвало да го предлагам и съответно запълвам асортимента. Зареждам първоначално ограничени количества и съответно като видя, че се купуват и имам достатъчно клиенти за тези продукти, и се купуват още". Друг дискутант подчертава, че процедира по друг начин: *„Няма как да проуча пазара и какво ще се търси, примерно, и затова от обратната страна – аз налагам. Когато идват при мен за нещо, аз обяснявам какво би могло /.../ Аз си налагам пазара".*

✓ Търси се гъвкавост: *„В конкретния случай, при една от нашите дейности, стремим се да затворим цикъла, така да се каже, при отглеждането на една селскостопанска култура. Да кажем, ако сме я продавали в замразен или суров вид, за да няма остатъчен продукт, се варят сладка, джемове и т.н., говоря в случая за биологично чисти малини, и това е нещото, с което се опитваме да сме гъвкави /.../ скъпо е наистина, обаче фактът, че на пазара има само, да не кажа тежка дума, отрова в магазините, общо взето, нашата продукция, която е със захар, не е с подсладители, биологично чиста – борим се за това да имаш една* ***публика, която да е удовлетворена от продукта".***

✓ Посочени са конкретни примери за иновация:

- *„Ние приложихме една иновация, направихме си един собствен продукт, ние си го произвеждаме, ние сме си го измислили всичко, обаче за да се вкара такава, да я наречем машина, става въпрос за един изсушител за въздух, трябват доста пари... В смисъл, ние сме го измислили, но нито сме го патентовали, няма работни чертежи, то не е изделие, което е готово за производство, то е общо взето опитни модели или как да го наречем – работен прототип в такива предприятия от доста време, обаче де факто това изделие не съществува реално, не е патентовано".*

✓ В хода на дискусиите респондентите обсъждат възможностите и предпоставките за ефективни иновации, които биха могли да бъдат въведени в техния бизнес. Отчита се, че **за въвеждане на иновации и иновативни практики в предприемаческата дейност съществува необходимост от:**

- **Подкрепа от държавата;**

- **Финансова стабилност:** *„наличие на капитал и достъп до ноу-хау“*
- **Информираност:** *„За мен е важна информация, като специализирана литература“;* Отчита се, че информираността *„трябва да бъде държавна политика. Дали ще бъдат семинари, дали ще бъде специализирана преса“*.
- **Междуфирмено сътрудничество:** *„Той се развива, пазарът, по този начин, когато, да речем, една голяма компания прави една голяма иновация, инвестиция и т.н. Покрай тази голяма компания излизат едни други малки фирми, които правят нещо, което е свързано с бизнеса на голямата компания и така вече се получава нещо като една мрежа за работа на повече хора, на предприемачи, макар и на по-ниско ниво“*.

✓ Респондентите в групите са съгласни, че има редица пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации в бизнеса им. Посочени са:

- Липса на висококвалифициран персонал;
- Липса на държавна подкрепа;
- Липса на ясно заявени бизнес приоритети;
- Неплатежоспособни потребители/ клиенти;
- Рестриктивна кредитна политика;
- Корупционни практики;
- Икономическата криза.

✓ Дискутантите смятат, че членството в браншови организации на предприемачи би могло да подпомогне развитието на бизнеса, развитието и въвеждането на иновации в бизнеса, формирането на иновативна култура. Преобладаващи са обаче скептични мнения:

- Браншовите организации *„са създадени с тази идея, но за съжаление резултатът не се получава“*.
- Дискутантите споделят, че разчитат на *„неформални контакти“,* действат *„самосиндикално и малки оперативи“*.

11. Основни акценти и изводи в проведените групови дискусии

✓ Сред участниците в груповите дискусии е всеобщо мнението, че българското предприемачество, малкият и средният бизнес, са *„двигател на икономиката“* на страната.

✓Преобладаващата част от участниците в груповите дискусии подчертават, че в България са били прекъснати традициите на предприемаческия дух.

- *„За четиридесет и няколко години просто всичко е било тотално смазано от червения ботуш“;*
- *„Това са две, три, четири поколения, в които е насаждан страх от предприемачеството“.*

✓Дискутантите са категорични, че в България е *„много е трудно да се развива бизнес“.* Респондентите посочват, че предприемачеството изисква твърдост, борбеност, находчивост, гъвкавост, организационни умения, комуникативност и т.н. В български условия, подчертават участниците в изследването, сред основните качества на българския предприемач се отчита и умението му да рискува.

✓Условията за успешен старт на предприемачество, според респондентите, са инициативност, начален тласък, ясни правила и закони.

✓Отчитат се както преимуществата, така и недостатъците на предприемачеството:

Преимущества на предприемачеството:

- Свобода; независимост: „*дава възможност самостоятелно сам да си изкарвам парите и да не съм зависим от други хора“;*
- Инициативност;
- Креативност;
- Създаване на нови контакти;
- Развитие на лични качества и умения;
- Отговорност;
- Удовлетвореност от постигнатото;

Трудности и пречки пред предприемачеството:

- Липса на държавна политика, стимулираща предприемачеството;
- Ниска покупателна способност на българското население;
- Нелоялна конкуренция;
- Наличие на крупни предприятия и на монополисти в различни бизнес сектори, които *„задушават“* предприемачите от малкия и средния бизнес;
- Неспазване на законите;
- Недостиг на квалифицирана работна ръка;

- Административни спънки – некомпетентност, мудно обслужване, тромави административни процедури и т.н.;
- Корупция;
- Кредитиране; условия за отпускане на кредит, които не отговарят на нуждите на предприемачите.

✓ Респондентите считат, че предприемачеството трябва да е в услуга на обществото.

✓ ЕС не подпомага българското предприемачество, считат респондентите. Дискутантите споделят песимистични възгледи относно възможността за достъп до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване.

✓ Не са еднозначни нагласите относно ролята на семейната среда в изграждането на предприемачески дух. Преобладаващата част от дискутантите са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда и предприемаческа традиция. В хода на дискусиите обаче са споделени и възгледи, според които семейната среда не е решаващ фактор за изграждането на предприемаческия дух в дадена личност.

✓ Споделените мнения относно ролята на личните качества и таланта за развитието на предприемаческия дух също са на различни полюси. Част от дискутантите се обединяват около възгледа, че добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност. Други събеседници считат, че дарбата и талантът не са водещи, не са от значение при предприемача, а от съществено значение за предприемаческия успех са *„работа, учене и труд“*.

✓ Респондентите в груповите дискусии са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда чрез добро и професионално образование. Дискутантите обаче посочват, че образованието в България не акцентира върху предприемачеството.

✓ Преобладаващата част от респондентите считат, че добрият предприемач израства с натрупване на опит.

✓ Събеседниците се обединяват около твърдението, че *„действащата законова рамка не стимулира иновациите“*.

✓ За да бъде успешно въвеждането на ефективни иновации и иновативни практики в българското предприемачество, участниците в изследването смятат, че съществува необходимост от:

- Подкрепа от държавата;
- Финансова стабилност;

- Информираност;
- Междуфирмено сътрудничество.

✓Преобладаващата част от дискутантите посочват, че заради трудностите и несгодите, с които се сблъскват в своята предприемаческа активност, не биха искали децата им да продължат да се занимават с предприемаческия бизнес на своите родители.

