



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД

Оперативна програма
„Развитие на човешките ресурси“
2014-2020



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
РАЗВИТИЕ НА
ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ



БЪЛГАРСКА
МЕНИДЖМЪНТ
АСОЦИАЦИЯ

2018 г.

Проект

"ИНТЕРАКТИВНИ ОБУЧЕНИЯ И ПОДКРЕПА ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОМПЕТЕНЦИИТЕ ЗА САМОСТОЯТЕЛНА ЗАЕТОСТ"

Реф. № BG05M9O001-1.023-0074

Модул 1

ВИЕ КАТО ПРЕДПРИЕМАЧ

Съдържание

I. Въведение в предприемачеството

1. Същност и роля на предприемачеството
2. Историческо развитие на предприемачеството
3. Теоретични основни на предприемачеството
4. Взаимовръзка на предприемачеството със сектора на малките и средните предприятия
5. Роля на държавата при формиране на предприемаческа култура в България

II. Представяне как минава един ден на предприемача

1. Предприемачество и предприемач

1.2. Характеристики на българските предприемачи

1.3. Изясняване на понятията предприемач, инвеститор и собственик на МСП

2. Ежедневна активност на предприемача

2.1. Изясняване на концепцията „Работи всеки ден, по цял ден“

2.2. Работното място на предприемача

2.3. Значението на работните срещи за предприемача

2.4. Работен график

2.5. Работен екип

III. Предимства и недостатъци на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

1. Предимства на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

2. Недостатъци на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

IV. Успешни истории за стартиране на собствен бизнес и предприемачески проекти

V. Източници

I. Въведение в предприемачеството

1. Същност и роля на предприемачеството

В съвременния свят, темата за предприемачеството и неговата роля и значение в социално-икономическото развитие, както в национален, така и в глобален план, буди изключително много коментари, дискусии и дебати от страна специалисти както от академичната общност, така и от представителите на Бизнеса.

Днес предприемачеството е обществен и икономически феномен, който намира изключително голямо проявление във всички сфери на човешкия живот. Пряко или косвено, резултатите от предприемачеството са навсякъде около нас. Продукт на предприемачеството и на отделни предприемачи са например смартфоните, социалните мрежи, различните интернет платформи и новите методи за комуникация, без които днес почти не можем да си представим съвременния живот. Да не забравяме и новите технологични иновации, като електрически автомобили, свръхзвукови влакове, способни да развиват скорост от над 600 км./ч., алтернативните източници на енергия и много други подобни изобретения, чиято разработка е именно плод на предприемаческа инициатива, и които изобретения ще играят изключително важна роля за човешкото развитие в бъдеще.

За качествено разбиране на темата за предприемачеството на първо място е необходимо да се разгледат двете основни понятия – предприемачество и предприемач. Протичащите днес в глобален план, процеси на глобализация и дигитализация на икономическата и финансова система, както и постоянно нарастване на ролята на предприемачеството в тези системи, правят така, че става трудно да се даде универсална дефиниция какво е предприемачество и какво е да си предприемач. Въпреки това има ясно дефинирани специфични характеристики, описващи същността на тези две понятия.

Една от класическите дефиниции за предприемачеството е свързана с това, че то процес на инициране на ново предприятие или обновяване на вече създадено¹. Логиката тук е свързана с това, че човек решава да предприеме нови действия по бъдещ проект, за създаване на бизнес или по настоящ, вече създаден такъв.

¹ А. Йетисен, Л. Волпати, А. Коскьн, С. Чо, Е. Камрани, Х. Бът, „Предприемачеството“ стр. 15 <http://pubs.rsc.org/en/>

Друга популярна дефиниция за предприемачеството го определя като способността и готовността за развитие, организиране и управление на бизнес начинание, заедно с всички рискове, за да се постигне печалба².

Въпреки, че определението за предприемачество обикновено се съсредоточава върху стартирането и управлението на бизнеса, предвид високия риск, свързан със стартирането, голяма част от тези предприятия биват закривани поради такива фактори като проблеми с финансирането, икономическа конюнктура, проблеми с пазарната среда и лошо фирмено управление или комбинация от всичко това.

Друга характерна особеност на предприемачеството е, че то се разглежда като дейност, насочена към системно и дългосрочно получаване на икономическа печалба. В случай, че в един предприемачески проект няма условия за системно и дългосрочно получаване на печалба, то той не може да бъде определен като предприемачески такъв. Въпреки това, ефективността на предприемаческата дейност може да бъде оценена не само от размера на печалбата, но също така и от промяната на стойността на предприятието.

Какво е предприемач? По своята същност предприемача е индивид, който реализира предприемаческа дейност³. Най-просто предприемачът може да бъде определен като човек, предприемащ нова бизнес инициатива с цел печалба.

Етимологията на думата "предприемач" произлиза от френската "*entrepreneur*" и в буквален превод може да бъде преведена като "посредник между две страни" или индивид, който организира, управлява и поема риск за реализирането на конкретно начинание.

В исторически план понятието предприемач предхожда предприемачеството. С времето значението на понятието предприемач търпи значителна трансформация, като съвременното разбиране на термина бива за пръв път е използвано в началото на XX век от един от най-изявените теоретици и изследователи на предприемачеството - Йозеф Шумпетер. Той определя предприемача като индивид, който използва пазарна възможност чрез техническа или организационна иновация.

Съществуват още много различни дефиниции за предприемач, като в повечето случаи те определят неговите специфични характеристики. Предприемач е всеки, който излиза на пазара, продавайки или купувайки стока или предлагайки услуги не за лична

² Онлайн бизнес речник <http://www.businessdictionary.com/>

³ Онлайн бизнес речник <http://www.businessdictionary.com/>

употреба, а с цел икономическа печалба. Предприемача може да бъде разгледан и като икономически агент, поемащ отговорността и отчитащ риска, който използва наличните ресурси за реализация на проекта, с цел печалба. Всеки предприемач може да има собствен проект или да работи заедно с други предприемачи за реализиране на съвместен такъв. За да стартира своята дейност предприемачът трябва да учреди собствена фирма – юридическо лице. Често дейността на предприемача се свързва с малкия или средния бизнес.

Предприемача често се разглежда и като предприятие, притежаващо способността да намира и да действа въз основа на възможности за превръщане на различни технологии или изобретения в нови продукти или услуги, от които да извлече икономическа печалба. В тази връзка предприемачите могат да разпознаят икономическия и бизнес потенциал на различни технологии и/или изобретения, организирайки необходим капитал, усилия, талант и други ресурси, които превръщат тези технологии и/или изобретения в икономически реализуемо нововъведение с печалба.

2. Историческо развитие на предприемачеството

Съвременната концепция за предприемачеството е относително ново понятие в икономическата теория и в исторически план, като започва да бъде по-сериозно изследвано в началото на XX век. Въпреки това, предприемачеството, в някои основни негови характеристики, е присъствало в историята още от древни времена. В това време, предприемачеството като разбиране се е свързвало предимно с търговията, и по-точно това нейно направление, което излиза извън познатите географски граници и чиито успех е свързан с поемането на риск, в това число и често свързан с личната сигурност на предприемачите-търговци. Предприемачеството в тези времена се свързва често с дейността на търговците, които създавали свои търговски канали по известния Път на Коприната, който свързвал Изтока със Запада. Може би първия известен предприемач в Средновековието е бил знаменития италиански търговец Марко Поло, чиито приключения в Китай популяризират Поднебесната империя в Европа и мотивират редица търговци да дадат началото на следващия етап в развитието на предприемачеството – Великите географски открития.

Великите географски открития дават нов тласък на развитието на предприемачеството, като в Европа постепенно се обособяват различни търговски

центрове като Барселона, Генуа, Венеция и Дубровник. Развитието на търговията в тези градове, съчетано с възможностите на различни търговци и авантюристи да пътуват по новите и неоткрити места е сред основните фактори за развитието на предприемачеството. Това е времето на Вашко да Гама, Фернандо Магелан, Христофор Колумб, Америго Веспучи, в чиито пътешествия присъстват и икономически аргументи, а така също и сериозен риск. Великите географски открития разширяват икономическия и търговския потенциал на националните държави в Европа, но също така спомагат и за натрупване на благосъстояние на отделни търговци.

С развитието на новите морски и наземни търговски пътища се повишава и благосъстоянието на гражданите в Европа. Това оказва влияние и променя разбирането за предприемачество, като вече освен търговската функция се включва и посредническа такава. По това време предприемачи освен успешни търговци са били и лица, които организират и управляват цялостната реализация на различни проекти, в повечето случаи строителство на големи архитектурни съоръжения като катедрали, замъци, крепости и др.

