



Проф. д.ик.н. Кирил Тодоров е преподавател по индустриален мениджмънт и предприемачество в Университета за национално и световно стопанство (УНСС), София; директор на Центъра за развитие на предприемачеството към УНСС; председател на Българската асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството; вицепрезидент на Европейския съвет по дребен бизнес за България. Специализирал е в Русия, Дания, Германия, Великобритания и Япония. Автор е на десетки публикации у нас и в чужбина и е ръководител на много национални и международни проекти в областта на мениджмънта и предприемачеството. Има дългогодишен опит като консултант по управление и развитие на фирмата.

БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ОБЕДИНЕНА ЕВРОПА: ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ

проф. д.ик.н. Кирил Тодоров

Увод

Присъединяването на България към ЕС е важно историческо събитие, което поражда големи предизвикателства, но и значими възможности за развитие за българското общество и икономика. Това се отнася в много голяма степен за българското предприемачество – двигател както на прехода към пазарна икономика, така и на развитието ни вече като член на ЕС. Оттук и търсенето на верния отговор на въпроса: доколко нашите фирми, предприемачи и мениджъри са готови да посрещнат задаващите се предизвикателства и да използват възможностите за развитие, които се откриват с излизането ни на 500 милионния пазар на ЕС?

Историята на развитие на българското предприемачество е белязана от мъчително, но и интензивно развитие, а също и от промени в отношението към неговата роля и резултатите, които то генерира. След 10 ноември 1989 г. *„изпуснатият дух от бутилката“* показва значимия потенциал за развитие на предприемачеството у нас, въпреки прекъснатите традиции и липсата на достатъчна подкрепа конкретно към малките и средните предприятия (МСП). След апогея на МСП през 1995 г. и значителното спадане на броя им през 1996-1997 г. като резултат от икономическата криза през този период, в последните години е налице отчетлива тенденция на тяхното интензивно развитие, особено в някои сектори на икономиката.

Натрупването на ресурси от МСП, на опит и знания от предприемачите доведе до значим икономически растеж и преодоляване на изоставането в някои региони

на страната. Забелязва се и тенденция за изграждане на предприемачески мрежи, консорциуми и други форми на стратегически съюзи за постигането на по-мощни цели, включително в чужди страни.

Заедно с това обаче, секторът на МСП остава относително слаб, с присъщи характеристики като: наличие на много оцеляващи фирми; малко генерирана добавена стойност; ниско качество на създаваните работни места. Като прибавим и подценяването на подкрепата за растящите МСП, които всъщност са генератори на икономическия растеж, и много малкия брой МСП – субконтрактори на големи интернационални компании, наличието на значим „сив сектор“, ще открием важните проблеми, стоящи за решаване пред предприемаческата дейност и МСП. От друга страна, отвореният характер на българската икономика (чийто фундамент са МСП) няма алтернатива. Имайки предвид обаче характеристиките на сегашния МСП сектор, от пръв поглед стават ясни трудностите по интернационализацията на българските малки и средни предприятия.

В този контекст присъединяването на страната към ЕС (както ще видим по-нататък) ни дава големи възможности като: многомилионен пазар; трансфер на „ноу-хау“; финанси и инвестиции; учене от европейските „добри практики“ и т.н. Но заедно с това идват и предизвикателства като: засилването на конкуренцията; налагането на строги правила и стандарти; работата в мултикултурна интернационална бизнес среда ни кара да търсим верния отговор на обобщения въпрос, споменат по-горе: *Готови ли са българските МСП за посрещане на задаващите се предизвикателства и за използването на откриващите се възможности?*

Целта на настоящата студия е: да се анализира готовността на българското предприемачество в контекста на присъединяването ни към ЕС, като се идентифицират основните проблеми, стоящи пред него, но и наличните възможности. На тази основа да се предложат решения чрез използването на наличните материални, финансови и човешки ресурси, с които разполага страната.

Информационното осигуряване на настоящата студия се основава върху резултатите от различни (чужди и собствени) изследвания, данни на НСИ и други източници, собствен експертен опит.

1. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ НА ПРИСЪЕДИНЯВАНЕТО КЪМ ЕС: ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС

Процесите на интеграция в ЕС поставят много важни въпроси и изисквания, от една страна, към самия ЕС като разширяваща се интеграционна структура, а, от друга, към отделните присъединяващи се и кандидатстващи страни. Тези нови предизвикателства, но и възможности се отнасят до различните нива на икономиката, държавното управление, а и към обществото като цяло.

Ефектите на процеса на присъединяване върху българските МСП и предприемачи могат най-добре да се проследят чрез свързването на три области:

1. Какво дава и отнема ЕС (положителни и негативни ефекти);
2. Опит на десетте новоприсъединили се страни към ЕС;
3. Състоянието на сектора на МСП в България и българските предприемачи и мениджъри.

В настоящия раздел ще анализираме основните моменти, отнасящи се до т. 1 и 2, докато т. 3 разбираемо ще бъде отделен предмет на следващия раздел от настоящата студия.

1.1. Ефекти на присъединяването като цяло

Основно, ефектите на присъединяването към предприемачите и фирмите от новите страни членки могат да се групират (макар и често относително, тъй като едно влияние може едновременно да е двупосочно и да се изменя динамично във времето) в две групи: позитивни и негативни ефекти.

1.1.1 Позитивни ефекти

➤ Разширен единен пазар

В ситуацията на глобална конкуренция, доминирана от интензивна иновационна дейност, намаляване на разходите (най-вече от икономията на мащаба) и изграждането на стратегически съюзи, увеличаващият се единен пазар дава големи възможности за конкретни европейски страни, включително за новите страни членки. Чрез него се повишават данъчните приходи, които могат да се инвестират в приоритетни програми за развитие, както показва опитът на Ирландия, Испания, Португалия и Гърция¹.

➤ Свободното движение на капитали и хора

Увеличаването на свободата на общуването на хора (макар и с определени ограничения за новите страни членки) и възможностите за по-бърз трансфер на капитали и знания (иновации) улеснява икономическата дифузия между фирмите и сътрудничеството между предприемачите от страните членки на ЕС.

➤ *Интеграционните процеси в ЕС водят до възможности за по-ефективно използване на ресурсите* (в енергетиката, инфраструктурата, на първо място) и правенето на бизнес в трети страни, често на основата на „ноу-хау-то“ на „старите“ страни и опита и ресурсите на „новите страни“.

➤ Развитието на човешкия капитал в Нова Европа

Създават се големи възможности за комбиниране на положителните характеристики на човешките ресурси от Старата и Новата Европа. Технологичният опит, правенето на бизнес по прозрачен начин и развитата инфраструктура на първата, предметени в знанията и уменията на нейните действащи и потенциални предприемачи, и стремежът за постижения и себerealизацията на източноевропейските предприемачи (особено младите) могат да доведат до значими синергични ефекти.

1.1.2 Негативни ефекти

¹ www.evropa.bg/showfile.php?file=More_unity-ok40_final.pdf

➤ *Нарастващата конкуренция*

Голяма част от сектора на МСП в новоприсъединяващите се и кандидатстващите страни е доминирана от слаби МСП, опериращи в отрасли с ниска добавена стойност, повечето от тях локално ориентирани с основно конкурентно предимство – ниската цена на работната сила. Поради това те ще бъдат изложени на силен конкурентен натиск, основаващ се на диференциращи конкурентни предимства.

