

РАЗВИТИЕ И ПОДКРЕПА НА ДИНАМИЧНИТЕ МСП И АКАДЕМИЧНИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ В БЪЛГАРИЯ

Целта на публикацията е да се анализират основни моменти от развитието и необходимостта от подкрепа за динамичните (бързорастящите) МСП и академичните предприемачи в България. Анализът се основава предимно на изследването „Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България“, но са взети предвид и резултатите и от други налични изследвания и публикации.

Показва се, че наред с общите характеристики, българските динамични МСП и академични предприемачи притежават и редица специфични характеристики, като по-малкия размер, използването на по-малко иновации, липсата на адекватна подкрепа.

На основата на резултатите от анализа на българските динамични МСП и академични предприемачи се предлага система от мерки за подкрепа, която би катализирала тяхната роля като генератори на растежа и висока добавена стойност. А това в крайна сметка би повишило конкурентноспособността и на икономиката като цяло.

JEL: M13, O32

1. Значение и роля на динамичните МСП и на академичните предприемачи в националната икономика

През последните няколко години вниманието на политиците, изследователите и учените в областта на малки и средни фирми и предприемачеството в България все повече се насочва към бързорастящите, наричани още “газели”, “победители”, “динамични фирми”, “предприятия – отличници” и т.н. Към тази група предприятия (която тук ще бъде обозначена с термина “динамични МСП”)² ще бъде насочен фокусът на анализа, предвид тяхната нарастваща роля в националната икономика.

Изследванията показват, че МСП имат неравномерно влияние върху заетостта, технологичното развитие, експорта и т.н. Следователно след като ресурсите за подкрепа, с които правителствата, институциите и организациите разполагат, са ограничени, по-правилно е те да бъдат насочени приоритетно към тези МСП, които имат потенциала да донесат най-висока възвращаемост на вложените средства. Това са именно бързорастящите/динамичните МСП.

¹ Кирил Тодоров е проф., д.ик.н., директор на Център за развитие на предприемачеството (ЦРП) при УНСС; председател на Българска асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството (БАРМП); вицепрезидент на Европейския съвет по дребен бизнес (ЕСДБ). Интересите му са в областта на Стратегическото управление; Създаването и управлението на малки и средни предприятия (МСП); Управлението на растежа на МСП от Новата икономика; Корпоративното предприемачество и реструктурирането в големите фирми.

² В изложението термините “динамични МСП” и “бързорастящи МСП” ще бъдат използвани като синоними.

Могат да бъдат дадени две дефиниции на термина "динамични МСП" – в широк и в тесен смисъл. С дефиницията в широк смисъл се цели обясняване същността и основните характеристики на описвания феномен по начин, независещ от особеностите на конкретната икономика и времевия период. Според нея динамични МСП са тези, които реализират висок бизнес ръст, имат проактивно пазарно поведение, прилагат стратегии, ориентирани към постигането на устойчиви конкурентни предимства, често (но не винаги) използват високи технологии и поемат голям, но калкулиран риск.

За целите на статистиката, на политиката по стимулиране и насърчаване на тези предприятия, както и за целите на тази разработка е необходима и тясна дефиниция на термина, отчитаща българската специфика (уточнена в рамките на конкретни изследвания, цитирани в настоящия доклад). В този смисъл, "динамични МСП" са предприятията, които имат:

- брой на заетите, не по-малък от 10 души;
- растеж на оборота за периода 2000 – 2002г., не по-малък от ръста на БВП плюс темпа на инфлация за същия период;
- размер на оборота за 2002г., не по-малък от 300 000 евро;
- дата на основаване преди 2000г.

Причините да се обръща нарастващо внимание на бързорастящите МСП са обобщени от Бридж, О'Нийл и Кроми³:

- съществува убеждението, че насочването на държавната подкрепа единствено към създаването на заетост може да има последици, различни от желаните. Вместо това подкрепата трябва да е насочена към стимулиране конкурентоспособността на МСП, която от своя страна ще доведе до нови работни места, динамика, нови технологии, експорт и т.н. Може да се приеме, че бързорастящите фирми, са носителите на конкурентоспособност, на което се дължи и растежът им. В този смисъл, подкрепата на динамичните МСП развива и конкурентоспособността на националната икономика;

- стимулите за създаването на нов бизнес могат да не доведат до нетно увеличение на заетостта поради ефекта на заместването. Фирмите, които оцеляват могат да правят това за сметка на други такива;

- новите предприятия също се характеризират с висока смъртност. Много от тях загиват, без да имат траен принос в икономиката. По този начин част от ресурсите, насочени към тяхната подкрепа, са пропиляни.⁴

- растящите МСП имат потенциала да създадат нужната база от местни, конкурентоспособни фирми – там, където такава липсва. Тази причина е особено актуална в българския случай, имайки предвид силните различия, що се отнася до развитието и приноса на МСП по региони.

³ Bridge, S., O'Neill, K. and S. Cromie, Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business, Macmillan Business, 1988. (В случая те визират основно ситуацията в Северна Ирландия, която по много характеристики има сходство с тази в Източна Европа, респ. България – в периферията на Европа, сравнително слаборазвити МСП, недостатъчна предприемаческа култура и др.)

⁴ Предвид българската специфика обаче този довод не е 100% валиден. Сравнително високото равнище на безработица, особено в определени региони, продължаващите процеси на реструктуриране в голям брой (държавни и частни) предприятия обуславят все още необходимостта от подкрепа за стартирането на нови фирми.

растящите МСП са по-атрактивни от гледна точка на финансиращите институции, тъй като предлагат най-добри перспективи за възвращаемост на вложенията.

В контекста на трансформиращите се българска икономика и общество на динамичните МСП може да се разчита за решаването на още няколко важни проблема: динамизиране на икономиката, ускорено генериране и трансфер на иновации, увеличаване на експортните приходи и заместване на импорт, изграждане на нова предприемаческа култура и др.