На по-късен етап индивидуалните географски търговски експедиции стават все по-редки и все по-контролирани от европейските империи. Великобритания, Холандия, Испания, Португалия и други европейски държави постепенно успяват да установят контрол върху търговията в новооткритите територии, с което ограничават предприемаческата инициативи. Европейските държави контролират международната търговия с помощта на специално създадени търговски компании. Пример за такива компании са Остиндските компании, които налагат държавен монопол в търговията на европейските държави с Индия. Такива компании са създадени от Великобритания, Холандия, Франция, Португалия и други, като тяхната дейност, въпреки, че спомага за икономическото развитие на тези държави и повлиява драстично за появата на Индустриалната революция през XVIII век, те ограничават индивидуалната предприемаческа инициатива в Европа. Въпреки това, Европейския континент остава да играе важна роля в развитието на предприемачеството, особено теоретичен аспект, като значимо влияние оказват трудовете на изявени учени и икономисти като Адам Смит, Джон Стюарт Мил, Ришар Кантилион, Жан-Баптист Сей и др.

Нов импулс в развитието на предприемачеството е даден в Съединените щати в средата на XIX и началото на XX век. Индустриалната революция, усвояването на Американския Запад, отварянето на Панамския канал, технологичния прогрес и най-вече дейността на изявени американски предприемачи като Джон Рокфелер, Корнелиус

Вандербилт, Томас Едисън, Джей Пи Морган и Хенри Форд, превръщат САЩ в икономически и промишлен глобален център, където предприемачеството постепенно се трансформира в това, което го познаваме и днес.

3. Теоретични основи на предприемачеството

За качествено разбиране на предприемачеството е необходимо да се изясни неговата теоретична същност. Коренът на думата предприемачество е френски, като за пръв път се появява в съставения през 1723 г. от френския икономист Жак Брюсон, икономически речник. Разбирането на думата в този период се свързва предимно търговска или посредническа инициатива на отделни лица, които с цел печалба, са склонни да поемат значителни рискове.

За теоретичен баща на предприемачеството е прието да се счита френско-ирландския философ и икономист Ришар Кантилион. В своето произведение *„Есе за природата на търговията като цяло“* („*Essai sur la Nature du Commerce en Général*“) през 1730 г. Кантилион дефинира предприемача като човек, който заплаща определена цена за продукт и го продава на неопределена такава, при съзнателно поемане на пазарен риск с цел икономическа печалба. Именно поемането на риск от страна на предприемача Кантилион определя като негова най-важна специфична характеристика. Целта на предприемача се фокусира върху създаване на условия и възможности, при които чрез търговски умения и знания и ефективно разпределение на ресурсите да бъде максимизирана финансовата печалба в начинанието. Кантилион прави важното разграничение между капиталоприетател и предприемач, който например купува продукция за чужда сметка при познати за него търговски условия и я препродава с голяма печалба в непозната рискова пазарна среда.

Важно значение за теоретичната обосновка на предприемачеството има Британската школа, в лицето на известния икономист и основоположник на Теорията на пазарна икономика - Адам Смит. Според него от изключително значение за развитието на предприемачеството принципите за икономическа свобода на индивида и концепцията за разделение на труда.

Друг значим за теоретичното разбиране на предприемачество изследовател е изявения френски икономист Жан-Баптист Сей, който през XIX век определя предприемачеството като функция на тези индивиди, които имат нужда от капитал за разлика от тези, които го притежават. Сей е повлиян от Индустиална революция във

Великобритания, като определя дейността на английските предприемачи в този период като съществен фактор за промишленото развитие там. Според Сей предприемачите прехвърлят ресурси от области с ниска икономическа рентабилност в такива с висока икономическа рентабилност.

Нов етап в развитието на теоретичното разбиране на предприемачеството стартира в началото на XX век, като в него открояват имената на Йозеф Шумпетер, Франк Найт, както и на представителите на австрийската икономическа школа, а именно Лудвиг Фон Мизес, Фридрих Хаейк и Мъри Родбарт.

Именно Шумпетер през 1911 г. прави първото цялостно изследване върху ролята на предприемача в общественото развитие. Според него икономическа теория в нейната класическа трактовка, основаваща се на баланса между ресурсите, изключва ролята на индивида като инициатор на икономическото развитие. Според теорията тази роля се приема от държавата или от пазара, докато Шумпетер твърди, че в основата на икономическото развитие стои умението на индивида да създава и внедрява нови неща и иновации, които той вижда като неизвестно за потребителите благо, нов производствен подход, усвояване на нов пазар или пазарна ниша, нов източник на суровини и др⁴.

Теоретичното развитие на предприемачеството до голяма степен обхваща периода от XVIII век до началото на XX век, докато след това то се съсредоточава върху неговото приложение на практика.

В съвременен план сред водещите и значими изследователи на предприемачеството може да бъде определен американския икономист Питър Дракър, чиято основна книга „Новаторство и предприемачество” често е определяна като „Библията на предприемачеството”.

4. Взаимовръзка на предприемачеството със сектора на малките и средните предприятия

Терминът "предприемач" често се свързва с малкия и средния бизнес, а дори и често тези понятия биват взаимнозаменяеми. Въпреки, че днес може да кажем, че предприемачеството е характерна специфика на малкия и средния бизнес, не би било изцяло коректно да се твърди, че двете понятия са едно и също. Не всеки собственик на малък и среден бизнес, било той собственик на капитала и/или управител, може да бъде

⁴ Шумпетер Йозеф Алойс, „Теория на икономическото развитие“, стр.128 – 130, Transaction Publisher, десето издание 2004 г.

определен като предприемач. Въпреки това, безспорен факт е, че повечето предприемачески начинания стартират като малък или по-точно микро бизнес. Това е съвсем естествен еволюционен стадий на всеки един предприемачески проект.

Много микро, малки или средни предприятия предлагат съществуващ традиционен продукт, процес или услуга и често не се стремят към бърз икономически растеж. Те се фокусират върху актуалното статукво и подобряване на организационната си структура, с което да повишат качеството на предлагания продукт/услуга, но без да се съсредоточават върху бързия растеж. Причините за това са различни, като в повечето случаи са свързани с икономическата среда, в която функционира фирмата, характера и вижданията за развитие на собственика, и по-конкретно нежеланието за поемане на риск, липса на възможности за финансиране, предлагане на класически и конвенционален продукт/услуга и др.

За разлика от тях, предприемаческите начинания предлагат в повечето случаи иновативен продукт, процес или услуга, а предприемача обикновено се стреми да разшири дейността си чрез увеличаване на броя на служители, намиране на нови пазари интернационализация на дейността, търсене на допълнителни форми на финансиране и др. Успешните предприемачи имат способността да водят бизнес в положителна посока чрез правилно планиране и анализ на средата, адаптиране към промените в тази среда, както и анализ на своите силни и слаби страни в полза на развитието на предприятието и на проекта.

Днес в Европейския Съюз малки и средни предприятия се считат тези, които имат под 250 души персонал и чиито годишен оборот не надвишава 50 млн. евро⁵. В ЕС освен понятието малко и средно предприятие, съществува и понятието микро предприятие, чиито персонал е от 0 до 9 души. За да се добие по-ясна представа за сектора Малки и Средни Предприятия (МСП) в Европа, и в частност България, следва да се каже, че в нашата страна, през 2014 г. 314 920 предприятия или 99.8 % от всички предприятия в България са МСП, а от тях 91,9 % са микропредприятия (от 0 до 9 души персонал), 6.7 % са малки предприятия (от 10 до 49 души персонал) и само 1.3 % са средни предприятия (от 50 до 250 души персонал). Тези предприятия дават работа на 75.4 % от всички работещи в България и формират 61 % от БВП на страната⁶. Следователно може да се

⁵ ЗМСП

⁶ Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП, 2013 г. <https://www.sme.government.bg/>

каже, че именно малките и средните предприятия, и по-точно микропредприятия са естествена среда, в която всеки предприемач започва да реализира своя проект.

Идеалният на теория предприемачески проект би бил този, който стартира като микропредприятие, след това постепенно прераства в малко, средно и в последствие става голямо предприятие. Естествено това зависи от дейността, организационната структура и целите на предприятието, както и естествено от визията и намеренията на самия предприемач. Често голямото количество персонал не гарантира качество, ефективност и добри резултати. Не трябва да се забравя също така, че днес, в световен план върви процес на организационно реструктуриране и постепенна роботизация на различни производства, което оказва влиянието на количеството служители и работници в едно предприятие. Днес, този процес на промяна на структурата на пазара на труда в световен план, прави така, че един завод може да се управлява от няколко служителя-оператори, които да следят работата на машини/роботи за производство на различни продукти.

Устойчивия сектор на МСП е изключително важно значение за развитието на предприемаческа инициатива на обществото. Не случайно именно сектора МСП е гръбнакът на европейската икономика и основен източник на иновации, които да бъдат успешно приложени в икономиката – друга характеристика на съвременния предприемач.