➤ *Очакваното повишение на цените на ресурсите и потребителските стоки* (както показва опитът на 10-те новоприсъединени страни), а и на работната сила и материалните ресурси ще „стопа“ конкурентните предимства на местните МСП. В някои от новоприсъединяващите се страни е налице слаб интензитет на субконтракторните отношения именно поради тези слабости на местните МСП, но също и на липсата на достатъчно значими стратегически контрактори.

➤ Значима част от фирмите от новоприсъединяващите се страни и кандидат-страните изпитват големи затруднения при *въвеждането на стандарти като ISO, НАССР*. Това се дължи както на слабата подкрепа на държавата, така и на незнанията на предприемачите от новите членки, включително и недостиг на технологични познания. В много от новите членки имаше добри изследователски и приложни институти, които бяха закрити или са със затихващи функции. За разлика от тях съветите на западните консултанти струват много скъпо и на практика са непримени без външни грантове и субсидии.

Макар и не много голям, периодът на членството на 10-те новоприети страни все пак показва редица ефекти, които имат нюансиран характер, защото включват влияние от различни области. Така нареченият „полски водопроводчик“ изразява опасенията не само на фирми, предприемачи и друг персонал от старите членки относно тяхната заетост, но и опасения за намаляване на доходи и заплати на местния пазар на труда. Интензивната кампания във Великобритания през последните месеци срещу България и Румъния илюстрира тези опасения твърде добре.

Други ефекти се свързват с непознаването на европейския социален модел (на съпричастност) и ниските данъци в новоприетите страни, които биха пренасочили много западноевропейски бизнеси в тях. Един чудесен анализ на Катинка Бариш от Центъра за европейска реформа го доказва¹.

1.2. Ефекти на присъединяването върху 10-те новоприети страни

Макар че периодът от приемането на 10-те нови членки на ЕС е сравнително къс, в значима степен могат да се направят обобщения за ефектите на присъединяването върху отделните страни.

Полша се счита за една от най-динамично развиващите се нови страни членки на ЕС. Чехия е обявена за изключително проспериращ пазар от Световната банка. Унгария и Словения са считани за едни от най-успешните трансформирали се

¹ <http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=200185>

държави. Естония за страна, добре развиваща се в информационните технологии. А Литва и Латвия остават догонващи останалите страни членки на ЕС.

1.2.1. Позитивни ефекти

Интензивен икономически растеж

Икономическият растеж в Чехия достигна рекордните 7,4%; Латвия отбелязва 13,1%; Словения – 5,1%; Унгария – 4,6%. БВП на Словакия и Полша се повиши съответно с 6,3 и 5,1%¹. Или икономическият растеж в новите членки се е повишил средно с 4,4% за 2005 г., докато 15-те страни от еврозоната отчитат икономически растеж от едва 1,3%. Ефектът от разширяването на ЕС започва да се усеща и извън неговите граници – БВП на България и Румъния също се повиши благодарение на бума в потреблението и нарастващите инвестиции (вследствие и на очакванията, свързани с присъединяването).

Увеличаване на износа

Една година след присъединяването към ЕС в Полша се наблюдава значително увеличаване на вноса и износа. Логично се очакваше падането на митата да доведе до заливане на вътрешния пазар със стоки от други държави в ЕС. На практика обаче вносът остава на същото равнище, както и преди интеграцията. Променя се само неговата структура – преобладават луксозните изделия, които не предизвикват конкурентна заплаха за местните производители. Увеличеният експорт се дължи на засиленото търсене на полските стоки (предимно продуктите на селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост, чийто износ нараства с 60%) поради тяхната конкурентоспособност на единния европейски пазар². От своя страна, високото качество на полската продукция и относително ниските ѝ цени водят до нарастване на положителното салдо във външнотърговските отношения със страните от ЕС (900 млн. евро).

„Засилени” отношения със съседните страни извън ЕС

Полша увеличава износа си за Русия и Украйна – съответно с 75% и 36%.

Словения е завладяла балканските пазари, тъй като местният менталитет и обичаи са ѝ добре познати. Словенски фирми просперира в бившите югославски републики. „Горенье” и „Сава” са в челото на словенската индустрия.

Свободно движение на хора

След присъединяването значително е улеснен достъпът на гражданите от 10-те страни до пазара на труда в страните членки от ЕС. Например Швеция, Великобритания и Ирландия напълно премахнаха задължителните разрешителни за работа, а Италия, Холандия и Дания съществено улесниха достъпа до трудовите си пазари (за полските граждани). Свободното движение на хора е предпоставка за големи емиграционни вълни към ЕС. Липсват обаче основания за изтичане на висококвалифицирани кадри. В случая разликата в заплащането е необходимо, но недостатъчно условие; влияние оказват и условията на труд, безработицата, политиката по отношение на емигрантите в дадена страна и т.н. Освен това,

¹ в. Пари, Изтокът расте заради ЕС, 13.06.2006, <http://www.pari.bg>

² в. Бизнес вести, Полша отчита повече ползи, 29.04.2005, <http://www.sme.government.bg>

нагласата на хората за благоприятно социално-икономическо развитие в собствената страна отлага намеренията за емиграция във времето.

Свободното движение на хора бе добра предпоставка за повишаване мобилността сред студентите в новите страни членки, а следователно и за засилване на интеграционните процеси в бъдеще.

Инвестиции

Чуждестранните инвестиции намаляват безработицата в определени сектори и създават нови работни места. В годината на присъединяването потокът от чуждестранни инвестиции в новите страни достига 191 млрд. евро, което представлява 40% от БВП. Най-големи са те в Полша, Унгария и Чехия, представляващи почти 80% от общите за новите членове. Причината е близостта им с най-големите инвеститори (Германия, Франция, Австрия), както и големината на икономиките и потенциалът за развитие¹.

В края на деветдесетте години на миналия век Словакия се възприемаше като „черния вълк“ на Източна Европа. Днес обаче страната е смятана за едно от най-атрактивните за инвестиции места. В Словакия са инвестирали големи производители като корейското автомобилно предприятие Kia, Volkswagen (произвеждащ луксозните автомобили Touareg), Peugeot Citroen и т.н. Очертава се страната да стане един от най-важните центрове за автомобилно производство в света².

Естония е малка, но изключително добре развита в технологично отношение (особено нейното е-правителство), притежава добре образована и квалифицирана работна ръка. Това я прави „апетитна хапка“ за чуждите инвеститори, особено за нейните съседки Швеция и Финландия. Допълнителни фактори са либералната икономическа политика, ниските данъци и заплати (за сравнение: средната заплата се равнява на 1/5 от финландската такава).

В резултат на чуждестранните инвестиции се увеличава заетостта в новите страни членки – в Литва, Полша и Словакия нараства с над 2%. Заетостта в индустрията продължава да бъде по-висока в страните от ЦИЕ (30,5%), докато на Запад тя е средно 24%. Заетостта в сферата на услугите нараства с времето и през 2004 г. достига 57% в новите членове, но все още изостава от нивото за Европа – 72%³.

Плавно нарастване на реалните заплати

Наблюдава се по-бързо нарастване на реалните заплати в новите членки през 2004 и 2005 г. в сравнение с ЕС-15. Според данни на Европейската обсерватория за индустриални отношения най-голямо нарастване е регистрирано в Латвия (10,3%), Естония (9,2%) и Литва (6,4%) през 2005 г., като средното нарастване за новите страни е 3,6%, докато за страните от Стара Европа е 0,7%⁴.