Въпреки осъзнаването на ролята и значението на динамичните МСП те самите са все още слабопознат и неизследван феномен – особено в страните от Централна и Източна Европа, вкл. България. Това се дължи както на трудностите при дефинирането и идентифицирането на растящите МСП, така и на липсата на достатъчна по количество и качество статистическа информация и на емпирични изследвания в областта. Съобразявайки се с тези фактори, в настоящата публикация ще бъдат използвани основно резултатите от емпирично изследване, проведено през периода 1999 – 2000г. в рамките на проект *“Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България”*, финансиран от фондация “Отворено общество”.⁵

Иновациите са изключително важни за сектора на МСП, тъй като са основния механизъм, чрез който фирмите създават и поддържат конкурентните си предимства. Те са от първостепенно значение и за цялата икономика, тъй като са двигател на икономическия растеж. В глобален аспект сме свидетели на широкомащабно и бързо реструктуриране на традиционните бизнес модели и промяна на управленската практика, насочена към едно ново фирмено поведение, обозначено с понятието електронен бизнес, и обусловено от възможностите, предоставяни от глобалната дигитална среда. **В този контекст, групата на т. нар. “академични предприемачи” ще играе значителна роля като създатели на голям брой от наличните иновации.**

Между динамичните МСП и академичните предприемачи съществува тясна връзка. Общото между тях е бързият растеж, който постигат. В този смисъл голяма част от академичните предприемачи са също собственици – мениджъри на динамични МСП. Но докато първата група фирми реализира растеж без задължително да използва високи технологии и/или да внедрява иновации, то втората прави това, именно благодарение на иновациите. По този начин академичните предприемачи генерират висока добавена стойност и оказват значителен благотворен ефект върху развитието на водещи икономически сектори – на първо място от т.нар. “нова икономика”.⁶ Поради това по-нататък ще бъдат анализирани както динамичните МСП, така и академичните предприемачи – техните основни характеристики, специфични проблеми и насоки за подпомагане.

⁵ Проектът “Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България” е проведен съвместно от полски и български изследователски екипи, съответно от Университета в Лодз и от Центъра за развитие на предприемачеството към УНСС под ръководството на проф. д.ик.н. Кирил Тодоров. В неговите рамки са изследвани 100 български и 100 полски динамични МСП с помощта на структуриран въпросник, допълнени с десет кейс стадис (анализ на дейността на конкретни МСП).

⁶ Благодарение на кумулативния ефект от дифузията на иновациите, водещ често до понижаване на разходите, повишаване на качеството и конкурентоспособността на фирмите.

2. Основни характеристики на динамичните МСП

Предприемачите

В табл. 1 е представена възрастовата структура на анкетираните предприемачи. Вижда се, че те са преимуществено на средна възраст, като приблизително 77% от тях попадат в интервала 36 – 55 години. Тези резултати донякъде доказват, че за да се постигне бърз растеж, е необходим опит, адекватни контакти и умения, които се придобиват с възрастта. Същевременно възрастовата структура на динамичните предприемачи е сходна с тази на българските предприемачи като цяло. Следователно влиянието на възрастта на предприемача като значим фактор върху растежа на фирмата е трудно да бъде установено.

Таблица 1

Възраст на динамичните предприемачи

Интервали (по години)	%
По-малко от 25	1,17
26 - 35	17,54
36 - 45	44,45
46 - 55	32,16
Повече от 55	4,68
Средна възраст	43,40 г.
Минимална възраст	25 г.
Максимална възраст	67 г.

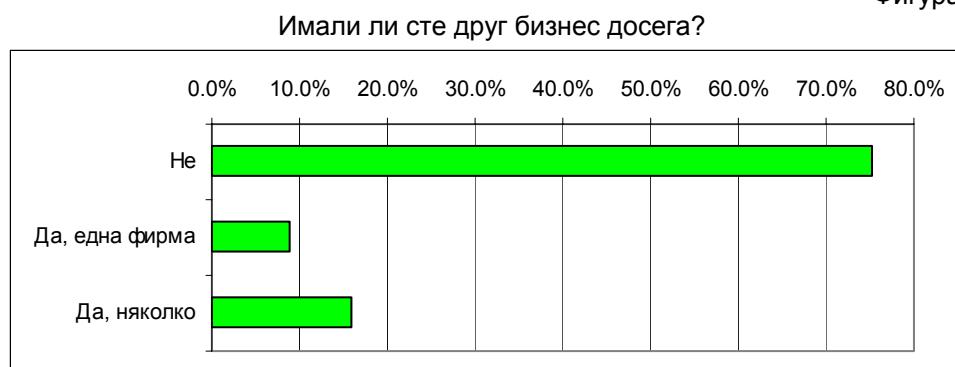
Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Що се отнася до половата структура, то в 85,5% от случаите българските динамични предприемачи са мъже. Силно преобладаващото присъствие на мъжете може да бъде резултат от наследените от времето на плановото стопанство бизнес традиции и на някои културални особености на българското общество. С развитието и отварянето на икономиката ни обаче може да се очаква процентът на жените предприемачи значително да се увеличи.

По отношение на образователното равнище на предприемачите резултатите от изследването показват, че преобладават динамичните предприемачи с висше образование. Тези данни потвърждават наличието на зависимост между образование и успех в бизнеса. Подобна зависимост може да бъде обяснена с това, че по-образованите хора имат по-добри познания и умения за правене на бизнес, могат да преценят по-добре възможностите и рисковете, да планират и разпределят ресурсите на организацията си. Немаловажен е и фактът, че престоят в университета е период, по време на който (обикновено) интензивно се натрупват контакти с бъдещи партньори, доставчици, клиенти и дори конкуренти. В същото време образователната структура на предприемачите като цяло е сходна с тази на динамичните такива – групата на висшистите има най-висок относителен дял. Следователно е трудно, имайки предвид единствено този фактор, да се извърши преценка за потенциала за растеж на дадена фирма.

