

БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ПО ВРЕМЕ НА КРИЗАТА И КАТО ДВИГАТЕЛ НА СЛЕДКРИЗИСНОТО РАЗВИТИЕ

Кирил Тодоров¹

1. УВОД

Общоприето е да се смята, че предприемачеството е двигателят на съвременното икономическо развитие в глобален, регионален и национален аспект с оглед на проблемите и задачите, които то решава. Нещо повече, по думите на проф. Кен О'Нийл, експрезидент на Международния съвет по малък и среден бизнес (ICSB), доктор хонорис кауза на УНСС, “предприемачеството е бизнес дисциплината на 21-ви век”². Подобни са мненията на изследователи, policy makers, експерти и консултанти от практиката.

И като обект на изследване, и като практика предприемачеството е мегадейност, която води, генерира след себе си и други дейности и им влияе значимо. Тя подпомага решаването на редица проблеми, включително специфични такива за страните в преход като: *промяна в икономическата и фирмената структура, развитие на предприемачески ориентирана бизнес култура и създаване на силна средна класа.*

Нарастващата роля на предприемачеството в регионалното развитие, в международните бизнес отношения и глобализацията на производството и услугите се доказва и от вниманието към него от страна на национални и международни институции и организации. Неслучайно е разработена *Европейската харта за малките предприятия*, според която МСП като синтез и реален израз на предприемаческата дейност са гръбнакът на европейската икономика. Хартата постулира, че трябва да се създаде възможно най-добрата среда за развитие на малките предприятия и предприемачеството. Заедно с това предприемчивостта е определена като една от осемте ключови компетенции за европееца.

Предприемаческата дейност е сложна съвкупност от процеси, явления и поведения, която се реализира от хората с потенциал в една все по-динамична с нарастваща конкурентност бизнес среда. Глобализирането на икономиката, нейните мултикултурни измерения, развитието на знанието като мощен катализатор на успеха, интеграционните процеси в Европа са ключовите фактори, влияещи определящо върху съвременното предприемачество.

Днешната икономическа и финансова криза още повече извежда на преден план ключовото значение на предприемаческата дейност и дребния бизнес, от които се очаква да изпълнят ролята си на двигател на съживяването на икономиката и об-

¹ Кирил Тодоров е доктор на икономическите науки, професор, ръководител на катедра “Предприемачество” в УНСС; тел.: 81-95-545, e-mail: ktodorov@unwe.agad.bg

² Приветствена реч на проф. О'Нийл пред Академичния съвет на УНСС по случай удостояването му с почетната титла “доктор хонорис кауза”, 1998 г.

ществото като цяло, включително на тяхното следкризисно развитие. Световната стопанска история дава множество примери как желанието на хората да създават и управляват собствен бизнес, поемайки определен риск, е основна движеща сила на съживяването на икономиките след рецесии и кризи. Днешната криза поставя предприемаческата култура, усет и поведение на човечеството пред подобни предизвикателства, но в нов, по-сложен и специфичен контекст.

Предприемаческата проблематика е актуална и с нарастваща значимост и защото през последните три години милиони хора по света загубиха работата си вследствие на кризата. Влошиха позициите си и дори замряха редица производства, които в продължение на десетилетия бяха носители на технологичното и икономическото развитие. Появи се силен вакуум, който се очаква да бъде запълнен от най-приспособимите съществуващи бизнеси и от новите бизнеси, основани на конкурентни иновации, изискващи по-висок риск и нов мениджмънт при тяхната реализация. А хората, които имат нюх, желание и възможности да поемат този риск, са именно предприемачите – настоящи и бъдещи, включително тези в големите корпорации – т.нар. “корпоративни предприемачи”.

На ниво Европейски съюз на феномена “предприемачество” също се възлагат големи очаквания за справяне с кризата и това е видно от новата десетгодишна стратегия за развитие на съюза, наречена “Европа 2020”. *Основната цел на стратегията е:* преодоляване на кризисните състояния, създаване на повече и качествени работни места и подобряване на жизненото равнище. В нея се утвърждава, че Европа е в състояние да осигури *интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж*, като намери пътя към създаването на нови работни места, но всичко това зависи от преодоляването на най-неотложното предизвикателство – излизането от сегашната криза. За постигането на тези цели е необходим широк набор от действия на национално, европейско и глобално равнище. ЕК предлага седем водещи инициативи за стимулиране на напредъка по всяка приоритетна област. Фокус на четири от тези инициативи е *насърчаването на предприемачеството и подпомагането на малките и средните предприятия (МСП)*³.

Кризата се отразява много негативно и на отворената и зависима от чужди капитали и пазари българска икономика. Иновативните и проактивно действащи български предприемачи са един от основните фактори за излизане на страната от кризата и от тях се очаква да играят важна роля в нейното следкризисно развитие. Жизнено важната за България предприемаческа активност се изразява както в развитието на производства и услуги, които могат да преодолеят трудностите и да оцелеят, така и в стартирането на бизнеси в нови и перспективни ниши, които се появяват при “отделянето на икономиката от дъното”.

³ Стратегията „Европа 2020“ е публикувана на интернет страниците на Европейската комисия (ЕК), Министерството на труда и социалната политика и други институции.

2. КРИЗАТА И НЕЙНИТЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

2.1. Научни изследвания на причините и проявленията на кризата и влиянието ѝ върху МСП и предприемачите

Сравнително късият период от започването на световната икономическа криза като следствие от финансовата криза от 2008 г. и все още липсата на устойчиви доказателства за фазите, в които тя се намира, предопределят наличието на сравнително ограничен набор от задълбочени изследвания на нейните проявления. За сметка на това кризата и съпътстващите я процеси и следствия са основни теми на всички национални и световни медии, в които често се стига до произволни и недобре аргументирани твърдения.

Наличните научни изследвания са концентрирани преди всичко върху финансовата криза и нейните отражения върху макроикономическите индикатори, правителствените политики и реакциите на централните банки⁴. Научни разработки, които имат за предмет връзката „икономическа криза – предприемаческо поведение“, са налични за вече отминали кризи, като най-скорошен подобен случай е този с кризата в Азия в края на 90-те години и отражението ѝ върху азиатските предприятия в началото на XXI век⁵. Международно изследване за отражението на настоящата криза върху финансирането на МСП и предприемачеството е проведено от ОИСР⁶. Това, което е трудно да се направи, е изследване, проникващо дълбоко в мотивите и поведението на предприемачите в условията на криза, често водещи до

⁴ Gjerstad, St., V. L. Smith (2009-04-06). From Bubble to Depression? Why the Housing Bubble Crashed the Financial System but the Dot-com Bubble Did Not, Wall Street Journal. p. A15.

<http://online.wsj.com/article/SB123897612802791281.html>.

Haigh, G., Stupid Money, Griffith Review 25, Queensland: Griffith University, Spring 2009, pp. 13-46. ISBN 1448-2924

Hull, John C., The Credit Crunch of 2007: What Went Wrong? Why? What Lessons Can Be Learned?, Rothman School Research Paper: "Microsoft Word - JCRpaper.doc" (PDF).