¹ Възможни ефекти от присъединяването върху пазара на труда, <http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=274900>

² в. Дневник, Малките тигри на Източна Европа, 21.06.2005, <http://www.dnevnik.bg>

³ Възможни ефекти от присъединяването върху пазара на труда, <http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=274900>

⁴ Възможни ефекти от присъединяването върху пазара на труда, <http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=274900>

Нарастването на реланите заплати и създаването на нови работни места неминуемо води и до *нарастване производителността на труда*, макар че тя достига едва 60% от производителността на страните от ЕС-15. Най-високата стойност (измерена чрез паритета на покупателната способност) за новите членове е в Малта (80% от средната за ЕС-15) и Словения (75%), а най-ниска в Литва (50%) и Латвия (45%). За България числата са още по-ниски – през 2005 г. производителността на труда е била 35% от средната за Европа¹.

Развитие на социално отговорното предприемачество

Това е твърде често пренебрегвана и неразвита тема в страните от ЦИЕ, включително в 10-те новоприети членки. Вниманието към екологията, социалната солидарност и зачитането на свободата и правата на другите са фундаментални принципи в ЕС, които са водещи за бизнеса. Директният допир на източноевропейските фирми и предприемачи с подобни правила, стандарти и практики на поведение влияе благотворно и върху новите страни членки. Това може да се види не само в мисиите на техните фирми, но и в конкретната им практика.

Поради спецификата на това направление на ефекти и големите предизвикателства, свързани с него – прилагаме два миниказуса, съответно от Полша и Унгария и, за сравнение, Финландия. И ако разликите в производителността са все още явни (в сравнение с финландската фирма), то принципите на отговорното предприемачество вече са твърде сходни.

Миниказуси за корпоративна социална отговорност² (КСО)

Име на фирмата: “Матушевич Будова Мажин” (Matuszewicz Budowa Maszyn s.j.)

Отрасъл: Производство

Основна дейност: Основната дейност се състои в струговане на пластмасови детайли и металообработване на детайли от ценни метали, включително металорежещи операции, разкрояване, огъване, заваряване и слепване на пластмаси.

Град/държава: Убоче-Грифов Шлашки, *Полша*

Персонал: 235

Оборот: 3,4 милиона евро за 2003 г.

Въпроси, свързани с КСО: Персонал/Обучение, Общност и Околна среда

“Матушевич”, сертифициран по ISO 9001 доставчик на промишлени изделия и услуги, е отдаден на развитието на уменията, познанията, мотивацията и високия дух на персонала си чрез специализирано обучение. Фирмата се стреми към непрекъснато повишаване на качеството на услугите, както и към намаляване или избягване на отрицателните въздействия върху околната среда. “Матушевич” полага сериозни усилия да бъде добър съсед – подкрепя и спонсорира местни групи и участва в живота на общността.

¹ Пак там.

² Европейска комисия, Генерална дирекция Предприятия,
http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/cases_bg.pdf

Име на фирмата: “Телвил” (Telvill Kft)

Отрасъл: Производство (ИТ)

Основната дейност: включва конструкция, проектиране и монтаж на информационни комуникационни и електрически мрежи.

Град/държава: Мишколц, *Унгария*

Персонал: 72

Оборот: 2,3 милиона евро

Въпроси, свързани с КСО: Околна среда, Общество и Обучение

“Телвил”, производител на оборудване за информационни технологии (ИТ) със сертификат по ISO 9001 и 14001, счита опазването на природната среда, създаването на добри условия за работа и повишаването на жизнените стандарти за необходими и важни за жизнеспособността на бизнеса. Освен спазването на строгите стандарти за опазване на околната среда и за управление на качеството, фирмата поддържа и местните общностни групи и създава устойчива заетост. “Телвил” също осъзнава, че екосъобразната дейност води до осезаеми преимущества за бизнеса като, например, утвърдена репутация сред клиентите и добри взаимоотношения с общността.

Име на фирмата: “Ои Пинифер Лтд.” (Oy Pinifer Ltd)

Отрасъл: Производство (индустриални смазочни масла)

Основна дейност: Индустриални смазочни материали на базата на борово масло и услуги, разработва, произвежда и търгува с биоразтворими и екологични индустриални смазочни материали

Град/държава: Лиминка, *Финландия*

Персонал: 14, 4 сезонни работници

Оборот: 1 200 000 евро (2003 г.)

Въпроси, свързани с КСО: Околна среда

“Пинифер” обръща специално внимание на опазването на околната среда във всички сфери на дейността си – от подбора на суровина и добавки, до използването и освобождаването от отпадъчни материали. Развитието на продуктите е една от основните дейности и цели непрекъснатото развитие на нови и съществуващи продукти и усъвършенстването на екологичните технологии.

Примери за дейностите на “ <i>Матушевич</i> ” в сферата на отговорното предприемачество	• провеждане на специализирано обучение на персонала, като някои служители получават сертификати TÜV (признавани в цяла Европа технически сертификати за обучение в конкретни сфери) • спонсориране на създаването на компютърна зала в Центъра по обучение и квалификация в Лвовек Шлашки; • местно рециклиране на отпадъците от фирмата; • използване на рециклираните отпадъци в производството.
Примери за дейностите на “ <i>Телвил</i> ” в сферата на отговорното предприемачество	• подкрепа на парка Berekalja Conquest, с което целим поощряването на здравословния начин на живот и хубава околната среда за местното население; • редовно участие във форуми, организирани от градската Търговска палата;

	• модернизиране и поддръжка на ИТ системите на местното начално училище, както и подпомагане на програмите им за обучение по информационни технологии; • подкрепа на два техникума в Мишколц.
Примери за дейностите на “Пинифер” в сферата на отговорното предприемачество	• въвеждане на затворен производствен цикъл; • продуктите са нетоксични и биоразтворими, като тези свойства са удостоверени от независим институт за технически класификации (TÜV); • сертификация по стандартите за управленски системи ISO 14001, ISO 9001 и по системите за оценка на здравословните и безопасни условия на труд (HSAS 18001); • персоналът е обучен в областта на опазването на околната среда, качеството и безопасността на продуктите.

И трите фирми са положителен пример за отговорно предприемачество, което намира израз в дейността им чрез развитие на уменията, познанията, мотивацията на служителите. На тази основа фирмите се стремят към непрекъснато усъвършенстване и постигане на пазарен успех, в резултат на което се повишава репутацията им в очите на партньори, клиенти, местната общност. Отговорното отношение спрямо околната среда и обществото (чрез въведените системи за здравословни и безопасни условия на труд и опазване на околната среда) води до създаване на трайни контакти (формални и неформални) с бизнеса, неправителствени и други организации. По този начин се създават благоприятни условия за развитие на цели райони.

1.2.2 Негативни ефекти

Евтината работна ръка – заплаха за Стара Европа

Няколко месеца непосредствено след присъединяването на 10-те, проведено изследване¹ показва, че те смятат за свой най-важен принос *евтината работна ръка*. 50% от чехите и 55% от унгарците и поляците поддържат това мнение. Докато словациите посочват *развитата промишленост и сериозната работа* (47%), следвани също от *евтината работна ръка* (46%). Поляците смятат за особено ценни своите традиции, морални ценности и религия (33%), както и земеделските продукти (30%), докато чехите оценяват високо своите туристически атракции (44 %) и отворения пазар за западни продукти (31%). Унгарците смятат за важен принос своята култура и изкуство (36%), както и промишлеността и сериозната работа (34%), а словациите се гордеят със своите добре образовани граждани (33%) и креативността и интелигентността (30%).