Друг съществен момент в профила на динамичните предприемачи е наличието на предходен предприемачески опит. Редица изследвания в развитите страни показват, че съществува положителна връзка между този опит и успеха в бизнеса, като сочат, че най-успешни са обикновено вторият и следващите бизнеси. От резултатите, представени на фиг. 1, се вижда, че повече от две трети от анкетирания предприемачи нямат предишен опит. От тези данни обаче не бива да се прави изводът, че наличието или липсата на такъв опит не оказват влияние върху растежа на фирмите. Годишните, изминали от началото на прехода, са вероятно твърде кратък период за създаването на два или повече собствени бизнеса от един предприемач. Още повече, като се има предвид и нестабилната макроикономическа среда през първите седем години на прехода.

Фигура 1



Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000 г.

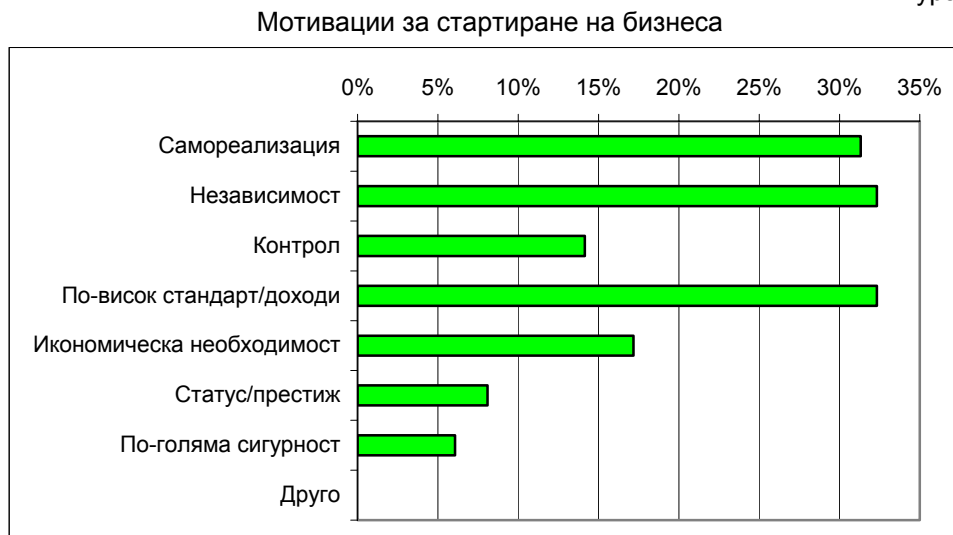
Динамичните предприемачи от други централно- и източноевропейски страни като Полша, Чехия и Унгария имат сравнително по-богат предприемачески опит от българските. Това основно се дължи на наличието на известни бизнес традиции още в периода на плановото стопанство, както и на по-ранното и по-активното провеждане на пазарните реформи.

Друга важна характеристика на динамичните предприемачи е тяхната мотивация. Смята се, че тези предприемачи, стартиращи бизнеса си, движени от желание за постижения, за независимост, от инициативност и амбициозност, е по-вероятно да постигнат бърз растеж.

Това се потвърждава и от резултатите от емпиричните данни (вж. фиг. 2). Българските динамични предприемачи са движени в най-голяма степен от желанието за самореализация и независимост, а също и за получаване на по-високи доходи. Тези резултати до голяма степен са сходни с получените в рамките на анализа, според които предприемачите, управляващи МСП с брой на заетите над 10 души, изпитват значително по-силно желание за независимост от предприемачите – собственици на фирми с до 10 души персонал. Първата група освен това е движена (при стартирането) в значително по-малка степен от липсата на други алтернативи освен собствения бизнес. Следователно може да бъде направен изводът, че тези

личностни характеристики на предприемачите са фактор, оказващ сериозно влияние върху потенциала за растеж на фирмите.

Фигура 2



Бележка: под "контрол" тук трябва да се разбира стремещът на предприемачите както да оказват активно влияние и въздействие върху професионалния си път и развитие, така и върху ресурсите за постигане на желаните цели.

Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000 г.

Прегледът на данните от фиг. 2 показва също значително присъствие на икономическите мотиви – желанието за получаване на по-високи доходи и икономическата необходимост (липсата на други алтернативи). Това се дължи на все още ниския стандарт на живот в България в сравнение със страните от ЕС и на закъснелите пазарни реформи до началото на 1997г.

Обобщеният профил на *българските динамични предприемачи* изглежда така:

- динамичните предприемачи са на средна възраст от 35 г. до 50 г.;
- те са предимно мъже;
- имат високо образование;
- притежават преимуществено технически и общ управленски опит, натрупани често в държавни предприятия;
- в повечето случаи нямат предишен бизнес;
- движени са от желанието за самореализация, независимост и по-висок стандарт;
- често стартират в екип.

Динамичните МСП

Резултатите от изследването по проекта "*Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за България и Полша*" показват, че 51,5% от анкетираните динамични МСП са производствени фирми, което потвърждава

предположението, че те генерират по-висока добавена стойност. В същото време голям процент от тях действат и в сферата на търговията – много вероятно е тези да са започнали именно от този отрасъл поради по-бързата обращаемост на средствата и по-ниския риск и поради по-благоприятната възможност да се натрупа капитал, който да бъде инвестиран в бъдеще в дейности с по-висока добавена стойност.