Секторът на МСП и предприемачеството, в това число и в България, среща и редица трудности. Сред основните проблеми при осъществяването на различните предприемачески проекти е достъпът до финансиране, негативната нагласа към риска от страна на банките и други финансови институции, както и липсата на предприемаческо мислене. Малките и средните предприятия в България пък освен проблеми с финансирането на своята дейност, имат проблеми по отношение на бюрокрацията, подготвените кадри, липса на пазар за реализация на продукцията и липса на държавна подкрепа⁷

5. Роля на държавата при формиране на предприемаческа култура в България

Предприемачеството е нещо относително ново в България. В исторически план, то възниква в периода от Българското Възраждане, преминавайки през Освобождението

⁷ „Малките и средните фирми в България за икономическата среда и въздействието на държавата върху Бизнеса“, Социологическо проучване на Института за стратегии и анализи, юни – юли 2016 г.

и до 1945 г., когато в България се въвежда модел на планова икономика, чиято типична характеристика е ликвидирането на частния бизнес, национализация на икономиката, както и ликвидиране на предприемаческата инициатива. Нов импулс на предприемачеството в България е даден в началото на 90-те години на XX век, във връзка с прехода към пазарна икономика и демократизиране на политическата система.

Предприемачеството като цяло е пряко свързано с процесите на интернационализация и либерализация на пазара, които откриват нови възможности различни продукти и услуги да достигнат до нови пазари. След встъпването на България в Европейския Съюз се създават именно такива условия и предпоставки за развитие на сектора МСП и предприемачеството, посредством насърчаване на износа, премахване на пречките за търговия със страните-членки на ЕС и приток на чуждестранни инвестиции в страната.

Основните държавни институции, ангажирани с насърчаването на предприемачеството в България са: Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП), Министерството на икономиката, Министерството на труда и социалната политика, Агенцията по заетостта и др.

Предприемачеството в повечето случаи се насърчава от горепосочените държавни институции посредством проекти и програми с европейско финансиране.

Пример за такива проекти бе реализирания от ИАНМСП проект „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия“, осъществен по Оперативна програма „Конкурентоспособност“ 2007 – 2013 г. В рамките на Проекта са реализирани множество промоционални прояви, чиято цел е свързана с това българските малки и средни предприятия да открият нови чуждестранни партньори и да стъпят на чуждестранни пазари. Такива промоционални прояви са участие на български предприятия на международни специализирани изложения, провеждане търговски мисии за представители на МСП и двустранни бизнес форуми в България. Именно това са най-ефективните инструменти за намиране на нови чуждестранни партньори за българските фирми. При изпълнение на Проекта, при организиране например на участие на български фирми на международно изложение се поемат разходите за изложбена площ, изграждане на щанд, реклама и тн. Така например български малки и средни предприятия от сектор хранително-вкусова промишленост, в това число и новосформирани такива и предприятия, предлагащи нови иновативни продукти, участват на най-голямото и значимо изложение в света за сектора, а именно ANUGA, което се провежда ежегодно в Кьолн, Германия. По данни от информационни карти на

участващите в Проекта български фирми на това изложение, средно всяка една компания е осъществила контакт с над 70 потенциални партньори, както и сключила договори със средно 10 чуждестранни контрагента. Търговските мисии пък поемат всички разходи на един предприемач за бизнес посещение на международно изложение или срещи с партньори в други страни, често и далечни бизнес дестинации като Китай, Виетнам, САЩ и др. Чест разходите да се отиде в тези дестинации и да се намерят бизнес партньори са в повечето случаи непосилни за един предприемач, особено в зародиша на неговия проект.

Министерство на икономиката също насърчаваше българските предприемачи основно чрез Оперативна програма „Иновации и Конкурентоспособност“. Пример за това е току-що обявената схема за подкрепа на български предприемачи - „Насърчаване на предприемачеството“, която дава възможност на български предприемачи, имащи проекти в области като информационни и комуникационни технологии, машиностроене, електротехника, химическа промишленост и др., да получат финансиране за своите начинания.

Освен с европейско финансиране, държавните институции предлагат и програми за насърчаване на предприемачеството с национално финансиране. Такава схема е Националният Иновационен Фонд, администриран от ИАНМСП, чиято основна цел е да бъдат финансирани иновационни проекти, с фокус върху научноизследователската и развойната дейност за повишаване конкурентоспособността на предприятията, с цел разработване на нови или усъвършенствани продукти, процеси или услуги, насочени към засилване на икономическата ефективност, повишаване на иновативния потенциал и технологичното равнище на предприятията, увеличаване на частните инвестиции за тях.

Насърчаването на предприемачеството също така е прерогатив и на т.нар. български работодателски организации, а именно Българска търговско-промишлена палата (БТПП), Българска стопанска камара (БСК), Асоциацията на индустриалния капитал (АИКБ) и Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ). Често те също са бенефициенти на различни програми и проекти, чиято цел е насърчаване на техни членове и/или отделни предприятия и предприемачи.

Българските браншови асоциации и съюзи също често имат различни програми и проекти, често фокусирани върху съответния сектор в икономиката, които подкрепят предприемаческата инициатива и предприемачите.

Съществуват и други неправителствени организации, чиято дейност пряко или косвено е насочена към насърчаване на предприемачеството в България, както и обученията за придобиване на предприемаческа култура. Такива са например Центърът за икономическо развитие, Центърът за изследване на демокрацията, Институт за пазарна икономика, Институт за икономическа политика, Фондация за развитие на предприемачеството, редица национални, регионални, университетски и местни центрове за развитие на предприемачеството.

Важна роля за развитието на предприемачеството трябва да имат и училищата и висшите учебни заведения. Предприемачество е специалност в някои от икономическите университети в България, а така също се изучава и като предмет в някои от специализираните гимназии и училища в страната.

II. Представяне как минава един ден на предприемача

1. Предприемачество и предприемач

За качественото разбиране как протича един ден на предприемача, на първо място трябва да се изясни понятието предприемачество и предприемач.

Предприемачество най-лесно може да бъде обяснено като процес, обхващащ усилията на включените в него субекти (предприемачи), за осъществяване на даден проект, на базата на информация относно наличните ресурси, умения и възможности за реализиране на конкретни цели и постигане на печалба.

Неизменна част от предприемачеството е предприемаческия процес, който съсредоточава в себе си всичките функции, дейности и действия за откриване на възможности и създаването на начини за реализиране на предприемаческия проект.

Като основни етапи при реализирането на даден предприемачески проект, условно може да определим: инициране/откриване на бизнес идея, препоръчително такава, откриваща иновационен продукт/услуга/процес; целеполагане и съставяне на бизнес план; търсене на начини на финансиране на проекта; предприемане на стъпки за сформиране на екип и стартиране на работа по проекта. Тези фази, доста често, в практиката, предвид различни фактори, които им влияят, не се осъществяват по съответния ред, като някои от тях дори протичат по едно и също време.

Основните фактори, които оказват въздействие на предприемачеството условно могат да се разграничат в четири основни групи – индивидуални характеристики на

предприемачите; характеристики на организационната структура и екипа; характеристики на социално-културната среда; фактори на външна среда⁸ (банкова система, икономическа среда, политическа стабилност и др.)

За да бъде успешен предприемаческият процес е необходимо на лице да са следните условия: благоприятната външна среда; налични ресурси; предприемач с неговите лични качества и компетенции. Успешното съчетание на тези три неща допринася за създаването на нов успешен предприемачески проект⁹.

Предприемачът е основен субект на предприемачеството. Както бе уточнено, предприемачът е индивид, който реализира предприемаческа дейност. Най-просто предприемачът може да бъде определен като човек, предприемащ ново бизнес начинание или проект с цел печалба. Предприемача търси, инициира и осъществява нови възможности да предложи на пазара иновативни продукти, услуги или процеси, като за тази цел той действа на свой риск и отговорност.

Сред основните цели на предприемача е да постигне печалба от своята дейност. Необходимо е да се спомене, че предприемаческата печалба се различава от традиционната фирмена печалба. Предприемаческата печалба може да бъде разглеждана като свръх печалба и допълнителен доход, който се получава от предприемача, в резултат на неговите способности и качества, както и на умението му да анализира и да комбинира по нов начин, различните производствени фактори, в пряка зависимост от външните и от вътрешните условия, в които се осъществява неговия предприемачески проект.

Основните функции на предприемача са да бъде: иноватор, откривател на възможности за печалба; носител на бизнес риск; координатор на наличните ресурси в икономическата среда от област с по-ниска към област с по-висока производителност¹⁰.

Предприемач е човек, който не само притежава необходимите знания, умения и личностни качества, но който инициира и развива своя проект от самото негово начало и работи за неговото успешно реализиране. Често, предприемачите откриват възможности там, където другите не са видели нищо.