Западните страни по традиция се плашат от наплив на работници. Например Германия и Австрия прилагат защитни мерки срещу свободното движение на работна ръка от Полша до 2011 г. На практика обаче, очакванията за свръх наплив на евтина работна ръка от Полша, Чехия, Словакия не се оправдават.

¹ в. Пари, Евтината работна ръка е приносът на новите 10, 24.09.2004 г., <http://www.pari.bg>
Проучването е проведено от Централноевропейската общност за проучване на общественото мнение (GEORG). В него участват жителите на Чехия, Унгария, Полша и Словакия.

Нарастване на цените на потребителските стоки

Това е една от най-очакваните и дискутирани заплахи, тъй като засяга широки слоеве от обществото. Обикновено първоначално цените се вдигат и след това по-голямата част от тях се връщат на изходното си положение. Разбира се, между отделните страни има различия, зависещи от големината на страната, размера на производството, нивото на конкуренцията. В случая най-малко влияние от покачването на цените изпитва Словакия.

В общия случай повишенията на цените на потребителските стоки е повече резултат от очаквания (имайки предвид западноевропейските ценови равнища), отколкото на действащи реални фактори за това (най-силно противодействащият фактор е налице: засилващата се конкуренция).

Засилена конкуренция, закриване на отрасли/производства

Това е един от най-важните процеси вследствие на интеграцията, който можем да проследим на примера на Унгария.

След присъединяването на Унгария към ЕС след първоначалното повишение се наблюдава рязко понижаване на цените на унгарските стоки (предимно на храните и напитките) поради засилената конкуренция на евтина вносна продукция. В резултат на това голяма част малки и средни фирми фалират – особено тези, заети в сектора търговия на дребно („смачкани” от хипермаркетите и големите търговски центрове). Много фирми от хранително-вкусовата промишленост са включени в списъка „за временно спиране” още преди интегрирането на страната, тъй като не покриват всички изисквания на ЕС. Тази част от тях, която успява да се задържи, продава само на вътрешния пазар. Оптимистичното в случая е, че след приемането на Унгария в ЕС в страната влизат много свежи пари и нови инвеститори, които не искат да наливат пари в държави извън съюза¹.

Подобна е ситуацията в Чехия. След присъединяването фирмите в страната се оказват неподготвени да посрещнат предизвикателствата на общия пазар. Повечето работеха на принципа: „*ще се оправим някак си въпреки регулациите на ЕС*”. Правилата и процедурите обаче се оказаха много по-твърди. Малките фирми, които имаха стратегия за дейността си и бяха заели своя ниша, успяха да се задържат въпреки „течението”. Средните потърсиха възможности за консолидация и други форми на партньорство. Най-тежко бе положението при крупните предприятия, тъй като те разчитаха основно на обществени поръчки. Единният пазар обаче даде възможност на други европейски компании да вземат участие в търговете и местните не можеха да се договарят помежду си, както преди присъединяването².

Въпреки, че Полша е една от най-добре развиващите се икономики, същата съдба „сполетя” всички полски производители в млечната, месната, рибната и птицевъдната индустрия, които не успяха или не пожелаха да спазват обобщоевропейските изисквания.

Усвояване на средства от структурните фондове

За периода 2004-2006 г. новите страни членки на ЕС са усвоили едва 26% от структурните фондове. Словения е най-успешната държава, реализирала в проекти

¹ в. Стандарт, Унгария взе от ЕС нови цени и заплати, 14.02.2006, <http://www.standartnews.com>

² в. Пари, Сами трябва да насърчим българската индустрия, 24.11.2006, <http://www.pari.bg>

34,1% от средствата. След нея се нарежда Унгария с 32,6%. На „дъното“ са Кипър (19,3%) и Чешката република (23,5%)¹. Съгласно правилото, което влиза в сила от 2007 г., страните, които не успеят да усвоят европарите за две години, автоматически губят останалата част от тях. Посочените по-горе данни за новоприсъединените страни показва, че те ще претърпят значителни парични загуби. Малката усвояемост на средства най-вероятно се дължи на липсата, от една страна, на административен капацитет, а, от друга, на умения за усвояване от страна на бизнеса.

Проследяването на „посоката на везната“ показва определено преобладаване на положителните над отрицателните ефекти в средносрочен и очаквано в дългосрочен план. Най-важно е всяка страна да развие и поддържа своите сравнителни конкурентни предимства в един разрастващ се и динамизиращ се пазар, какъвто е този на ЕС.

1.3. Предизвикателства (заплахи) и възможности на присъединяването към ЕС за българското предприемачество

Всяка новоприета страна в ЕС се среща повече или по-малко с предизвикателства, които тя трябва да посрещне по подходящ начин, за което помагат както действащите правила и регулации на ЕС, така и различните програми и фондове за подкрепа. От друга страна, всяка държава, нейните фирми, предприемачи и мениджъри трябва да извървят своята част от пътя до пълното си интегриране в ЕС.

Усилията, които съответните страни и техните икономически агенти трябва да положат, зависят от комплексното въздействие на много фактори като:

История и традиции;

Историческа и географска близост с ЕС;

➤ Подкрепа от държавата;

➤ Състояние и тенденции на развитие на предприемачеството и бизнеса.

В отличие от другите страни членки България и българското предприемачество се намират в по-неблагоприятна позиция по редица причини като:

➤ Специфично историческо развитие;

➤ Закъснели реформи;

➤ Относително слаба подкрепа за бизнеса и предприемаческата дейност.

Следователно, наред с общите – позитивни и негативни ефекти на присъединяването, видни най-вече в случая на 10-те нови членки, разгледани по-горе, за България могат да се очакват и специфични ефекти, изразени в няколко основни направления:

- *Положителни промени и ефекти* в правосъдната и правораздавателната система, редуциране на корупцията и оттук положително влияние върху бизнеса;

¹ в. Пари, Новите членки усвояват само 26% от евросредствата, 19.10.2006, <http://www.pari.bg>

- По-голяма дисциплина и по-ефективно поведение в публичната администрация (разширяване въвеждането на "one stop shop") и съответно положително влияние върху бизнеса;

- По-големи възможности за бизнеса в традиционни за България отрасли като:

- *Текстилно-трикотажна промишленост* – редица български фирми използват европейски дизайн и вносни платове, което им позволява да „отскочат“ от ценовото дъно на пазара и засега да избягват китайската и турската конкуренция. Тук положително влияе и дългият опит в работата на ишлема с водещи европейски фирми, вследствие на което европейските изисквания за работа са добре познати.
- *Хранително-вкусова промишленост* (въпреки политиката на субсидии и натиска за въвеждането на различни стандарти). В това направление особено добър е потенциалът за експорта на екологично чисти (парадоксално досега такива са предимно поради липсата на средства за торове) и особено на вкусни зеленчуци и плодове. Последното е особено перспективно във връзка с развитието на туристическата индустрия. За съжаление, има опасност вкусните български сортове (например при домати) да бъдат подменени с подходящите за машинна обработка и съхранение, но безвкусни холандски и турски домати.
- Особено интензивно влияние може да се очаква върху туристическия бизнес. От една страна, поради отпадането на граничните формалности и засилването на комуникациите, а, от друга, поради (очакваната) подобрена инфраструктура (предимно с помощта на еврофондовете). Съществен фактор е и възприемането на страната като надеждна и стабилна туристическа дестинация.
- Присъединяването ще окаже позитивно влияние и върху кооперирането на българските фирми с европейски водещи фирми (по линия на подизпълнителството) и МСП (стратегически съюзи, включително изграждането на смесени предприятия). Това е особено видно за българския бизнес, тъй като в сравнение с 10-те новоприети членки (включително и с Румъния), той е най-малко включен в подобни отношения.