Средната възраст на изследваните динамични МСП е шест години и десет месеца. Приблизително една трета от фирмите са във възрастовия интервал от четири до шест години; между шест и осем години са 23,5% от фирмите. Други 21,4% са на възраст между осем и десет години, а 17,3% – повече от десет години. Тези резултати показват, че мнозинството от фирмите са функционирали през един сравнително дълъг период, известна част от който се характеризира със силни макроикономически сътресения. Това донякъде е доказателство, че притежават устойчиви конкурентни предимства и са способни да се адаптират и приспособяват към промените във външната среда.

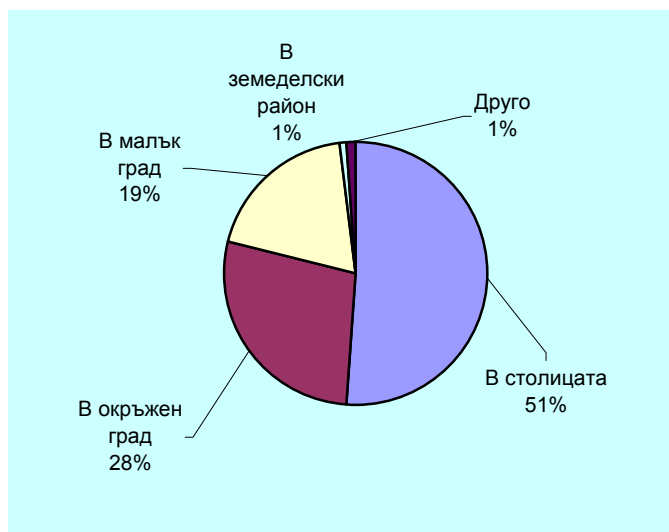
Интересно е местоположението на динамичните МСП (вж. фиг. 3). Мнозинството от тях (51%) са концентрирани в столицата, на второ място са окръжните градове (28%). Тези цифри говорят за едно неравномерно разпределение на динамичните фирми, което има силно негативни ефекти върху определени региони от страната. Причините са няколко – увеличаващата се урбанизация на населението – процес, който съвсем не е отскоро; наличието на съответна подкрепяща инфраструктура и потребителско търсене; не на последно място влияние оказва и локализацията на големите организации и фирми преди всичко в областните градове и столицата – а те често са значими клиенти (контрактори) на динамичните МСП.

Средният брой на заетите в динамичните МСП също може да даде известна представа за етапа на развитие, на който те се намират. Средноаритметичният брой на заетите в тези фирми през 2000 г. е 40 души. Медианата на този показател има стойност 27,5, което означава, че половината от анкетираните фирми имат по-малко от 27 заети. За сравнение с други страни от ЦИЕ, с най-много заети са динамичните МСП от Чехия и Полша – съответно 131 и 126, а с най-малко – тези от Словения – 26 души.⁷ Сравнително малкият размер на българските растящи фирми се предопределя от няколко фактора. На първо място, това е забавилият се твърде много процес на трансформиране на икономиката и неговите последиствия – макроикономически кризи, нестабилност, враждебна среда и т.н. На второ място е сравнително по-малкият размер на българския пазар, който е естествен ограничител на растежа на местните фирми. Важна причина е и недостигът на кредити за българските динамични фирми, които иначе едва ли биха се развили със собствени ресурси.

⁷ EFER, Venture Capital and Entrepreneurship in Central and East Europe: 750 Central and Eastern European Dynamic Entrepreneurs Database Survey (Final Report), August, 1994.

Фигура 3

Местоположение на динамичните МСП



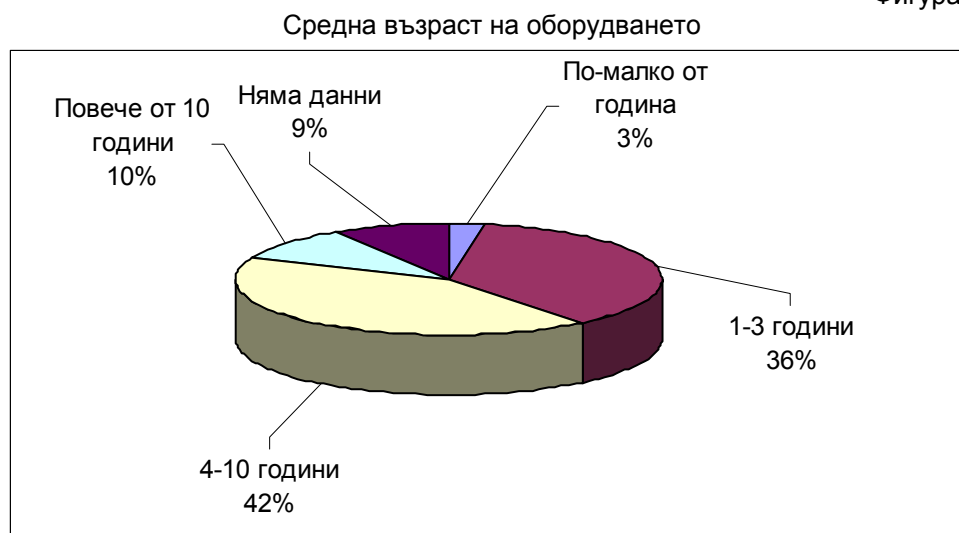
Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Растежът на приходите от продажби, който реализират динамичните МСП, е висок – 108,3% за периода 1997 – 1999г. За сравнение, постигнатият ръст на приходите от продажби за МСП през посочения тригодишен период е 57%. Тази цифра обаче не бива да се приема с прекален оптимизъм, тъй като в началото на 1997г. икономиката претърпя много дълбока криза, довела до рязко свиване дейността на мнозинството стопански организации, т.е. базата за сравнение е твърде ниска. Освен това, силно положителните резултати през последните години показват подобрените условия за бизнес, следствие от активната правителствена политика.

