

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ ЧРЕЗ МЕЖДУНАРОДНИ БИЗНЕС- ИНКУБАТОРИ В БЪЛГАРИЯ

Спецификата на международните бизнес инкубатори е очертана на фона на характеристика на бизнес инкубаторите като форма за подпомагане на малкия и средния бизнес и чрез проучване на три конкретни бизнес-инкубатора с международно участие, представящи трите основни икономически центъра на планетата. Анализът на МБИ като начин за привличане на чуждестранни инвестиции е осъществен въз основа на преглед на теоретични постановки относно ПЧИ, като е обърнато внимание и на приложимостта на този тип бизнес-инкубатор в България. На базата на информация от Интернет и от анкетно проучване е анализирано развитието на процеса на бизнес-инкубация в България с оглед на възможностите за привличане на допълнителни ПЧИ чрез МБИ в страната, като са изведени благоприятните и неблагоприятните за този процес фактори.

JEL: F21, F23; M13

Често изтъквани като неотложни задачи при прехода към пазарна икономика, привличането на ПЧИ и утвърждаването на жизнеспособен сектор от малки и средни предприятия (МСП) остават актуални в нашата страна и сега – вече като член на Европейския съюз. Тук е застъпена тезата, че създаването на международни бизнес инкубатори служи за едновременното решаване на тези задачи – те са както организации за подпомагане на МСП, така и средство за улесняване на ПЧИ.

Привличането на **чуждестранни инвестиции** е изключително важно за възстановяването и развитието на индустриалната база в България. Освен капитал международните фирми внасят знания и технологии и създават нови работни места. При равни други условия чуждестранният инвеститор обаче понася по-високи разходи в сравнение с местните конкуренти поради по-слабото познаване на страната-домакин.

От 70-те години на миналия век като средство за стимулиране на МСП започва да се утвърждава т. нар. бизнес-инкубатор – институция, предназначена за начинаещи компании, която осигурява достъпни по цена помещения,

¹ Николай Найденов е н.с. I ст. д-р в Икономическия институт на Българската академия на науките, секция „Международна икономика“, тел: 8104025, факс: 9882108, e-mail: niknayd@iki.bas.bg.

професионални и други поддържащи услуги, както и възможности за създаване на фирмени струпвания и мрежи. **Международният бизнес-инкубатор** съдържа посочените характеристики, но главният критерий за определянето му като международен са значителните ПЧИ – в самия бизнес инкубатор и най-вече – в подкрепяните от него компании. Други „международни“ характеристики могат да се открият в целите му, предлаганите услуги и в критериите за постъпване. Следователно МБИ може да се разглежда като „сечение“ на две множества, чиито елементи са съответно ПЧИ и бизнес-инкубаторите.

Докато за преките чуждестранни инвестиции и бизнес-инкубацията съществува огромен обем от литература, то *международният* бизнес инкубатор е сравнително слабо изследван обект в научните публикации.

Тезата тук е, че като създават улеснения за средно големи чуждестранни предприятия при навлизането им на националния пазар, МБИ могат да бъдат ефективно средство за привличане на преки чуждестранни инвестиции. Това определя като **предмет** на изследването МБИ и ролята им за привличане на ПЧИ в България от средно големи международни фирми.

Изследването е **ограничено** само до МБИ, чиято цел е да подпомагат чуждестранни фирми при навлизането им на пазара на страната, където функционират тези бизнес-инкубатори.

Обект на изследването са: три конкретни чуждестранни бизнес-инкубатора с международно участие – *OWZ – International Business Incubator* в Берлин, ФРГ, *Shanghai International Business Incubator* в Шанхай, КНР и *The International Business Incubator – Silicon Valley* в Калифорния, САЩ, представляващи трите основни икономически центъра на планетата – Европа, Източна Азия и Северна Америка; бизнес-инкубатори в България, създадени по проектите „Заетост чрез подкрепа на бизнеса“ – JOBS, „Изграждане на бизнес-инкубатори в райони в индустриален упадък“ и „Високотехнологични бизнес-инкубатори“ и в резултат от други инициативи.

Целта е да се даде оценка на възможностите за привличане на преки чуждестранни инвестиции чрез изграждане на МБИ. Като „възможности“ за изграждане на МБИ тук се приемат: развитието на институцията „бизнес-инкубатор“, т. е. доколко тя е позната и разпространена, а също дали има наченки на „международни“ елементи в тях; съществуване на предпоставки за преобразуване на съществуващи бизнес-инкубатори в международни; потребността и потенциала в отделни райони за привличане на ПЧИ.

МБИ като специфичен тип бизнес-инкубатори

Тук е представен по-широкия контекст, в който трябва да се възприемат МБИ, а именно – като част от една система на институции, насочени към подпомагане на начинаещи МСП и представляващи бизнес-инкубатори в

широкия смисъл на това понятие. Посочени са „родовите” характеристики, които притежават МБИ като специфичен елемент от тази система.

Очертаването на подобна рамка за характеризирание на бизнес-инкубаторите позволява да бъдат открити специфичните черти на МБИ, които са изведени чрез проучването на реални инкубатори с международно участие и са съотнесени към българските условия.

Бизнес инкубатори

Бизнес-инкубаторът (БИ) е инструмент за икономическо развитие, целящ ускоряване на растежа и успеха на предприемачите посредством предоставянето на определен пакет от ресурси и услуги в подкрепа на бизнеса.

В **определенията** за БИ, дадени от различни организации,² като негова отличителна черта се изтъква насочеността му към насърчаване на МСП чрез комбинация от предлагани площи за наемане и услуги в подкрепа на бизнеса. Доколкото между тях съществуват различия, те се изразяват в това на кой от двата аспекта се придава по-голямо значение – на физическата страна (предлагането на помещения) или на другите услуги, като съставляващи същността на понятието.

Могат да се обособят няколко групи от предлагани услуги, които биха определили дадено предприятие като бизнес-инкубатор:

- 1) площи за наемане на цени, по-ниски от характерните за района, или изключително изгодни, като се отчитат предлаганите услуги;
- 2) оборудване и услуги за съвместно ползване (като по този начин се съкращават разходите), които или не са налични в района, или са прекалено скъпи;
- 3) делово и управленско подпомагане и консултиране;
- 4) формален или неформален достъп до финансиране;
- 5) възможности за създаване на делови мрежи и фирмени клъстери.

Последната характеристика отразява явления, чиято важност за развитието на МСП значително нараства през 90-те години на XX век. Посредством

² Например Европейската комисия (European Commission (1990) OJ C186 – 51/52 dd. 27, July 1990); Националната асоциация на бизнес-инкубаторите на САЩ (NBIA) (Adkins, D., H. Sherman, H. Wolfe. Best Practice in Action: Guidelines for Implementing First Class Business Incubation Programs. NBIA Publications, 2001; Европейската бизнес-мрежа (EBN) – вж. (http://europa.eu.int/comm/regional_policy/innovation/innovating/pdf/chap_1_en.pdf).

кълстерите³ и мрежите МСП получават достъп до квалифицирана и високообразована работна сила и до по-развита система от делови услуги, възможности за специализиране, изграждане на технологични умения, приспособимост, иновативност и по-висока конкурентоспособност.

В по-общ смисъл понятието „бизнес-инкубатор“ се употребява за обозначаване на широк кръг от организации, които по един или друг начин подпомагат предприемачите да развият своите идеи от зараждането им до оформянето им като бизнес-планове и създаването на ново предприятие. Определението на това понятие в широк смисъл включва технологични центрове и научни паркове, центрове за бизнес и иновации, организации, които нямат точно определено физическо местоположение, а се съсредоточават върху управлението на мрежа от услуги в подкрепа на предприемаческата дейност („инкубатори без стени“), т. нар. инкубатори от „новата икономика“, както и множество други модели.⁴ За да бъдат обхванати всички тези разнообразни форми се предлага названието „центрове за подпомагане на местния бизнес“ („Local Business Assistance Centers” – LBAC)⁵.

Най-добрите БИ се стремят да предоставят всички необходими ресурси за оцеляването и растежа на малките предприятия. Те идентифицират препятствията и се стараят да ги преодоляват. В зависимост от обкръжението проблемите могат да са свързани с намирането на помещения, обучението, достъпа до капитал или пазари, инфраструктурата (например компютърни мрежи) и много други.

Първият известен бизнес-инкубатор е създаден в Батавия, щата Ню Йорк, САЩ през 1959 г. Повод за това е закриването на голямо производствено предприятие, чиито изоставени сгради са закупени от местен жител с надеждата да привлече нови предприятия и да бъдат създадени нови работни места в района. Идеята се оказва навременна и скоро след това сградата е запълнена от предприятия (вкл. и истински инкубатор, откъдето идва името), които са привлечени от ниските наеми, съобразените с техните нужди помещения и общото ползване на редица услуги.⁶

Lalkaka⁷ разглежда еволюцията на бизнес-инкубаторите като смяна на няколко поколения. За „**първото поколение**“ през 80-те години на ХХ век е характерно

³ Кълстерите са „скупчвания“, агломерации на МСП, които работят в географска близост помежду си и са от един и същ сектор, в който подходящата комбинация от допълващи се стопански дейности е по-ефективна и устойчива, отколкото ако предприятията работят изолирано. (UNCTAD (1994). Technical Dynamics in an Industrial District: An Alternative Approach to Industrialization in Developing Countries)

⁴ Вж. по-подробно Practical Guidelines for Business Incubation Systems, UNIDO Manual, цит. в <http://www.arifonet.org.ma/databases/ties/2.htm>.

⁵ Вж. например <http://www.un.org/Pubs/textbook/e00207.htm>.