Сред по-важните *предизвикателства* (които могат да се разглеждат и като заплахи) пред българския бизнес могат да се посочат:

- Интензифициращата се конкуренция на европейските фирми, разполагащи с конкурентни предимства, основаващи се на икономията от мащаба, диференциращи характеристики (почиващи на иновации), по-големи възможности за финансиране и промоция. Тук могат да се отбележат и други техни предимства като: подкрепа от държавата; ползване на консултантска помощ и др.
- Опасност от поглъщане на квалифицирана работна сила срещу по-голямо заплащане и по-добри възможности за кариера. Това „оголване“ на българските фирми (вече факт) ще доведе до намаляване на тяхната конкурентоспособност. Тези ефекти се чувстват и преди присъединяването.

- Опасност от фалити на фирми в редица отрасли и региони. Много от локално базираните МСП, неразполагащи с надеждни информационни източници и липса на компенсиращи механизми, слабо или никак неподкрепяни от местните власти, ще бъдат изместени от по-качествени и евтини чужди продукти и услуги. Такива опасности са налице за много малки предприятия в секторите на млеко- и месопреработването. Конкретно тук разходите за внедряването на изискуемите стандарти са основата на проблемите.
- Масовото навлизане на повече или по-малко утвърдени фирми с техните „бренд нейм“, привлекателна опаковка ще доведе и до значителна промяна в асортимента на сега произвежданата у нас продукция, което ще засегне много местни производители и доставчици на услуги, основаващи се на местни суровини и традиции (местни храни и подправки, безалкохолни (и алкохолни) напитки и др.).

Следователно, адаптирането към настъпващите промени вследствие на членството в ЕС изисква съчетаване на усилията на държавните и общинските институции, от една страна, и на самите фирми, техните предприемачи – собственици, мениджъри, от друга. Именно развитието на ефективно публично-частно партньорство е ваксата, смазката, която би осигурила по-плавно и ритмично придвижване на българския бизнес по пътищата на ЕС. И все пак основният „играч“ е българският бизнес.

2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ И СЪСТОЯНИЕ НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС, ПРЕДПРИЕМАЧИ И МЕНИДЖЪРИ

2.1. Общо ниво на конкурентоспособност на българския бизнес

Съгласно методологията на Годишника на световната конкурентоспособност¹ за 2006 г., определящи за нейното равнище са четири индикатора:

- Как работи икономиката (макроикономическа оценка на конкурентоспособността на страната);
- Как работи правителството (ефективност на правителството);
- Как работи бизнесът (ефективност на бизнеса);
- Инфраструктура, разбрана най-широко като факторите, които определят наличието и качеството на базовия (физически) и човешкия капитал, на технологиите и науката.

По първия индикатор „*как работи икономиката*“, в който са включени 77 критерия, обединени в пет фактора, България заема 45 място. Сред сравнителните предимства по този индикатор са посочени: икономическият растеж; отвореността на икономиката; делът и ръстът на цените; делът на ПЧИ в БВП. Сред слабостите на първо място са посочени дефицитът по текущата сметка, безработицата и инфлацията.

По критерия „*как работи правителството*“, предимствата се отнасят до: балансирания бюджет; ставката на корпоративния данък и положението на жената

¹ IMD World Competitiveness Yearbook 2006, www.worldcompetitiveness.com

в обществото. Недостатъците тук се отнасят до: нелоялната конкуренция; бюрокрацията; липсата на прозрачност при вземането на решения; корупцията.

Предимствата при индикатора „*как работи бизнесът*” се свеждат до: намаляващите разходи на единица продукция; възнагражденията на мениджърите; заплащането на услугите, докато слабостите засягат: производителност на един зает; ефективност на МСП; слабости в управлението на персонала; недостатъчната бизнес етика.

Четвъртият индикатор „*инфраструктура*” съчетава предимства като: инвестиции в телекомуникациите; възрастова структура и брой ученици на един учител в горния курс. Същевременно слабостите се отнасят до: поддръжката и развитието на инфраструктурата; енергоемкостта на икономиката; слабото ползване на интернет; ниското ниво на високотехнологичния износ; разходите за НИРД като дял в БВП.

Ако действията на правителството получават най-висока оценка, то дейността на българския бизнес (представен доминиращо от сектора на МСП) получава най-ниска оценка. Това е твърде показателен факт по отношение на пригодността на българския бизнес, предприемачите и останалия персонал да посрещнат предизвикателствата и възможностите, съпътстващи присъединяването на страната към ЕС.

Обобщеният индикатор „*работа на българския бизнес*” е необходимо да бъде анализиран по-подробно в различни направления и разрези, за да придобием реална представа за неговите проблеми и потенциал. На тази основа ще се опита да формулираме насоките на необходимите и възможни (реализируеми) решения, които да подпомогнат успешната му адаптация и развитие в рамките на ЕС.

2.2. Състояние (проблеми) на българските фирми, предприемачи и мениджъри

В края на краищата, конкурентоспособността на всяка национална икономика, а още повече в интернационална среда, се определя от възможностите на бизнеса да създава и развива устойчиви конкурентни предимства.

Конкурентоспособността не е лесна за дефиниране, поради това, че тя е относително явление, зависещо в крайна сметка от признанието, което получава от страна на потребителя за стойността, която му се предлага. Въпреки този проблем, в теорията конкурентоспособността се определя от постигнатата производителност на дейността на даден субект (предприятие, отрасъл, икономика) и в допълнение зависи от качеството на произвежданите продукти и услуги (макар че не може да се отъждествят двете категории – качество и конкурентоспособност). Оттук за определен период от време конкурентоспособността (на ниво предприятие – микрониво) може да се определи, а и измери посредством степента, в която предприятията успяват да запазят или увеличат своите пазарни дялове, достигнатата рентабилност, а когато става въпрос за външни пазари (в случая

присъединяването към ЕС), и способността им да увеличават своите продажби¹ (в случая е трудно да се говори за пазарни дялове).

Когато се обсъжда въпросът за устойчивото развитие и придобиване на конкурентоспособност, М. Портър свързва това с *възможността за идентифициране и развитие на конкурентни предимства и обвързването им с другите фактори на конкурентоспособността в стратегиите на предприятието*. Тук е и главната роля на предприемачите и мениджърите да осигурят качество на собствените им бизнес стратегии и ефикасност, с която те да ги реализират. Освен това Портър разделя конкурентните предимства според тяхната устойчивост на такива от по-нисък ред – като *по-ниски издръжки на труда, по-евтини материали и др.*, и конкурентни предимства от по-висок ред – като *продуктова диференциация, различни типове отношения с клиентите (по-посока на персонализация и индивидуализация на предлаганите стоки и услуги спрямо различията на потребителите) и др.* Същността на разликата между конкурентните предимства е, че тези от по-нисък ред лесно се копират от конкурентите, докато тези от по-висок ред притежават предимството, че се имитират много по-трудно и тази имитация изисква много и продължителни усилия: финансови разходи, иновации, време, знание и др.

Следователно възловият въпрос е: могат ли българските предприемачи чрез своите фирми да развият конкурентни предимства, признавани от пазара на ЕС? За да преценим как да бъде отговорено на този въпрос, ще анализираме състоянието и потенциала на българските фирми, предприемачи и мениджъри по основните (важни) направления на дейността в тях.