Както беше посочено в началото, растящите МСП по презумпция са конкурентоспособни. Един от източниците на тази конкурентоспособност е логично да бъде използването/приложението на съвременно оборудване и технологии. На фиг. 4 е представена средната възраст на оборудването на тези фирми, която може да се използва като индикатор за неговата съвременност и технологично равнище.

В 42% от случаите българските динамични МСП използват оборудване на възраст 4 – 10 години. Тези резултати показват, че е налице технологично изоставане на българските динамични МСП в сравнение с тези от други СЦИЕ. Полските динамични МСП например разполагат с оборудване на възраст 1 – 3 години в 45% от случаите. Българските изостават в това отношение и спрямо останалите СЦИЕ – в Чехия още през 1993г. повече от половината от динамичните МСП използват оборудване, на възраст максимално 3 години.

Фигура 4



Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Освен общите проблеми на прехода, определен "принос" в тази насока има и счетоводното законодателство, използващо принципа на историческата стойност (неподходящ в условията на висока инфлация), а не на пазарната цена, в резултат от което в балансите на българските фирми оборудването се записва на нереално ниски спрямо пазарните цени. Следствие на това начисляваните амортизационни отчисления са недостатъчни за нормално възстановяване на капиталовата база на фирмите.

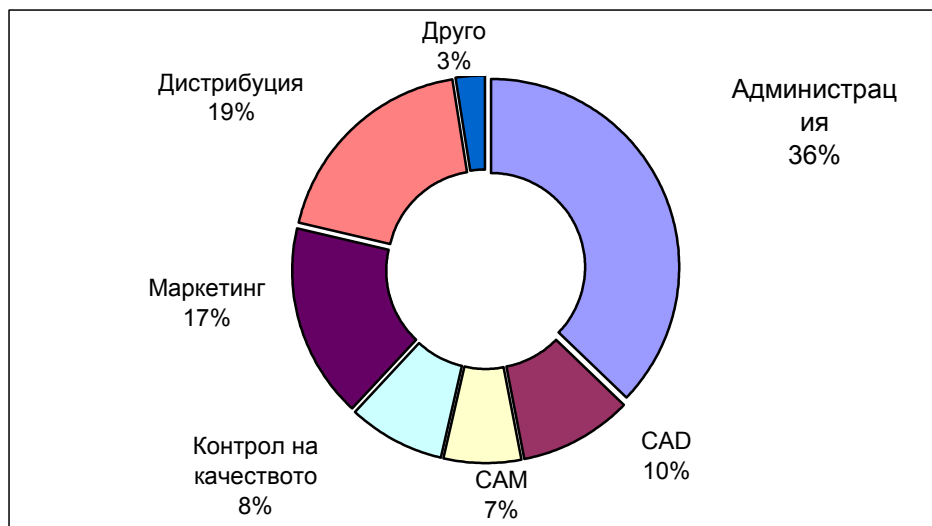
Във връзка с конкурентоспособността на динамичните МСП от особено значение е използването на модерни информационни технологии и решения в техния бизнес. Резултатите показват, че 83,3% от тези фирми използват под някаква форма такива технологии (вж. фиг. 5).

Въз основа на представените данни с известно приближение може да се твърди, че само малка част от динамичните МСП могат да бъдат определени като високотехнологични – поради ниските проценти на използване на CAD и CAM системи и такива за контрол на качеството. Информационните технологии са преобладаващо използвани в помощ на административните функции – може да се предположи, че в голяма част от случаите става въпрос за водене на счетоводството на фирмите с помощта на компютър.

В допълнение на казаното 44,6% от динамичните МСП не са свързани към Интернет. Останалата част от тях го използва най-вече за реклама – 12,9% и за набавяне на информация за пазарите – 11,9%.

Фигура 5

Използвате ли ИТ във вашия бизнес?



Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Интересно е да се анализират финансовите аспекти на дейността на динамичните МСП. При стартирането на бизнеса динамичните предприемачи прибегват най-често до личните си спестявания – в 77,3% от случаите, до заеми от приятели и семейството – в 39,2% и до банкови заеми – в 24,7% от случаите. Високият дял на неформалните източници не е изненадващ – той е типичен за МСП, поради редица обективни и субективни бариери пред получаването на външно финансиране. Трябва да се отбележи, че процентът на динамичните МСП, ползвали банков кредит на старта, е много близък до същия процент, за МСП като цяло – 23,9% (вж. т. 4.4). Това показва, че тези фирми са в същата позиция при старта както и всички останали МСП – поне що се отнася до финансирането. Най-вероятно резултатите се дължат на неразвитостта на институции като фондовете за рисково инвестиране в България и на сравнително малкия брой т. нар. "бизнес ангели".⁸ След утвърждаването на динамичните МСП на пазара обаче нивото на ползване на банкови заеми се увеличава до 31,37%.

В табл. 2 са представени средните равнища на рентабилност на фирмите от извадката за периода 1997 – 1999г.

Прави впечатление, че въпреки големите темпове на растеж на оборота, рентабилността на фирмите не е била особено висока, но все пак от 1997г. тя е нарастваща. Сравнително ниските равнища на рентабилност на изследваните фирми могат да бъдат обяснени с две причини. На първо място, тези фирми са бързорастящи, а е известно, че растежът изисква

⁸ "Бизнес ангелите" са частни лица, разполагащи със значими по обем собствени капитали и готови да ги инвестират в предприемачески начинания. Този специфичен източник на финансиране е особено популярен в САЩ.

инвестиции, за да бъде поддържан, за да се увеличава пазарният дял, да се обновява оборудването и т.н., от което в краткосрочен и средносрочен аспект се влияе рентабилността. И на второ място, може да се очаква, че анкетираните предприемачи са занижили представяните данни за печалбата поради нежелание да разкриват чувствителна за бизнеса им информация (поне в част от случаите).