<http://www.rotman.utoronto.ca/~hull/DownloadablePublications/CreditCrunch.pdf>. Retrieved 2009-11-11.

Sjostrom, Jr., K. William., The AIG Bailout, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1346552. (2009) Tett, Gillian, Fool's Gold: How Unrestrained Greed Corrupted a Dream, Shattered Global Markets and Unleashed a Catastrophe. London: Little, Brown (ISBN 9781408701645) / New York: Simon and Schuster, 2009.

Woods, Thomas (2009). Meltdown: A Free-Market Look at Why the Stock Market Collapsed, the Economy Tanked, and Government Bailouts Will Make Things Worse. Washington, DC: Regnery. ISBN 1596985879.

⁵ Ngian Kee Jin (March 2000). Coping with the Asian Financial Crisis: The Singapore Experience. Institute of Southeast Asian Studies. ISSN 0219-3582

Tiwari, Rajnish (2003). Post-crisis Exchange Rate Regimes in Southeast Asia, Seminar Paper, University of Hamburg.

Kilgour, Andrea (1999). The changing economic situation in Vietnam: A product of the Asian crisis?

Radelet, S., J. D. Sachs, R. N. Cooper, B. P. Bosworth (1998). The East Asian Financial Crisis: Diagnosis, Remedies, Prospects. Brookings Papers on Economic Activity.

Weisbrot, Mark (August 2007). Ten Years After: The Lasting Impact of the Asian Financial Crisis. Center for Economic and Policy Research.

⁶ The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Responses, OECD, June 2009.

оригинални, нетрадиционни действия от тяхна страна. Логичното свързване на ролята на предприемачите за изхода от една икономическа криза е развито още в теорията на Шумпетер за бизнес циклите, по-късно потвърдено от анализите на Питър Дракър и изразено днес в т.нар. *ренесанс на Шумпетеровото предприемачество*⁷. Условието на криза поставят редица предизвикателства, свързани с намаляването на икономическата активност, но също така са и стимул за търсенето на нови предприемачески решения. В този план са важни не само усилията, насочени към адаптиране на макроикономическите инструменти, но и конкретните решения, прилагани на ниво предприятия. А при силната хетерогенност на предприемаческите действия това е много трудно и по тази причина в много случаи предприемачът е и „методолог“, и изпълнител.

Определен принос към намаляване на дисбаланса между научните изследвания на кризата на макро- и микрониво е организираната и проведена през м. септември в България международна конференция на тема „Европейското предприемачество като двигател на средкризисното развитие – предизвикателства и възможности“. Институтът за развитие на предприемачеството (ИРП) при УНСС, заедно с Българската асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството (БАРМП), бе организатор на конференцията, на която бяха представени резултати от проведени в различни страни изследвания на кризисната проблематика. В рамките на конференцията се проведе и кръгла маса с предприемачи от различни страни, които дискутираха влиянието на кризата върху МСП, тяхното поведение в нея и след нея. Особено интересно бе да се види доколко предписанията, предлагани от изследователите, се възприемат от предприемачите и същевременно доколко конкретните предприемачески решения се одобряват от изследователите в системен и устойчив план.

Един от водещите докладници на конференцията бе проф. Карл Виехе от университета „Джордж Вашингтон“, САЩ, който е съветник на водещи МНК и банки. Той представи формиращите се икономически, правни и количествени характеристики на банковите и финансовите системи и отражението им върху предприемаческото поведение. Според К. Виехе днешната ситуация може да се характеризира като първата наистина глобална икономическа криза, а американската икономика изпитва трусове, които са без прецедент от времето на Голямата депресия насам. Имайки предвид, че икономиките на САЩ и Европейския съюз все още дават около 60% от световната продукция, много важно е тези икономики да преодолеят кризата, което да доведе и до очакваното глобално оживление. А както е известно, предприемачите от САЩ и Европа много често ползват борсово и банково финансиране, за разлика от арабските предприемачи например, разчитащи основно на семейството и приятелите. В този контекст К. Виехе акцентира върху това, как новите регулации на капиталовите пазари (не)насърчават предприемачеството като основна движеща сила на една съживяваща се икономическа активност.

Друг автор, Карлис Маркус от бизнес инкубатора в Рига, Латвия, посочи, че въпреки подобряването на икономическите показатели, са необходими специални

⁷ В доклада на проф. Х. Пихлер, „Иновативното Шумпетерово предприемачество: систематична перспектива“, Международна конференция „Европейското предприемачество в глобализиращата се икономика – предизвикателства и възможности“, 9-12 септември 2008 г., Варна.

действия за активизиране на предприемаческите процеси, които са в основата на икономическото съживяване. Необходимо е да се стимулира възникването на нови предприемачески бизнеси и прилагането на иновативни бизнес идеи, които биха довели до създаването на нови работни места. Предприемачите биха могли да използват наличните финансови инструменти, за да запазят своите бизнеси или да могат да стартират нови. Такива инструменти са европейските програми и фондове, националните програми за насърчаване на износа, големите инфраструктурни проекти и други. За съжаление малко се прави на практика. А в резултат на кризата има свободни производствени мощности, дълготрайни активи и човешки ресурси и тяхната цена е значително по-ниска, отколкото преди кризата. Ниските разходи за работна сила са един от факторите, които създават благоприятна среда за инвестиции и увеличаване на обема на производство в днешните условия, макар че в средно- и дългосрочен план това не може да е цел.

Хърватският професор Мариян Цингула от университета в Загреб отбелязва, че икономическата криза показва, че компаниите, които могат бързо да се адаптират към нови, по-трудни условия на околната среда, могат да оцелеят и да растат. Това са фирми, които притежават модерно ноу-хау и управленски компетенции. А тези фирми се ръководят от предприемачи и мениджъри, които могат творчески да решават възникналите проблеми и дори да извличат ползи от трудната ситуация.

Френският изследовател Силван Бюро от бизнес школата ESCP Еуропе акцентира върху предприемачеството в неформалната икономика днес. Според него, когато формалната икономика е в криза, сивата икономика може да бъде разглеждана като резервен вариант – *имащ ефект на заместване*. Този ефект е широко дискутиран от икономисти и социолози, които считат, че неформалният сектор може да бъде “амортизатор” на шоковото сруване на икономиката при кризи.

Сръбският професор Миролуб Хаджич от университета Singidunum, Белград, и г-н Петер Павлович от Републиканското бюро за развитие представиха практическо изследване на тема *“От обща подкрепа към по-комплексни форми на подпомагане на МСП”*. Основната теза на техния доклад беше, че вниманието към МСП се е засилило вследствие на настъпилата световна криза. Това е така, защото дейността на МСП спомага за подобряването на конкурентната среда и че МСП са агенти на развитието, основано на иновации. Те показаха, че в периода 2000-2009 г. Сърбия е успяла да създаде и въведе стратегия и програми, които реално подпомагат развитието на МСП. В резултат на това е създадена благоприятна среда за основаване на нови фирми и тяхното разрастване. Но световната икономическа криза е засегнала силно сръбската икономика, включително и сектора на дребния бизнес. Като се има предвид, че на МСП в Сърбия се гледа като на агенти на иновации и промени, Хаджич и Павлович смятат, че сега е точното време да се интензифицира държавната подкрепа към МСП. Това означава да се подпомагат предимно технологично базирани и бързорастящите фирми.