⁶ <http://www.Entrepreneur.com/article/0,4621,267085,00.html>

⁷ Lalkaka, R. Best Practices in Business Incubation: Lessons (yet to be) Learnt. Paper presented to Belgian Presidency's international conference on business centers, Brussels, November 2001.

предоставянето на помещения с изгодни наеми и съоръжения за общо ползване на внимателно подбрани групи предприемачи. Към „**второто поколение**” се преминава през 90-те години, когато в отговор на нуждите на своите клиенти инкубаторите започват да предлагат допълнително консултантски услуги, повишаване на квалификацията, достъп до информационни и делови мрежи, финансиране и други професионални услуги. От 1998 г. възниква паралелно нов инкубационен модел, базиран на ИКТ и насочен към създаването на високотехнологични предприятия с голям потенциал за растеж т. нар. **инкубатори от „новата икономика”**. Някои изследователи смятат, че този модел не оправдава първоначално възлаганите на него надежди.⁸

Съществуват най-разнообразни **структури и механизми за подкрепа**, които се използват от БИ. Те могат да се създават с нестопанска цел, за получаване на печалба, както и да са свързани с академични институции.

Обосновката на създаването на бизнес инкубатори с държавни средства, подобно на другите форми на субсидиране на МСП, се свежда до неспособността на пазарните механизми да подсилят на по-малките фирми необходимата за дейността им инфраструктура. Тези пазарни дефекти се проявяват поради относително високите разходи и рискове при предоставянето на съответните услуги на МСП в сравнение с големите фирми и нежеланието на частния сектор да поеме тези разходи и рискове при очакваната ниска възвръщаемост.

Инкубаторите, които не се създават с обществени фондове, следват друга логика. Причината за възникването им може да се търси в ускоряване на процеса за комерсиализиране на резултатите от изследователската дейност, а също и в изграждане на подходяща среда за засилване на предприемаческия дух.

Първостепенна **цел** на всеки БИ е да подпомага начинаещи фирми, така че когато го напуснат, да са способни да функционират самостоятелно и рентабилно. Бизнес-инкубаторите могат да бъдат водени от множество конкретни цели като: създаването на нови работни места в района на функционирането им; постигане на икономически растеж в района, засилване на стопанската активност и диверсификация на местната икономика; развитие на точно определени отрасли; модернизация, внедряване на нови научни открития, трансфер на технологии от университети към фирми; предаване на управленски опит на нови компании от успели предприемачи и инвеститори; подобряване на икономическото положение на определена група от населението. Бизнес-инкубаторите могат да бъдат създадени и с точно

⁸ Вж. по-подробно European Commission. Enterprise Directorate General. – Benchmarking of Business Incubators. Final Report. Centre for Strategy & Evaluation Services, February 2002, Section 2.3; [http://www.cses.co.uk/publications/BenchmarkingIncubatorsFinalReport\(21th Dec2001\).zip](http://www.cses.co.uk/publications/BenchmarkingIncubatorsFinalReport(21th Dec2001).zip)

определена цел, например подпомагане на жени, имигранти или малцинствени групи; увеличаване на инвестирания капитал.

Предприемачите, които желаят да станат наематели и клиенти на даден БИ, преминават през процедура на проучване и одобрение за прием. **Критериите за прием** са различни в зависимост от вида на инкубатора, продължителността на съществуването му, изискванията на управленския му екип. Обикновено е необходимо представянето на бизнес-план, наличие на достатъчно финансови средства и ангажимент от собственика на фирмата да се установи в района след излизането му от инкубатора.

Правилата на отделните инкубатори относно **срока на престой** на фирмите също не са еднообразни. Инкубаторите с нестопанска цел (финансирани с обществени средства) обикновено имат установени ограничения спрямо наемателите за продължителността на пребиваването им в базата. Сроктът обикновено се фиксира с обхват до 4-5 години, макар че понякога се допуска и по-дълъг период.

За да могат да се развиват и да увеличат ефекта от функционирането си, БИ трябва да популяризират своята дейност и да се възползват от разнообразни възможности за **реклама** на услугите си. Това става чрез активно участие в семинари, изнасяне на доклади, публикуване на специални информационни материали за тях, използване на средствата за масово осведомяване и Интернет за да си създадат привлекателен образ.

Материалната база и услугите, предлагани от БИ помагат за значително съкращаване на средните постоянни разходи на фирмите-клиенти. Поемайки рутинните аспекти на фирменото ръководство, бизнес-инкубаторите позволяват на предприемачите да се съсредоточат върху творческите елементи, върху същността на деловия си проект. Широката гама от услуги включва предоставяне на: физическа инфраструктура; секретарски услуги; делови консултации и техническа помощ – делово планиране и консултиране, реклама и маркетинг, патентно-лицензионни услуги, финансови съвети и финансово подпомагане; услуги в областта на осигуряването и застраховането; възможности за създаване на мрежи; обучение; услуги след напускане на инкубатора.

Освен **предимствата**, които предоставят на своите фирми-наематели, БИ оказват пряко икономическо въздействие и върху общността, сред която функционират. То се изразява в създаването на заетост, увеличаване на доходите и продажбите. Използвайки входно-изходен модел за измерване на цялостното въздействие върху доходите и заетостта, Markley и McNamara⁹ установяват, че бизнес-инкубаторите осигуряват допълнителни работни места и доходи извън наетите и изплатени пряко от наемателите в инкубатора.

⁹ Markley, D. M. and K. T. McNamara. Economic and fiscal impacts of a business incubator. –Economic Development Quarterly, 1995, 9(3), p. 273-278.

Въпреки помощта, която оказва на начинаещите фирми, бизнес-инкубаторът не трябва да бъде заместител на предприемаческата инициативност, личното усилие и изобретателност. Като потенциален **отрицателен ефект** от неговата дейност може да се посочи т. нар. инкубаторен синдром, при който предприемачите позволяват тяхната инициатива и преценка да преминат към консултантите в центъра.

Международни бизнес-инкубатори

Lalkala¹⁰ посочва, че МБИ е нововъведение в процеса на бизнес-инкубация – принос на Китай към глобалното развитие в тази област.

Както може да се заключи от разгледаното дотук, бизнес-инкубаторът е институция, предназначена за начинаещи компании, която осигурява достъпни по цена помещения, професионални и други поддържащи услуги, както и възможности за създаване на фирмени струпвания и мрежи. МБИ съдържа посочените характеристики, но главният критерий за определянето му като международен са значителните ПЧИ – в самия бизнес-инкубатор и най-вече в подкрепяните от него компании. Други „международни“ характеристики могат да се открият в целите му, предлаганите услуги и в критериите за постъпване,¹¹ т.е. това е организация, служеща на международни фирми при утвърждаването им на вътрешния пазар.

Изследването съзнателно е ограничено само до разновидността на МБИ, която е насочена към привличане на ПЧИ от средно големи чуждестранни фирми, като подпомага тези компании при навлизането им на пазара на страната, където функционира бизнес-инкубаторът. Освен нея в практиката съществуват поне още два вида международни инкубатори: (1) създадени с ПЧИ (и управлявани) от чуждестранни лица, но предназначени за местни предприемачи;¹² (2) насочени към подпомагане на местни фирми за

¹⁰ Lalkaka, R. Rapid Growth of Business Incubation in China: Lessons for Developing and Restructuring Countries. WAITRO – World Association of Industrial and Technological Research Organizations, 2000 (<http://www.hitechpark.com/Parks/English/Articles/Lalkaka.htm>)

¹¹ Извеждането на тези характеристиките е извършено въз основа на изследването на три реално съществуващи МБИ – OWZ – International Business Incubator в Берлин, ФРГ (<http://www.izbm.de/english/pages/frames.htm>), Shanghai International Business Incubator в Шанхай, КНР (http://www.chinaonline.com/commentary_analysis/internet/currentnews/secure/C00051542.asp; http://www.incubator.sh.cn/stcsm_english/new_page_2.htm) и The International Business Incubator – Silicon Valley в Калифорния, САЩ. (<http://www.ibi-sv.org>)

¹² Като пример за тази разновидност може да бъде посочен Волховския МБИ, основан в Ленинградска област на Руската федерация от Сдружението на американски и руски жени (Alliance of American and Russian Women), което получава финансиране по споразумение за сътрудничество с Програмата за нови бизнеси на Американската агенция за чуждестранно развитие (United States Agency for International Development New Business Program). Отначало той е под чуждестранно управление, но впоследствие минава на самоиздръжка и персоналят му е 100% руски.

осъществяване на международна дейност, т.е. при тяхното интернационализиране.¹³

Потенциални клиенти

По определение основното предназначение на БИ е да подкрепя начинаещи компании – новосъздадени или на ранен етап от развитието си. За да бъде организацията, подкрепяща международни фирми, класифицирана като бизнес-инкубатор, тя трябва несъмнено да притежава тази характеристика. Фирмите, новоучредени от чуждестранни граждани в дадена страна, са несъмнено начинаещи компании и те са потенциални клиенти на международните бизнес инкубатори. Като такива могат да се разглеждат и новорегистрираните съвместни предприятия (с международно участие) или филиали на чуждестранни фирми, тъй като те са новоучредени предприятия на този пазар.

Специфични цели

Основното ударение при функционирането на МБИ може да бъде поставено, подобно на класическите бизнес-инкубатори, върху местното развитие и създаването на работни места. За постигането на тази задача обаче международните инкубатори съдействат на чуждестранните фирми за преодоляване (неутрализиране) на препятствията при разширяване на международната им дейност, дължащи се на различията в езика, социалната система и бизнес-протокола, което определя като допълнителна цел при тях привличането на перспективни международни и местни фирми и улесняването на сътрудничеството между тях.