2.2.1. Иновации и НИРД в МСП

Определено, тази област от бизнес дейностите както в макро, така и в микроплан (ниво МСП) е най-слаба. Тук може да се започне от факта, че около 75% от МСП у нас са ЕТ с техните изключително скромни възможности за бизнес, още повече за такъв, основан на иновации и генериращ висока добавена стойност. Само една много малка част от тях (най-вече сред групата на растящите МСП) има отношение или отнасяне към високотехнологичния бизнес. Това състояние корелира напълно с липсата на Национална система за иновации, даваща възможност на поне част от действащите МСП да трансферират и прилагат иновации – основа на устойчиви конкурентни предимства.

Положението не може да бъде друго, ако погледнем т.нар. Национална иновационна стратегия², която всъщност е сбор от хетерогенни намерения, неосигурени ресурсно, без поддържаща иновационна инфраструктура. Защото тук нямаме дори един представител на основния елемент на подобна инфраструктура: иновативни (високотехнологични) центрове, инкубатори и паркове. Скъсана е връзката „изследване-практика“, каквато (макар и да изглежда парадоксално) я

¹ Тодоров, К., А. Дамянов, Интернационализация, междуфирмени връзки и развитие на малките и средните предприятия, НЕКСТ, София, 1999

² МИЕ, <http://www.mee.government.bg>

имаше по времето на социализма. Тогава действаше добре Центърът за трансфер на технологии „Икар“, който играеше ролята на мост между ВУЗ и практиката.

Към отделните ВУЗ (не само техническите) съществуваша НИС (научно-изследователски сектори), които, въпреки че не работеха в пазарна среда, в значима степен подпомагаха иновационната дейност. Тук можем да добавим и смесените предприятия между институти на БАН и фирми като „Хьохст“, „Байер“, „Ей Би Би“ и други, които също служеха за провеждане на технологичен трансфер, както и иновационното сътрудничество с японски фирми.

Предельно ясно е, че днешните МСП, опериращи предимно в отрасли с ниска добавена стойност – а ригорозно ресурсно ограничени, не могат да бъдат иновационни генератори и внедрители без външна помощ. Това се вижда от резултатите, получени в рамките на различни изследвания¹:

- Българските фирми отделят недостатъчна част от приходите си за инвестиции в нови технологии. За половината от респондентите този дял е под 10%. Всяка трета фирма смята, че работи със съвременен оборудване. В същото време данните показват, че близо половината от производствените фирми (45,5%) работят с оборудване, което е по-старо от 10 години, а близо три четвърти (72,8%) работят с оборудване по-старо от 5 години;
- По-голямата част (81,4%) от МСП в България, осъществяващи иновационна дейност, не са се възползвали и не са кандидатствали за финансова подкрепа от европейски или международни фондове и програми;
- Основната част от българските МСП правят иновационни разходи за маркетинг (16,5%), за обучение (15,9%) и за придобиване на машини и оборудване (11,7%). Това отговаря и на основните предизвикателства пред иновационната дейност на МСП в бъдеще – осигуряване на наличието на квалифициран персонал и достъп до крайния клиент чрез добре развит маркетинг микс и канали за дистрибуция.

2.2.2. Състояние на мениджмънта в МСП

Предприемаческото поведение и нивото на мениджмънта в МСП играят ключова роля за конкурентоспособността на техния бизнес. Конкретно тук проблемите се отнасят до:

- ❖ Ограничените ресурси на МСП и все още малкият им опит в управлението в условията на конкурентна пазарна среда;
- ❖ Огромната част от МСП се управляват от предприемача(чите)/собственик(ци) с произтичащите от това: липса на професионално управление; субективизъм и волунтаризъм. Т.е., управлението на МСП е функция от персоналните и поведенчески характеристики на предприемача – собственик, който често не е преминал през никакво обучение;
- ❖ Голямата част от предприемачите – собственици, които са и мениджъри, се основават много повече на своята крива на опита и интуицията, отколкото на

¹ МИЕ, Витоша Рисърч, Аналитичен доклад Българските малки и средни предприятия и участието им в усвояването на структурните фондове на Европейския съюз, юли-август 2006
<http://www.vitosha-research.com/fileSrc.php?id=1960>

професионални подходи, методи и мотивация за формиране на конкурентно поведение;

- ❖ За нуждите на МСП липсва набор от методи и форми на управление, които да използват техните специфични характеристики и ресурси, а и огромната част от техните собственици – мениджъри нямат афинитет и мотивация за придобиването на такива. Обучението на предприемачите и мениджърите на МСП все още не е адекватно, а и самите те не проявяват голямо желание да бъдат обучавани;
- ❖ От една страна, липсата на общопризната теория на растежа на МСП, а, от друга – на специфични познания и умения за растежа в българската бизнес действителност, задържа растежа на МСП или го прави неконкурентен по отношение на чуждите фирми;
- ❖ Липсват познания и умения за прехода от предприемачески към професионално управлявана фирма, включително нежеланието (и неумението) на предприемачите да делегират и да предоставят част от собствеността си и на мениджърите при прехода от предприемачески към професионално управлявана фирма;
- ❖ Организационна култура (ОК). Поради изтъкнатия факт, че огромна част от МСП са предприемачески управлявани, в тях доминира “културата на предприемача” – т. е. неговите ценности, очаквания и намерения. Едва при интензивния растеж на МСП може да се наблюдава преход от предприемаческа към организационна култура, макар че този процес е повече стихийен, отколкото управляем, както показва практиката;
- ❖ Връзката “Стратегия – ОСУ – ОК”. На практика това основно взаимоотношение и съответствие във фирмата може да се наблюдава при средните фирми. Характерно за него е, че стратегията, на практика представена от “линията на поведение на предприемача”, изпреварва ОСУ и ОК и поради това тя често не е подкрепяна от тях.

Идентифицираните дотук основни проблеми на българските предприемачи, мениджъри и мениджмънта на МСП показват ниското ниво на професионален мениджмънт и съответно една от основните причини за неконкурентното поведение в една динамизираща се, турбулентна бизнес среда. Тук в дълг са и изследванията в тази нова област, както и консултанската дейност, която често не отчита специфичните характеристики на МСП, изискващи специфични методи и форми на управление.

2.2.3. Прилагани правила и стандарти

Спазването на определени правила и стандарти в бизнес дейността е един от фундаментите на политиката на ЕС. За съжаление, това направление е едно от най-уязвимите за българския бизнес и конкретно за МСП.

Европейските стандарти към бизнеса условно могат да се разделят на три групи. Първата група включва *стандартите за защита на потребителя и безопасността на продуктите*. Втората се отнася до *стандартите по отношение на опазване на*

околната среда, а третата до изискванията за защита на работниците и безопасните условия на труд.

Една от първите стъпки в процеса на подобряване на конкурентоспособността е сертифицирането на предприятията с цел привеждане на производството към европейските стандарти. Сертифицирането не гарантира конкурентоспособността на фирмите, но без него е трудно да се работи с европейски партньори и да се отстояват пазарни позиции. Според изследване на "ЕСТАТ", проведено през октомври 2005 г., малко повече от 35% от проучваните фирми са предприели действия за получаване на сертификати за качество. Близо две трети от фирмите не считат за необходимо или приемат като скъпоструващо "удоволствие" сертифицирането на дейността си¹.

Всички проведени напоследък изследвания показват големият „gap“ (разминаване) между необходимост и действителност. Резултатите от проучване на Витоша Рисърч² показват, че много малка част от МСП покриват напълно европейските изисквания. Само 10% от фирмите покриват изискванията за СЕ-маркировката и 23% изискванията за условия и безопасност на труда. Много малко български фирми притежават сертификатите ISO, а сертификат за метода HACCP (Анализ на риска и критични контролни точки), чрез който се гарантира безопасността и качеството на храните, притежават 2,3% от тях. Като основни пречки за покриване на изискванията МСП посочват недостатъчните финансови ресурси и липсата на информация, като само една от пет фирми посочва като причина липсата на достатъчно подготвени кадри.