Таблица 2

Равнища на рентабилност на българските динамични МСП

Година	Рентабилност (%)
1997	10,303
1998	11,577
1999	12,488

Бележка: рентабилността е определена като съотношение между нетната печалба и оборота.
Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000 г.

3. Бариери и проблеми пред развитието на динамичните МСП

Ключов въпрос е идентифицирането на проблемите пред развитието на българските динамични МСП. На първо място тук ще се даде тяхната обобщена картина, след което специфичните бариери пред разработването на нови продукти, степента, в която различни аспекти на правителственото регулиране са проблем пред бизнеса и бариерите, свързани с персонала.

От фиг. 6 се вижда, че динамичните предприемачи възприемат като най-сериозни бариерите, свързани с пазарните условия – слабото вътрешно търсене и силната конкуренция. Немаловажни са обаче и проблемите, свързани с финансовата среда – липсата на финансиране, размерът на данъците и събирането на вземанията. Любопитно е да се отбележи, че липсата на услуги в подкрепа на бизнеса е смятана за бариера от едва около 12% от респондентите. Това може да се отдаде както на установения навик българският предприемач да не разчита на външна подкрепа (по-скоро са налице очаквания "по-малко да се пречи"), така също и на настъпилите подобрения през последните години, конкретно в подкрепата за българския бизнес.

Сред бариерите пред разработването на нови продукти на първо място е посочено отсъствието на финансиране – 61,8% от анкетираните. Следват неподходящото производствено оборудване – 23,7% и липсата на познания за новите технологии – 21,1% (вж. фиг. 7). Тези данни се намират в съответствие с вече казаното. Българските динамични МСП се намират на все още ранен етап на развитие. Дори когато разполагат с финансови ресурси, те вероятно предпочитат да ги инвестират в обновяване на оборудването си (видяхме, че то в голямата си част е на възраст между 4 и 10 години) или в поддръжка/развитие на пазарите си. В този смисъл, разработването на нови продукти не е сред приоритетите на тези фирми.

Фигура 6

Основни бариери пред развитието на динамичните МСП

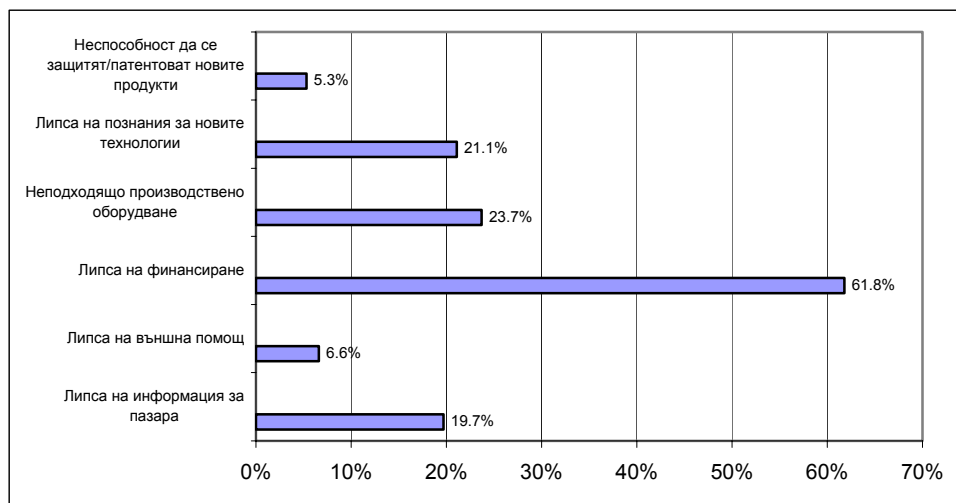


Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000 г.

Сред бариерите, свързани с правителствената политика и регулиране, на първо място е равнището на данъците с над 80% (вж. фиг. 8). Сериозни бариери са също външнотърговската политика и регистрационните режими.

Фигура 7

Бариири пред разработването на нови продукти

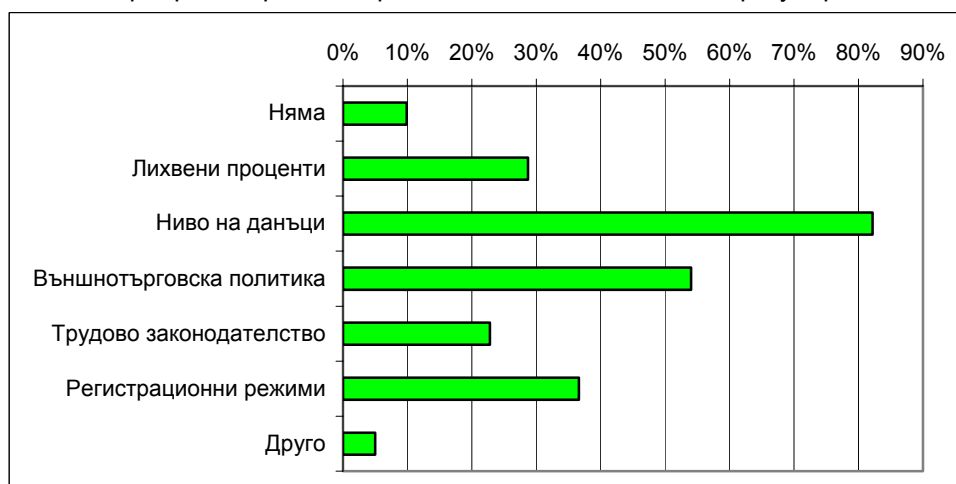


Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Що се отнася до равнището на данъците, този резултат е очакван. В сравнение с данъчните равнища в другите европейски страни обаче, тези в България съвсем не са от най-високите. Проблемите на българските динамични МСП в този смисъл са по-скоро свързани с това, че те са все още недостатъчно укрепнали, за да действат пълноценно като пазарни субекти, а подкрепата на кредитните институции е все още слаба.