Предприемача е изключително важен елемент за успеха на дадена компания и за нейното бъдеще. Предприемаческата дейност в рамките на една компания включва

⁸ Европейска Комисия, „Насърчаване на предприемачеството“, [//ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship](https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship)

⁹ Европейска Комисия, „Предприемачество и МСП“, https://ec.europa.eu/growth/smes_en

¹⁰ Европейска Комисия, „План за действие „Предприемачество 2020“, Възраждане на предприемаческия дух“, стр 26, eur-lex.europa.eu

конкретни изисквания за умения, компетенции и индивидуални качества към предприемача, които условно могат да бъдат разделени в три категории: социално-психологически качества (креативност, инициатива, отговорност, гъвкавост, постоянство, аналитичност и др.); комуникационни умения и работа в екип; професионална експертиза и компетенции.

1.2. Характеристики на българските предприемачи

Предприемачеството е нещо ново за българската икономическа среда и бизнес субекти. Причините за това са различни по своя характер, като някои от основните са свързани с особеностите на бизнес средата, липсата на предприемаческа култура, различно разбиране за бизнес, липса на познания за ползите от предприемачеството и др. Друг съществен проблем за развитие на предприемачеството в България е това, че често в българската бизнес култура се отъждествяват понятията предприемач, инвеститор и собственик на МСП (собственик на собствен бизнес). Често успешен собственик на МСП, чието предприятие показва по-добри от очакваните резултати, се дефинира като предприемач, което води до объркване, особено сред младите потенциални предприемачи. Разликите и приликите между тези три понятия ще бъдат разгледани по-долу, докато целта тук е да бъде направено кратко представяне на някои от основните характеристики на българския предприемач.

Преди да се започне с профилирането на българския предприемач е необходимо да се спомене, че в повечето статистически материали, в това число и тези от Националния Статистически Институт, присъства информация предимно за сектора МСП, което в случая не може да бъде използвано максимално ефективно при определяне на някои характеристики на българския предприемач. В тази връзка, за настоящите цели се използват различни анализи и доклади, в които до голяма степен охарактеризират някои от специфичните особености на българския предприемач.

В повечето случаи, българският предприемач е мъж на средна възраст, с висше образование, с наличие на предишен професионален опит, владее английски език, а първоначалния капитал, с който е започнал своя бизнес е по-скоро със собствени средства.

По данни на Доклада „Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновации в МСП“, разработен по поръчка на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия, около две трети от българските

предприемачи са мъже. Най-голям дял от предприемачите (мъже и жени) имат тези на възраст от 26-55 години, а най-активните са предприемачите във възраст от 36-45 години¹¹.

Голяма част от българските предприемачи са с висше образование, като това се дължи на два основни фактора. Първо - темата за предприемачеството става все по-популярна в българските университети, където се ражда предприемаческия дух сред млади и талантиви студенти. Второ – голяма част от предприемачите над 30 години имат висше образование, като те са работели в предишни компании като служители и на по-късен етап решават да стартират свой независим предприемачески проект.

Именно наличието на предишен опит е друга характера особеност на българските предприемачи. По правило, българските предприемачи, наливат собствен капитал в своите предприемачески проекти. Въпреки, че предприемачеството, до голяма степен се идентифицира с наличието на риск, който предприемачите са наясно и приемат, българския предприемач търси варианти за минимизиране на този риск. Това често става с наличие на значителен трудов опит, професионални умения и компетенции, които в определени ситуации позволяват предприемачите да действат по-прагматично и консервативно по отношение на дадена предприемаческа дейност.

Както беше споменато, българските предприемачи стартират своя бизнес проект с първоначално собствени средства. Това се дължи на бизнес средата и някои особености начина на мислене на българските предприемачи, както и на не дотам добрите възможности за получаване на финансиране от страна на банки, инвестиционни фондове и бизнес ангели. Важен момент, характеризираш българските предприемачи, че в определен момент от стартирането на своя предприемачески проект, те търсят финансиране по различни програми и проекти с европейско и национално финансиране.

1.3. Изясняване на понятията предприемач, инвеститор и собственик на МСП

От изключително значение за разбирането на предприемачеството и това да бъдеш предприемач е изясняването и разграничението на понятията предприемач, инвеститор и собственик на малко и средно предприятие (МСП). Доста често, особено в българската практика, тези понятия се използват като взаимнозаменяеми, но това е грешно, от гледна точка на същността, целите и задачите на тези бизнес субекти.

¹¹ Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП, 2013 г. <https://www.sme.government.bg/>

С тази цел по-долу ще бъдат разгледани някои основни разграничения между предприемач, инвеститор и собственик на МСП. Разбирането на понятието собственик на МСП се има предвид индивид, който е учредил и се явява собственик на капитала на юридическо лице (фирма), като ще се взема предвид гледната точка на собственик на МСП, функциониращо в България.

	Предприемач	Собственик на МСП	Инвеститор
Цели	Постигане на икономическа печалба; Постигане на бързи резултати; Създаване на нов и иновативен продукт/процес/услуга – намиране на пазарна ниша; Стремеж за бързо развитие на компания, отчитайки рисковете за това; Създаване на имидж.	Създаване на ефективна и устойчива организационна структура; Добро управление; Постепенно развитие и утвърждаване на компанията; Предлагане на традиционен продукт/услуга/процес	Възвръщане на инвестирания капитал при възможно най-кратки срокове и последваща печалба.
Времева рамка	Цели се бърз растеж.	Цели се дългосрочно развитие. Постепенен растеж.	В зависимост от инвестицията. Като правило всеки инвеститор цели бързо възвръщане на инвестицията.
Отношение към риска	Позитивно. Рискът е основен елемент в предприемачеството. Предприемачът е наясно с него, като е склонен да го игнорира, с цел да получи печалба.	По-скоро негативно. В повечето случаи се цели постепенен растеж, без поемане на допълнителни рискови, които да застрашат съществуването на компанията. Печалбата е важна, но не толкова, че да се застраши бъдещето на компанията. Отговорност и към служителите.	В зависимост от характера, инвестиционната култура и възприятия на инвеститора. По правила колкото по-рискова е инвестицията, толкова по-рентабилна е тя.
Роля в компанията	Определя, че най-ефективната форма на управление на	Стреми да създаде структура с йерархичен ред, ясно разпределени	Периферна. Инвеститора инвестира в

	<p>персонала е хоризонталната организационна структура, основаваща се на информация и комуникация. Основен движещ фактор в организационната структура. Предприемача е лицето на компанията.</p>	<p>правомоция и отговорности. Цели се стабилност, контрол и устойчивост на структурата. Може сам да поеме лидерска роля или да я делегира. (Пример: В България собственикът може да назначи управител, който да носи съответна отговорност)</p>	<p>дадена компания, като делегира управлението и управител, който да се грижи за нейното развитие. Интересува се от резултатите на компанията, в това число и финансовите. Може да не е част от персонала/екипа на компанията. Юридически мястото му може да бъде правно регламентирано като съдружник, или акционер; Не участва в работата на компанията.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Първото важно разграничение е по отношение на **целите**, които има предприемача, собственика на МСП и инвеститора. Предприемача, традиционно е насочен към постигането на печалба от своето начинание по възможност в по-кратки срокове. Това на свой ред, в повечето случаи може да стане ако бъде намерена пазарна ниша и/или ако бъде създаден нов и иновативен за потребителите продукт/услуга или процес. Предприемача също така цели да постигне признание и да изгради един успешен имидж пред обществото и бизнеса. Това е относително нова черта на съвременния предприемач, като тя продукт на все по-голямата роля в съвременното общество на социалните мрежи и съответно споделянето на успеха и достигането на до голям брой потребители. Обществено признанието и създаването на позитивен имидж е финалният штрих, който цели всеки един съвременен предприемач – пример за това са предприемачи като Илон Мъск, Стив Джобс, Ричард Брансън, за които всеобщото обществено мнение е преобладаващо позитивно.

Собственика на МСП от своя страна, цели създаването на устойчива организационна структура, чиято визия да е насочена към по-плавния и постепенен

растеж. Търсенето на пазарна ниша е естествен процес във всяка една компания, но собственика на МСП често е склонен да предлага традиционни продукти и услуги на потребителите, като акцентира на качеството им, що се отнася до съревнованието с други конкуренти на пазара.

Целите на инвеститорите обикновено се свързват с възвръщането на инвестицията в кратки срокове и съответно с последваща печалба от нея. Самите инвеститори биват два вида по отношение на това в какво инвестират – традиционалисти и рискови инвеститори. Традиционалистите предпочитат да инвестират в по-сигурни от гледна точка на своята реализация проекти, въпреки и по-малката възвръщаемост и рентабилност (пример: инвестиции в недвижими имоти, държавни облигации и тн.), а от своя страна рисковите инвеститори предпочитат да инвестират в проекти, по правило с по-голяма рентабилност, но и до-голяма степен с голям риск да не се осъществят (пример: инвестиции в научни разработки, нови технологии, медицина и тн.)