Специфични услуги

МБИ могат да предлагат на чуждестранните фирми обикновените за БИ услуги за подкрепа на производствената им дейност – услугите, предоставяни от правни, застрахователни и счетоводни фирми, от търговски и инвестиционни банки. Те могат да им съдействат за установяването на стабилни и сигурни отношения с местни доставчици, които са изключително важни. Но МБИ се стремят да отговорят на специфичните нужди на чуждестранните компании, произтичащи от различията в езика (предоставяйки преводачески услуги, езиково обучение), в културата (организирайки лекции и практическо запознаване с местната култура), от различните административни практики, образователни системи, стопански обичаи и правила (например отношенията на доверие) и т. н.

¹³ Например Ohio International Business Incubator, който е създаден с комерсиална цел (с цел печалба), определя мисията си да „предлага комерсиални услуги, свързани с експортната дейност на производствени и индустриални предприятия, базирани в САЩ, които искат да промотират, маркетират и продават своите продукти на чуждестранни пазари.”

Конкретни параметри на характеристиките на МБИ

Както беше посочено, сред обектите на изследването са три конкретни чуждестранни бизнес-инкубатора с международно участие – *OWZ – International Business Incubator* в Берлин, ФРГ, *Shanghai International Business Incubator* в Шанхай, КНР и *The International Business Incubator – Silicon Valley* в Калифорния, САЩ, представящи трите основни икономически центъра на планетата – Европа, Източна Азия и Северна Америка. Тук ще бъде представено конкретното проявление на характеристиките на МБИ в тях.

Разположение и материална база на МБИ

OWZ – International Business Incubator в Берлин е част от Града на науката, технологията и медиите в Berlin-Adlershof, който е един от най-големите изследователски и технологични паркове в Европа. В него работят в непосредствен контакт компании, изследователски институти и Хумболдтовият университет (Humboldt-University). Това е местоположението на бившия изследователски център на Академията на науките на ГДР.

В Китай осем от съществуващите технологични инкубатори са подбрани след проучване, за да бъдат преобразувани за съвместно използване от китайски и международни фирми.¹⁴

Цели на МБИ

Описвайки инкубаторите от „специални пазарни сегменти” в Китай, Lalkala¹⁵ отбелязва:

„Международните бизнес-инкубатори” са замислени така, че да подпомагат както международни, така и китайски начинаещи фирми при навлизането им съответно на китайския или на международните пазари и да насърчава сътрудничеството между тези две групи фирми ... Очаква се Програмата за МБИ да привлече перспективни международни и китайски фирми, да улесни създаването на вътрешни и международни мрежи.”

Намеренията на OWZ – International Business Incubator в Берлин са да се превърне в обобщоевропейска инкубационна институция за проекти и предприемачи, особено от Централна и Източна Европа, и да допринесе за развитието на дейности в областта на международното стопанско сътрудничество.

The International Business Incubator – Silicon Valley в САЩ обявява като своя мисия привличането и подпомагането на утвърдени международни фирми при

¹⁴ Това са: Beijing - Fengtai and Tianjin в Северен Китай; Shanghai, Suzhou, Wuhan, Xian в Източен и Централен Китай; Chengdu and Chongqing в Югозападен Китай (Lalkala, R. Цит. съч.)

¹⁵ Пак там.

разширяване на тяхната дейност в района на Силиконовата долина, както и улесняването на международното сътрудничество между чуждестранни и местни стопански единици, асоциации, правителства и академични институции.

Принадлежност и финансиране на МБИ

The OWZ – International Business Incubator в Берлин е открит през септември 1997 г. като нова база на компанията за управление на центрове за инкубация и бизнес-инкубация „Innovations-Zentrum Berlin Management GmbH” (IZBM). IZBM пък е основана през 1986 г. като филиал на Корпорацията за стопанско развитие на Берлин „Wirtschaftsförderung Berlin International GmbH”, (съкратено BBDC – Berlin Business Development Corporation).¹⁶ Основната цел на IZBM е да развива и управлява технологични и иновационни центрове и бизнес-инкубатори.

Шанхайският международният бизнес-инкубатор (Shanghai International Business Incubator – SHIBI) е създаден като кооперативен инкубатор с одобрението на Министерството на науката и технологиите на Китай и с подкрепата на Комисията за наука и технологии на община Шанхай. Той е под управлението на Шанхайския център за технологични иновации.¹⁷

МБИ от Силиконовата долина (The International Business Incubator – Silicon Valley) е създаден не с цел печалба (non-profit) и е подкрепян от сътрудничащи си стопански, правителствени и академични организации.

Фирми, към които е насочен инкубаторът (потенциални клиенти)

OWZ – International Business Incubator в Берлин е отворен за прием на:

- 1) начинаещи предприемачи и нови компании от чужди страни;
- 2) съществуващи компании с иновативни проекти за определен период;
- 3) национални и международни компании с проекти в областта на международното стопанско сътрудничество.

Както отбелязва Lalkala,¹⁸ МБИ в Китай са насочени към улесняване на малки компании с високотехнологични продукти, но с ограничени ресурси при навлизането им на сложния китайски пазар.

¹⁶ От 1977 г. Корпорацията за стопанско развитие на Берлин (BBDC) е основен партньор за потенциални инвеститори в немската столица. Тя е създадена специално от местните власти с цел да предоставя бесплатно както на немски, така и на международни фирми, имащи намерение да започнат стопанска дейност в града, цялата им необходима информация и съвети.

¹⁷ http://www.incubator.sh.cn/stcsm_english/new_page_2.htm

¹⁸ Lalkala, R. Цит. съч.

МБИ от Силиконовата долина „подпомага вече утвърдени международни фирми, като посреща техните първоначални нужди при установяването им за делова дейност в Калифорния и САЩ”.

Услуги за международните фирми

OWZ – International Business Incubator в Берлин предлага специално за международните компании широк спектър от услуги за подпомагане и подкрепа при основаването, установяването и развитието на компанията, вкл. помощ при получаване на административни разрешителни и регистрация.

Услугите, предлагани от The International Business Incubator – Silicon Valley, включват:

а) подпомагане на служителите на фирмите-клиенти за посрещане на първоначалните им ежедневни нужди; уреждане на формалности, свързани с визовите изисквания; откриване на банкови сметки в САЩ и т. н.;

б) провеждане на курсове по английски език за служителите на фирмите-клиенти, които не владеят деловия английски език; организиране на програми за непосредствено запознаване с американската културна среда и делова практика, с историята и съвременните процеси в Силиконовата долина чрез посещения на предприятия и населени места, провеждане на дискусии за личните отношения и деловата култура в Северна Америка; организиране на неформални семинари по въпроси за маркетинга, данъчната и правната система, счетоводството и др. в САЩ; осведомяване на клиентите за процесите по наемане на работна сила в САЩ и особеностите им в Калифорния;

в) даване насоки относно изискванията за създаване и регистриране на компания в САЩ и съвети къде и как се получават съответните разрешителни за делова дейност;

г) проучване благонадеждността на евентуални бъдещи делови партньори за фирмите – клиенти на МБИ.

Рисков капитал

Базата Caohejing на SHIBI управлява иновационен фонд за наука и технологии в размер на 13 млн. китайски юана – RMB (1.6 млн. USD).

Правителството на новия район Пудонг в Шанхай и Корпорацията за развитие на високотехнологичния парк Zhangjiang създават първата компания за рисков

капитал в района с цел предоставяне на капитал на наемателите в базата на инкубатора.¹⁹

МБИ като средство за привличане на ПЧИ

Необходимост от изграждане на МБИ

Както беше отбелязано, разширяването на международната дейност на компанията е съпроводено с трудности, породени от различията в обкръжението, като същевременно общите разходи за такова разширяване са значителни.

Макроаспекти на ПЧИ

Фактори, привличащи ПЧИ към дадена страна

Когато вземат решения да инвестират и да се установят в чужда страна, компаниите трябва да отчитат условията за предприемачество („предприемаческия климат“), икономическата стабилност и съществуването на правна система, благоприятстваща чуждестранните инвестиции.

Факторите (детерминантите), определящи насочването на ПЧИ към различни страни, са обект на множество изследвания. Тези детерминанти включват както основни икономически, така и политически променливи, най-важните от които са:²⁰ размерът и перспективите за растеж на пазара; осигуреността с природни и човешки ресурси; материалната, финансовата и технологичната инфраструктура; възможностите за т. нар. ефекти от агломерация;²¹ институционалната, регулативната и политическата рамка, както и политическата предсказуемост; отвореността на страната към международния търговски обмен, отчитайки достъпа до международните пазари и отдалечеността от тях; механизмите за защита и насърчаване на инвестициите и т. н.

¹⁹http://www.chinaonline.com/commentary_analysis/internet/currentnews/secure/C00051542.asp

²⁰ Те са определени в резултат от различни емпирични проучвания, вкл.: Nicoletti, G., S. Golub, D. Hajkova, D. Mirza and Yoo, K-Y. Policies and international integration: influences on trade and foreign direct investment. – OECD Economics Department Working Paper N 359, 2003; Campos, N. F. and Y. Kinoshita. Why does FDI go where it goes? New evidence from the transitional economies. – CEPR Discussion Paper N 3984, 2003; Slaughter, M. J. Host-country determinants of US foreign direct investment into Europe. – In: Herrmann, H. and R. Lipsey (eds.) Foreign direct investment in the real and financial sector of industrial countries, Springer, Berlin, Germany, 2003; Martín, C. and F. J. Velazquez. The determining factors of foreign direct investment in Spain and the rest of the OECD: lessons for CEECs. – CEPR Discussion Paper 1637, 1997.