Освен това сръбските участници представиха изследване за променената вследствие на кризата предприемаческа активност в тяхната страна. Така например според тях индексът на благоприятност на външната среда за започване на бизнес през 2009 г. е с два пъти по-ниска стойност в сравнение с 2007 г. Затова и много по-

малко хора са стартирали бизнес в този период. Вследствие на това се увеличава средната възраст на действащите предприемачи, тъй като младите хора, желаещи да стартират собствен бизнес, отлагат този старт в очакване на по-благоприятна икономическа ситуация. Интересно е да се отбележи обаче, че въпреки намаляващите темпове на стартиране на нови бизнеси, желанието и мотивацията на хората да изберат предприемаческото поприще се засилва неимоверно. Това е пряко свързано с увеличаващата се безработица, която помага на предприемчивите хора в редица страни да съзрат своя шанс за оцеляване в създаването на собствен бизнес – т.нар. „предприемачи по принуда”. Тук се очаква да се включи държавата, която да подсили тяхната мотивация и да ги подпомогне в действителност да станат предприемачи.

„Предприемачите по принуда” бяха анализирани и от водещия френски професор по предприемачество Ален Файол от бизнес школата EM Lyon. Той е изследвал социалните характеристики, мотивите и поведението на хората, които са решили да започнат собствен бизнес поради липса на по-добра алтернатива. А днешните кризисни времена дават обективни предпоставки за това – увеличена безработица, отпадане на някои социални помощи, задълбочаващо се социално неравенство за определени групи от обществото. „Предприемачи по принуда” често стават и възрастни хора, разведени или самотни родители и други.

Екипът на д-р Филип Пападопулос от Американската фермерска школа в Солун, Гърция, е изследвал множество месарски магазини от района на Солун и Северна Гърция. Изследването, направено малко преди кризата да се усети в Гърция, е имало за цел да установи как и кога традиционните бизнесмени могат да се превърнат в иноватори. На базата на това изследване сега д-р Пападопулос направи обобщението, че за да преодолеят кризата, консервативните бизнесмени трябва да добият силна предприемаческа ориентация. Той използва метафората, че „ако искаш да изкачиш хълма, трябва да натискаш газта, а не спирачките”. Това обаче е доста трудно, защото за повечето собственици на дребен бизнес най-голямото предприемаческо действие е било създаването на техните фирми, следвано от доста консервативно и неиновативно бизнес поведение след това. Като се има предвид, че такива са повечето малки бизнеси, от изследователите се очаква да излязат с практически ориентирани предложения, които биха помогнали на консервативното мнозинство да оцелее в настоящата и в бъдещите кризи и да излезе от тях с възможно най-малко загуби.

От гореказаното става ясно, че в повечето или в почти всички страни липсва яснота за фазите и параметрите на кризата, включително по сигналите, подавани от национални и международни институции. Оттук произтича и недостигът на значими изследвания като база за обосновани решения и поведение на policy makers, т.е. „топката се връща обратно към тях”.

2.2. Кризата в България. Необходимост от институционална и програмна подкрепа за българското предприемачество

До появата на първите симптоми на кризата българската икономика отбелязваше динамичен икономически растеж, подкрепен от стабилната финансова система,

валутен борд в страната и най-вече от големия обем чужди инвестиции. Брутният вътрешен продукт нарастваше преди всичко благодарение на растежа на търговията с недвижими имоти, финансовото посредничество, строителството, свързаните с тях дейности и други.

Като страна с развиваща се и силно отворена икономика България не можеше да остане изолирана от световната криза. Първите реални сигнали за влошените позиции и перспективи пред българските предприемачи и фирми вследствие на настъпващата криза бяха получени през есента на 2008 г. Тези сигнали дойдоха от собственици и мениджъри на предприятия от преработващата промишленост, които по това време отчитаха първите намалени или отказани поръчки от чужди клиенти. Фирмите, които кризата засегна най-рано, бяха фирмите, работещи по поръчка на клиенти от САЩ. През м. декември 2008 г. почти всички сектори на българската индустрия отчитаха срив в заявките и съответно – в произвежданата и продаваната продукция. Особено много кризата засегна капитало- и материалоемките първоначални индустрии като миннодобивната, металургичната и химическата – основа на българския експорт, които първи изпитаха негативните последици на ограниченото външно търсене. Постепенно намаля и вътрешното търсене и през 2009 г. кризата обхвана почти всички икономически сектори и ключовите стопански единици в страната. Сектори като хотелиерство и ресторантьорство последни изпитаха нейното влияние, но за сметка на това за тях се очаква по-бавно да се възстановят след нея. Общо взето секторите, които пострадаха най-много от кризата, бяха тези, които отчитаха най-голям ръст преди нея, а именно – предимно експортно ориентирани. На тях обаче много макроикономисти възлагат очаквания да станат двигателите на излизането на страната от кризата.

Що се отнася до сегашната ситуация, мненията на обикновените хора, на изследователите, политиците и предприемачите в България за това, дали и кога (ще) излизаме от кризата, варират от това, че кризата продължава да се задълбочава, до това, че вече уверено излизаме от нея и започваме начално следкризисно развитие. Всеки човек си има собствено субективно мнение и е нормално то да се отличава от останалите, но и официалните източници на информация в България дават доста противоречиви данни и анализи в тази насока. Още по-полярни мнения има за това кои сектори се справят най-добре в кризата, кои излизат от нея и кои ще се развиват и дори появяват в бъдеще.