Фигура 8

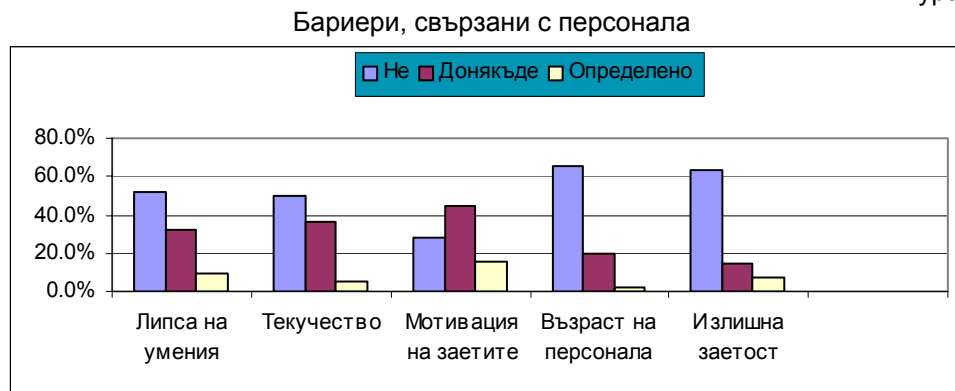
Бариири, свързани с правителствената политика и регулиране



Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Проблемите на динамичните МСП с персонала се свързват с липсата на мотивация, голямото текучество и липсата на умения (вж. фиг. 9).

Фигура 9



Източник: проект "Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България", Център за развитие на предприемачеството, УНСС, 1999 – 2000г.

Недостатъчната мотивираност може да се свърже с два фактора. Първо, това е наследството от плановата икономика, което все още се усеща в българските фирми, особено по отношение на по-възрастните заети; второ, стандартът на живот в България още е на по-ниско равнище в сравнение дори с повечето страни от ЦИЕ. По-голямата част от българските фирми, вкл. динамичните, не са в състояние да предложат достатъчно мотивиращо заплащане и среда за развитие на заетите си. В резултат на това кадрите, и по-специално по-младите от тях, често сменят работното си място в търсене на най-добрата оферта (вкл. в чужбина – най-вече при динамичните фирми от сектора на ИТ).

Обобщавайки резултатите от емпиричното изследване, съчетани с по-детайлния анализ на ситуацията в конкретни български динамични МСП (кейс стадис – в рамките на същото изследване), могат да се открият някои специфични бариери пред растежа на тези фирми:

липса/недостатъчност на управленски познания и умения – предопределя се до голяма степен от факта, че динамичните предприемачи са най-често с техническо образование и опит;

психологически бариери пред растежа – повечето предприемачи нямат способността, желанието и уменията да делегират права и отговорности и да изграждат управленски екипи, вкл. и да се разделят с част от собствеността (в българските динамични МСП управленските решения са все още силно концентрирани в ръцете на предприемачите – все още малко фирми са управлявани професионално). В много от случаите нежеланието/неспособността да се делегира довежда до забавен растеж, понижена мотивация на служителите, увеличена бюрократичност и често лични проблеми за предприемачите;

затруднен достъп до информация – особено експортиращите динамични МСП изпитват трудности с достъпа до информация за пазарите, законодателството, възможностите за бизнес и т.н. в чуждите страни;

затруднен достъп до информация за нови технологии и трудности по патентоването на внедрени нововъдения.

4. Академично предприемачество в България

4.1. Академичното предприемачество като явление

През последните години в развитите индустриални страни, а напоследък и в България, на бизнес сцената излиза една нова група предприемачи – т. нар. “академични предприемачи”. Това са представители на националните изследователски институции и университетите, които стартират свой собствен бизнес. Предприятията, които създават, са предимно малки. Ролята на академичното предприемачество нараства поради характера на задачите, които то се опитва да реши. Това са успешното комерсиализиране на собствените изследователски резултати и участието в (подпомагането на) процеса на иновации в сектора на МСП. Възможността за сътрудничество между университетите и научноизследователските институти, от една страна, и МСП от друга, в процеса на комерсиализацията на нови идеи и изследователски резултати, е важна и за двете страни. За учените и изследователите то може да служи като източник на допълнителни институционални средства и персонални финансови възнаграждения. За МСП подобно сътрудничество прави възможно въвеждането на нови високотехнологични продукти и услуги, улеснява, ускорява и поевтинява процеса на иновация. Възможността за сътрудничество в областта на технологичното развитие чрез обединяването на МСП в т.нар. “клъстъри”, им позволява да постигнат необходимата критична маса при разработването на нови проекти, да споделят рисковете, експертните разходи, да постигнат икономии от мащаба и да намалят времето за появата на нови продукти и услуги на пазара. Известен е опитът на т. нар. “spin off” фирми, създадени от различни академични институции, изследователи и известни водещи фирми, които са активни участници при развитието на високите технологии в редица индустриални страни.

4.2. Характеристика на академичното предприемачество

Въз основа на направените проучвания и анализи⁹ могат да се синтезират следните характерни черти на явлението академично предприемачество в България:

то е специфична форма на дребен и среден бизнес;

налице са (в повечето случаи) тесни, обективни връзки между предприемача, академичната общност и академичната институция;

дейността на академичните предприемачи е съсредоточена предимно в сферата на услугите, консултирането и тясно специализираното производство, основаваща се на наличните специализирани знания и умения, придобити в академичната (изследователската) институция;

⁹ Основно тук са използвани материали от изследователски проекти на ЦРП при УНСС, София.