Резултатите от тези изследвания показват една доста тревожеща картина, която трудно би се променила осезателно без комбинираните усилия на всички стейкхолдери.

2.2.4. Интернационализация на бизнеса

Отвореният характер на българската икономика налага интензивна интернационализация на бизнеса, в случая навлизане на пазара на ЕС. От друга страна и доминиращият брой на МСП у нас (повечето слаби и локално ориентирани) показва големите трудности, които трябва се преодолеят в тази насока. Тук основните проблеми могат да се генерират в няколко основни направления:

- Нисък експортен потенциал поради слабостта на МСП и липсата на конкурентни продукти и услуги;
- Слаба държавна подкрепа за растящите и експортиращи фирми. Ако такава подкрепа съществува, то тя е най-често за импортоемки експортиращи МСП (голяма част от продукта се внася, добавя се малко стойност и веднага се изнася);

¹ МИЕ, Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България 2004, С., 2005, стр.99 <http://www.mi.government.bg/ind/econ/docs.html?id=150231>

² МИЕ, Витоша Рисърч, Аналитичен доклад Българските малки и средни предприятия и участието им в усвояването на структурните фондове на Европейския съюз, юли-август 2006 <http://www.vitosha-research.com/fileSrc.php?id=1960>

- Много малка част от МСП са подизпълнители на големи чужди фирми. Тези, които реализират подобна дейност, обикновено доставят на контракторите – големи фирми, прости изделия и в малко случаи – възли. Заедно с това малко МСП биват разглеждани от контракторите като стратегически партньори, докато по-голяма част са импулсивни (временни) подизпълнители или отдалечено междинно звено в многостепенната субконтракторна верига.
- Експортно ориентираните МСП имат голямо значение за бъдещото развитие на икономиката. МСП, извършващи само износ, са едва 38% от всички експортиращи фирми, докато чистите вносители са малко над 70% от импортиращите. Като основна пречка пред МСП, желаещи да осъществяват износ, се явява липсата на сертификация на продукцията им, която да отговаря на изискванията за качество, валидни в Европа. По-голямата част от МСП извършват едновременно износ и внос. Въпреки, че МСП имат най-висок дял в износа на страната, износоът на МСП е почти два пъти по-малък от техния внос¹.

С други думи, малкият размер на пазара на страната, големият внос на ресурси отвън и стратегическото местоположение изискват спешно решаване на проблемите. Възможните решения ще бъдат дискутирани в т.3 от настоящата студия.

3. НАСОКИ НА ВЪЗМОЖНИ РЕШЕНИЯ ЗА ПОДПОМАГАНЕ НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС ЗА ПОСРЕЩАНЕ НА ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ НА ИНТЕГРАЦИЯТА С ЕС

Формулирането на основните насоки на решения за подпомагането на българския бизнес следва да отчита:

- Общите ефекти на присъединяването;
- Ефектите на присъединяването върху десетте нови членки;
- Подготвеността на „policy makers” и състоянието на българския бизнес и подготовката на предприемачите, мениджърите и останалия фирмен персонал, анализирани по-горе.

Удачно е насоките на възможните решения да бъдат адресирани целево към различните „актьори”, имащи отношение към иницирирането и изпълнението на тези решения: „policy makers”; работодатели; браншови камари и асоциации; самите фирми, предприемачите и мениджърите.

¹ МИЕ, Витоша Рисърч, Аналитичен доклад Българските малки и средни предприятия и участието им в усвояването на структурните фондове на Европейския съюз, юли-август 2006, стр.11 <http://www.vitosha-research.com/fileSrc.php?id=1960>

3.1. Към т. н. „policy makers” – държавни и други организации, изработващи и прилагащи политиката и регулацията по отношение на българския бизнес

- На първо място като приоритет трябва да бъдат идентифицирани предприятията с потенциал за излаз и конкурентно поведение в обединения европейски пазар. Тук водеща е групата на растящите предприятия с иновативна ориентация. Те трябва да бъдат подпомогнати с целево насочени програми и проекти, включително по създаването на партньорски отношения с водещи чужди фирми. За целта би могло да се формира целева програма, подобна на сегашната по „Конкурентоспособност на българските предприятия” към Министерството на икономиката и енергетиката (МИЕ).
- Несъмнено е, че МСП (на първо място иновативните) се нуждаят от развита иновационна инфраструктура, която да отразява тясното взаимодействие „университет – бизнес” (например над 90% от инкубаторите в Тайван се намират в университетите). Скорошното „пропадане” на проекта от 10,5 млн. евро за изграждането на шест високотехнологични инкубатора у нас показва трудността на задачата, която обаче няма алтернатива.
- Приоритетно внимание би трябвало да се отдели на академичните предприемачи в техническите университети, за които да се предвиди целева подкрепа. Благодарение на тесните връзки с колеги от чужди университети (най-вече в рамките на съвместни проекти), тук трансферът и дифузията на „ноу-хау” биха могли най-лесно да се реализират – в обозримо бъдеще и чрез съвместни “спин-оф” (рискови) фирми.
- Неотложна задача на „policy makers” е подпомагането на МСП да внедряват европейски правила и стандарти. Тук „най-трудните” отрасли ще бъдат млекопреработващите, месопреработващите и химическите предприятия. Заедно с внедряването на подобни правила и стандарти е необходимо култивирането и на съответна култура за тяхното спазване, което е по-дълъг процес.
- Все по-важна става необходимостта от въвеждането на предприемаческо образование, обвързващо средните училища и ВУЗ (в някои страни се започва от началното образование). Тук задачата на съответните „policy makers” е да поощряват въвеждането на предприемачески дисциплини в учебните програми и да стимулират учителите да получават съответната квалификация.
- На преден план излиза и задачата за включването на повече български МСП в използването на структурните фондове на ЕС. Тук задачата е опростяване на бюрократичните процедури, засилване на административния и фирмения капацитет чрез обучение и други стимули за мотивация, осигуряване на адекватна консултантска помощ и избягване на нарастващия брой фалшиви консултанти.

3.2. Към различните работодателски и браншови организации

Ролята на тези организации е неотменна и нарастваща, тъй като те най-добре познават проблемите и нуждите на фирмите и предприемачите от съответния сектор. Тяхната намеса би била най-ефективна в направления като:

- Лобиране и участие в подготовката на нормативни актове, подкрепящи МСП, генериращи висока добавена стойност с потенциал за интернационализация на бизнеса (в случая в рамките на ЕС);
- Информационното обезпечение на МСП по отношение на законодателството, стандартите, данъчното облагане и др., което по принцип не е по силите на едно МСП. Заедно с традиционните посещения на панаири и изложби тук могат да се използват и по-привлекателни форми като пътуващи семинари, срещи с чужди потребители и т.н.;
- Намиране на „точни партньори“ от привлекателни за нашите МСП страни за бизнес и договаряне на улеснения с чужди браншови организации. Именно предварителното идентифициране и проучване на подходящи чужди партньори може да постави основите на бъдещия успех.

3.3. Към фирмите, предприемачите и мениджърите.