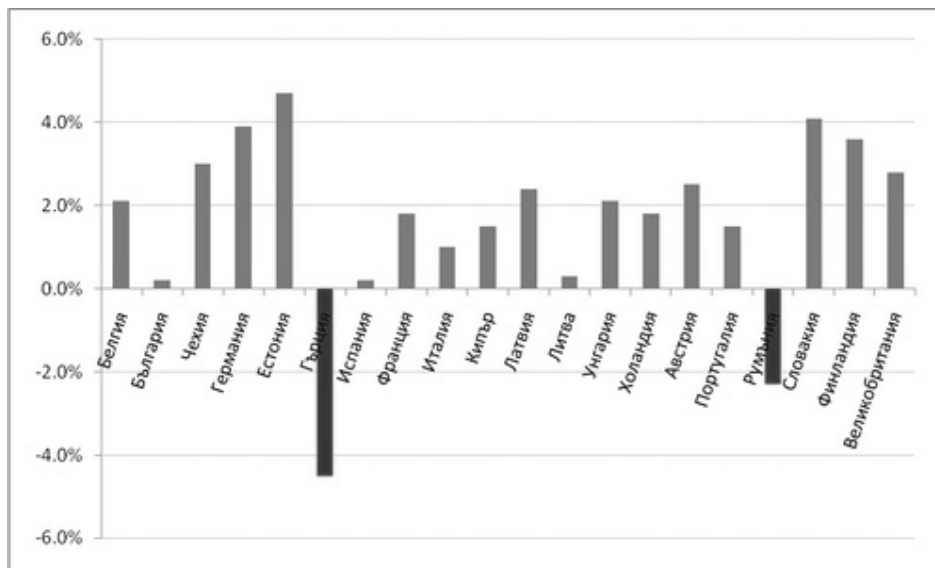
Преобладаващото мнение е, че от средата на 2010 г. бизнес климатът в страната се подобрява и икономиката се активизира, макар и неравномерно, което дава надежди, че България започва да излиза от кризата. В пресата и официалните източници все по-често се появяват обнадеждаващи статистически данни и макроикономически анализи. Основна причина за това е протичащото възстановяване на Западна Европа, което се отразява и на българския износ към тези страни. Някои от икономическите сектори, които първи „стигнаха дъното“, вече „изплуват“. Например експортно ориентираната преработваща индустрия, която няколко месеца поред отчита сериозно нарастване на износа. Очевидно е, че както кризата беше привнесена в България отвън, така и възстановяването също ще дойде отвън, по линия на износа на стоки и услуги. Първи сигнали за възстановяване дават сектори

като информационни технологии, комуникации, финансови и застрахователни дейности, фармацевтика, възобновяеми енергоизточници, производство на дървен материал, хартия и други.

Възстановяването на вътрешното търсене се очаква да отнеме повече време. И докато правителството не би могло да повлияе значимо върху външното търсене за българския износ, то би могло да попречи на възстановяването на вътрешното потребление, като вдига данъци или предприема други мерки за изземване на средства от реалния сектор⁸.

В средата на м. ноември 2010 г. Националният статистически институт публикува експресни оценки за развитието на българската икономика през третото тримесечие на 2010 г. Данните отчитат първия, макар и минимален ръст на БВП (на годишна база) след година и половина спад на икономиката (виж фиг. 1).

Фигура 1. Темп на прираст на БВП на страните от ЕС за третото тримесечие на 2010 г. (на годишна база)



Източник: НСИ, ИПИ.

Някои чужди изследователи и policy makers считат, че предприемачите не бива да зависят и да търсят подкрепата на държавата – “който може да плува – плува”, т.е. условията в голяма степен са еднакви за всички. Според тези изследователи основният смисъл и резултат от предприемаческата дейност е изграждането на фирми, които се самоиздържат и не търсят външна помощ, създавайки добавена

⁸ Николова, Д., *Бизнес климатът в икономиката се подобрява*, публикация на Института за пазарна икономика (ИПИ), 30.04.2010, <http://ime.bg/bg/articles/biznes-klimatyt-v-ikonomikata-se-podobryava#ixzz16D8CkjlZ>

стойност за себе си и за обществото. Ролята на правителствата е да създават стабилна среда, в която предприемачите могат да развиват своите начинания. Разбира се, това може да е вярно за някои развити или богати на петрол арабски страни, но не и за България с нейния млад и все още неукрепнал МСП сектор, с ограничени разполагаеми ресурси, недостатъчни предприемачески традиции и подготовка.

Почти навсякъде по света МСП се нуждаят от силна законодателна, институционална и програмна подкрепа, за да са конкурентоспособни в условията на глобализация на пазарите и интернационализация на бизнеса. Дребният бизнес се нуждае от още по-стабилна подкрепа в условията на днешната криза, когато икономиките „буксуват“ продължително време. Тогава е нужна целенасочена държавна помощ за икономическите агенти, които имат потенциал да „отлепят икономиката от дъното“. Такива субекти са настоящите и бъдещите предприемачи, които развиват или имат намерение да създадат бизнес в нови и перспективни области и ниши, появяващи се в днешните смутни времена.

На ниво Европейски съюз се прилага целенасочена политика по отношение предприемачеството и МСП в условията на криза. Най-важният резултат от тази политика е, че в повечето държави от съюза се прилагат опростени процедури за стартиране на нови фирми. Според водещи евроексперти трябва да се действа много активно, за да се помогне на малките предприятия да преодолеят кризата, защото в голяма степен от дребния бизнес зависи дали Старият континент ще успее бързо да се „отскубне“ от рецесията.

Като член на ЕС България също се стреми да развива политики и да създава инструменти, насочени към стимулиране на предприемачеството и подпомагане на МСП да се справят с кризата. Друг е въпросът доколко тези инструменти постигат желания ефект. Така например приоритет на българското правителство е *ефективното използване на средства от европейските фондове*. По последни данни получените средства от Европейската комисия са над 950 млн. евро. Според ЕК най-добре работещата програма е ОП „Регионално развитие“, а най-проблемна остава ОП „Транспорт“. Въпреки това по-малките по размер български предприятия изпитват големи трудности при кандидатстването и усвояването на средства по тези програми.

Като цяло може да се направи извод, че България все още няма ясна стратегия за подпомагане на българския бизнес да се справи с кризата и да даде своя принос в следкризисното развитие на страната. А подобна подкрепа е нужна и тя трябва да бъде съобразена с характеристиките и приоритетите на следкризисното развитие и очакваните промени, като се отчита потенциалът на водещите фирми и сектори, тяхната иновативност и отраслови специфики.

3. ВЛИЯНИЕ НА КРИЗАТА ВЪРХУ БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЕМАЧИ

3.1. Резултати от собствени проучвания и наблюдения

При оценката на влиянието, което глобалната криза оказва върху българските предприемачи и МСП, е важно да се отбележи, че тази група предприятия при равни други условия са много по-уязвими към негативни външни влияния от големите предприятия по редица причини:

- дейността им е слабо диверсифицирана (имат слаби компенсаторни възможности в трудни ситуации);
- заетите в тях съвместяват по няколко функции и поради това е трудно да бъдат съкращавани с цел икономия на разходи;
- „а ргіогі” разполагат с ограничени ресурси;
- много често работят като подизпълнители и в тази си роля са зависими от икономическото и финансово “здраве” на възложителите;
- имат слаб достъп до външно финансиране и други.

Отчитайки икономическата ситуация в страната и необходимостта от получаване на актуална информация за състоянието на българския бизнес, в периода октомври 2009 – февруари 2010 г. Институтът за развитие на предприемачеството при УНСС организира и проведе три семинара по тематика, фокусирана около състоянието и поведението на българските предприемачи в условията на криза. В трите научно-практически прояви взеха участие предприемачи и мениджъри на български предприятия, изследователи и преподаватели в областта на предприемачеството, представители на институции и организации, подкрепящи бизнеса (вкл. ИАНМСП), банкери, консултанти, обучители, докторанти и студенти. В резултат на проведените дискусии бяха открити основните проблеми на българските фирми вследствие на настъпилата криза, които изискват съвместни и координирани усилия за тяхното преодоляване.