високо интелектуално съдържание на самата дейност, а също и на продуктите/услугите, резултат на академичното предприемачество – респ. генериране на по-висока добавена стойност;

академичното предприемачество играе важна социално-икономическа роля като значим канал за трансфер на нови за страната технологии към реалния сектор както от българската академична среда, така и от чужбина;

доминиращо положение в бизнеса има личността на академичния предприемач (повече, отколкото при традиционните малки фирми);

фирмите на академичните предприемачи се позиционират в рамките на вторичния и най-вече на третичния сектор на икономиката;

налице е преимуществена ориентация към вътрешния пазар на тези фирми;

налице е нееднородност на академичното предприемачество – в смисъл на обособяването на две големи групи – технологично базирани и хуманитарно ориентирани академични предприемачи (предимно медици, икономисти и юристи).

4.3. Проблеми пред академичните предприемачи

Националната икономика в момента не е способна да отговори адекватно на нуждите на академичните предприемачи от специални суровини, материали, полуфабрикати и др.

Липсват възможности за целево, рисково финансиране на високотехнологичен бизнес на предприемачите.

Няма реална помощ от страна на академичните институции към академичните предприемачи – налице е едно неутрално до негативно отношение към последните.

5. Насоки за подкрепа на динамичните МСП и академичните предприемачи

Необходимо е, на първо място, да се идентифицира ролята на динамичните МСП и академичното предприемачество за развитието на националната икономика и да се разработят специфични мерки за подкрепа от страна на съответните институции в т.ч:

По отношение стратегиите на МСП

Да бъдат стимулирани да модернизират и усъвършенстват иновационните си системи, като възприемат най-добрите световни практики. Това включва генериране и въвеждане на бизнес-модел, даващ възможност за бърза реакция, за постоянна иновация и за промяна на стратегията на фирмата, без това да предизвика нежелателни сътресения; ново разбиране при създаването на подизпълнителски мрежи в условията на дигиталната икономика. Крайните производители формират с подизпълнителите т.нар. коалиции, електронен бизнес общества, клъстъри. Тези гъвкави коалиции имат за цел не само и единствено понижаване на разходите, но и задоволяване на потребителя на качествено ново равнище. Ударението се поставя върху комплексните потребности на клиента, а не върху продукта или

услугата сами по себе си. Използвайки възможностите на глобалната мрежа, фирмите следят динамиката в предпочитанията на клиентите си, превръщайки се според случая съответно в “най-евтиния”, “най-познатия” или “най-добрия” доставчик, като запазват високата степен на лоялност у тях. Иновациите в условията на дигиталната икономика са насочени не само към продукта (услугата), но и към цялостния опит, получаван от клиента при използването им.

Да бъдат стимулирани МСП за включване на стратегии за технологично развитие в цялостните си бизнес-стратегии, както и да увеличават разходите си за научни изследвания и технологично развитие с цел повишаване на тяхната конкурентоспособност.

По отношение на достъпа до финансиране

Да се разработят и приложат инструменти за рисково финансиране на високотехнологичен бизнес, каквито са например фондовете за рисков капитал.

Подходящи инструменти за стимулирането на растежа на динамичните МСП са гарантирането на кредитите и въвеждането на системата на инвестиционния данъчен кредит.

По отношение на достъпа до пазари

Да се подпомага участието на МСП в търговски панаири, изложения и др.

Да се улесни достъпът им до консултантски услуги в областта на експорта, до пазарна информация (особено що се отнася до чуждите пазари) – тенденции, контакти и др.

Да се увеличи обхватът на услугите по експортно застраховане и се улесни достъпът на МСП до тях.

По отношение развитието на национална система за иновации

Да се увеличат обществените разходи за научни изследвания и технологично развитие в области от съществено значение за конкурентоспособността на сектора на МСП.

Да се повишава качеството на научноизследователската база по начин, позволяващ участието на националната система за научни изследвания в международни проекти за изследване и технологично развитие в приоритетни, представляващи интерес за националната икономика, области.

Университетите и научноизследователските институти да бъдат стимулирани ефективно да създават и разпространяват нови знания.

Да се повиши конкуренцията на изследователските организации (от частния и обществения сектор) при възлагането на договори за научни изследвания, бенефициент на които е секторът на МСП.

Да се подобри разпространението на резултатите от финансираните с обществени средства научни изследвания и технологично развитие и да се подпомага и насърчава сътрудничеството между университетите, научноизследователските институти и МСП.

Да се осигурят стимули за университетите и научноизследователските институции да комерсиализират резултатите от изследователската си дейност.

Да се отстранят пречките, затрудняващи създаването и участието на университетите в подпомагащи изследователската им дейност фирми.

Да се подпомага дейността на съществуващите и да се насърчава създаването на нови центрове за развитие на предприемачеството към водещите университети. Випускниците им, наред с технологическите си познания, трябва да притежават иноваторски и предприемачески качества, култивирани в процеса на обучение.

Да се модернизира системата за получаване, запазване и правна закрила на правата върху интелектуалната собственост.

Необходима е целева (селективна) подкрепа за академичните предприемачи, насочена към стартиращи технологичнобазирани МСП (създаване на "spin-off" фирми), особено с участието на млади преподаватели и докторанти.

Да се подпомогне участието на академичните предприемачи в европейски програми и проекти за изследване и технологично развитие.

Литература

1. Проект *"Динамичните предприемачи – сравнителен анализ за Полша и България"*, Центъра за развитие на предприемачеството към УНСС, 1999-2000.
2. Bridge, S., O'Neill, K. and S. Cromie, *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, Macmillan Business, 1988.
3. Доклад за малките и средните предприятия 2000, Агенция за малки и средни предприятия, 2001.
4. Smallbone, D., Leigh, R and North, D., *The characteristics and strategies of high growth SME*, Centre for Enterprise and Economic Development Research, Middlesex University, Queensway, Enfield, UK.
5. EFER, *Venture Capital and Entrepreneurship in Central and East Europe: 750 Central and Eastern European Dynamic Entrepreneurs Database Survey (Final Report)*, August, 1994.