²¹ Uppenberg K. and A. Riess. Determinants and growth effects of foreign direct investment. – EIB PAPERS, 2004, Vol. 9, N 1.

Изследванията установяват, че разпределението на ПЧИ по страни се определя предимно от основните икономически показатели и по-широката политическа среда, които въздействат както на чуждестранните, така и на местните фирми.²² Въпреки това мерки на икономическата политика, насочени към привличането на ПЧИ, могат да повлияят на решението за установяване на ТНК в случаите, когато основните икономически показатели са близки в евентуалните страни-домакини.²³

Насърчаване на ПЧИ

Положителното въздействие, което ПЧИ могат да окажат върху икономическия растеж в страните-домакини (поне в развиващите се и преходните икономики), изглежда достатъчно основание за провеждане на политика, насърчаваща ПЧИ. При по-задълбочено проучване обаче се установява, че нещата не са толкова еднозначни.

На първо място, от гледна точка на икономическата политика това, което би заслужавало намеса на правителството е не непосредственото въздействие на самите ПЧИ върху икономическия растеж, а по-скоро ускоряването на този растеж в резултат от страничните ефекти като разпространяването на нови знания и засилването на конкуренцията в стопанството на страната-домакин. С други думи, обосновката за прилагането на политика за насърчаване на ПЧИ трябва да се базира на неспособността на пазарите да възнаграждават в пълна степен чуждестранните инвеститори за изгодите, които те създават. В подобен случай целта на икономическата политика е да съчетае индивидуалната и обществената възвръщаемост и по-този начин да спомогне за постигането на такова равнище на ПЧИ и свързаната с тях дейност на ТНК, което ще максимизира благосъстоянието.

Така един от основните въпроси е дали присъствието на ТНК наистина поражда такива положителни странични ефекти. Емпиричните данни не дават еднозначен отговор. Те показват, че обхватът на страничните ефекти е различен в зависимост от отрасъла (и дори фирмата).²⁴

Относно мерките, които пряко се отразяват на обществените финанси (чрез разходите или неполучените данъчни приходи), Blomström и Kokko²⁵ смятат за

²² Например в мащабно сравнително изследване (Nicoletti, G. et al. Цит. съч.) се установява, че около половината от ПЧИ могат да бъдат обяснени с основните икономически показатели като размера на пазара на страната-домакин и отдалечеността му от световните пазари. Останалите се определят от политически фактори (в широк смисъл).

²³ Blomström, M. and A. Kokko. The economics of foreign direct investment incentives. – In: Herrmann, H. and R. Lipsey (eds.). Foreign direct investment in the real and financial sector of industrial countries...

²⁴ Blomström, M. and A. Kokko. Human capital and inward FDI. – CEPR Discussion Paper N 3762, 2003; Blomström, M. and A. Kokko. The economics of foreign direct investment incentives...

²⁵ Blomström, M. and A. Kokko. 2003, Цит. съч.

целесъобразно стимулите да не бъдат предоставяни предварително, т.е. преди инвестирането, а да се обвързват с определени дейности на ТНК като НИРД, обучение и образование, осъществяване на връзки с местните фирми. Освен това те посочват, че реализирането на положителните странични ефекти зависи в голяма степен от т. нар. **абсорбционна способност** на местните фирми, т.е. капацитета им да усвояват, „погълчат” (абсорбират) чуждестранната технология и умения. За да бъде създадена такава способност, част от субсидиите трябва да се насочва към местните фирми за покриване на техните разходи за НИРД, обучение и образование.

Това дава сериозно основание за субсидиране и на местните фирми – на тяхната изследователска и развойна дейност, разходите им за обучение и преквалификация. Такъв подход ще позволи да се избегне създаването на неравнопоставеност между чуждестранните и местните фирми. МБИ със смесено участие на местни и чужди фирми ще изгради среда, позволяваща на местните фирми да се учат от и да реагират положително на присъствието на чуждестранни компании.

Ефективност на местоположението

Съществуването на положителни странични ефекти от ПЧИ не означава, че те са разпределени равномерно между отделните страни и райони. Както се вижда от изследването на Fumagalli²⁶, предпочитаното местоположение според частната възвръщаемост може да не е оптимално от гледна точка на обществото, когато ПЧИ биха оказали по-големи положителни странични ефекти в друг район. В такъв случай съвкупното благосъстояние може да се повиши чрез субсидия, ако тя успее да пренасочи избора на чуждестранния инвеститор към местоположението с по-високи странични ефекти, доколкото размерът на необходимата субсидия не превишава получените допълнителни изгоди.

При условие, че властите (национални, регионални, местни) смятат за желателно ПЧИ да се насочат към определени региони (поради положителните странични ефекти), това би могло да послужи като част от обосновката за обществено финансиране на МБИ. Ако решението на чуждестранните инвеститори относно местоположението на дейността им може да бъде повлияно от наличието на МБИ, тогава е целесъобразно да се субсидира неговото създаване в район, където благоприятните странични ефекти от ПЧИ биха били високи.

Прегледът на теоретични положения относно макроаспектите на ПЧИ показва, че положителните ефекти от тях за икономиката на страната-домакин са преобладаващи, но също е по-целесъобразно да се прилагат стимули, които не натоварват държавния бюджет, а са насочени към създаването на благоприятна среда за всички инвеститори – и

²⁶ Fumagalli, C. On the welfare effects of competition for foreign direct investments. – European Economic Review, 2002, (47), p. 963-983.

чуждестранни, и национални. Възможността положителните странични ефекти от ПЧИ да бъдат по-големи в определени райони от страната оправдава прилагането на мерки на икономическа политика, целящи насочване на тези инвестиции към съответните райони. Едно от средствата, което би създавало по-благоприятни условия за чуждестранния инвеститор, е изграждането на МБИ, предлагащ подходяща материална база и услуги.

Микроаспекти на ПЧИ

Причини за интернационализация на фирмите

Според Daniels и Radebaugh²⁷ една от причините за включването на компаниите в международни операции е стремежът им да получат конкурентно предимство. Такова предимство може да бъде постигнато чрез извършване на производствената дейност с по-ниски разходи поради местоположение в близост до находища на суровини или евтина работна сила, като се разширяват каналите за реализация на продукцията и се осигурява достъп до нови технологии. Bartlett и Ghoshal²⁸ твърдят, че стремежът за подsigуряване на ресурси, пазари и евтина работна сила е послужил като подтик за разширяването на дейността на повечето международни компании извън националните им граници и е формирал възгледите на техните ръководни екипи.

Развитие на множество пазари: Психическо разстояние и несигурност. Ролята на МБИ

В ранните изследвания за интернационализацията се издига хипотезата, че всеки следващ нов пазар, на който навлиза дадена компания, ще се характеризира с по-голямо „психическо разстояние“ от предишния. Johanson и Wiedersheim-Paul²⁹ определят психическото разстояние като съвкупността от фактори, възпрепятстващи или смущаващи информационните потоци между компаниите и чуждестранните пазари. Като примери за такива фактори могат да се посочат различията в езика, културата, политическата система, равнището на образование и степента на индустриално развитие.

В началото на 90-те години на XX век Nordström и Vahlne³⁰ определят отново понятието „психическо разстояние“ като наличие на фактори, възпрепятстващи или смущаващи опитите на компаниите да опознаят и разберат чуждестранното обкръжение. Те го разглеждат като сбор от

²⁷ Daniels, J. D. and L. H. Radebaugh. International Business: Environments and Operations. Addison Wesley Longman, USA, 1998.

²⁸ Bartlett, Ch. A. and S. Ghoshal. Managing Across Borders: The Transnational Solution. Harvard Business School Press, 1989.

²⁹ Пак там.

³⁰ Nordström, K. A. and J. E. Vahlne. Is the globe shrinking? Psychic distance and the establishment of Swedish sales subsidiaries during the last 100 years. International Trade and Finance Association's Annual Conference, 1992, April 22-25, Laredo, Texas.

факторите, създаващи разстояние (културни, структурни, езикови различия) минус сбора от факторите, намаляващи разстоянието (разпространение на познание или познавателните процеси на основата на опитите и грешките).

МБИ е институция, която служи за намаляване на психическото разстояние, предлагайки на чуждестранните инвеститори условия за работа на първоначалния етап, които са пригодени към изискванията и очакванията им и са съобразени с международните стандарти. Така те могат по-лесно да се приспособят към местното стопанско и културно обкръжение и да натрупат необходимото познание за по-нататъшно разширяване на дейността си на дадения пазар.

МБИ като начин за навлизане на чуждестранен пазар

Изчерпателното разглеждане на начините за навлизане на чуждестранен пазар би включвало цялата „верига на установяване“, описана през 70-те години на XX век от Johanson и Wiedersheim-Paul.³¹ Най-често срещаните форми на навлизане са представителства или съвместни предприятия, които с течение на времето се преобразуват във филиали. Допуска се, че създаването на филиал е признак за високо доверие от страна на ръководство по отношение пазара на дадената страна. Филиалът непрекъснато трупа знания (информация) относно пазарните предпочитания, навиците на потребителите и особеностите на деловата дейност. Започва и процес на прехвърляне на знания и технологии от едната страна към другата. Освен това се задълбочават и познанията за политическата и законовата среда.

Дейностите при навлизане на чужд пазар, категоризирани като инвестиране, включват собственост върху производствени или други единици на чуждестранните пазари на базата на някакъв вид капиталовложение. Това може да бъде постигнато чрез съвместни предприятия (с участие в капитала), придобивания, инвестиции „на зелено“ или изцяло собствени чуждестранни филиали.³²

Тъй като ученето (придобиването на знания) е главният елемент в модела за интернационализация на фирмата, то знанията са основата за вземане на решения за трайно присъствие на даден пазар. Това означава, че познаването на възможностите и вероятните проблеми пряко влияе върху решенията.