Като основен субект на бизнеса предприемачите и мениджърите би следвало да *„вземат нещата в свои ръце“*, като се насочат към:

- Повече инициатива и проактивно поведение за намирането на подходящи контрактори (включването им във високотехнологични субконтракторни вериги); включването им в изграждането и функционирането на индустриални клъстери и предприемачески мрежи;
- Инициативи за по-активна роля в изграждането и реализирането на взаимноизгодни частни партньорства (с общини, крайгранични райони и особено с университетите за създаването на “spin off” фирми, включително чуждестранни);
- Участие в специализирани курсове за обучение по *управление на растежа*, включително вътрешнофирмено обучение, както и в обучения по професионализиране на управлението вследствие на растежа на МСП;
- Значимо внимание предприемачите трябва да обърнат върху подготвеността си за влизане в стратегически съюзи като консорциуми, смесени предприятия – на първо място, с фирми от високоразвити страни. В тази връзка е и необходимостта от повече познания и умения за действие в интеркултурна бизнес среда (интеркултурен мениджмънт);
- Идва времето на „интелектуалните предприемачи“, знаещи езици, притежаващи лидерски умения, можещи да работят успешно в динамична интернационална и мултикултурна среда. Затова те трябва да инвестират в иновации и целеви изследвания, въз основа на които да изградят и развият конкурентни предимства. Тук особено важни са инвестициите в студенти от водещите университети с потенциал за развитие;

- Значими ефекти могат да се постигнат чрез засилване на участието в транс- и крайгранични проекти, особено чрез финансиране по действащите програми на ЕС. Примерът на „старите” страни показва, че често кохезията на крайграничното сътрудничество е по-силна от тази с вътрешността на съответната страна.

3.4. Към изследователите, трейнерите и консултантите в областта на МСП и предприемачеството

Въпреки, че критичната маса на тази група „стейкхолдери” е още малка, тяхната роля нараства непрекъснато най-малко в следните направления:

- Изследване на бизнес средата, състоянието и поведението на фирмите и предприемачите, включително в международен план. На тази основа: идентифициране на проблемите и задачите, които следва да се решават;
- Формулиране на препоръки към МСП (особено към растящите и интернационализиращите се) относно използваните от тях печеливши стратегии, включително участието им в стратегически съюзи с чуждестранни партньори;
- Обучение и консултиране на перспективните групи МСП с използване на подходи, методи и форми, отразяващи тяхната специфика, а не с механични такива, пренесени от практиката на големите МСП. Типични специфични случаи са маркетингът (особено на новостартиращи МСП) или селективната мотивация на водещи експерти във високотехнологични МСП (софтуеристи в IT фирми);
- Подкрепа на МСП за съвместно кандидатстване по програми на ЕС (например по рамковите програми), където (както бе споменато по-горе) участието на МСП е изключително слабо.

Заклучение

Изложението в настоящата студия ни води до няколко важни извода, които следва да се имат предвид от „актьорите” в процеса на интеграция с ЕС.

- ❖ На първо място, че българският бизнес, предприемачи и мениджъри е най-добре да се учат от грешките на другите (най-вече на 10-те новоприети членки) и по-малко от своите. Защото за повечето МСП, нямащи компенсаторните възможности на големите предприятия, важи мотото на сапъора „*греши се само веднъж*”!
- ❖ Успехът в контекста на ЕС е възможен само като функция на взаимодействието на: „policy makers”, предприемачи, браншови организации, изследователи, трейнери и консултанти.
- ❖ Идва времето на интелектуалния предприемач, който трябва да инвестира непрекъснато в знания и умения като: езици, работа в екип, комуникации и водене на преговори, управление на межкултурните различия.
- ❖ Разбирането, че днес е времето на предприемача, работещ в мрежи, а не изолирано, е от съществена значимост за успеха на съвременния бизнес.

Само допълването на знанията, уменията и сравнителните предимства на (отделно слабите) МСП би позволило получаването на синергични ефекти и конкурирането с по-големи предприятия, включително в рамките на ЕС.

Литература

1. Тодоров, К., А. Дамянов, Интернационализация, междуфирмени връзки и развитие на малките и средните предприятия, НЕКСТ, София, 1999
2. Изследователски проект „Конкурентоспособност на българската индустрия – УНСС, 2003-2004 (частта „Предприемачество и мениджмънт“)

Интернет източници

1. МИЕ, *Национална иновационна стратегия*
<http://www.mee.government.bg>
2. МИЕ, Витоша Рисърч, *Аналитичен доклад Българските малки и средни предприятия и участието им в усвояването на структурните фондове на Европейския съюз*, юли-август 2006
<http://www.vitosha-research.com/fileSrc.php?id=1960>
3. МИЕ, *Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България 2004*, С., 2005
<http://www.mi.government.bg/ind/econ/docs.html?id=150231>
4. Европейска комисия, Генерална дирекция Предприятия
http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/download/cases_bg.pdf
5. в. Бизнес вести, *Полиа отчита повече ползи*, 29.04.2005
<http://www.sme.government.bg>
6. в. Дневник, *Малките тигри на Източна Европа*, 21.06.2005
<http://www.dnevnik.bg>
7. в. Пари, *Евтината работна ръка е приносът на новите 10*, 24.09.2004 г.
<http://www.pari.bg>
8. в. Пари, *Изтокът расте заради ЕС*, 13.06.2006
<http://www.pari.bg>
9. в. Пари, *Новите членки усвояват само 26% от евросредствата*, 19.10.2006
<http://www.pari.bg>
10. в. Пари, *Сами трябва да насърчим българската индустрия*, 24.11.2006
<http://www.pari.bg>
11. в. Стандарт, *Унгария взе от ЕС нови цени и заплати*, 14.02.2006,
<http://www.standartnews.com>
12. *Възможни ефекти от присъединяването върху пазара на труда*,
<http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=274900>
13. www.evropa.bg/showfile.php?file=More_unity-ok40_final.pdf
14. <http://evropa.dnevnik.bg/show/?storyid=200185>
15. IMD World Competitiveness Yearbook 2006
www.worldcompetitiveness.com

БЪЛГАРСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ОБЕДИНЕНА ЕВРОПА: ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ

Резюме

Предназначението на настоящата студия е да идентифицира предизвикателствата (заплахите) и възможностите пред българските фирми, предприемачи и мениджъри като следствие от присъединяването на страната към ЕС. За целта са анализирани позитивните и негативни ефекти върху бизнеса в 10-те новоприети членки на ЕС, както и състоянието на българските МСП и подготовката на техните предприемачи и мениджъри.

На основата на резултатите от проведения анализ са формулирани насоки за възможни решения на идентифицираните проблеми, както и по използването на разкриващите се възможности за бизнеса в ЕС. Препоръките за решения са адресирани целево до всички заинтересовани институции и лица; „policy makers”; работодателски и браншови организации на бизнеса; фирми, предприемачи и мениджъри; изследователи, трейнери и консултанти.

BULGARIAN ENTREPRENEURSHIP IN THE UNITED EUROPE: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Summary

The paper aims to identify the challenges (dangers) and the openings confronting Bulgarian companies, entrepreneurs and managers as a consequence of the country's accession to the EU. For this object, I have analysed the positive and the negative impacts on business in the 10 new members of the EU, as well as the conditions of the Bulgarian small and medium-size businesses and the readiness of its entrepreneurs and the managers.

Based on the findings of the analysis, the guidelines for possible solutions of the problems thus identified and the emerging business opportunities in the EU have been formulated. The recommendations for the solutions target all institutions and vested interests concerned – “policy makers”; employers’ and sectoral organizations; companies, businesses, entrepreneurs, managers, researchers, coaches and consultants.