ВЪПРОСНИК ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ДЪЛБОЧИННИ ИНТЕРВЮТА С ПРЕДПРИЕМАЧИ

- Кратко представяне – това изследване се провежда от СОВА ХАРИС – агенция за социални, политически, маркетингови проучвания;
- Представяне на темата на събеседването: „Социокултурнидетерминанти на българското предприемачество“.
- Уточняваме, че ще бъде извършен аудио запис, който ще бъде ползван единствено с цел изготвяне на аналитичен доклад, а анонимността **на респондента в дълбочинното интервю е гарантиран**а;
- Уточняваме, че интервюто е част от научно изследване, чиято цел е да установи до каква степен предприемаческата активност, предприемаческият успех са зависими от социокултурни фактори като семейна среда, образование, религиозна принадлежност, опит и др.

1. Социално-демографски портрет на българския предприемач

D1. Вие сте:

1. Мъж
2. Жена

D2. Вие сте на възраст:

1. До 30 г.
2. От 31 – 40
3. От 41 – 50
4. От 51 – 60
5. над 60 г.

D3. Роден/а сте в:

1. София
2. Областен център
3. Общински център
4. Малък град
5. Село
6. Чужбина (Моля, уточнете къде)

D4. Образованието Ви е:

1. Висше
2. Средно
3. Основно
4. Начално
5. Друго (Моля, уточнете какво).....

D5. Образованието си сте завършили в:

1. София
2. Град, областен център
3. Селище, общински център
4. Малък град
5. Чужбина (Моля уточнете къде) ……

D6. Образованието на баща Ви е:

1. Висше
2. Средно
3. Основно
4. Начално
5. Друго (Моля, уточнете какво) ……

D7. Образованието на майка Ви е:

1. Висше
2. Средно
3. Основно
4. Начално
5. Друго (Моля, уточнете какво) ……

D8. Образованието на съпруга / съпругата Ви е:

1. Висше
2. Средно
3. Основно
4. Начално
5. Друго (Моля, уточнете какво) ……
6. Нямам съпруг / съпруга

D9. Професията на баща Вие:

…….

D10. Професията на майка Ви е:

…….

D11. Професията на съпруга (та)Ви е:

……....

D12. Децата Ви следват/учат за професии:

- Близки и свързани с бизнеса Ви
- Без отношение към бизнеса Ви
- Нямам деца
- Децата ми са още много малки

D13. Придобитите от Вас образователно-квалификационни степени са:

1. Доктор (образователна и научна степен)
2. Магистър (по професионално направление и специалност)
3. Университетски бакалавър (по професионално направление и специалност) …….
4. Професионален бакалавър (по професионално направление и специалност в колеж) …….
5. Друга (Моля, уточнете)

D15. Вие сте придобили образователно-квалификационната си степен в:

1. Университет в България
2. Специализирано висше училище в България
3. Колеж в България
4. Университет в чужбина
5. Колеж в чужбина

D16. Гражданството Ви е:

1. Българско
2. Друго (Моля, уточнете)…….

D17. Професията Ви е:

1. Икономист
2. Юрист
3. Инженер
4. Друга (Моля, посочете)

D18. Преди да започнете собствен бизнес сте били:

1. Работник
2. Служител
3. Учащ
4. Друго (Моля, посочете)…….

D19. Вие сте:

1. Женен/омъжена
2. Неженен/неомъжена
3. Разведен (а)
4. Вдовец/вдовица

D20. В семейството (в рода) Ви се почитат:

1. Християнската култура, традиции и обичаи (православни)
2. Християнската култура, традиции и обичаи (католически)

3. Мюсюлманска култура, традиции, обичаи
4. Друга култура, традиции и обичаи (Моля, посочете) ….

D21. Вие живеете в:

1. София
2. Областен град
3. Малък град
4. Село
5. Чужбина (Моля, посочете в коя държава)

D22. Вашият бизнес е предимно в сферата на:

1. Селското стопанство
2. Промишлеността
3. Търговията
4. Строителството
5. Туризма
6. Транспорта
7. В друга сфера (Моля, посочете)

D23. Вие членувате в:

1. Сдружение на предприемачи
2. Браншова организация
3. Камара
4. Асоциация
5. В друга (Моля, посочете)…….
6. Не членувам в подобни организации

D24. Етническа принадлежност:

1. Българин/българка
2. Български ром
3. Български турчин
4. Българомохамеданин
5. Друга (Моля, посочете коя) ……..

2. Предприемачът за бизнеса си

1. Какъв е предприемачът и какви качества трябва да притежава той, според Вас?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следният въпрос:

„Според вас, предприемач е?“

– Човек, който организира собствен бизнес;

– *Човек, които организира собствен нов бизнес;*
– *Човек, който работи със собствен (или зает) капитал;*
– *Човек, който поема риск и носи отговорност за предприемаческата си активност.*

2. Опишете с няколко думи Вашия бизнес ……

3. Към коя от следните категории бихте отнесли Вашия бизнес?

1. Класическо – индустриално предприемачество (производство на нов продукт и на нови пазари)
2. Социално предприемачество (в образование, в здравеопазване)
3. Предприемачество в нови знания, техника и нови технологии, нови системи за организация на производство, труд и управление
4. Зелено предприемачество
5. Не е в нито една от посочените предприемачески тенденции

4. Защо решихте да започнете този бизнес? / Защо решихте да започнете собствен частен бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Защо решихте да започнете собствен частен бизнес?“

a. Желание да продължа семейна традиция;
b. Необходимост да се реализира минал натрупан опит в бизнеса;
c. Потребност от свободна икономическа активност и независимост;
d. Желание да печеля повече;
e. Предизвикателство за професионален и икономически просперитет; /. Възможността за лична и професионална изява;
g. Осигуряване на лична заетост и заетост на семейството;
h. Предизвикателни възможности да се заемат пазарни ниши.

5. Каква е Вашата оценка за Българската юридическа основа (правна рамка) по отношение на предприемачеството? / Според Вас, Българската юридическа основа (правна рамка) благоприятства / стимулира ли развитието на предприемачеството?

6. Според Вас, съществуващата в момента законова основа (Закон за насърчаване на чуждестранните инвестиции) благоприятства /стимулира ли привличането на чуждестранни инвестиции за развитие на икономиката и предприемачеството?

7. Според Вас, каква трябва да е държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори?

8. *Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:*

„Според Вас, каква трябва да е държавната политика и законовата рамка по отношение броя на чуждестранни спрямо български инвеститори?“

a. Трябва да има равнопоставеност;

b. При равни други условия, да има превес на българските инвеститори;

c. При равни други условия, да има превес на чуждестранните инвеститори.

9. Според Вас, какви са причините за бавното и трудно уреждане на междуфирмените задължения?

10. Съгласен/съгласна ли сте с посочените твърдения:

1. Законите **в** България стимулират (благоприятстват) предприемачеството – Да/Не
2. Данъчните закони стимулират развитието на българското предприемачество – Да/Не
3. Условията за отпускане на кредит отговарят на изискванията на предприемачите – Да/Не
4. Правото на Европейския съюз стимулира българския предприемач – Да/Не
5. Държавата трябва напълно да се оттегли от предприемачески функции – Да/Не

3. Предприемачът за предприемаческия труд, предприемачеството и предприемаческия успех

11. Според Вас, какво изисква и **предполага трудът на предприемача?**

12. Според Вас, кои са най-важните предпоставки за осъществяване на предприемаческа инициатива (предприемаческа дейност)?

13. Според Вас, какви са най-важните условия за осъществяване на предприемаческа инициатива/дейност?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Според Вас, какви са най-важните условия за осъществяване на предприемаческа инициатива/дейност?“

a. Наличие на собствен капитал;
b. Възможност за вземане на кредит;
c. Възможност за финансиране от еврофондовете;
d. Сигурни пазари за реализация на продукцията;
e. Ниски данъци;
f. Ниски разходи за труд;
g. Работеща и некорумпирана администрация;
h. Принадлежност към влиятелен приятелски кръг;
i. Връзки с влиятелна политическа сила.