В ИРП при УНСС се провеждат и редица изследвания, насочени към различни аспекти на предприемаческата дейност в България. Емпиричните проучвания, проведени през последните две години, дават възможност за получаване на реална представа за проблемите, с които се сблъскват българските предприемачи. Негативното влияние на кризата може да бъде обобщено в няколко основни направления.

На първо място, чрез консервативната политика на банковия сектор, изразяваща се в силно затруднен достъп до кредитиране и повишаване на лихвите по съществуващи кредити. Много български предприемачи са неспособни да изпълняват своите задължения, защото търговските банки отказват да им отпускат кредити. Най-много фирми, обявени в несъстоятелност през 2009 г., са от сферата на *строителството, туризма и металургията*. През същата година Европейският инвестиционен фонд гарантира 400 милиона лева за български МСП, но парите се отпускат

чрез търговски банки и това създава проблеми⁹. Въпреки настояването на ЕС да бъде даден бърз и лесен достъп до финансов ресурс за малкия бизнес, банките отказват да отпускат кредити на фирми с проблеми или им предлагат кредитиране срещу високи лихви.

На второ място, отлагане и намаляване на поръчките и дори оттегляне на основни партньори. В условията на световната икономическа криза основният проблем на българските предприемачи е свързан с драстичното свиване и дори изчезване на завоювани вече пазари. Всичко това в повечето случаи води до свиване на дейността и съкращаване на служители, а в някои случаи – и до ликвидиране на бизнеса. Нашите емпирични проучвания показват, че почти всички фирми в България търсят нови клиенти. Дори и предприятия, чийто производствен капацитет е сравнително добре натоварен, проучват и търсят нови възможности. В условията на криза предприемачите се борят за каквито и да е поръчки, дори понякога да се работи на загуба. Това се прави с цел генериране на приходи, с които да се изплащат заплати, да се покриват кредити и т.н., а и с цел да не се губи създадена добра репутация. При интервютата предприемачите споделят, че по всякакъв начин се борят да не загубят клиенти и да спечелят нови, което да им позволи да запазят своите служители и да оцелеят в трудната ситуация.

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

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

Кризата обаче намалява тежестта на доскорошния проблем с недостига на мотивирана работна ръка. Споделените мнения на много български предприемачи и мениджъри потвърждават теоретичната зависимост за превес на предлагането над търсенето на труд в условията на рецесия и криза при пазарната икономика. Кризата се отразява “дисциплиниращо” на хората, които се страхуват да не загубят работата си, и проблемите с тяхната мотивация намаляват.

Кризата засегна силно всички традиционни за България отрасли на преработващата промишленост. Така например мебелното производство в страната е в много тежко положение, защото сега хората отлагат във времето или ограничават покупките на мебели. За това допринася и фактът, че подобни инвестиции много често са обвързани с кредити, а понастоящем кредитирането е силно ограничено. Търсенето и предлагането на мебели е тясно свързано с развитието на строителния сектор и хотелиерството, които също се намират в рецесия. Кризата се отразява изключи-

⁹ Начева, А., *С напредването на кризата – неясна картина на европейския бизнес*, в. “Дневник”, 31.07.2009 г.

телно негативно на производителите на машини и компоненти за тях. Предприятията от шивашкия сектор непрекъснато понижават цените на своята продукция, достигайки (и прекращвайки) границата на производствената себестойност, стараяйки се да оцелеят. Но анализите показват, че това не е най-сполучливата стратегия за оцеляване и много фирми от този бранш вече замразиха или окончателно прекратиха дейността си.

На основата на казаното дотук може да се обобщи, че освен обективните трудности в условията на криза, свързани със свиването на пазарите, спада на поръчките и междуфирмената задлъжнялост, българските предприемачи се сблъскват и с проблеми, които в по-висока степен подлежат на управление. Такива са: трудностите с намирането на надеждни партньори, влошаването на лоялността на партньори и служители, трудното поддържане на морала на персонала и др. За разрешаването на идентифицираните проблеми или поне за облекчаването на неблагоприятните им въздействия фирмите се нуждаят от повече целево събрана и анализирана информация, обмяна на опит и мнения с предприемачи, мениджъри, консултанти и анализатори, а така също и търсене на нови възможности и форми на сътрудничество.

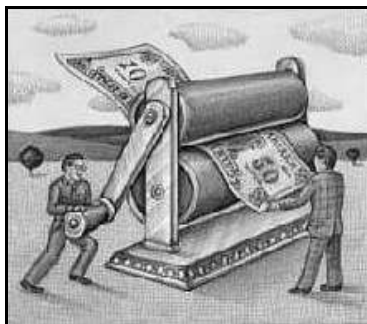
3.2. Нетрадиционни подходи и методи, прилагани от българските предприемачи за справяне в трудни ситуации, включително в условията на сегашната криза

Българските предприемачи (и въобще предприемачите от Югоизточна Европа) много често използват нетрадиционни подходи за справяне с проблемите и за развитието на бизнеса си. Това произтича както от изключително динамичните икономически и социални условия, наложили се в България в момента, така също и от дългогодишния преход, който страната извърши, съпътстван с чести законодателни, макроикономически и други промени. В този контекст често срещано мнение е, че днешната криза не може кой знае колко да изненада българина, защото “България е в перманентна криза”.

Всичко това предопределя гъвкавата линия на поведение, динамичния менталитет и способността на повечето български предприемачи да реагират творчески и смело при дори на пръв поглед неразрешими ситуации и да се справят успешно с тях. Разбира се, много често те балансират върху острието на бръснача: между креативното, често оригинално решение и етичната му страна.

Дългогодишните наблюдения и изследвания на предприемаческата дейност в България, провеждани от ИРП и членовете на катедра “Предприемачество” при УНСС, направиха възможно нашите екипи да се включат в международен проект за проучване на “триковете”, използвани от предприемачите за творческо решаване на проблеми (“Tricks for creative entrepreneurial problem solving”). Изследването е иницирано от Bernelli University, САЩ, и е най-мощно проведено в Чешката република, следвана от САЩ, България, Исландия и Финландия. Изследването има за обект основно креативните похвати, използвани в началните фази на развитието на предприемаческия бизнес, но в процеса на емпиричното проучване се получи об-

ратна връзка за интересни похвати, които помагат на предприемачите и в по-късни етапи от жизнения цикъл на техния бизнес, включително за справяне в трудни моменти. Една част от събраните български „трикове“ биха могли да се приложат и в други културни и социално-икономически условия, а останалите отразяват самобитната специфика на българската народопсихология и предприемаческа среда. Може да се направи обобщението, че в условията на криза най-често използваните от предприемачите „трикове“ и блъфове са свързани с това, че те представят своя малък (или все още несъществуващ) бизнес като по-голям, за да респектират конкуренти или привлекат партньори. Ето и някои от споделените с нас „трикове“ от анкетираните български предприемачи заедно с картината, която е поместена в изследователския въпросник на цитираното изследване:



“Често използван трик в нашия бранш (шивашкия): да се декларира по-голям производствен капацитет от реалния и да се ползва подизпълнител за продукцията, която не може да се изработи в собствената фабрика.”