Обикновено основният за фирмата източник на опит и знания за определен пазар е текущата ѝ делова дейност на него. При навлизането на чужд пазар една от алтернативите е да се наеме персонал, който вече е натрупал опит там. При работата на множество пазари обаче се стига до още по-голяма диференциация между вътрешнофирмения практически опит и този, придобит при работа на пазара, отколкото при оперирането само на един пазар. Поради

³¹ Johanson and Wiedersheim-Paul. Цит. съч.

³² Mercado S., R. Welford, K. Prescott. *European Business*, 4th edition. Essex, England, Financial Times Prentice Hall, 2001, p. 345-361.

наличието на граница между фирмата и пазара за успех са необходими и двата типа опит. Следователно в определени случаи е необходимо взаимодействие между вътрешни и външни лица за тълкуване на информацията от двете страни на границата. Във връзка с това при навлизането на чуждестранен пазар е особено важно да се наемат служители, притежаващи умения и опит в създаването и развитието на местна делова единица. Създаването на смесено предприятие с местна фирма е частично решение поради проблемите със съвместимостта на фирмените култури. Инвестициите „на зелено” и изграждането на собствен филиал са свързани със значителни капиталовложения, както и с рискове. Чуждестранните клиенти на МБИ получават възможност да започнат местната си делова дейност с минимални първоначални вложения на капитал, време и човешки ресурси.

На микроравнище потокът от ПЧИ се насочва първо към местата с по-малко „психическо разстояние”, като интернационализацията на фирмите се задълбочава чрез по-доброто опознаване на чуждестранния пазар. Отговаряйки на нуждите на чуждестранните фирми, които навлизат на националния пазар, МБИ могат да служат като фактор за намаляване на психичното разстояние по отношение на своите фирмени клиенти.

Мезоаспекти на ПЧИ: Мрежови подходи към интернационализацията

В своята теория за индустриалните мрежи Johanson и Mattsson³³ подчертават важността на интернационализацията от гледна точка на мрежите от фирми. В отговор на критиките за липсата на подобен аспект упсалския модел на интернационализация е актуализиран чрез включване на „мрежов” компонент.³⁴

Понятието „мрежа” се използва, за да опише отношенията между компаниите и разделението на дейностите между тях, при което те стават зависими една от друга. За да може да функционира мрежата, е необходима координация. Тя се осъществява чрез взаимодействието на компаниите в нея, като те имат свобода при избора на партньорите си. Тази свобода обаче не е неограничена, защото в основата на взаимодействието са разменните отношения, а за тяхното установяване са нужни усилия и време.

³³ Johanson J., L. G. Mattsson. Internationalization in Industrial Systems – A Network Approach. – In: Hood, N., J-E. Vahlne. Strategies in Global Competition, New York, Croom Helm, 1988, p. 287-314.

³⁴ Johanson J., J. E. Vahlne. Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization process. – Journal of International Entrepreneurship, 2003, Vol. 1, p. 83-101; Andersson, E. and B. Weitz. The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels. – Journal of Marketing Research, 1992, February, Vol. 29, p.18-34; Blankenburg Holm, D., K. Eriksson, J. Johanson. Creating value through mutual commitment to business network relationships. – Strategic Management Journal, 1999, Vol. 20, p. 467-486; Eriksson, K., J. Johanson, A. Majkgård, D. D. Sharma. Experiential knowledge and cost in the internationalization process”, Journal of International Business Studies, 1997, Vol. 28, N 2, p. 337-360.

Интернационализацията се определя като разгръщане на мрежи от делови отношения в нови страни чрез разширяване, проникване и интеграция. Инвестициите, които са нови за компанията, са **разширенията**, докато **проникването** се отнася за заемането на позиции и увеличаване на вложените ресурси в рамките на мрежата, където фирмата вече има изградена позиция. Под **интеграция** се разбира координирането на различни национални мрежи. Тъй като отношенията между компаниите се разглеждат като мрежа, компаниите могат да се интернационализират в резултат на интернационализацията на други фирми от тяхната национална или международна мрежа.³⁵ Резултатите от изследвания, основани на мрежовия подход, свързват интернационализацията с прилежащата на компанията мрежа и разглеждат като негова движеща сила съществуващите отношения в мрежата.³⁶ Интернационализацията се изразява в установяване и развитие на отношения с участници в чуждестранни мрежи. Тя представлява кумулативен процес, при който непрекъснато се установяват, развиват, поддържат и разграждат отношения, насочени към постигане целите на фирмата. Ударението се поставя върху постепенното учене и развитието на познанието относно пазара посредством взаимодействие в мрежите.

Мезоаспектите на ПЧИ – развитието на международните пазари чрез отношенията, които компанията установява в рамките на фирмени мрежи, също отреждат определена роля за МБИ. Тя се свързва с възможностите, които бизнес-инкубаторите предоставят на компаниите да работят в тесен контакт с други фирми и да изграждат дълготрайни връзки, които са основата на междофирмените мрежи.

Приложимост на МБИ в България

Като се имат предвид ограничените финансови ресурси на българската държава, би било по-подходящо стимулите за привличане на чуждестранни инвеститори да се изразяват по-скоро в намаляване (ако не и премахване) на оставащите препятствия пред ПЧИ, отколкото в предлагането на финансови облекчения. Създаването на МБИ не само би намалило неформалните фактори, ограничаващи ПЧИ, но би насърчило също и нововъведенията и трансфера на технологии.

Meeder³⁷ посочва, че една от причините за развитие на бизнес-инкубаторите в САЩ през 70-те години на миналия век е стремежът да се намери ново предназначение за старите **изоставени фабрични сгради** в силно засегнатите от криза райони. Значителната по размер индустрия в социалистическа България беше сравнително равномерно разпределена из цялата страна. Това

³⁵ Andersen, O. On the Internationalisation Process of Firms: A Critical Analysis. – Journal of International Business Studies, 1993, 24(2), p. 209-231; Johanson, J. and L. Mattsson. Цит. съч.

³⁶ Coviello N. and H. Munro. Network Relationships and the internationalization process of small software firms. London, International Thomson Business Press, 1997.

³⁷ Meeder, R. A. Forging the Incubator: How to Design and Implement a Feasibility Study for Business Incubation Programs. Athens, OH: National Business Incubator Association, 1993.

обяснява защо след разграждането на социалистическата система останаха множество изоставени индустриални предприятия, особено в селските райони и по-малките градове.

Установено е, че способността на дадено местоположение да привлече ПЧИ е в положителна зависимост от присъствието на дейности, подобни на обекта на инвестиране, особено в наукоемките отрасли. МБИ може да стане ядро за формиране на **индустриална област** като привлекателен център за определени производства и работна сила с подходящи умения в дадения район. Това впоследствие би създавало възможности за благоприятни странични ефекти от обмена на познание и на резултати от изследователската и развойната дейност. В България подходящи за създаването на такива струпвания на фирми са районите, в които са били разположени предприятия със съответния вид производствена дейност, тъй като останалите от тях сгради са били пригодени именно за такава дейност, а бившите им работници, голяма част от които са безработни, все още живеят в района.

Разграждането на социалистическата индустрия остави също и райони с много високи нива на безработица. Наследството от периода на социализма (особено като се има предвид възрастовата структура на населението в много от тях) обяснява липсата на предприемаческа енергия и капитал, но повечето от безработните са опитни фабрични работници. МБИ би могъл да съчетае **чуждестранния управленски опит** и капитал с **местните производствени умения**. Той би могъл да допринесе за регионалното развитие чрез трансфера към местното население на пазарна култура и ръководителски умения, пригодени за пазарно обкръжение. Ако съпоставката между разходите за труд и неговата производителност е определящо съображение при определяне местоположението за инвестиране, тогава подобен район с функциониращ МБИ би бил идеално място за инвестиции.

Установено е също, че **бюрокрацията** и ограничителните административни практики в страната-домакин, съчетани с корупция, налагат допълнителни трансакционни разходи. Участието в МБИ може да облекчи тези проблеми за чуждестранния инвеститор.

Възможности за изграждане на МБИ в България

Възможностите за изграждане на МБИ в страната ще бъдат търсени, първо, в наличието и степента на развитие на система за бизнес-инкубиране и в нейните инициативи, насочени към привличане на чуждестранни инвестиции; второ, в степента на готовност на съществуващи бизнес инкубатори за преобразуването им в международни; трето, в наличието на благоприятни условия и необходимост от създаване на МБИ в определени райони.

Развитие на система от бизнес-инкубатори в България

Макар и трудно, у нас постепенно се изгражда система за бизнес-инкубиране, като през последните години се наблюдава ускоряване на този процес. Най-

общо в България могат да се разграничат **3 типа бизнес-инкубатори** – т. нар. общ тип, високотехнологични и виртуални. Най-многобройна е първата група, в която попадат бизнес-центрове, на чиято територия работят разнородни по дейност фирми.

Общ тип бизнес-инкубатори

Такива БИ се създават основно по два проекта – „**Заетост чрез подкрепа на бизнеса**” – JOBS и „**Изграждане на бизнес-инкубатори в райони в индустриален упадък**”, финансиран по програма ФАР на ЕС.