14. Според Вас, кои са най-големите трудности пред Българския предприемач?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Според Вас, кои са най-големите трудности пред Българския предприемач?“

a. Липсата на традиции в предприемаческата дейност;
b. Неясни правила за бизнес и неадекватна законова уредба;
c. Липса на добре подготвени и опитни работници, специалисти и мениджъри;
d. Липса на преференции и стимули(данъчни преференции, стимули за публично – частно партньорство и др.);

e. Политически натиск върху бизнеса;

f. Неработеща и корумпирана администрация и лошо качество па обслужването (административни затруднения и усложнения).

15. Съгласен/съгласна ли сте със следните твърдения:

1. Добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност – Да/Не
2. Добрият предприемач се изгражда в семейна среда и предприемаческа традиция – Да/Не
3. Добрият предприемач се изгражда насочено чрез добро и професионално образование – Да/Не
4. Добрият предприемач израства с натрупване на опит и професионална култура – Да/Не

16. Според Вас, кои фактори са от най-съществено значение за предприемаческия успех?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Според Вас, кои фактори са от най-съществено значение за предприемаческият успех?“

a. Семеен произход, семейна среда, фамилна бизнес традиция;

b. Равнище на образование (образователно – квалификационна степен);

c. Подходяща за предприемаческа дейност професия;

d. Специализирана образователна подготовка по предприемачество;

e. Иновационна култура и поведение;

f. Етнокултура с традиции в бизнеса и предприемачеството;

g. Лични качества (предприемчивост, инициативност, способност за поемане на риск и отговорност);

h. Подходящ (правилен) приятелски кръг;

i. Политическа протекция.

17. Какви иновации прилагате в бизнеса си?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Какви иновации прилагате в бизнеса си?“:

a. Технико-технологични;
b. Продуктови;
c. Разработване на нови пазари;
d. Организационни.

18. Какви иновативни практики прилагате в бизнеса си?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Какви иновативни практики прилагате в бизнеса си?“

a. Използване на готово ноу-хау;
b. Адаптиране (доразвиване) на готово ноу-хау;
c. Взаимстване на опит от други сродни фирми;
d. Извършване на собствени проучвания, разработки и внедряване.

19. Според Вас, кои са най-важните предпоставки, за ефективни иновации във Вашия бизнес?

20. Според Вас, кои действия са най-важни, за да са ефективни иновациите във Вашия бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, изредете следните възможни отговори:

a. Трансфер на технологии;
b. Използване на финансови инструменти от европейски фондове;
c. Взаимодействие с висши училища и научни институти;
d. Собствени инвестиции в нововъведения;
e. Участие в сдружения и браншови обединения / Участие в клъстери;
g. Данъчни облекчения;
h. Защита на интелектуалната собственост;
i. Изграждане на иновационна култура чрез образование и квалификация.

21. С кое от следните твърдения сте съгласен/на;

1. Преките чуждестранни инвестиции демотивират предприемачите да отделят средства за развитие на иновации – Да/Не

2. Висшите училища и научните организации създават качествен научно-приложен продукт, който може да се използва за фирмени иновации – Да/Не
3. Иновации са скъпа и рискова дейност и това ограничава предприемаческата активност – Да/Не
4. Действащата законова рамка не стимулира иновациите- Да/Не

22. Какви са основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации във фирмата Ви?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„Какви са основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации във фирмата Ви ?“

a. Липса на висококвалифициран персонал (проблем в образованието);
b. Липса на държавна подкрепа (закони, проекти);
c. Липса на ясно заявени национални бизнес приоритети;
d. Неплатежоспособни потребители (на продукта ни);
e. Рестриктивнакредитна политика;
f. Корупционните практики;
g. Икономическата криза.

23. Смятате ли, че членството в организация на предприемачите помага / би помогнало за развитието на Вашия бизнес?

24. По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?

Към интервюера: в случай, че респондентът се затруднява да отговори, задайте следния въпрос:

„По какъв начин членството в организации на предприемачи помага на Вашия бизнес?“

a. Помага за развитието и въвеждането на иновации в бизнеса Ви;
b. Помага за формирането на иновативна култура;
c. Помага за решаването на проблеми в бизнеса Ви.

25. Каква е Вашата оценка за държавната политика и законовата рамка по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса?

26. Каква е Вашата оценка по отношение на кредитната политика на банките и възможностите за финансиране на бизнеса със средства от банков кредит?

27. Каква е Вашата оценка по отношение достъпа до капитали от еврофондовете и процедурите за кандидатстване по програмите на еврофондовете?

Благодаря Ви!

СОЦИО-КУЛТУРНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

ДЪЛБОЧИННИ ИНТЕРВЮТА

1. Обект на изследването, методология и набиране на информация

Настоящето социологическо проучване има за цел да установи до каква степен предприемаческата активност и предприемаческият успех са зависими от социо-културни фактори като семейна среда, образование, опит и т.н.

Бяха проведени 40 (четиридесет) дълбочинни интервюта с български граждани над 18-годишна възраст. Респондентите бяха предварително стратифицирани по следните признаци:

Пол:

✓ Съотношение ***мъже:жени*** – приблизително 1:1.

Възраст:

✓ Български граждани на възраст над 18 години.

Отношение към темата:

✓ Лицата да се занимават със собствен бизнес / предприемаческа дейност.

Целта на проведените дълбочинни интервюта беше да се установи:

✓ Кои са мотивите и предпоставките на българските предприемачи за започване на собствен частен бизнес;

✓ Каква е оценката на българските предприемачи относно условията, политиката на държавата и нормативната уредба по отношение на предприемачеството и бизнеса в България;

✓ Какви са нагласите на българските предприемачи за предприемаческия труд, предприемачеството и предприемаческия успех;

✓ Кои са основните трудности, пред които са изправени предприемачите в България;

✓ Кои са факторите от съществено значение за предприемаческия успех: семейна среда, образование, лични умения;

✓ Прилагат ли се иновации и иновативни практики от страна на българските предприемачи в тяхната предприемаческа дейност;

✓ Кои са най-важните предпоставки за приложение на ефективни иновации.

2. Нагласи относно предприемаческата активност в България

✓ В хода на изследването респондентите споделят свои лични мнения и впечатления относно състоянието на българската предприемаческа активност. Според респондентите, ключовите условия за стартиране на предприемаческа дейност са:

- Законност: *„Предсказуема законова среда“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*
- Квалифицирана работна ръка;
- Липса на корупция;
- Липса на нелоялна конкуренция;
- Наличие на собствен капитал;
- Работеща администрация;
- Труд: *„Много работа, отдаденост, следене на нови технологии и неща, подобряване на процесите, постоянно едно учение във всяко едно нещо“. (Предприемач, текстилно производство)*

3. Нагласи относно качествата на българския предприемач

✓ В хода на проведените дълбочинни интервюта се откроии мнението, че осъществяването на предприемаческа дейност в България е съпътствано от множество трудности – финансови проблеми, административни спънки, нелоялна конкуренция и т.н. Респондентите са категорични, че българският предприемач трябва да притежава редица качества, благодарение на които да може не само *„да оцелее“* в недружелюбната бизнес-среда в България, но и да води успешен бизнес.