“Един от триковете в транспортната дейност е да кажеш, че разполагаш с повече камиони, отколкото в действителност имаш, имайки предвид колегите с по един автомобил, които са готови да ги предоставят по всяко време срещу възнаграждение.”

“Аз притежавам строителна фирма. Когато преговарям с инвеститори, понякога (през последните две години по-често) блъфирам, но умерено. Например има случаи, когато декларирам, че разполагам с нужната техника и хора, за да изпълня даден обект, а всъщност част от тях да нямам. Въпреки това, блъфирането ми не накърнява интересите на инвеститорите. Аз съм от повече от 30 години в бранша и имам много контакти и дългогодишни партньори. Така че винаги мога много бързо да си набавя това, което ми липсва, и да изпълня договора си към инвеститора.”

Декларирането на по-голям капацитет на фирмата се счита за здравословен трик, стига предприемачът да може да изпълни поръчката на клиента. Това е така, защото в крайна сметка всички остават доволни: фирмата – че е спечелила и изпълнила поръчката; клиентът – че работата е свършена качествено и в срок; подизпълнителите и колегите на предприемача – че са получили възможност да работят и спечелят.

В рамките на изследването предприемачите са помолени да се съгласят или не с няколко твърдения, едно от които е: “Като се има предвид етичната среда, в която

развивам моя бизнес, считам, че използването на трикове е абсолютно необходимо, за да се постигне успех в бизнеса”. Откровените мнения на предприемачите относно това твърдение могат да послужат като основа за задълбочена оценка на реалната икономика. 71% от изследваните български предприемачи напълно или в голяма степен са съгласни с твърдението, стига триковете да не вредят реално на тези, спрямо които те се прилагат. Въпреки това много от изследваните от нас предприемачи споделят, че в днешните времена на криза и нелоялна конкуренция те считат за приемливи всякакви нетрадиционни подходи и методи (дори те да са спорни от етична гледна точка), които им помагат да се задържат на пазара и да работят, за да могат да оцелеят.

4. ОЧАКВАНО ПОВЕДЕНИЕ ОТ ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ПРИ ИЗЛИЗАНЕТО ОТ КРИЗАТА

4.1. Действащи предприемачи

За да установят къде се намират, кои силни страни да развиват и кои слаби да редуцират (тушират), предприемачите следва да умеят да разпознават възможностите на бизнес средата и да избягват заплахите в нея. Оттук може да се направи изводът, че всеки предприемач би могъл сам (или с известна чужда помощ) да направи SWOT анализ като основа за рационализиране на своето поведение. Тук предлагаме един обобщен модел на SWOT анализ, който може да се използва като основа за по-детайлни анализи в конкретни фирми. С помощта на такъв анализ предприемачите могат по-обективно да формират своето поведение в условията на криза, а и да оценят възможностите си след нея.

Таблица 1

Поведение на българските предприемачи в криза (обобщен SWOT анализ)

Възможности на средата	Заплахи на средата
– Стабилно финансово състояние на страната – “Действащи” оперативни програми на ЕС – Целева програма за подкрепа на фирмите (заплащане при наемане на персонал) – Изграждане на големи инфраструктурни обекти (много фирми на входа и изхода → поръчки) – Повече реални ползи от членството в ЕС	– Липсва национална стратегия за поведение и излаз от кризата – Бюджетни ограничения (намаление на обществените поръчки) – Неплащане от държавата на изпълнени поръчки от фирмите – Междуфирмена задлъжнялост – Неефективна администрация – Неподготвеност на младото поколение (бъдещи предприемачи, мениджъри, експерти) за практически действия

Продължение

Силни страни на предприемачите (фирмите)	Слаби страни на предприемачите (фирмите)
– Опит за справяне с различни кризи у нас – Изобретателност от страна на предприемачите (използване на нетрадиционни методи – блъфове, трикове и т.н.) – Самоограничаване и намаляване на разходите – Натрупване на опит за справяне със сегашната криза и нейните последици	– Неподготвеност за спецификата и проявленията на настоящата криза – Липса на стратегия за поведение и излизане от кризата – Неизползване на иновативни възможности (продукти, партньорства) – Липса на управленски компетенции (особено за справяне с кризи) – В повечето случаи – незапазване на ключовия персонал във фирмата – Конкуrentни предимства от първи род (ценовият фактор)

В зависимост от конкретната ситуация, в която се намира всеки предприемач, на основата на подобен свой SWOT анализ той може да предприеме различни антикризисни действия по отношение на бизнеса си.

Една такава възможност е да започне по-интензивно да си партнира с други предприемачи – формално или неформално. Значението на партньорствата и съюзите на МСП с други фирми силно нараства през последните години и поради това те са обект на засилен интерес от изследователска и практическа гледна точка. Партньорствата са удачен метод за справяне с предизвикателствата на околната среда във времена на криза, защото с тяхна помощ предприемачите по-лесно могат както да се справят с променящата се и несигурна външна среда, така и да си поставят нови цели и да ги следват, допълвайки се с ресурси и компетенции.

Друг вид антикризисна реакция може да бъде диверсификацията – на продуктите, клиентите, доставчиците, дейността като цяло и т.н. Известно е, че с настъпване на криза предприятия, осъществяващи обикновено една дейност, често започват да извършват и други дейности, обикновено близки до основната или свързани с нея. За предприятията от сферата на услугите например диверсификацията като антикризисна мярка е сравнително безпроблемна, тъй като необходимите за това ресурси обикновено са налице. За нуждите на конкретна услуга ресурсите могат да се реорганизируют със сравнително малки усилия и неголеми инвестиции.¹⁰

4.2. Бъдещите предприемачи

Несъмнено е, че стартирането на нова фирма е значително по-трудно в условията на криза, защото хората разполагат с по-малко пари и не е лесно да се привлече външен капитал за финансиране на дадена идея. Въпреки това сега е “по-евтино” да се започне бизнес, макар че е налице силно намалено търсене на продукти и услуги. При все това обаче не бива да се забравя, че по време на криза винаги се намират

¹⁰ Папазов, Ем., Л. Михайлова, *Продуктовата диверсификация като форма на антикризисна реакция на МСП*, доклад, изнесен на Юбилейната научна конференция “Световната криза и икономическото развитие”, 13-14 май 2010 г., Варна.

различни възможности, които ражда променящият се пазар. **Успешната фирма може да се роди и по време на криза, стига действащите и потенциалните предприемачи да разпознаят нуждите на своите бъдещи клиенти.** Напълно реалистично е да се развие успешен бизнес и в този неблагоприятен икономически период, особено ако се „усетят“ и идентифицират специфичните „кризисни“ нужди на потребителите. Освен това тези бъдещи предприемачи са с големи шансове да успеят, ако мислят в перспектива и следят тенденциите в технологичния прогрес и развитието на пазара – у нас и в чужбина.