Проект “Заетост чрез подкрепа на бизнеса” – JOBS³⁸

Това е проект на Министерството на труда и социалната политика, подкрепен от Програмата на ООН за развитие, който действа от октомври 2000 г. и ще продължи до края на 2009 г. Проектът е създал широка мрежа от 42 бизнес-центра, вкл. 11 БИ и 15 изнесени офиса в страната.³⁹ През 2003 г. бизнес-центровете на JOBS учредяват своя асоциация – “**Национална мрежа за бизнес-развитие**”.

Бизнес-центровете и бизнес-инкубаторите в мрежата на JOBS предлагат широк спектър информационни, финансови и офис услуги, консултации в различни области, пазарна информация, обучения, изработване на бизнес-планове, както и улеснен достъп до финансиране. Към 40 БЦ действат Интернет-центрове. 11-те **БИ** се управляват от съответните бизнес-центрове и се обслужват от екипите им. Те предоставят **помещения под наем** за производство или извършване на услуги на нови и неукрепнали фирми на преференциални цени.

Главно **изискване към кандидатите** е да имат жизнеспособна идея за бизнес, да разкрият нови работни места и да предлагат на пазара продаваем продукт или услуга. Годишният оборот на фирмата – наемател не трябва да надхвърля 1 млн. лв., а наетите работници на пълно работно време да не са повече от 50. **Срокът на престой** на една фирма в инкубатора е максимум 3 години. За това време се очаква фирмата да достигне устойчивост и да може самостоятелно да излезе на пазара.

Към бизнес-центровете на JOBS се провежда обучение по специализирани **учебни програми** в области като финанси, счетоводство, маркетинг, мениджмънт, компютърна грамотност, чужди езици. Предлагат се и редица

³⁸ Описанието на проекта е значително съкратен вариант на публикуваното в Интернет резюме. (<http://www.jobs-bg.org/doc/JOBS%20Overview%20end-October%2007%20BG1.doc>)

³⁹ Според данните от http://www.jobs-bg.org/whereis_bg.htm, бизнес-инкубаторите са 11, а изнесените офиси – 13, докато на http://www.jobs-bg.org/contact_bg.htm могат да бъдат изброени 43 бизнес-центра, вкл. 12 БИ, като не е уточнено дали БЦ в Берковица и Генерал Тошево са самостоятелни, или съвпадат с обявените като изнесени офиси на БЦ в Монтана и Добрич.

практически обучения, сред които е и тематичният модул “Започнете собствен бизнес”.

Инициативата “**Насърчаване на инвестициите**” (2004-2006 г.) изгражда местен капацитет за привличане и подкрепа на инвеститори и инвестиционни проекти. Поддържат се бази данни за местни ресурси като терени, помещения, работна ръка, правни въпроси и т.н. Основните партньори в общността и екипите на бизнес-центровете се запознават с най-успешните начини да рекламират местните общини и фирми пред български и чуждестранни инвеститори, а също как да посрещат и подпомагат инвеститорите през целия инвестиционен процес.

В резултат от инициативата до края на септември 2007 г. над 120 фирми са започнали или разширили **производството** си в инкубаторите на JOBS и са разкрили 900 работни места. По проекта е осигурена дългосрочна **заетост** за 28 845 човека, а бизнес-центровете на JOBS са предоставили 116 798 бизнес-услуги на различни фирми. 41 744 човека са обучени по специализираните **учебни програми**.

Обучение по компонента “**Насърчаване на инвестициите**” са преминали около 500 човека. През 2005 г. на 16 регионални срещи за насърчаване на инвестициите с участието на повече от 400 местни представители са разработени 44 конкретни инвестиционни предложения в осем български региона. Те са представени на различни форуми в страната и чужбина.

Проектът JOBS търпи постъпателно развитие от своето начало досега. В резултат от неговата реализация е изградена широка мрежа от бизнес-центрове, покриваща почти цялата територия на страната. Въпреки че БИ, създадени по този проект, привличат предимно микропредприятия и подкрепят по-скоро „занаятчийско” производство, цялостната дейност на БЦ води до популяризиране на този начин за подпомагане на МСП и събужда предприемаческия дух в по-малките населени места. Освен това се формира контингент от кадри, притежаващи умения да ръководят подобен тип институция.

По такъв начин се създават предпоставки за по-пълното използване на възможностите, които предлагат БИ за МСП, и това може да се разглежда като подготвителен етап за бъдещо развитие и на специализирани видове БИ, какъвто е МБИ.

Проект „Инвестиране в бизнес-инкубатори в райони в индустриален упадък”

Този проект по програма ФАР започва през 2000 г. Първоначалната идея е да се създадат седем БИ в региони в икономически упадък в Северозападен и

Южен Централен район.⁴⁰ Целта на създаваните БИ е да подкрепят предприемачи, при които ниската конкурентоспособност се дължи на неподходящи бизнес-помещения. Впоследствие (повече от две години по-късно) се решава да има шест БИ във Враца, Белоградчик, Монтана, Мездра, Кърджали и Мадан. За управлението и реализацията на програмата отговарят Министерството на икономиката и Министерството на регионалното развитие и благоустройството. През 2007 г. вече са открити няколко инкубатора по този проект.

Бизнес-инкубатор – Мездра

Информацията, публикувана в Интернет⁴¹, не позволява да се прецени дали този БИ вече работи пълноценно, но тя дава представа за услугите, които той предоставя.

Управлението на бизнес инкубатора е поверено на Бизнес-център за подпомагане на МСП Русе. **Материалната база** включва помещения за фирми в областта на услугите, за ремонтни и инженерингови фирми, за производствени цели, складови помещения, сервизни помещения, помещения за офиси и инженерингова дейност.

Инкубаторът предлага информационни **услуги**, бизнес-консултации, обучение и семинари, технически и административни услуги, виртуален инкубатор – подпомагане на фирми извън сградата на БИ.

Инкубатори по проекта от Южен централен планов район

Агенцията за регионално икономическо развитие и инвестиции (АРИРИ) Кърджали ще предоставя услугата управление на създадените на негова територия два бизнес-инкубатора – в гр. Кърджали и в гр. Мадан, които са официално открити през лятото на 2007 г.⁴²

В БИ се настаняват следните **групи фирми**: устойчиво работещи МСП с перспектива за развитие – около 80%; стартиращи МСП – около 20 %. За стандартен **срок за настаняване** се приемат 3 години. С цел реализиране на политиката за тригодишен престоен стартовият наем на типа помещения се увеличава на всеки 6 месеца с 20% на база на стартиращия наем.

Бизнес-инкубаторите по разгледания проект са в съвсем начална фаза на функциониране – те отварят врати едва през 2007 г. Поради това е изключително трудно да се прецени каква е реалната им роля за местните общности. Но тъй като се създават в райони, които са имали развита

⁴⁰ Малките и средните предприятия в България 2002-2003. Доклад на агенцията за малки и средни предприятия. София, Агенция за малки и средни предприятия, 2004, <http://www.asme.bg>.

⁴¹ Вж. <http://www.mezdra.org/web1/Econom/biznes/biznes.php>.

⁴² Данните са от сайта на АРИРИ – Кърджали (<http://www.ariri.org>).

индустрия, намираща се в упадък, предполага се, че те биха могли да послужат като стимул за възстановяване на някои от развиваните по-рано производства. Те могат да се разглеждат и като обекти на евентуално преобразуване в МБИ с цел привличане на ПЧИ.

Бизнес-инкубатор – Русе⁴³

От началото на 1997 г. в резултат от препоръки от чуждестранни консултанти и благодарение на финансовата подкрепа на програма ФАР в Русе е създаден един от първите в страната бизнес-инкубатори. Стартирането и управлението му се осъществява от Бизнес-център за подпомагане на малки и средни предприятия (БЦПМСП). Инкубаторът е закрит през септември 2002 г. с решение на управителния съвет.

Бизнес-инкубатор II стартира като идея през септември 1998 г. и се реализира отново с чуждестранна подкрепа (Австрия). Официалното настаняване на фирми започва от средата на 2000 г. За разлика от стандартните условия в такива организации инкубираните фирми в БИ II не са принуждавани да напускат инкубатора, освен ако те сами в своето развитие не предпочетат да продължат дейността си на друго място.

Успоредно с развитието на БИ II БЦПМСП в Русе стартира Виртуален инкубатор (инкубатор без стени) и Бизнес-инкубатор Джуниър (съвместно с Русенския университет).

Тъй като този инкубатор (тези инкубатори) се намира в урбанизиран район със сравнително развита индустрия, може да се приеме, че евентуалното му преобразуване в МБИ не би било първостепенна задача. Разбира се, това не изключва подобна възможност при наличие на инициатива и преценка за целесъобразност от страна на местните предприемачи.

Високотехнологични бизнес-инкубатори (ВТБИ)

През 2001 г. по програма ФАР е стартиран проект BG0102.02 “Високотехнологични бизнес-инкубатори”. Реализацията му се ръководи от Изпълнителна агенция ФАР към Министерството на регионалното развитие и благоустройството (МРРБ). Проектът е насочен към изграждане на максимум 6 високотехнологични БИ. Като **цели** са посочени: насърчаване разработката на високотехнологични и новаторски продукти чрез подпомагане на съществуващи и новосъздадени МСП, работещи в областта на високите технологии, и засилване на технологичноориентирания сектор в България с подходяща инфраструктура и помощни услуги; подпомагане на високотехнологични компании да лансират на пазара новаторски технологични продукти.⁴⁴

⁴³ Вж. Малките и средните предприятия в България 2002-2003...

⁴⁴ http://www-it.fmi.uni-sofia.bg/ede/bg/presentations/Panel3/Ivo%20Konov_BI_Success.ppt.

В анализа на Агенцията за малки и средни предприятия⁴⁵ се посочва, че проектът е сведен до финансиране на компании, а частта за създаване на шестте бизнес-инкубатора отпада по необяснени причини.