- Предприемачът *„трябва да има идеи и много ясна визия за това, какво иска да направи, как да го постигне, да притежава необходимата квалификация, качества и умения за да го направи, за да бъде бизнесът успешен, а не просто някакъв бизнес“. (Предприемач, шивашки услуги);*
- Предприемачът е човек, който може да *„поема риск“* и да *„носи отговорност“*. Българският предприемач трябва да бъде *„здрав“* и *„безумен“;*

- *„Предприемачът е човек, който активно търси трудности и после намира решение как да ги преодолее“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство);*
- *„В България предприемачът трябва да е всестранно развита личност, за да може наистина да успее“. (Предприемач, фотооптични инсталации.)*

✓ Днес българският предприемач е в неизгодна позиция. Той *„оцелява на пазара“*. Той се нуждае от *„пазари, реклама, кредити“*.

✓ Трудът на българския предприемач изисква *„по-голямата част от денонощието и енергията“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*.

- *„Дребният предприемач се бори съвсем сам отвсякъде, има единствено само задължения, докато няма абсолютно никакви права, отнякъде глътка въздух. Така ми се струва“. (Предприемач, шивашка промишленост)*

✓ Респондентите считат, че българският предприемач трябва да притежава следните качества:

- Да е гений;
- Да бъде образован;
- Да бъде свестен;
- Да е склонен да рискува;
- Да умее да работи с хора;
- Инициативност;
- Коректност;
- Мениджърски умения;
- Находчивост;
- Постоянство;
- Решителност;
- Смелост;
- Съобразителност.

4. Нагласи относно условията, политиката на държавата и съществуващата нормативна уредба по отношение на предприемаческата активност и бизнеса в България

4.1. Отношението на държавата към българското предприемачество

✓ Респондентите са категорични, че държавата не стимулира българското предприемачество:

- *„Нашата фирма специално гледаме всичко да можем да се справим в ситуацията, сами да решим нещата, налагало ни се е някой път да се обърнем към институции за определени въпроси, просто сме се разочаровали от чакане“. (Предприемач, текстилно производство)*
- *„Един и същи въпрос трябва да се внесе до три различни институции, едната дава, едната не, и ти си в една ситуация, в която се оказва, че по-високата, по-висшестоящата инстанция е ОК, но местната власт казва: „Не, не, ние не сме сигурни“ и убиват всякакво по-нататъшно развитие.“ (Предприемач, фотооптични инсталации).*

✓ Отчита се, че на този етап има множество спънки пред дребния и средния бизнес в България:

- *„Просто се убива дребния и дори средния бизнес. И остават големите риби, няма значение дали са български, дали са чуждестранни… няма никакво значение. Просто, за да прави човек дребен бизнес, нещата стоят много сложно.“ (Предприемач, търговия, специализиран риболов);*
- *„Много бюрократщина /.../ Един обикновен човек да започне собствен бизнес, просто… много трудно.“ (Общинска фирма);*
- *„Държавата не ни защитава като работодатели. Тя няма уважението към нас като към хора, които създават работни места. За разлика от другите държави, където работодателят е на почит, с уважение, това, че имаш идеи, това, че си предприечмач – държавата те стимулира, както например е в Турция, защото аз често пътувам до там и контактувам. И държавата ти предоставя всякакви условия, образован ли си, просто всички условия ти предоставя държавата, за да можеш ти да работиш и да създаваш работни места и си уважаван човек, а тук, за съжаление, ние сме винаги наказани и винаги смачкани“. (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Всеобща е нагласата, че **държавата не оказва необходимата подкрепа на българското предприемачество:** *„Не сме такава*

мощна икономика, че да кажем, че бизнесът може сам да се развива.“ (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия).

✓ Споделени са критични нагласи: *„Абсолютна невъзможност да защитиш правата си, ако са нарушени от страна на държавата. И си в ситуация, в която нямаш възможност дори да обжалваш“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Отчита се, че българското производство е в застой: *„Повече внос, отколкото износ и затова няма как да се развива една икономика“.*

✓ Според дискутанти, **необходимо е държавата да създаде условия за развитие на предприемаческа дейност**, да подпомага предприемачеството. Част от дискутантите акцентират, че *„инициативата трябва да е в бизнеса“,* тъй като *„на държавна подкрепа никой по света не разчита“.*

4.2. Данъчни закони

✓ Според респондентите, данъчните закони не стимулират развитието на българското предприемачество:

- *„Във всеки момент се измислят нови такси, нови касови апарати, плащаш си... И в някой момент, ако вдигнат и минималната заплата, което е голяма, голяма тежест е за работодателите, /.../ това стимулира сивата икономика, да не се осигуряват хората на пълна работна заплата, а ги осигуряват на минимална, за да спестява работодателят от данъци и да може хората да получат в настоящия момент. Значи, никой не мисли за следващия момент, защото то цялата система е като цяло опорочена от преди двадесет години“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*
- *„Работодателят е смачкан тотално.“ (Предприемач, шивашки услуги)*
- *„Новият закон напълно прекрати всякакви инвестиции. Аз бях склонен да продължа, но последната промяна беше жестока промяна“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Респондентите са категорични, че съществуват предпоставки, които биха могли да окажат положително влияние върху осъществяването на предприемаческа дейност.

- *„По-малко държава, по-малко безумни регулации“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*
- *„Яснота по отношение на законодателството.В момента законодателството се променя така, че след 6 месеца не знаеш какво ще следва“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

4.3. Достъп до европейски субсидии

✓ Отправени са критики към възможностите за достъп до процедурите за кандидатстване за субсидиране на бизнеса от европейските фондове.

✓ Отправена е остра критика към българското законодателство, което спъва достъпа на българското предприемачество до европейски субсидии:

- *„Българското законодателство не е в синхрон с европейското /.../ Имаш възможност за европейско субсидиране, европейските закони като идеи, като замисъл са добри и работеха допреди две години. А сега, от две години с новото правителство законите се променят по такъв начин, че направо се убива това нещо“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Респондентите са категорични, че *„за малки фирми като нас просто е невъзможно“. (Предприемач, шивашки услуги)*

- Респондент описва трудностите, с които се е сблъсквал при кандидатстване за субсидии: *„Трудни процедури… Много тежки. Аз съм минавал по една процедура, тежка… Създават се едни коридорчета, едни вратички… Нашите хора, и ако не си платиш на нашите консултанти… чао /.../ От тази институция, която пуска тръжните дела, министерство или агенция някоя, се набъркват 10 консултантски компании, техни, които, ако не мине проектът през тях…, а те вземат 4 до 10% от цената на проекта, не се осъществява. А ти като вземеш 20 или 30% помощ и им дадеш 10%, теб за какво ти е? Не можеш да си платиш и лихвите по кредита.“ (Предприемач, енергетика)*
- *„Много усложнени. Имаме пряк опит“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*

- *„Мисля че е малко прекалено тежко и тромаво всичко“. (Предприемач, търговия, специализиран риболов);*
- *„Програмата е тежка, сложна и корумпирана. Само ни разиграват, пишем проекти... Страшно разиграване. Страшна бюрокрация. Буквално е безсмислено.“ (Предприемач, енергетика)*
- *„Много е опорочено като цяло. Определени хора взимат парите и не ги харчат по предназначение. Категорично... категорична съм в този случай, защото съм се запознавала лично... Лично съм се сблъсквала с такова нещо /.../ Опитвахме се, кандидатствахме, но /.../ Парите се разпределиха на определени хора, които не ги инвестираха в това, в което трябваше да бъде, за съжаление. Парите се откраднаха“. (Предприемач)*
- *„Опитвала съм (да кандидатствам – б.а.), само че стигнахме до последния етап, но понеже фирмата ми е от Варна и казаха, че не е район с висока безработица и ми отказаха“. (Предприемач, шивашки услуги)*
- *„Там процедурите са много тежки и недостъпни, за съжаление. Парите, които се дават по европейските програми, са крайно недостатъчни и не се използват ефективно. Имам предвид, че се отхвърлят проекти за определена година, тази година едно 60-70% от проектите не се изпълняват, а за останалите проекти се отговаря, че парите са свършили и няма пари. И в крайна сметка 70% от одобрените не се одобряват и в крайна сметка парите за тази определена година не се усвояват. Т.е. има много проекти, които се реализират на собствена сметка на предприемача, други, които въобще не се реализират, но са получили одобрение за субсидиране... И в крайна сметка България вместо да получи европейски пари, те не реализират тези проекти и парите никога не влизат в България. По документи се отчита, че България е одобрила цялата сума по инвестиционни проекти, но това не значи, че е използвала тази сума. В крайна сметка след година – две се оказва, че проектите няма да се реализират и сумата си остава в Европа, никога не идва при нас“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Респондент отчита, че субсидирането на бизнеса от европейските фондове е оказало благотворно влияние единствено върху селското стопанство. Заключението обаче е, че евросубсидиите също са пострадали от крупни финансови измами: *„Поне за селското стопанство със сигурност, защото според мен има голямо развитие в селското стопанство /.../ Сега хората си имат и техника, и технология, започнаха пак да се кооперират, което е добре и е развитие /.../ Сега, друг е въпросът, че всичките пари се откраднаха“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