Естествено е, че при „новите“ предприемачи, родени в кризата, ще липсват вече придобитите отсега действащите предприемачи слабости. Едновременно с това обаче при тях няма да е достатъчен усетът, професионалният опит, тренираната интуиция и придобитите умения да „четат между редовете“. Но пък те могат да стартират „на чисто“ с конкурентни предимства от втори ред (по М. Портър) – иновации в широкия смисъл, идентифицирани още от Шумпетер!

Особено ефективно би било идентифицирането на подобни потенциални предприемачи сред обещаващите студенти от техническите и икономическите университети. Много от тях вече разполагат или поне могат да открият своята бизнес идея чрез ИКТ или знанията, получени по бизнес дисциплините, които те изучават.

Такъв опит има в УНСС чрез създадена студентска импулсна група за иновации и тяхната комерсиализация, ръководена от ИРП и катедра „Предприемачество“. Използвайки често съвсем оригинални и неочаквани източници, студентите генерират идеи за нов бизнес, които се подлагат на каскадно филтриране и на останалите накрая идеи се правят тестове за успешна реализация. Така например анализът на сглобките и принципите на действие на традиционни детски играчки води до оригинални идеи за битови приспособления. В момента се преговаря с представители на Mid Sweden University и университети от щата Мичиган, САЩ, за формиране на съвместни иновативни групи. Освен обмен на опит, знания, умения и творчески подходи в тези интегрирани групи ще бъде направен обмен на информация как кризата влияе в различните страни, роли в обществото, възраст, и разбира се – върху студентите като проблеми и възможности.

За съжаление и тук държавата липсва. Не може да има инициативи със значим ефект само при похода „bottom – up“ (отдолу – нагоре). Необходими са обратните системни и подкрепящи действия на институциите.

5. ИЗВОДИ

Съвременната предприемаческа дейност в национален и международен контекст заема водещо място в социално-икономическото развитие. Отвореният характер на българската икономика предопределя голямата зависимост както на състоянието на МСП, така и на поведението на техните собственици и мениджъри от кризисната ситуация в другите страни, особено тези, с които България има интензивен търговски обмен.

Поради „априорната“ си ресурсна ограниченост, локална ориентация (изолираност) и недостатъчна външна подкрепа повечето български МСП се намират в със-

тояние на оцеляване и „ден за ден” ориентирано поведение, което с особена сила важи в условията на днешната криза. Въпреки това има и предприемачи, които са ориентирани към устойчиво развитие на своя бизнес. Те непрекъснато анализират промените и тенденциите във външната и вътрешнофирмената среда и имат визия за това как да се справят в кризата и какво поведение да имат след нея (често основано на оригинални подходи).

Мнозинството от българските МСП развиват дейност в традиционни сектори с ниска добавена стойност и слаб експортен потенциал. При настъпилата загуба на пазари и повишаване на разходите в експортиращите големи предприятия (предимно капиталоемки и ресурсно ориентирани) някои иновативни предприемачи вече заемат част от освободените от тези предприятия чужди пазари.

Анализът и синтезът на наличните (твърде скромни засега) изследвания върху кризата, перспективите на следкризисното развитие и влиянието им върху предприемаческото поведение показват следното:

- Настоящата криза, започнала като финансова и прераснала в икономическа, изненада почти всички играчи на пазара и в икономиката – от policy makers до редовите предприемачи. Нейните специфични особености и параметри на поведение, както и късият период от започването ѝ, са основна причина за отсъствието на системни и задълбочени изследвания на нейното влияние и последствия.

- Подценена е ролята на предприемачите за справяне с кризата и за излизането от нея. Липсата на адекватни стратегии и програми за подкрепа оставя мнозинството предприемачи и “a priori” ресурсно слабите МСП на “собствен ход”. В този контекст те търсят и често намират нови, креативни методи и форми на поведение като блъфове, трикове и други, често на ръба на морала и етичността.

- Често държавни, общински и други органи подават неясни и грешни сигнали към предприемачите и МСП: на дъното на кризата сме, излизаме от нея, чакаме пролетта и т.н. Това обърква и разколебава предприемачите, особено в средно- и дългосрочните им намерения. Неплащането от държавата на изпълнени от фирмите поръчки, въпросите по новия бюджет и колебанията при възприемането на едни или други акцизи и такси допълнително затрудняват предприемачите и МСП.

- Липсват национални и секторни стратегии за следкризисно развитие по райони на планиране (региони), индустриални сектори, излаз на перспективни пазари, формиране на предприемачески и управленски компетенции, особено за бизнес в интернационална среда. Не се предприемат активни действия за преход от първи ранг конкурентни предимства (ниски цени) към втори ранг (основани на иновация) поне за някои перспективни сектори. А в ситуацията на днешната криза българските МСП се нуждаят от специфична подкрепа, основаваща се на техните реални нужди и достигаща до тях.

- Особено остро се чувства липсата на стратегия и подкрепа за “интелигентните” бъдещи (някои вече са!) предприемачи сред студентите с потенциал от техническите и икономическите (бизнес) университети. Именно те биха могли да бъдат двигателят на следкризисното развитие, съчетавайки технически и бизнес знания, склонност към поемане на риск, и разбира се, сами засегнати от кризата, вземайки си съответните поуки.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Българското предприемачество е основна движеща сила на социално-икономическото развитие в България и на конкурентоспособността на българската икономика на международно равнище. За да оцелеят в условията на икономическа и финансова криза и бъдат двигатели на следкризисното развитие, българските предприемачи и МСП трябва да бъдат активно подпомогнати от държавни, браншови и неправителствени институции и организации. Тази подкрепа следва да съответства на стратегията за развитие на Европа до 2020 г. и да отчита промените в пазарите и конкуренцията и потенциала на водещите сектори и фирми.

За да се постигне това, са необходими цели, задълбочени изследвания на нуждите и поведението на предприемачите и МСП, които досега липсват и които да бъдат основа на решенията на policy makers и рационалното поведение на предприемачите.

Наличните фрагментирани изследвания и анализи не са в състояние да представят цялата „картина“, за да се дадат адекватни отговори (подкрепа) от страна на съответните policy makers (друг е въпросът дали го могат!). Липсата на стратегия за необходимата подкрепа и развитие на групите МСП по приоритетни сектори, подценяването на иновациите и необходимите компетенции у предприемачите и мениджърите несъмнено ще забавят излизането на България от кризата. Нещо повече, ще бъде пропусната възможността за полагането на здрави основи на успешното и устойчиво конкурентно следкризисно развитие, основно защото не се залага на идентифицирането на новите, интелигентни следкризисни предприемачи (най-вече от студентските среди).

В този смисъл се надяваме, макар и в предимно аналитичен, синтезиращ и коментиращ стил, настоящата студия да помогне за поставянето и подреждането на предприемаческата проблематика в условията на криза и след нея.

Литература

Дулевски, Л., Глобалната криза и предизвикателствата пред трудовите пазари, Годишник на УНСС, 2009.