Въпреки неуспеха на посочения проект по програма ФАР у нас вече съществуват няколко високотехнологични бизнес инкубатора.

ВТБИ – Габрово⁴⁶

Идеята за създаването му се заражда в началото на 2000 г. сред група млади хора с различни професии. В края на 2004 г. е подписан договор с МРРБ за „създаване на високотехнологичен бизнес-инкубатор в гр. Габрово” след спечелен конкурс за обществена поръчка. На 3 август 2005 г. е открита реновираната сграда на инкубатора.

Сред проектите на инкубатора, стартирали през 2006 г., от гледна точка на изследването интерес представлява проектът **„Привличане на интересите на инвеститори към общините Габрово и Дряново посредством сътрудничество между представителства”**, финансиран по програма ФАР. Той си поставя следните **цели**: да анализира икономическата среда в общините Габрово и Дряново; да изгради стратегия за развитие на база актуалното състояние; да създаде методи и средства за представяне на потенциала на двете общини пред инвеститори; да подпомага дейността на инвеститорите в ранния етап на тяхното развитие в региона; да подпомага и посредничи на местни предприемачи при осъществяване на контакти и преговори с потенциални инвеститори.⁴⁷

ВТБИ – Варна⁴⁸

Идеята за неговото създаване се заражда в началото на 2002 г. сред представители на академичната общност, бизнеса и държавната и общинска администрация. В края на 2004 г. е подписан договор с МРРБ за „създаване на високотехнологичен бизнес-инкубатор в гр. Варна” след спечелен конкурс за обществена поръчка. На 21 юни 2005 г. е открита реновираната сграда на инкубатора.

Под наем се предлагат: офис-помещения; производствени площи (работилници); складови площи; зала за семинари и конференции; зала за работни срещи; техническо оборудване.

⁴⁵ Малките и средните предприятия в България 2002-2003...

⁴⁶ Описанието се основава главно на информацията от сайта на ВТБИ – Габрово (<http://www.hitech-incubator.com>).

⁴⁷ Пак там.

⁴⁸ Описанието се основава главно на информацията от сайта на ВТБИ – Варна (<http://www.htbi-varna.org>).

Главните приоритетни области, в които се специализира ВТБИ – Варна, са: информационни и телекомуникационни технологии; технологии за опазване и възстановяване на околната среда и устойчиво развитие (вкл. и алтернативна енергия); авангардни морски технологии; медицински и фармацевтични продукти и технологии.

Бизнес-център и инкубатор – Искър⁴⁹

Той е разположен в североизточната част на София – район Искър, и работи от 2000 г. Инкубаторът е създаден отчасти по линия на програма ФАР по проект за развитие на конкурентоспособни технологични малки и средни фирми. Негови създатели са фирмите „Хирон мениджмънт консултинг“, „Станилов“ ЕООД и БИЦ-СИМЕ.

Офисът на инкубатора е разположен в БИЦ-СИМЕ, в сградата на бившия Институт за металообработващи машини. Инкубаторът работи постоянно с над 25 фирми, но подпомага с консултации и около 30 други.

Бизнес иновационен център – ИЗОТ (БИЦ-ИЗОТ)⁵⁰

БИЦ-ИЗОТ АД е регистриран през 2000 г. като правопреемник на основания през 1966 г. Централен институт по изчислителна техника и технологии (ЦИИТТ) и е разположен в югоизточната част на София. На Интернет-страницата му⁵¹ той е определен като **технологичен парк**, насочен към осигуряване на среда за развитие на високите технологии в областта на електрониката, изчислителната техника, информатиката, телекомуникациите и машиностроенето.

На територията на БИЦ-ИЗОТ са обособени около 140 малки **фирми**, от които над 90% с предмет на дейност разработка, производство и маркетинг на компютърни системи и устройства, програмни продукти, информатика, електроника, телекомуникации, производство на печатни платки, проектиране и изработка на механични детайли, инструменти и др.

На фона на трудния и продължителен процес на създаване на ВТБИ фактът, че вече успешно функционират няколко от тях, доказва способността на различни категории от представители на местната общественост в поголемите и богатите на традиции населени места да се обединят в името на местното стопанско развитие. БИЦ могат да се разглеждат като инкубатори в широк смисъл, а насочеността им (особено на БИЦ-ИЗОТ) несъмнено е към високотехнологични фирми.

Този тип бизнес-инкубатори биха могли да станат база за привличане и на чуждестранни високотехнологични фирми, като им предоставят подходяща

⁴⁹ Вж. <http://www.infoweek.bg/news/04-25-incubator.htm>.

⁵⁰ <http://www.bic-izot.com/>.

⁵¹ Пак там.

среда и възможности за създаване на мрежи с местни производители с цел ускоряване на технологичното обновяване на българската индустрия.

Виртуални бизнес-инкубатори

За разлика от традиционния БИ, виртуалният му аналог не предлага помещения и офис-услуги. Той е ориентиран главно към увеличаване познанията на стартиращите предприемачи и предоставя онлайн бизнес-услуги и съдействие за решаване на проблемите на бизнеса в началната му фаза на развитие. Стойността, качеството и скоростта на доставката на всички услуги и разработки за фирмите, включени в програмата на виртуалния инкубатор, са значително по-изгодни от тези, предоставяни от традиционните.

Засега в България работят поне 2 виртуални инкубатора – Европейски виртуален инкубатор (ЕВИ) и Виртуален ВТБИ в Габрово, който работи паралелно с реалния.

Европейски виртуален инкубатор⁵²

Проектът, който се финансира от Програма за действие в сферата на професионалното обучение "Леонардо да Винчи", създава виртуална среда за подпомагане на високотехнологични МСП. ЕВИ представлява международен уеб-портал, с чиято помощ се улеснява достъпът до специализирани услуги, консултации и допълнително професионално обучение на интересуващите се (предимно студенти, висшисти, изобретатели, жени и инвалиди) от проблематиката на развитието на малък бизнес във високотехнологичните отрасли.

На потребителите са осигурени нива на достъп до услугите в зависимост от нуждите им и тяхната готовност за членство в инкубатора. Услугите, които порталът предлага, включват: виртуална класна стая; дискуссионни форуми; библиографска база данни; добри практики; членство в инкубатора.

“Виртуален ВТБИ” на ВТБИ – Габрово

Както е заявено на сайта на ВТБИ – Габрово, програмата “Виртуален ВТБИ” включва:⁵³ поддръжка на регистри за надеждните специалисти по ИТ от региона, достъпни онлайн; поддръжка на център за обучение по ИТ и програми за дистанционно обучение и консултации; организиране на присъствени обучения по ИТ и предприемачество за специалистите, включени в регистрите; маркетингово подпомагане.

⁵²Описанието се основава главно на информацията от сайта на ЕВИ (<http://www.evi-incubator.bg/old/index.htm>).

⁵³ Вж. <http://www.hitech-incubator.com/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=30>.

Други инициативи за виртуални инкубатори

Виртуален бизнес-инкубатор Луковит – Роман

Според информация от Econ.bg⁵⁴ през 2007 г. стартира проект „Виртуален бизнес-инкубатор Луковит – Роман” за предоставяне на виртуален пакет от услуги за местната общност. Той включва изработване на Интернет-сайт с възможности за “Въпроси и отговори”, регистриране на домейн и поддръжка на хостинг с цел осъществяване на виртуално консултиране.

Виртуален бизнес-инкубатор – община Долна Митрополия⁵⁵

Основната **цел** на проекта – част от Програмата за активни услуги на пазара на труда, която работи вече трета година с подкрепата на Световната банка и Агенцията по заетостта в Министерството на труда и социалната политика, е да подпомогне и даде възможност на безработни лица и новосъздадени фирми⁵⁶ да стартират и развият собствен бизнес, като се възползват от учебните материали, информацията, консултациите и услугите, които ще бъдат предложени.

Виртуалните БИ нямат пряко отношение към възможностите за привличане на ПЧИ, но косвено те създават подходяща за това среда, като създават у местното население делови умения и способности да подготвят и успешно реализират стопански проекти.

Проблеми, свързани със създаването и работата на БИ

Проучването на състоянието и развитието на процеса по създаване на бизнес-инкубатори в България подсказва, че без подкрепа от чуждестранни проекти и програми то би било обречено на неуспех. Пролитчава и наличието на проблеми при администрирането на такива програми от страна на правителствените органи. Труден е достъпът до информация за степента на изпълнение на програмите. Официалните страници на отговорните министерства не публикуват актуална информация, недостатъчна е координацията между отделните ведомства и не е ясно кой носи отговорност за проблемите.

Създаването на бизнес-инкубатори по инициатива на представители на определен бизнес или регион не е често срещана практика. Резултатите от изследване на частния сектор⁵⁷, проведено от Центъра за икономическо развитие, показват, че голяма част от предприемачите, участвали в

⁵⁴ <http://econ.bg/news/article131869.html>

⁵⁵ Информацията е от http://www.actualno.com/news_flgr.php?id=150529.

⁵⁶ Микро- или малки предприятия съгласно Закона за малките и средните предприятия или земеделски производители, регистрирани след 1 януари 2006 г.

⁵⁷ Вж. OECD and EBRD. Bulgaria Enterprise Policy Performance Assessment. December, 2002.

проучванията, не познават същността, предназначението и функциите на БИ. Това определя необходимостта да се изясни пред българските предприемачи важността на този тип организации за хората, желаещи да стартират собствен бизнес.