4.4. Възможности за кредитиране

✓ Отчита се, че ролята на държавата по отношение на условията и възможностите за кредитиране на бизнеса е слаба:

- *„Те правят каквото могат, не мога да се оплача от това. Има различни програми по отношение на Бюрото по труда, трудова заетост, но просто липсват кандидати за това нещо, липсват предприемачи, хора, които са склонни да рискуват и да си отделят от личното време за това“. (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Критиките са насочени към банките и техните *„непосилни“* условия, които поставят пред предприемачите:

- *„Условията, които се поставят, примерно на 150% гарантиране на кредита – това е непосилно за една малка фирма. Да кажем, да си заложиш жилището, за да можеш да изтеглиш 30 000, за да можеш да ги инвестираш в бизнеса си, което е... невъзможно е, няма как да стане“. (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Преобладаващата част от респондентите посочват, че условията за отпускане на кредит не отговарят на изискванията на предприемачите:

- *„Ние също ползвахме кредит и беше ходене по мъките“. (Общинска фирма)*

✓ В хода на изследването отчитаме забележка, направена от респондент. Той посочва, че условията за отпускане на кредит са *„задоволителни“* и *„правилни“*. Според него обаче, проблемът е от друго естество:

- *„Условията са задоволителни, правилни. Банките не ги усложняват чак толкова като условия за отпускане на*

кредит. Но проблемът идва отдругаде. /.../ Проблемът идва от това, че банките не са диалогични". (Предприемач, енергетика)

4.5. Браншови обединения, клъстери

✓ Според част от респондентите, браншовите обединения и клъстери не оказват съществено влияние върху предприемаческата дейност.

- *„Браншовите обединения като цяло в България имат по-скоро фиктивна функция /.../ Браншовите обединения, които познавам, те само се събират и съвещават, а не се нагърбват с намиране на нови клиенти или налагане на български продукт в чужбина." (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

✓ Други споделят възгледа, че браншови организации биха били от голяма полза за предприемаческата им дейност:

- *„Просто се обменят идеи. Създават се силни браншови съединения /.../ Могат да въздействат върху чиновниците". (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)* Дискутантът уточнява, че *„това е големият проблем в държавата. Чиновническият подход е проблем във всичко. Във всяко начинание". (Предприемач, енергетика)*
- *„По някакъв начин се създава една взаимопомощ между отделните... примерно, както сме ние – има съюз на вносителите и износителите на облекла, които се събират всяка година и просто си обменят информация, опит, къде, какво". (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Преобладават критичните възгледи, които обрисуват ролята на браншовите организации:

- *„В нашата сфера има си браншова организация, но тя не е създадена да обслужва бранша, а определени хора".*
- *„Има доста организации, в които сме участвали в продължение на много години, говоря – текстилни организации и от модния бранш – събират се такси всяка година за участие, но реално работата отива при едни и същи фирми постоянно и в един момент ние се отказваме от това партньорство и тръгваме сами да си търсим парт-*

ньори и магазини в България или в чужбина ли е – няма значение, просто гледаме сами да се оправим“.

4.6. Предприемачески функции на държавата

✓ Не са еднозначни споделените мнения на респондентите по отношение на предприемаческите функции на държавата. Част от интервюираните лица споделят мнението, че държавата трябва да се оттегли от предприемаческите си функции:

- *„Абсолютно! Също и от регулирането на едно такова нещо – не може все да се налагат цени, да се събират данъци и да... сигурно всичко се изпълнява спрямо правилата, но не и да се налага каква печалба да имаш, не е работа това на държавата“.(Предприемач, фотооптични инсталации)*
- *„Може би е по-логично да се оттегли и да си гледа само държавните функции“. (Предприемач, шивашка промишленост)*

✓ Споделени са и противоположни мнения. Немалка част от респондентите са категорични, че държавата не бива да се оттегля от предприемачески функции.

5. Нагласи относно междуфирмените отношения

✓ Сред основните причини, на които се дължи бавното и трудно уреждане на междуфирмените отношения, респондентите посочват:

- Некоректни партньорства: *„некоректна работа, ако щете просто некоректни хора като личности, защото в много от случаите дължат се пари, а всъщност се наблюдава нови придобивки на имущество, на коли и т.н.“ (Предприемач, текстилно производство);*
- *„Слабата активност“;*
- *„Лоша съдебна система“;*
- Състоянието на вътрешния пазар: *„Пазарът ни е много свит. Свитият пазар, това е…“ (Предприемач, Енергетика);*
- Финансовата криза: *„Някъде като не плати някой, оттам нататък по веригата – то е верижна реакция. А причината е кризата, защото нещо парите се изгубиха“. (Предприемач, малка фирма, шивашки услуги);*

- Състоянието на икономиката, като цяло: *„Буксуването на цялата икономика /.../ Забавянето на парите от държавата.“ (Предприемач, Онлайн магазин за книги).*

6. Нагласи относно държавната политика за насърчаване на чуждестранните инвестиции в България

✓ Според един от респондентите, чуждестранните инвестиции нямат положителен ефект върху бизнес-климата в страната, тъй като затрудняват дребния и среден бизнес:

- *„Чуждестранните инвестиции не ни дават тази възможност да се развиваме“. (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Като цяло, респондентите отчитат, че съществуващата вмомента законова основа не стимулира привличането на чуждестранни инвестиции за развитие на икономиката и на предприемачеството в България. Законите обаче не пречат на привличането на чуждестранни инвестиции, смятат интервюираните лица. Проблемът се крие в корупцията, в нелоялната конкуренция:

- *„Лично моето мнение по въпроса, наблюдението ми през годините е, че има определен кръг от хора, които успяват така да се каже да се доберат до работа, договори с чужбина, сътрудничество, партньорство и т.н.“ (Предприемач, текстилно производство)*

✓ Респондент отчита, че привличането на чуждестранни инвестиции благоприятства до известна степен развитието на икономиката и предприемачеството в страната, но акцентира, че това се прави с основна цел **евтина работна ръка:**

- *„Благоприятства до такава степен, че в България се вливат нови инвестиции, но като цяло се използва евтина работна ръка, а за ръководните длъжности много трудно се назначават българи. Като цяло, те си идват с подготвени собствени кадри, а персоналът... е от българи. Поскоро в обслужващите дейности, което е тъжното. Но такъв ни е стандартът.“ (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

✓ Споделено е мнение, според което чуждестранните инвеститори би трябвало да имат превес над българските, *„защото българският пазар е доста ограничен и малък и няма много поле за развитие и реализация на големи обеми продукция“. (Предприемач,*