Иванова, В., Няма сектори, които с фокус да ни извадят от кризата, публикация на DarikFinance.bg, 28.01.2010 г.

Начева, А., С напредването на кризата – неясна картина на европейския бизнес, в. “Дневник”, 31.07.2009 г.

Николова, Д., Бизнес климатът в икономиката се подобрява, публикация на Института за пазарна икономика, 30.04.2010, <http://ime.bg/bg/articles/biznes-klimatyt-v-puikonomikata-se-podobryava#ixzz16D8CkjlZ>

Папазов, Ем., Л. Михайлова, Продуктовата диверсификация като форма на антикризисна реакция на МСП, доклад, изнесен на Юбилейната научна конференция “Световната криза и икономическото развитие”, 13-14 май 2010 г., Варна.

Петкашев, Кр., Първи плах сигнал за излизане от кризата, публикация на Института за пазарна икономика, 19.11.2010, <http://ime.bg/bg/articles/pyrvi-plah-signal-za-izlizane-ot-krizata/>

Петров, И., Антикризисни политики и мерки в областта на международния бизнес, сп. "Народно стопански архив", бр. 3/2009.

Резултати от изследователски проект на тема "Tricks for creative entrepreneurial problem solving".

Хигинс, Т., Днес е по-евтино да започнеш свой бизнес, публикация на Project Media, 11.03.2010, http://www.projectmedia.bg/interviews/index.cgi?material_id=52041

Gjerstad, St., V. L. Smith, From Bubble to Depression? Why the Housing Bubble Crashed the Financial System but the Dot-com Bubble Did Not, Wall Street Journal, p. A15, 2009, <http://online.wsj.com/article/SB123897612802791281.html>

Haigh, G., Stupid Money, Griffith Review 25, Queensland: Griffith University, Spring 2009.

Hull, J., The Credit Crunch of 2007: What Went Wrong? Why? What Lessons Can Be Learned?, Rothman School Research, <http://www.rotman.utoronto.ca/~hull/DownloadablePublications/CreditCrunch.pdf>

Jin, N., Coping with the Asian Financial Crisis: The Singapore Experience. Institute of Southeast Asian Studies, 2000.

Kilgour, A., The changing economic situation in Vietnam: A product of the Asian crisis?, 1999.

Pichler, H., Innovative Schumpeterian Entrepreneurship: A Systematic Perspective, доклад, представен на Международна конференция "Европейското предприемачество в глобализиращата се икономика – предизвикателства и възможности", 9-12 септември 2008 г., Варна.

Radelet, S., J. D. Sachs, R. N. Cooper, B. P. Bosworth, The East Asian Financial Crisis: Diagnosis, Remedies, Prospects. Brookings Papers on Economic Activity, 1998.

Sjostrom, Jr., K. William, The AIG Bailout, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1346552

Tett, G., Fool's Gold: How Unrestrained Greed Corrupted a Dream, Shattered Global Markets and Unleashed a Catastrophe. London: Little, Brown / New York: Simon and Schuster, 2009.

The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Responses, OECD, June 2009.

Tiwari, R., Post-crisis Exchange Rate Regimes in Southeast Asia, Seminar Paper, University of Hamburg, 2003.

Weisbrot, M., Ten Years After: The Lasting Impact of the Asian Financial Crisis. Center for Economic and Policy Research, 2007.

Woods, T., Meltdown: A Free-Market Look at Why the Stock Market Collapsed, the Economy Tanked, and Government Bailouts Will Make Things Worse, Washington, DC: Regnery, 2009.

БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ПО ВРЕМЕ НА КРИЗАТА И КАТО ДВИГАТЕЛ НА СЛЕДКРИЗИСНОТО РАЗВИТИЕ

Резюме

Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисното. Настоящата студия анализира една значима и актуална за сегашната ситуация проблематика – как предприемаческата активност помага на икономиката да се справи в условията на криза и как иновативните и стратегически ориентирани предприемачи могат да се превърнат в двигател на нейното следкризисно развитие.

За проявленията и причините за настоящата глобална икономическа криза има малко различни изследвания на микро ниво, които разглеждат конкретно поведението на отделните предприемачи и фирми в кризисни ситуации. Определен принос в тази насока даде проведената през м. септември 2010 г. в България международна конференция по предприемачество, на която бяха представени резултати от направени в различни страни изследвания на кризисната проблематика.

Относно проявленията на икономическата криза в България и влиянието ѝ върху българските предприемачи и фирми, трябва да се отбележи, че през 2009 г. тя засегна почти всички стопански единици и икономически сектори в страната. За да се справят с негативното отражение на кризата, българските предприемачи използват както широко известни, така и нетрадиционни похвати („трикове“) за решаване на възникналите проблеми. Все пак, за да са успешни тези действия, всеки предприемач трябва да си направи „своя“ SWOT анализ, който да му помогне не само да оцелее в кризата, но и да очертае перспективите за развитие след нея.

Кризата създава и много възможности, от които хората с предприемачески потенциал могат да се възползват. Но тук трябва да се намеси държавата, която да създаде условия за повишаване на предприемаческата активност и да подпомага предприятията – особено тези, създаващи по-висока добавена стойност. Целенасоченото насърчаване и подпомагане на настоящите и бъдещите предприемачи (най-вече младите хора) е основен механизъм за съживяването на българската икономика и за поставянето на основите на нейното следкризисно развитие. В този контекст е и необходимостта от интензифициране на изследванията, резултатите от които да помогнат за вземането на адекватни и работещи решения за практиката.

**THE BULGARIAN ENTREPRENEURSHIP DURING THE CRISIS
AND AS AN ENGINE OF THE POST-CRISIS DEVELOPMENT****Abstract**

The study analyses significant and topical for the current situation problems – how entrepreneurial activity supports the economy to cope with the crisis and how the innovative and strategically oriented entrepreneurs can become an engine of its post-crisis development.

There are few available investigations at micro level on the evidences and causes of the current global economic crisis, which examine the concrete behavior of individual entrepreneurs and firms in crisis situations. An international conference on entrepreneurship held in Bulgaria in September 2010 has a definite contribution in this direction. Results of researches from different countries have been presented at the conference and they are used in the study.

The economic crisis has a great impact on the Bulgarian entrepreneurs and companies. In 2009 almost all businesses and economic sectors in the country were affected. To cope with the adverse repercussion of the crisis, the Bulgarian entrepreneurs use not only widely known, but also non-traditional approaches (tricks) for solving problems. To guarantee the success of such actions every entrepreneur has to make their own SWOT analysis – not only to help in surviving the crisis, but also to outline the development prospects after it. Besides all difficulties, the crisis creates many opportunities, from which people with entrepreneurial potential can benefit. But the state should be involved in this by creating conditions for increasing the entrepreneurial activity and supporting enterprises, especially those that make higher value added. The purposeful encouragement and support of the present and future entrepreneurs (the young people in particular) are basic tools for the Bulgarian economy revival and for laying the foundations of its post-crisis development. In this context there is a need for research intensification, the results of which will help the process of making adequate and working decisions for the practice.