По отношение на **времето** основните разграничения са свързани с визията за бъдещето. Предприемачите са насочени към бързи резултати. За тях времето е величината, която илюстрира техния успех. Колкото по-бързо един предприемач постигне своите цели, толкова по-успешен може да се определя той. Собственика на МСП от своя страна цели сигурност и стабилност на своята компания. Той има отговорност към своите служители. Нека да не забравяме, че и често малкия и средния бизнес е и семеен бизнес, така, че собственика на МСП трябва да мисли и за това какво наследство ще остави след себе си. Това е особено актуално за Европа и в частност България. Инвеститорите от своя страна, както беше споменато целят на първо място възвръщане на направената инвестиция и съответно постигане на допълнителни финансови резултати от нея. Тези резултати зависят от характера на инвестицията и съответно на инвеститора. Така една инвестиция в недвижим имот с цел отдаване под наем, може да доведе годишна възвръщаемост на инвеститора от 5 до 10 %, което значи възвръщане на инвестицията от 20 до 10 години, като след този период може да се получава чиста печалба. От своя страна инвестиции в различни новосформирани компании с цел бърз растеж (т.нар. Стартъпи) може да донесе над 50% възвръщаемост, в зависимост от компанията и продукти/услугата, която се предлага. Тук могат да се дадат няколко примера за добри инвестиции в различни компании. Ако през 2007 г. инвеститор инвестира 1000 долара, под формата на акции, в неизвестната към онзи момент онлайн стрийминг платформа Netflix към настоящия момент неговата печалба за тези инвестирани 1000 долара би била 51 966 щатски долара. Така инвестиция от 1000

долара през 2007 г. в компанията Amazon, към настоящия момент би се оценявала на 12 398 долара, а в Apple на 6228 долара¹². Всъщност тук е и видна една от основните разлики между предприемач и инвеститор – предприемачът е лицето, което стои зад създаването на компанията, която предлага продукта/услугата/процеса, докато инвеститора инвестира в тази компания след като тя вече е създадена.

Отношението към **риска** е друг разграничаващ фактор, като за предприемача той е основна характеристика. В миналото предприемачите са били определяни и като авантюристи. Всеки предприемач на теория трябва да е готов, че неговия проект може да претърпи неуспех. Този неуспех в повечето случаи не е единствено в резултат на действията/бездействията на предприемача, а и на много други външни фактори – като конкуренция, пазарна среда и конюнктура, политически и финансови рискове и др. Нека тук се припомни и относителния успех на компанията за алтернативни таксиметрови услуги Uber. Същата компания не успя да разгърне своя потенциал в Европа, в това число и България, във връзка с протести на таксиметрови компании и тяхно силно лоби в съответни държави. Нещата за компанията не потръгнаха и в Китай, чието правителство забрани услугите на Uber, но даде разрешение на китайска компания, която копира услугите на Uber, да функционира на китайския пазар. В този случай, неуспеха на Uber на някои международни пазари не е плод на недобре разработена услуга, предлагаща се от компанията, а на външни фактори.

Рискът от друга страна не се гледа толкова положително от страна на собствениците на МСП. Както е споменато по-горе, за тях от първостепенно значение е осигуряването на стабилност в компанията, създаване на добър екип, внедряване на добри организационни практики и взаимоотношения, както и запазване и подобряване качеството на предлаганите продукти/услуги.

Отношението към риска от страна на инвеститорите също е противоречиво. Дори и тези, склонни да инвестират в рискови проекти, по неписани икономически правила, не са склонни да инвестират повече от 10% от своя капитал в такива проекти.

Що се отнася до **ролята в компанията**, тук също има няколко основни разлики. Предприемачите обикновено имат централно място в компанията. Те са основния движещ механизъм в една организация и всичко там се върти около тях. Предприемачите са лицето и душата на тяхната компания, като често екипите в организацията остават на заден план. Ситуацията е съвсем различна в традиционните компании, водени то

¹² “What \$1,000 Invested in These Companies 10 Years Ago would be Worth Today” 31.10.2017 <https://howmuch.net>

собственици на МСП. Както бе споменато, собственика на МСП, може да делегира управлението на компанията на управител, който да създаде необходимата работна и организационна синергия и добро взаимодействие между собственика, управителя и служителите в компанията.

Инвеститорите на свой ред имат по-скоро периферно участие в компаниите. Често те са или съдружници или акционери, които все пак могат да участват във вземането на решения, касаещи генералната стратегия, визия и цели в една компания.

За да бъде допълнително изяснено разграниченията между предприемач, собственик на МСП и инвеститор, е необходимо да бъдат приложени примери за такива.

Пример за предприемач: Стив Джобс – американски бизнесмен, олицетворение на съвременния предприемач. Стив Джобс преминава през всички теоретични и практични стъпки на един предприемач. Преди да поеме контрола на основата от него компания Apple, той има няколко недостатъчно успешни предприемачески проекта. Неговия успех се базира на въвеждането на съвременните компютърни и комуникационни технологии в достъпен за потребителя вид. Стив Джобс не е изобретател на тъчскрийн екраните, нито на смартфоните, но Стив Джобс е първия, който прави устройства, използващи тези технологии, достъпни до крайните потребители. Интересен факт е, че първия телефон с тъчскрийн екран е разработен от американската компания IBM през 1990 г., а японската компания NTT DOCOMO INC са имали разработени прототипи на смартфони още в края на 90-те години на XX век, но не са ги пуснали на пазара поради страх, че няма да се приемат добре от потребителите. Стив Джобс е човекът, който е нямал такъв страх и успешно съчетава тези, недоразвити към онзи момент, съвременни технологии в нови иновативни продукти, които правят неговата компания една от най-скъпите световни марки и една от най-успешните финансово компании в света.

Пример за собственик на МСП: Собственици на месокомбинат “Новомес”, с. Ново Село, Пловдив – както бе споменато по-горе, примерите за собственик на МСП ще бъдат прилагани съгласно българската практика. Такъв успешен пример за предприятие е месокомбината в село Ново Село, област Пловдив – Новомес. Предприятието стартира своята дейност през 2001 г., като малка транжорна, но благодарение на високото качество, големия асортимент, добрия екип и добрата логистична система, компанията успява първо да се утвърди в региона на Пловдив, а вече

и на национално ниво. Предприятието бележи плавен, стабилен и устойчив икономически растеж, като постоянно реинвестира част от приходите в подобряване на своята производствена база и увеличаване на асортимента от предлагани продукти. Предприятието е семейно предприятие, което стартира като микро-предприятие през 2001 г., а към настоящия момент е средно с персонал от над 150 души. Следващи стъпки в развитието на предприятието е утвърждаване на националния пазар и постепенно излизане на нови пазари – Гърция, Сърбия, Македония и тн.

Пример за инвеститор: Уорън Бъфет – американски бизнесмен и инвеститор, който днес е определян като един от най-добрите съвременни инвеститори в сферата на финансовите пазари. Според списание “Форбс”, богатството му към настоящия момент се оценява на 86,6 милиарда щатски долара, като през 2008 г. дори е класиран от същото списание за най-богатият човек на света. Уорън Бъфет натрупва своето състояние на базата на своите дълбоки познания в областта на финансовите пазари. Той има уникалната способност да закупува акции на компании, които към момента на тяхното закупуване изглеждат не добра инвестиция, но с времето тези компании се стабилизират и развиват, което носи дивиденди на Бъфет. Една от известните фрази на Уорън Бъфет е: “Инвестирайте в неща, в които разбирате”.

2. Ежедневна активност на предприемача

2.1. Изясняване на концепцията „Работи всеки ден, по цял ден“

Едно от основите неща, които формират предприемаческото мислене е изясняването на концепцията „Работи всеки ден, по цял ден“. Естественото тук, не трябва да си представяме, че предприемачите са хора, които работят за реализиране на своите проекти постоянно, тотално игнорирайки личния си живот. Въпреки това, успешното реализиране на всеки един предприемачески проект изисква полагането на неимоверно много усилия и работа от страна на предприемача. Всеки един млад предприемач, който тепърва започва да се занимава с предприемачество и със свои собствени проекти, трябва да е наясно, че успешните предприемачи не работят със стандартно работно време от 9:00 до 18:00 ч. Това е едно от нещата, които всеки предприемач трябва да е наясно преди да започне да се занимава с реализирането на своите проекти.

Въпросната концепция „Работи всеки ден, по цял ден“ има за цел да създаде в съзнанието на предприемача нагласа, че успеха идва след полагане на усилията и работа, често извън регламентираната работна времева рамка. Тази концепция не значи, че всеки един предприемач трябва да работи постоянно, а по-скоро да покаже, че успехът идва след полагане на значителни усилия, често извън установеното в обществото работно време, ако това е необходимо за постигане на успех в начинанието. Тази концепция също така трябва да способства и за създаването на т.нар. „предприемаческо мислене“.

Всъщност, това колко работи един предприемач, до голяма степен зависи от това дали той правилно управлява и оптимизира своето време. Всеки един предприемач трябва умело да използва своя работен график и да не губи време в работни срещи, с екипа или потенциални партньори и инвеститори, от които няма да има реален резултат за осъществяване на целите на неговия проект.