текстилно производство). Друг респондент допълва, че съществува необходимост от *„превес на чуждестранните инвеститори, защото българските инвеститори почти липсват“. (Предприемач, шивашки услуги)*

✓ Като цяло обаче преобладаващи са мненията, че на територията на българския пазар **българските инвеститори трябва да имат превес над чуждите.**

- *„Те (чуждестранните инвеститори – б.а.) по никакъв начин не стимулират малкия и среден бизнес, който е 98% от бизнеса в България.“ (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*
- *„Би трябвало да се дава предимство на българските инвеститори“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Не липсват и възгледи, според които трябва да има *„абсолютна равнопоставеност“* между българските и чуждестранните инвеститори*:*

- *„Всеки инвеститор трябва да е добре дошъл. Трябва да отговаря на закона“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*

✓ Респондент допълва, че въпросът не е еднозначен, а ролята на българските и чуждестранните инвеститори е различна, в зависимост от сферата на бизнеса:

- *„Някъде е по-добре да са чуждестранни, в някои сфери е по-добре да са български тия инвеститори“ (Предприемач, Онлайн магазин за книги)*.

7. Трудности пред българското предприемачество

✓ В хода на изследването респондентите очертават рамките на основните трудности, с които се сблъсква българският предприемач в своята практика:

- Липса на подкрепа от страна на държавата;
- Пречки и спънки от административно естество;
- Корупцията в администрацията;
- Липса на пазар;
- Задължения;
- Некомпетентна работна ръка: *„Все още дори се принуждаваме да държим пенсионери, защото са компетентни и знаят как. Новите нехаят и не искат да се развиват“.*

(Предприемач, енергетика); „И е много трудно да намериш кадърни хора, на които да им се работи“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия); „Най-сериозният проблем е с /.../ квалифицирана работна ръка“. (Предприемач, шивашка промишленост)

- Евтин внос, задушаващ местното производство: *„Всички тези китайски, турски стоки, които подбиват пазара /.../ Икономическата ситуация е наложила навлизането на тези продукти, които на нас са ни една убийствена конкуренция“.(Предприемач, текстилно производство)*
- Бедност, ниска покупателна способност на българина: *„Ниската възможност на българина да пазарува по-висок клас стоки, задоволяването му с по-нисък, които са съответно с некачествени материали и изработка“. (Предприемач, текстилно производство)*

8. Предпоставки за предприемаческия успех

✓ Респондентите отчитат редица предпоставки, които са необходими, за да бъде осъществена успешна предприемаческа инициатива. Сред споделените мнения отчитаме, че съществува необходимост от:

- Добри идеи;
- Добро изпълнение;
- Законодателство;
- Късмет;
- Ниски данъци;
- *„По-малко безумни регулации“;*
- По-малко държавна намеса;
- Работеща администрация;
- Реализация;
- Финансова възможност и обезпеченост.

✓ Според респондентите, има редица фактори, които са от значение за успеха на един предприемач. Посочени са:

- Борбеност;
- Екип;
- Заинтересованост;
- Компетентност;

- Лични качества, които да бъдат доразвити с професионален опит;
- Моментна ситуация;
- Наличие на идея;
- Образование;
- Усилия;
- Целенасоченост.

✓ Преобладаващата част от респондентите са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда, чрез добро професионално образование и с натрупване на опит и професионална култура.

✓ Отчита се, че са необходими лични качества, които благоприятстват за изграждането на предприемаческия дух. Необходима е също така и специализирана подготовка, натрупване на опит и професионална култура, а също така упоритост и свободолюбив дух: *„Трябва да си много свободолюбив, да не искаш да имаш началник". (Предприемач, Енергетика)*

8.1. Семейна среда

✓ Прави впечатление, че преобладаващата част от респондентите са съгласни с твърдението, че семейната среда играе съществена роля в изграждането на предприемачески дух в една личност. Според тях обаче, ролята на семейната среда се изменства от **личните качества и образованието, които са на преден план при формирането на предприемаческия дух.**

✓ Част от респондентите не са съгласни с твърдението, че предприемачът се изгражда в семейна среда с предприемачески традиции: *„Може би това са важни фактори, но тук (в България – б.а.) няма откъде да „дойдат". (Предприемач, малка фирма, мебелно производство)*

✓ Респондент посочва, че в България *„имаме липса на предприемаческа дейност. /.../ За традиции е трудно да се говори, защото не сме имали такава дейност в последните години." (Предприемач, Онлайн магазин за книги).*

8.2. Лични умения. Предприемачеството като дарба и талант

✓ Респонденти са съгласни с твърдението, че е необходим талант за осъществяването на предприемаческа дейност:

- *„Не всеки може да я развива, предвид това оттук тръгва главният проблем, че всеки си мисли, че всеки може да прави бизнес. И точно заради това е трудно и аз да намеря партньори, с които да се работи“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

✓ Споделените мнения по отношение развитието на предприемаческите качества не са еднозначни. Част от дискутантите се обединяват около твърдението, че предприемаческият дух не зависи от дарбата, таланта или семейната среда, а се определя от **характера, волята и от личните качества.** Според тях, **семейството е само основата,** но истинският предприемачески дух се развива благодарение на натрупването на опит и професионална култура.

- *„Никой не се ражда с дарба и талант, всичко се изражда – това израстване“. (Предприемач, Онлайн магазин за книги).*

8.3. Образование

✓ Образованието е от съществено значение, считат респонденти:

- *„Не може до вчера да си садил домати и днес вече да правиш фирма и да искаш да развиваш бизнес“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

✓ В хода на проучването са отправени сериозни критики към състоянието на българското образование. Всеобщо е мнението, че висшите училища в България не отговарят на критериите на предприемаческия бизнес, а техните кадри не се обучават на необходимото за изискванията на бизнеса ниво.

- *„Много назад са от света“;*
- *„Аз не съм сигурна, че в България правим някакво развитие на науката“.*

✓ Респондентите са категорични, че в България висшите учебни заведения и научните организации *„не създават качествен научно-приложен продукт, който би могъл да бъде използван за фирмени иновации“.*

9. Мотиви и предпоставки на българските предприемачи за започване на собствен частен бизнес

✓ Респондентите посочват, че са започнали предприемаческа дейност с *„мотивация да си работим сами за нас“. (Предприемач,*

малка фирма, шивашки услуги). Те признават, че това е **предизвикателство и възможност за лична изява.**

✓ Респондент подчертава, че е започнал да се занимава с предприемаческа дейност, защото има образователен ценз, а стартирането на собствен бизнес е най-доброто решение за един млад човек:

- *„Аз съм завършила индустриален мениджмънт и след това и икономика на индустрията. В момента съм и доктор по икономика и човек, който има възможност, има възможността да започне собствен бизнес и това е според мен най-доброто решение за един млад човек, понеже аз съм направила фирмата в една много начална фаза“.(Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*
- *„Аз между другото съм пенсионер от армията. Като се пенсионирах, започнах да работя. Това ми е нещо като хоби, от нещо като хоби стана професия, сега стана семеен бизнес“. (Предприемач, дърводелство)*

✓ Сред споделените отговори пресъстват още:

- *„Просто опитахме“;*
- *„Имаш знанията и знаеш как да си ръководиш собствена фирма, защо да не опиташ.“ (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия);*
- *„По необходимост – по време на криза – трябваше да се спасяваме, а пък развитието впоследствие вече на самия бизнес е, че интригуващо си е, предизвикателство“. (Предприемач, шивашка промишленост);*
- *„Това ми е професията, моделиер съм“. (Предприемач, шивашки услуги).*

✓ Респондент споделя, че предприемаческата дейност, с която се занимава в момента, е семейно наследство: *„Бизнесът е семеен, който е създаден от баща ми преди 15 години,който почина преди 5 години всъщност, аз го поех“. (Предприемач, текстилно производство).*

10. Иновации и иновативни практики

✓ Немалка част от респондентите се затрудняват да посочат кои са най-важните предпоставки за ефективни иновации в техния бранш. Посочени са примери:

- *„В България е трудно все още, може би обединяване на браншови организации, по-големи“. (Предприемач, малка фирма, шивашки услуги);*
- *„Личностните качества на предприемачите и помощ от държавата“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство).*

✓ За да бъдат ефективни иновациите в предприемаческата дейност, според респондентите е необходимо да има *„Данъчни облекчения и защита на интелектуалната собственост“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство).*

✓ Отчита се, че за въвеждането на иновации в предприемаческата дейност са необходими *„стабилни собствени средства“,* от една страна и *„склонност да се предприема риск, голям риск“,* от друга.