Анкетно проучване

С цел изясняване на възможностите за създаване на МБИ в България беше проведено и анкетно проучване по електронната поща. За да не бъдат обезкуражавани евентуалните респонденти, въпросниците бяха максимално опростени. Въпросите са свързани с формулираните в частта за приложимостта на МБИ у нас характеристики на стопанствата в преход от централно планиране към свободен пазар, а именно:

- оползотворяване на изоставените сгради на затворени социалистически предприятия;
- наличие на квалифицирана работна сила в определени индустриални отрасли;
- възможностите за създаване на индустриална област (кълъстери) и в кои отрасли;
- отношение на местното население към чуждестранните фирми;
- наличие на кадри за евентуални бъдещи МБИ (владеещи чужди езици);
- нагласа на съществуващите бизнес-инкубатори за преобразуването им в международни.

От анкетата (при цялата условност на резултатите предвид представителността на проучването) проличава, че все още на много места съществуват неоползотворени сгради на затворени предприятия от периода на социализма. Тези предприятия са принадлежали към най-разнообразни отрасли на промишлеността и други сфери на обществената дейност и голяма част от работилите в тях (и притежаващи съответната квалификация) все още живеят в районите, където те са функционирали. Следователно може да се приеме, че се потвърждава хипотезата за целесъобразността на превръщането на изоставените сгради на социалистическите предприятия в бази на международни бизнес-инкубатори, които да се насочат към привличане на чуждестранни фирми от отраслите, които са били характерни за съответните райони преди началото на прехода.

Според оценката на анкетираните най-многоброен е контингентът на възраст от 40 до 60 години, както би трябвало да се очаква, като се има предвид периодът, изтекъл от началото на промените досега. Освен това се посочва и наличие на квалифицирани кадри за съответните отрасли на възраст от 30 до

40 и дори между 20 и 30 години. Тук (особено в последния случай) очевидно не става въпрос за квалификация, придобита при работа в затворените предприятия, а вероятно за завършени курсове или професионални училища. Този факт допълнително подкрепя тезата за насочване на усилията към възраждане на съществуващи производства, вкл. и чрез МБИ.

Оценявайки възможностите за създаване на индустриални области, т.е. струпвания на фирми от еднородни (или допълващи се) отрасли на определена територия, от получените отговори се очертават такива в сферата на дърводобива и дървопреработването, както и в текстилната промишленост. Тези отрасли продължават да функционират в райони, където са били традиционни, което създава благоприятни условия за развитието на посочения процес.

За успешното създаване и функциониране на МБИ е важно как местното население се отнася към чуждестранните предприемачи, които (евентуално ще) оперират в дадения район. Според резултатите от анкетата чуждестранните предприятия се приемат определено положително. Този факт, в съчетание с наличието на местни кадри, владеещи чужди езици и можещи да се включат в ръководния екип на евентуален МБИ, показва, че в съответните райони има потенциал за създаването на подобна институция. Както може да се очаква, най-много са кадрите, владеещи основните европейски езици, но в пограничните райони е характерно и познаването на езика на съседните им държави.

Относно възможностите за преобразуване на съществуващи бизнес-инкубатори в международни липсата на отговори се обяснява с факта, че анкетите са попълнени от представители на бизнес-центрове (или агенции за регионално развитие), към които не са изградени инкубатори. Същевременно представителите на действащи БИ не могат да преценят дали е възможно такова преобразуване. Най-вероятно обяснението за това е в недостатъчното познаване на характеристиките и функциите на МБИ от страна на ръководствата на действащите инкубатори. Като потвърждение на това предположение може да се посочи интересът, който те проявяват към получаване на резултатите от изследването и по-подробна информация за МБИ.

Изводи

Представеното изследване е насочено към намиране на пресечните точки между два актуални проблема за икономиката на България – привличането на ПЧИ и създаването на жизнеспособен сектор от малки и средни предприятия. Една от тези пресечни точки е т. нар. международен бизнес инкубатор, който служи както за привличане на ПЧИ, така и за подпомагане на начинаещи фирми.

Характеристики на потенциални МБИ в България

Главната цел на МБИ у нас на първоначалния етап би била намаляване на безработицата. Следователно важно е не просто да се приемат чуждестранни наематели на офис в инкубатора, а да бъдат насърчавани те да започнат производствена дейност в района.

Целесъобразно е да се привличат неголеми, но перспективни чуждестранни фирми, които се занимават с производствена дейност. Поради географската близост и членството в ЕС би било най-ефективно усилията да се насочат към компании от Съюза. За да бъде улеснено сътрудничеството с предприятия от региона, както и за да се изгради местен капацитет за абсорбиране на нови технологии, потенциални участници са и национални фирми, ориентирани към експортни производства и с възможности да разработят конкурентоспособни продукти. Тъй като големите транснационални корпорации притежават необходимите ресурси и опит в навлизането на чужди пазари, не се очаква те да получават подкрепа от МБИ. В случаите обаче, когато положителните странични ефекти за Общността биха били значителни и по-благоприятните условия, предоставени от инкубатора биха могли да повлияят върху решението за разполагане на филиала на ТНК, то такива новорегистрирани филиали също биха могли да са клиенти на МБИ.

Подкрепа би трябвало да се предоставя с предимство на посочените типове компании, чиито бизнес-планове включват започването и разширяването на производствена дейност в района, където е разположен инкубаторът.

Целесъобразно е МБИ да предлагат разнообразни, но основно производствени помещения, тъй като една от главните цели е създаването на работни места за населението в района. Това е оправдано и от гледна точка на оползотворяване на изоставените сгради на затворените социалистически предприятия. Фабричните сгради могат да се отдават дългосрочно (или да бъдат продавани) на компании, които имат сериозни намерения за установяване в района. Продажбата би била допустима, когато МБИ вече е допринесъл за създаването на значителна делова активност в региона и пределният ефект от функционирането му е достатъчно нисък.

Предоставянето на традиционните за бизнес-инкубаторите услуги има повишена важност в икономиките в преход. Поради всеобхватната промяна в законодателната рамка, административната система, индустриалната структура и почти всички сфери на обществения живот услугите на местни специалисти в областите, засягащи чуждестранните инвеститори, са незаменими за успех на местния пазар.

В България чуждоезиковите способности са все още под средното равнище в ЕС, особено в по-малките населени места. Наличието на персонал, владеещ чужди езици, и предоставянето на преводни услуги придобиват все по-голямо значение за чуждестранните клиенти на МБИ.

Възможности за изграждане на МБИ в България

Разширяваща се мрежа от бизнес-центрове/бизнес-инкубатори

Както става ясно от описаното развитие на системата за бизнес-инкубиране у нас, в страната вече е създадена широка (и продължаваща разширението си) мрежа от БЦ и регионални агенции за развитие, насочени към подпомагане на МСП. Мрежата от БИ не е така всеобхватна, но вече функционират значителен брой такива организации, вкл. високотехнологични и виртуални. Сред целите, които си поставят БЦ/БИ, фигурира и привличането на инвестиции (вкл. и чуждестранни) в районите, където са разположени.⁵⁸ Такава цел е сред основните характеристики на МБИ.

Частично изградена материална база

Наличието на изоставени сгради от бившите социалистически предприятия, които в много от общините все още не са усвоени, биха предоставили подходяща материална база от производствени помещения за евентуални МБИ.

Наличие на квалифицирани кадри

Много от бизнес-центровете предлагат услугата превод от и на чужди езици, което означава, че те разполагат с кадри, владеещи съответните езици. Това се потвърждава и от получените отговори на анкетата, от които е ясно, че езиковата квалификация е съчетана и с ръководни умения, и свидетелстват за съществуването на тази важна предпоставка за създаване на МБИ.

Евентуални трудности пред изграждане на МБИ в България

Административни пречки

Опитът от досегашното развитие на системата за бизнес-инкубиране в страната показва, че подобни инициативи се сблъскват с множество бюрократични спънки и лоша организация, които значително забавят реализацията им. В някои случаи се оказва, че въпреки добрата воля на местната администрация съществуват законови препятствия, за чието премодоляване са необходими неимоверни усилия и време.

Необходимост от инвестиции

Въпреки наличието на подходящи помещения (сградите на бивши производствени предприятия), те обикновено се нуждаят от съществен ремонт, тъй като не са били използвани и поддържани в продължение на дълъг период.

⁵⁸ Най-ярък пример е проектът на ВТБИ – Габрово „Привличане на интересите на инвеститори към общините Габрово и Дряново посредством сътрудничество между представителства”.

Освен това привеждането им в готовност за използване изисква закупуване на подходящи съоръжения и оборудване, а също и наемането на ръководен и обслужващ персонал.

Пасивност на местните институции

Преобладаващата нагласа сред служителите на местните организации за подпомагане на МСП е, че инициативата трябва да дойде от друга инстанция. Показателно е следното твърдение в една от попълнените анкети: „Все чакаме точните хора на точното място. Дано пристигнат.” Липсата на активност може да бъде една от причините за слабото познаване на бизнес-инкубаторите от представителите на малкия и средния бизнес, които са евентуалните им клиенти. Това би било пречка и за привличането на ПЧИ от евентуални МБИ, защото то изисква активност при представянето на предимствата и възможностите, които МБИ би предложил на потенциалните си чуждестранни клиенти, чрез най-разнообразни средства за популяризация и реклама не само в страната, а и в чужбина.

*

Въпреки необходимостта от значителни инвестиции в България, чуждестранните компании, които са работили основно в обкръжението на развита пазарна икономика, могат да изпитат трудности при приспособяване към практиката в българското стопанство. Поради това МБИ могат да служат като „буфер” за тези компании, когато те навлизат на местния пазар. Наличието на такъв „буфер” би могло да насърчи повече компании да насочат своите международни инвестиции към нашата страна.