Естествено, не трябва да се забравя, че предприемача е човек, който също има нужда от почивка. В последно време, все по-често се говори за т.нар. „Бърнаут синдром“ (Burnout syndrome). Бърнаут синдрома е състояние на крайно емоционално, ментално и физическо изтощение, причинено от постоянен и систематичен стрес, обикновено свързан с работното място. Характерни за Бърнаут синдрома са чувства на апатия към работата, липса на професионална мотивация, пристъпи на гняв, пасивна агресия и всеобхватно усещане на неудовлетвореност.

Поради тази причина, предприемача трябва да знае своя лимит и как ефективно да управляват своето време. Един от възможностите варианти за почивка и намаляване на стреса е например на две седмици, предприемача да си взема почивен ден, например неделя, в който не само да не работи, но и да не мисли за работа. По този начин той ще може да презареди своите сили, ако е необходимо да рестартира своето съзнание и мисли, свързани с проектите, както и да намали факторите за поява на Бърнаут синдром.

2.2. Работното място на предприемача

Развитието на съвременните информационни и комуникационни технологии промениха генерално естеството на работните процеси в различните организационни структури. Тази революция допринесе за драстичното повишаване на количеството и качеството работата, което всеки един предприемач или работник извършва за единица време. Днес, благодарение на компютрите, интернет, електронната поща, принтерите и скенерите, смартфоните и различните комуникационни платформи, времето за което се

изпълнява една работна операция се намалява неимоверно. В динамиката и забързания ритъм на съвременния живот, без наличието на тези устройства и технологии, успеха на един предприемач би било почти невъзможно задача.

Тези технологии също така премахват границите, отнасящи се до работното място. Работата в офиса беше ефективна от гледна точка на това, че мениджърите можеха да следят и контролират своите подчинени, както и да бъдат в постоянно взаимодействие с тях. Днес, работа вкъщи, която изглеждаше като нещо невъзможно преди години, е съвсем реална и достатъчна възможност, която дори има своите предимства.

Що се отнася до предприемачите, една от техните специфични характеристики е това, че те трудно могат да стоят статично на едно работно място. Да бъдеш успешен предприемач означава изключително голяма активност по всяко време на работния ден.

В съвременния свят трудно може да кажем къде е работното място на предприемача. То е едновременно на различни срещи в офисите на инвеститорите, в собствения офис, на различни бизнес форуми и събития, както и вкъщи. Важното за предприемача е той да има възможност да работи, като тази възможност се осигурява от гореспоменатите технологични устройства – смартфони, лаптопи, устройства предоставящи интернет и тн.

Освен провеждането на много срещи с потенциални партньори, клиенти, екип и тн., предприемачите трябва да имат и време, в което да работи на спокойствие. Това може да стане или в офис или от вкъщи. Както беше споменато новите технологии направиха така, че работата вкъщи да бъде реална опция и възможност пред всеки един човек.

На практика всички неща, които се правят в офиса могат да се правят и в вкъщи или на друго място различно от офиса, в зависимост от условията. Благодарение на програми като скайп и вайбър срещите с колеги или партньори могат да бъдат правени по всяко време и от всяко място, като единственото условие за това е наличието на интернет.

Работата от вкъщи или от офиса става все по-актуална тема в последните години, като този въпрос до голяма степен е валиден и за изясняването на ежедневието на предприемача. Не трябва да се забравя, че често той работи с екип, от който трябва да получи възможно най-добри резултати. Екипите са съставени от хора, които пък на свой ред, често имат свои изисквания по отношение на работата и по-конкретно на работната среда. Поради тази причина от съществено значение за предприемача е да бъде наясно относно ползите и недостатъците на работата от вкъщи и в офиса, както и да намери

своето най-подходящо за неговия екип решение. По-долу са описани някои от предимствата, както на работата от вкъщи, така и офиса.

Предимствата на работата от вкъщи са свързани с това, че:

Намалява разходите за поддържане на офис - възможността за работа от вкъщи, позволява да бъдат редуцирани разходите за наем на офиса и режийни разноски, паркоместа, гориво, консумативи и др. За един предприемач, който току-що е започнал своя проект, редуцирането на разходите е от съществено значение. Поради тази причина, възможността, която дава работата от вкъщи не бива да бъде подценявана.

По-добро управление и оптимизиране на времето – всеки един човек има различни часове в денонощието в които работи по-добре. Някои работят по-ефективно рано сутрин, други вечер. Често тези най-ефективни часове могат да бъдат извън стандартното работно време от 9:00 до 18:00. Работата от вкъщи позволява всеки да работи тогава когато може да стори това най-ефективно. Също така работата от вкъщи позволява да се спести от времето, които всеки един човек да стигне от вкъщи до работа и обратно, с което печели допълнителни от едни до два работни часа.

По-голяма ефективност за някои професии – някои по-творчески и креативни професии като архитекти, дизайнери, инженери или програмисти имат нужда от периоди, в които да бъдат по-съсредоточени за да реализират своите проекти и задачи. Работата в офис, особено когато голяма част от екипа е в едно помещение, може сериозно да разконцентрира специалистите да реализират в пълна сила своите проекти.

От своя страна, в сравнение с работата от вкъщи, **работата в офис предлага следните преимущества:**

Работата в офиса стимулира зараждането на нови идеи и допринася за създаването на по-добро взаимодействие между екипа – именно новите и иновативни идеи са в основата на успеха на всяко едно предприемаческо начинание. В повечето случаи тези идеи се зараждат именно в обстановка на комуникация и вербално взаимодействие между членовете на екипа и предприемача. Зараждането на нови идеи и креативността в повечето случаи са плод на работа в екип. Новите иновативни идеи обикновено се създават сред хора, отколкото в моменти на озарение на предприемача вкъщи.

Средата вкъщи разсейва – работата от вкъщи може да не допринесе за постигането на желанния ефект на концентрация и съсредоточаване при реализиране на работните задачи, ако членове на семейството (деца, родители, половинки, домашни

любимци) разсейват предприемачите с различни битови и ежедневни въпроси и задължения.

Работата от вкъщи не е за всеки – ефективната работа от вкъщи има своите особености. Тя изисква създаване на такава среда, в която предприемача ще може да работи максимално концентриран и съсредоточен, да има самодисциплина и самоконтрол за реализиране на поставените цели, както и да бъде човек, който наистина се наслаждава на възможността и предимствата на работата от вкъщи. При всеки един човек, въпроса за работа в офис или вкъщи е изключително индивидуален по своя характер. Съществуват хора, които работят много по-ефективно вкъщи отколкото в офис, както и обратното. Работата от вкъщи, също така, лесно може да доведе до социална изолация и дори до депресия. Работата от вкъщи изисква специални умения и качества, като при не добра самодисциплина, вместо да намали стреса, може да доведе до обратен ефект.

Както е видно, все още няма еднозначен отговор кое е по-добро – работата от вкъщи или в офис. И двата метода имат своите предимства и недостатъци. Може би най-добрия подход е тяхното съчетаване. По този начин, предприемача може да предостави възможност на своя екип, за конкретни задачи или за конкретни дни, при тяхно желание, да работят от вкъщи.

Всеки един предприемач прави внимателно своите разчети за съществуващите налични разходи. Често наличието на офис изисква поемането на значителни средства за наем, режийни разноски, поддръжка и др. Благодарение на новите технологии се разработват и нови подходи за наем на офис помещения – такива решения са т.нар. „споделени офиси“ – няколко компании си споделят разходите за използване на офис, обикновено приемна и конферентна зала, както споделени разходи за заплата на офис мениджър, чиято задача е и съставянето на график на срещи и други събития в споделения офис. Това е едно добро решение, особено за младите предприемачи, като по този начин те си осигуряват достъпен офис, имат възможност за гъвкавост по отношение на своята работа, както и възможност да провеждат работни срещи с екип, партньори или клиенти в офис пространство.

2.3. Значението на работните срещи за предприемача

Ежедневната работа на предприемача е свързана с провеждане на множество работни срещи, от една страна с членовете на екипа в предприемаческия проект, а от

друга с потенциални инвеститори, партньори и клиенти. Провеждане на голямо количество работни срещи, особено ако не се провеждат правилно и методично, може да коства на предприемача важно време. Поради тази причина всеки един предприемач трябва да има ясна стратегия и методика как най-оптимално и ефективно да проведе тези срещи. Предвид широкия обхват на предприемаческата дейност и различните цели на предприемача, трудно може да се каже какво е оптималното количество работни срещи за един ден, които предприемача трябва да участва. В повечето случаи те зависят от стадия, в който е неговия проект, търсените резултати от срещите, както и значението на ответната страна в тези срещи. Като правило, работните срещи трябва да водят до ясен и конкретен резултат.