✓ Преобладаващата част от респондентите споделят възгледа, че *„не можеш да си иновативен до такава степен, когато не стигат средства. Защото средствата отиват за развитие, за развитие на фирмата“. (Предприемач, енергетика)*

✓ Един от респондентите очертава рамките на възможностите пред българското предприемачество за въвеждане на иновативни практики:

- *„Иновативната култура е за всеки отделен бизнес и за всеки предприемач. /.../* ***Първо трябва да се развие много добре пазара, да се наложи продукта и тогава да се говори за иновации от последен модел.*** *Затова и техниката, и технологията в България са на толкова ниско ниво. Просто защото хората нямат пазар“. (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*

✓ Част от респондентите посочват, че прилагат различни иновации в зависимост от естеството на своята предприемаческа дейност:

- Технологични; нова техника;
- Организационни (при фирми, чиято дейност е в сферата на услугите);
- Продуктови;
- Рекламни.

✓ Респонденти посочват конкретни примери за иновативни практики в своята предприемаческа дейност:

- *„Извършване на собствени проучвания и заимстване“. (Предприемач, зелена енергия, селско стопанство)*

- *„В момента семинарите, които организираме, са си с мултимедия, с цялостно оборудване, осветление качествено, озвучаване... Така че от тази гледна точка се инвестира в нови технологии.“ (Предприемач, агенция за организиране на мероприятия)*
- *„Нови машини, нови технологии, материали, залагане на по-качествени материали, разнообразие вече в самите модели. По принцип, до преди няколко години ние бяхме заложили предимно на класиката при мъжката риза, от няколко години разработваме и младежка линия с по-раздвижени неща, тази пролет стартирахме и с първата ни дамска линия. /.../ В момента работим относно онлайн търговията – това също така като развитие на фирмата“. (Предприемач, текстилно производство)*
- *„Винаги се опитваме да бъдем по-различни като дизайн, като идеи, като варианти, като начин на реклама, като начин на представяне на нещата, просто ние си гоним различния вариант“. (Предприемач, шивашки услуги)*
- *„Използването на нови технологии в производството и тестването им. /.../ Използваме готово ноу-хау от други фирми, които са извън българския пазар“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

✓ Видно е, че иновациите, които най-често се прилагат при предприемаческата активност, са:

- Нови технологии;
- Нови материали;
- Разнообразие в продуктовата гама: *„като ценово предлагане сме на едно ниво (с конкурентни фирми в браншa – б.а.), вече остава разнообразие и качество, за да изберат нашия продукт“. (Предприемач, текстилно производство)*
- Нови пазари;
- Търсене на нови методи за реклама.

✓ Споделено е мнение, че липсата на стимул за иновациите в предприемаческата активност не се дължи на действащата законова рамка. Проблемът трябва да се търси на друго място: *„Няма отношение законът към иновациите. Цялата конюнктура на бизнеса не стимулира иновациите“. (Предприемач, Онлайн магазин за книги).*

✓ Дискутант допълва, че данъчната политика по отношение на възможностите за кредитиране на бизнеса не е адекватна: *„Инвестициите се броят за приходи и се облагат“. (Предприемач, Енергетика).*

✓ Според респондентите, **основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации в предприемаческия бизнес**, са:

- Финансови: *„Финансовата гледна точка предимно. Като идеи имаме страшно много идеи, желания да работим и с определени материи, материали спомагателни, реклама желаем да заложим... но просто бюджетът като е посвит, не можем да си го позволим“. (Предприемач, текстилно производство);*
- Липсата на квалифициран персонал;
- Липса на държавна подкрепа;
- Липса на закони;
- Липса на ясно заявен бизнес приоритет;
- Несигурност: *„Несигурност в условията на пазара“. (Предприемач, фотооптични инсталации)*

11. Основни акценти и изводи от проведените дълбочинни интервюта

✓ Осъществяването на предприемаческа дейност в България е съпътствано от множество трудности – финансови проблеми, административни спънки, нелоялна конкуренция и т.н.

✓ Преобладаващата част от респондентите са съгласни с твърдението, че добрият предприемач се изгражда в семейна среда, чрез добро професионално образование и с натрупване на опит и професионална култура. Отчита се, че са необходими редица лични качества за изграждането на предприемаческия дух. Необходими са също така и специализирана подготовка, богати познания в дадена сфера, а също така упоритост и свободолюбив дух.

✓ Респондентите считат, че предприемаческият дух не зависи от дарбата, таланта или семейната среда, а се определя от характера, волята и от личните качества. Според тях, семейството е само основата, но истинският предприемачески дух се развива благодарение на личните качества и на натрупването на опит и професионална култура.

✓ Ключовите условия за стартиране на предприемаческа дейност са:

- Спазване на законите;
- Квалифицирана работна ръка;
- Липса на корупция;
- Липса на нелоялна конкуренция;
- Наличие на собствен капитал;
- Работеща администрация;
- Труд.

✓ Предприемачът *„трябва да има идеи и много ясна визия за това, какво иска да направи, как да го постигне, да притежава необходимата квалификация, качества и умения за да го направи“,* да умее да *„поема риск“* и да *„носи отговорност“*.

✓ Българският предприемач се нуждае от *„пазари, реклама, кредити“*.

✓ Респондентите отчитат редица предпоставки, които са необходими, за да бъде осъществена успешна предприемаческа инициатива. Сред споделените мнения отчитаме:

- Да има добри идеи;
- Добро изпълнение;
- Законодателство;
- Късмет;
- Ниски данъци;
- По-малко държавна намеса;
- Работеща администрация;
- Финансова обезпеченост.

✓ Отчитат се множество спънки от административно естество пред дребния и средния бизнес в България.

✓ Всеобща е нагласата, че държавата не оказва необходимата подкрепа на българското предприемачество.

✓ Данъчните закони не стимулират развитието на предприемаческата дейност.

✓ Отправена е остра критика към българското законодателство, което спъва достъпа на българското предприемачество до европейски субсидии.

✓ Според част от респондентите, браншовите обединения и клъстери не оказват положително влияние върху предприемаческата дейност, те или са с *„фиктивна функция“,* или обслужват конкретни интереси.

✓ Сред основните причини, на които се дължи бавното и трудно уреждане на междуфирмените отношения, респондентите посочват:

- Некоректни партньорства;
- Състояние на съдебната система;
- Състоянието на вътрешния пазар;
- Финансовата криза;
- Състоянието на икономиката.

✓ Законовата уредба не стимулира привличането на чуждестранни инвестиции за развитие на икономиката и на предприемачеството в България. Проблемът се крие в корупцията, в нелоялната конкуренция.