Трудно може да се даде отговор, точно колко бизнес срещи е добре да провежда един предприемач за един ден. Това преди всичко зависи от характера на бизнес срещите и ответните участници в тях. Във всеки случай, провеждането от един предприемач на повече от 4 бизнес срещи на ден не би било добра идея. На първо място, всяка една среща изисква поддържане на определено ниво на концентрация от страна на предприемача, което ниво, ако бъде надвишено, може значително психически и емоционално да изтощи предприемача. Също така провеждането на среща изисква предварителна подготовка и последващи действия, които също изискват време, което е от изключителна важност за предприемача. Така например, ако един предприемач има предвидени 4 работни срещи, които средно, в най-добрия случай да бъдат с продължителност 45 минути, и отчитайки времето, което му е необходимо да се придвижи от мястото на едната среща до другата, в случай, че това е необходимо, както и времето за предварителна подготовка и последващо обобщаване на резултатите от срещата, то се получава, че за да проведе качествено и ефективно тези срещи е необходимо да изгуби от минимум 8 до 12 работни часа (3 часа провеждане на срещи, 2 часа подготовка, 1 час обобщаване, 2 часа придвижване до места на срещи).

Въпреки, че няма общоприета стратегия и методика за ефективно водене на работни срещи, предвид това, че в повечето случаи търсените резултати от тях са различни съгласно целите на предприемача и използвания от него индивидуален подход, все пак може да обобщим, че са налични и универсални принципи и правила за успешно реализиране и водене на такива срещи, а именно:

Предварителна подготовка към срещата – за да бъде ефективна една работна среща на предприемача, то той трябва сериозно да се подготви към нея. Необходимо е да се направи профил на ответните участници в срещата – силни и слаби страни, какво

целим от тях и как да го постигнем и тн. Например, ако един предприемач се среща с потенциален инвеститор, то той трябва да проследи историята на инвеститора, в какви проекти инвестира, какви суми, какъв е процента на реализирани проекти, какви са отношенията му с предприемачи, които са реализирани порести или обратното – не са.

Друг важен елемент от предварителната подготовка е презентацията на проекта. Презентацията може да бъде направена на хартиен носител (брошура, каталог, книжка и тн.), така и представена по електронен път, чрез лаптоп или таблет, като на тези устройства да бъде представена PowerPoint презентация, видео с проекта, или например показана демо версия на сайт или приложение, за което да бъде търсена финансовата подкрепа на инвеститора. Естествено, предприемача трябва да притежава добри презентационни умения, с помощта на които да убеди инвеститора в успешността на своя проект.

Съществен и не по-малко важен елемент от предварителната подготовка е и селекцията на ответна страна. Безсмислено е предприемача да се среща с инвеститори, които, след направено проучване и анализ, няма да има желан ефект от проведената среща. Поради тази причина, всеки един предприемач трябва внимателно да селектира с кого се среща и дали това точния партньор от когото зависи крайното решение. Срещи с представители на инвеститора и/или посредници, от които не зависи крайното решение, са безсмислени. В крайна сметка, те само ще предадат информация на инвеститора, като същото може да стане с изпращане по електронната поща на описание и презентация на проекта.

Дневен ред – едно от най-важните неща за ефективна работна бизнес среща е наличието на дневен ред, по който тя да протече. Дневния ред най-лесно може да бъде дефиниран като комплекс от въпроси, които да бъдат разисквани, и на които да бъде даден отговор, по време на срещата. От изключително значение е предприемача предварително да е описал въпросите, по които ще бъде воден дневния ред. Желателно е и този дневен ред да бъде съгласуван с ответната страна в срещата предварително, в момента на уточняването на времето и мястото ѝ. По този начин и двете страни ще могат по-добре да се подготвят към срещата, без да се губи ценно време. **Пример:** ако предприемач има среща с потенциален инвеститор, то след като бъдат уточнени дата и час на провеждането на срещата, предприемача може да информира потенциалния инвеститор за дневния ред, по който да се проведе тя. В настоящия случай, той може да съдържа следните точки: 1. Презентация на проект; 2. Възможности за инвестиране и очаквани ползи; 3. Дискутиране на финансови детайли в случай на инвестиция. За да

бъде подготвен потенциалния инвеститор по-добре към срещата, то може да бъде изпратена и кратка концептуална презентация, но не презентация на целия проект

Желателно е по време на бизнес срещата, предприемача да се придържа към точките от дневния ред и да избягват теми, които са извън фокуса на срещата, както и такива като политика, международни отношения или спорт. Засягането на такива теми измества фокуса на участниците в срещата и съответно се губи ценно време в безполезни разговори. Ако, все пак, такава тема бъде засегната, то предприемача внимателно следва да я отклони за по-късен етап. Въпреки всичко, при профилиране на ответната страна в срещата, в следствие на което знаем, че например инвеститора е запален футболен любител, то може, в определен момент по време на срещата, да засегнем подобна тема и да го попитаме дали е гледал даден футболен мач с любимия му отбор и тн. По този начин ще се създаде една по-неформална и приятелска среда между участниците в срещата и може да се създаде необходимата симпатия, която в крайна сметка да допринесе за добри резултати от срещата. Все пак предприемача трябва да има познания по човешка психология и да знае точния момент, в който да използва максимално ефективно тази информация.

Продължителност на срещата – при определяне на това каква трябва да бъде продължителността на една среща, то изходната позиция на всеки един предприемач е, че времето е пари. Колкото по-бързо протече една среща, и в нея са уточнени всички точки от дневния ред, то толкова по-добре. В практика се е утвърдило мнението, че една среща не бива да бъде по-дълга от 1 час. Именно 1 час е времеви период, в който участниците в една среща могат да останат максимално съсредоточени и концентрирани. Оптималната продължителност на една среща е от 25 до 40 минути. Като при такива срещи и двете страни ще имат необходимото време да представят своите гледни точки без да губят фокуса от срещата. При такава продължителност на една среща, предприемача ще може да проведе още 2 или 3 работни срещи в същия ден, в зависимост от неговия график.

Обобщаване на резултатите от срещата и съставяне на план за действие – при динамичното ежедневие на предприемача и провеждането на множество бизнес срещи, понякога той може да забрави, как е протекла дадена среща и какво е поел като ангажимент предприемача. В тази връзка е желателно, предприемача да си води записки или нещо като дневник от проведените срещи, в които описва как е протекла срещата, както и какво е обещал да осигури допълнително след нея. Например, при представяне на проект пред инвеститор, той е изискал допълнително да бъде предоставена по

електронната поща информация за очаквана възвръщаемост на потенциалната инвестиция за срок от 1 година. Тази информация следва да бъде изпратена на посочен имейл адрес в максимално кратки срокове. В случай обаче, че предприемача, улисан с своето ежедневие, забрави за този свой ангажимент и съответно забави изпращането на тази информация, то това може да се окаже лош сигнал за инвеститора, който съответно да се откаже да работи с предприемача. За да бъдат избегнати подобни недоразумения, предприемача следва да прави кратки резюмета за своите срещи и да си записва какво е поел като ангажимент към ответната страна.

Темата за бизнес срещите, какви са техните цели, как да получим най-добри резултатите от тях, както и каква е тяхната роля в ежедневието на предприемача, постепенно се превръща в особено актуален и належащ въпрос, както от страна на изследователите на предприемачеството, така и от страна на самите предприемачи. Някои от тях са изключително радикални в своето отношение към това какви трябва да бъдат бизнес срещите. Пример за това е изразената позиция на един от символите на съвременното предприемачество – Илон Мъск, който в електронното списание Quartz, определя срещите, които не водят до резултат, като една от най-големите заплахи за успешните компании.

„Дългите и продължителни бизнес срещи са това, което унищожават иновативните и големи компании, като почти винаги тези срещи се влошават с течение на времето. Моля ви, излезте от всички тези големи срещи, освен ако не сте сигурни, че те дават стойност на цялата публика участници в тях, в който случай ги задръжте, но много кратки. Освен това се отървете от честото свикване на срещи, освен в случаите когато не се занимавате с наистина много належащ въпрос. Честотата на срещите трябва да падне рязко веднъж щом неотложният проблем е бил решен. Станете и напуснете дадена среща или отхвърлете обаяване щом стане видно, че вие не добавяте стойност. Не е грубо да станете и да си излезете от срещата, а грубо е да карате някой друг да стои там и да си губи времето.“¹³

Илон Мъск

¹³ Lila MacLellan, „Elon Musk’s advice for when you’re dragged into useless meetings“, 18.04.2018, <https://work.qz.com>

2.4. Работен график

В своето ежедневие, всеки един предприемач извършва голям брой и различни по своя характер дейности, с които цели успешно реализиране на своите проекти и начинания. Това изисква извършване на много, различни по своята същност, задачи. За да бъдат качествено и ефективно изпълнени тези задачи, от съществено значение за предприемача е да бъде съставен работен график. Работния график е най-добрият приятел на предприемача. Работния график представлява времево разпределение на различни задачи и мероприятия, които предприемача трябва да реализира или проведе. Работния график, в повечето случаи е дневен и/или седмичен органайзер, по който предприемача се ориентира в изпълнението на належащите задачи. Графикът може да бъде както класически тефтер-график, така и наличен в електронен вариант, като обикновено всеки един съвременен смартфон има функция на органайзер, където да се записват и управляват всички задачи. Съществуват също така и специализиран софтуер, чиито функции са свързани с управлението на графика на предприемача. Изборът кой вариант на работен график – класически или електронен, ще използва предприемача, това зависи изцяло от неговите индивидуални нагласи и виждания.