✓ В хода на изследването респондентите очертават рамките на основните трудности пред българския предприемач:

- Липса на подкрепа от страна на държавата;
- Пречки и спънки от административно естество;
- Корупцията в администрацията;
- Държавната администрация;
- Липса на пазар;
- Задължения;
- Некомпетентна работна ръка;
- Евтин внос, задушаващ местното производство;
- Бедност, ниска покупателна способност на българина.

✓ Преобладаващата част от респондентите споделят възгледа, че *„не можеш да си иновативен до такава степен, когато не стигат средства“*.

✓ *„Иновативната култура е за всеки отделен бизнес и за всеки предприемач. /.../ Първо трябва да се развие много добре пазара, да се наложи продукта и тогава да се говори за иновации от последен модел. За това и техниката, и технологията в България са на толкова ниско ниво. Просто защото хората нямат пазар“*.

✓ Иновациите, които най-често се прилагат при предприемаческата активност, са:

- Нови технологии;
- Нови материали;
- Разнообразие в продуктовата гама;
- Нови методи за реклама.

✓ Основните пречки, възпрепятстващи въвеждането на иновации в предприемаческия бизнес, са:

- Финансови;
- Липса на квалифициран персонал;
- Липса на държавна подкрепа;
- Липса на закони;
- Липса на ясно заявен бизнес приоритет;
- Несигурност.

ОСНОВНИ АКЦЕНТИ И ИЗВОДИ, СПОДЕЛЕНИ ОТ РЕСПОНДЕНТИТЕ В ПРОВЕДЕНИТЕ ГРУПОВИ ДИСКУСИИ И ДЪЛБОЧИННИ ИНТЕРВЮТА

Настоящето социологическо проучване има за цел да установи до каква степен предприемаческата активност и предприемаческият успех са зависими от социо-културни фактори като семейна среда, образование, опит и т.н.

Бяха проведени шест групови дискусии (фокус групи) и 40 (четиридесет) дълбочинни интервюта с български граждани над 18-годишна възраст. Участниците бяха лица, които се занимават със собствен бизнес/ предприемаческа дейност.

Като цяло отчитаме, че темата буди интерес сред преобладаващата част от респондентите. По-голямата част от изследваните лица са спонтанни в отговорите си, дискутират по темата без притеснение, споделят възгледите си, дават конкретни примери, отправят критики. В хода на изследването се открояват различни мнения и впечатления относно условията, в които се развива предприемачеството в страната:

✓ Очертава се рамката от предпоставки и необходими условия за осъществяване на успешна предприемаческа активност;

✓ Посочени са различни примери относно трудностите и спънките, с които се сблъсква българският предприемач.

В хода на изследването се открояват следните **акценти и изводи:**

✓ Предприемачеството е предизвикателство и възможност за лична изява.

✓ В България е *„много е трудно да се развива бизнес“*. Осъществяването на предприемаческа дейност в България е съпътствано от множество трудности: финансови проблеми, административни спънки, нелоялна конкуренция, нискоквалифицирана работна ръка и т.н.

✓ Добрият предприемач се изгражда в семейна среда, чрез добро професионално образование и с натрупване на опит и професионална култура. Отчита се, че са необходими редица лични качества за изграждането на предприемаческия дух: твърдост, борбеност, находчивост, гъвкавост, организационни умения, комуникативност и т.н. В български условия, подчертават участниците в изследването,

сред ключовите качества, които трябва да притежава българският предприемач, се посочва и умението, нюхът да рискува.

✓ Необходими са също така и специализирана подготовка, богати познания в дадена сфера, а също така упоритост и свободолюбив дух.

✓ Предприемаческият дух не зависи единствено от дарбата, таланта или семейната среда, а се определя от характера, волята и от личните качества. Според тях, семейството е само основата, но истинският предприемачески дух се развива благодарение на труда и натрупването на опит.

✓ Сред основните мотиви за начало на предприемаческа дейност респондентите посочват:

- Предишна работа в подобна сфера на заетост;
- Самостоятелност; възможност да разчиташ на себе си;
- Възможност за по-добра печалба;
- Свободно време;
- Помощ за семейството;
- Хоби;
- Съкращение, загуба на предишна работа;
- Семейно наследство.

✓ Най-важните условия за успешно осъществяване на предприемаческа дейност, според респондентите, са:

- Инициативност, мотивация;
- Финансова стабилност и обезпеченост *(„начален тласък");*
- Откриване на подходяща пазарна ниша;
- Подкрепа от държавата;
- Ясни правила и законност;
- Информираност;
- Професионализъм;
- Коректност, отговорност;
- Междуфирмено сътрудничество.

✓ Преимущества на предприемачеството:

- Свобода, независимост;
- Развитие на лични качества и умения;
- Инициативност;
- Креативност;
- Нови контакти;
- Отговорност;
- Удовлетвореност от постигнатото.

✓ Трудности пред предприемачеството:
- Липса на държавна политика, стимулираща предприемачеството;
- Ниска покупателна способност на българското население;
- Липса на сигурен пазар;
- Нелоялна конкуренция;
- Евтин внос;
- Наличие на крупни предприятия и на монополисти в различни бизнес сектори, „които *задушават“* предприемачите от малкия и средния бизнес;
- Неспазване на законите;
- Недостиг на квалифицирана и/или компетентна работна ръка;
- Административни спънки – некомпетентност, мудно обслужване, тромави административни процедури и т.н.;
- Корупция;
- Кредитиране; условия за отпускане на кредит, които не отговарят на нуждите на предприемачите.

✓ Споделените мнения относно ролята на личните качества и таланта за развитието на предприемаческия дух не са еднозначни. Част от дискутантите се обединяват около възгледа, че добрият предприемач се ражда с дарба и талант за предприемаческа дейност. Други събеседници считат, че дарбата и талантът не са водещи, а от съществено значение за предприемаческия успех са *„работа, учене и труд“*. Според тях, добрият предприемач израства с натрупване на опит.

✓ Прави впечатление, че болшинството от участниците в изследването са категорични, че държавната и административна подкрепа за малкия и средния бизнес в страната е слаба.

✓ Отправена е остра критика към българското законодателство, което спъва достъпа на българското предприемачество до европейски субсидии.

✓ Респондентите се обединяват около твърдението, че „*действащата законова рамка не стимулира иновациите“*.

✓ Отчита се, че за въвеждане на иновации и иновативни практики в предприемаческата дейност съществува необходимост от:
- Подкрепа от държавата;
- Финансова стабилност;
- Информираност;
- Междуфирмено сътрудничество.

✓ Респонденти споделят, че прилагат различни иновации в зависимост от естеството на своята предприемаческа дейност:

- Технологични; нова техника;
- Организационни;
- Продуктови;
- Рекламни.

✓ В хода на изследванията са споделени основните пречки, затрудняващи въвеждането на иновации в предприемаческия бизнес:

- Финансови: *„Финансовата гледна точка предимно. Като идеи имаме страшно много идеи, желания да работим и с определени материи, материали спомагателни, реклама желаем да заложим... но просто бюджетът като е посвит, не можем да си го позволим“*.
- Липсата на квалифициран персонал;
- Липса на държавна подкрепа;
- Липса на ясни закони;
- Несигурност: *„Несигурност в условията на пазара“*.

✓ Прави впечатление, че е висок делът на респондентите, които посочват, че заради трудностите и проблемите, с които се сблъскват в своята предприемаческа дейност, не биха искали децата им да продължат да се занимават с предприемаческия бизнес на своите родители.

Социокултурни детерминанти
на българското предприемачество

Българска, първо издание

Предпечат: Георги Ташков

ISBN 978-954-2959-15-1