В графикът се записват всички работни операции, които трябва да бъдат изпълнени, както и срещите, които трябва да бъдат осъществени. В графикът се описва времето и мястото на срещите, като се отчита и времето, което е необходимо за да се стигне от една среща към друга. Естествено, важно е да се каже, че закъснението за срещи са изключително нежелани, като графикът способства, предприемача да се ориентира във времето.

Основната функция на работния график е ефективното селектиране и приоритизиране на задачи и срещи, както и оптимално разпределение на задачи, срещи и ангажименти. Всеки успешен предприемач е необходимо да има яснота относно тези задачи и мероприятия. Както се казва в българската поговорка – „Умният записва. Глупавият помни“. Това в пълна сила се отнася за предприемача, който е необходим да води и управлява своето време, като това най-лесно става чрез работен график.

Съвременната бизнес среда предоставя изключително много възможности за развитие на различни бизнеси. Много често, особено по-неопитните предприемачи, в стремежа си бързо да натрупат капитал и да се докажат, не познавайки добре своя професионален потенциал, предприемат множество проекти и начинания, които реално

нямат достатъчен капацитет, умения и най-важното време, за да реализират. Тук от огромна помощ идва графикът, който при умело използване, позволява предприемачите да приоретизират и селектират своите задачи и срещи, които реално да изпълнят. Предприемачите трябва да са наясно, че в бизнеса, е много важно да изпълняваш поетите ангажименти, като именно това е един от факторите, определящи успешните бизнесмени и предприемачи.

В графикът могат да записват и личните ангажименти на предприемача. Все пак не трябва да се забравя и факта, че предприемачите са и хора, които също имат нужда от почивка и приятни лични моменти. Много често, предприемачите, улигани в своите професионални ангажименти, забравят за наличието на лични такива. Често това води до влошаването на така ценния баланс между професионални и лични ангажименти, като включването на лични задачи в работния график спомага за поддържането на такъв баланс.

2.5. Работен екип

Често когато говорим за успеха на един предприемачески проект или начинание, първото, което се появява в нашето съзнание, е усърдната и самостоятелна работа на предприемача, като често се пропуска, че зад него стоят много усилия и работа от страна на неговия екип. Да, наистина, предприемача е сърцето и душата на една компания. Той е лицето, което е носител на първоначалната идея, той е катализатор на повечето действия в компанията и същевременно мотиватор за този екип, но в никакъв случай не трябва да се подценява значението и ролята на екипа.

Именно сформирването и управлението на екип е едно от главните, често подценявани, фактори за успех за всяко едно начинание на предприемача. Всеки един предприемачески проект, освен със създаването на стратегия, план за изпълнение и формулиране на цели, е необходимо да съдържа и стратегия и методика за ефективно сформирване и управление на екип.

Въпреки, че сформирването и управлението на екип на предприемачески проект, не се отличава в своите основни стъпки и методи от това при една стандартна компания, все пак има някои характерни особености при него.

На първо място **предприемача трябва да бъде добър психолог** - не трябва да се забравя, че екипите са съставени от хора, със своите чувства и стремежи. Предприемачите трябва, освен добри бизнесмени, да бъдат и добри психолози. Тяхна

работа е умело да управляват своя екип, отлично познавайки техните качества, извличайки най-доброто от тях. Предприемачите трябва да са наясно с психологическото и емоционално състояние и мотивацията на членовете на своя екип и как те могат да реагират на различни ситуации, като например успех или неуспех на проекта.

На второ място, **предприемачите трябва да познават т.нар. „скрити звезди“** в своя екип – за реализирането на всеки проект е необходимо добър и сплотен екип, но често в екипите има скрити звезди, които ако не бъдат правилно направлявани от предприемача, могат да бъдат загубени, като разгърнат своя потенциал на друго място. Пример за това е бразилския компютърен експерт и мобилен разработчик Хуго Бара. Той започва своята кариера в американския интернет гигант Google, като именно там разгръща своя огромен потенциал, помагайки на компанията да създаде свои смартфони. Чувствайки се недостатъчно оценен в компанията, през 2013 г., той приема предложение от непозната към онзи момент китайската компания за производство на мобилни и компютърни устройства Xiaomi. В резултат на това назначение, Xiaomi постепенно се превръща в един от най-добре развиващите се световни брандове за смартфони и компютърна периферия, докато резултатите на подразделението на Google за смартфони значително отстъпва на своите конкуренти. Примерът с Хуго Бара е показателен за това, че един предприемач трябва да е наясно с потенциала на всеки един свой служител или член на екипа, като му помага едновременно той да бъде оценен за своята работа, както и да работи за благото на компанията.

Предприемача не трябва да допуска, да се създаде мнение сред екипа, че успехите на компанията е само и единствено негово дело, а трябва да създаде чувство, че успеха е плод на усилията и на екипа.

За това колко е важен екипът за предприемача, може да се даде пример с един от най-известните и превърнали се в нарицателно за успех, предприемачи - Стив Джобс. Да, той е лицето и основен двигател на всичко, което се случва в неговите предприемачески проекти и компании, но неговия екип, възглавяван от компютърния гений Стийв Возняк и главния дизайнер Джонатан Айв, дърпат неговите компании, в това число и Apple, напред.

От съществено значение е предприемача да изгради добър и устойчив екип, в който той успешно да разпредели отговорности и задачи. Както стана ясно, предприемача често може да отсъства от работното място, като в негово отсъствие трябва да работи екипа. В тази връзка той, освен правилно разпределение на различни задачи, трябва да установи система на контрол и мониторинг на дейността на екипа, както и да

изгради устойчиви комуникационни канали с екипа. Тези канали могат да бъдат формални и неформални. Формалните са провеждането на работни срещи, докато неформалните са свързани с провеждането на тимбилдинги, извънработни занимания на екипа и други подобни мероприятия. Предприемача е отговорен за поддържането на хармония и синергия в управлението от него екип.

III. Предимства и недостатъци на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

1. Предимства на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

1.1. Възможност собствена бизнес идея/начинание да намери реализация

Много често, хора с предприемаческо мислене, предвид различни професионални и лични обстоятелства, са принудени да работят като служители за друг работодател. Това на свой ред, освен ограничаването на възможностите за удовлетворяваща спрямо потенциала и уменията на тези хора, печалба на финансови средства, не им дава и възможност да развият своя собствена бизнес идея/начинание.

Безусловно, наличието на професионален опит, в това число и като служител на друг работодател, особено в България, е една от основните характеристики на българските успешни предприемачи, но същността на предприемачеството, както и едно от неговите най-големи предимства, е в това да дава възможност за реализация на свои собствени проекти и начинания. В своята професионална еволюция, предприемачите първоначално стартират тази собствена бизнес инициатива с цел да придобият финансова печалба от своето начинание, но на по-късен етап, техните цели постепенно се трансформират в това да търсят вътрешно удовлетворяване от това тяхната бизнес идея да бъде успешно осъществена.

Както стана дума по-горе, предприемачеството, обикновено се свързва с разработването и внедряването на различни иновативни продукти или услуги, които да водят до предприемаческа печалба. Всеки един студент от бизнес или икономическа специалност неведнъж е чувал изразът – „ако случайно ви дойде гениална идея за нещо иновативно, което да се реализира на пазара, то, бъдете сигурни, че тази идея вече е

дошла в съзнанието на най-малко 100 човека преди вас“. Успехът на предприемаческия проект не е в генерирането на идеята за иновационен продукт, процес или услуга, а по-скоро в управлението, етапите и методиката за реализиране на тази идея. Успешния предприемачески проект се свързва с изключително много работа и себеподдаденост от страна на предприемача и неговия екип. Това се отнася и в пълна сила за собствениците на собствен бизнес при дейност на новооткрита компания. В тази връзка, освен генерирането на предприемаческа печалба от проекта, всеки един предприемач или собственик на малко и средно предприятие, чувства вътрешна удовлетвореност от реализирането на своя проект. В един момент от своето развитие, всеки един предприемач, не се стреми към това да спечели по-голяма предприемаческа печалба, а към това да получи обществено признание и да бъде определен като новатор и пионер в различни икономически сектори. Това става най-често при успешното реализиране на своя предприемачески проект от зараждането на идеята до успешното разработване на проекта.

1.2. Увеличаване на размера на приходите

Друго съществено предимство от предприемачеството, както и от стартирането на свой собствен бизнес като цяло, е очакваното увеличаване на финансовите приходи. Това, естествено става възможно при добър бизнес план и стратегия, опит, желание за работа и стремеж към успехи от страна на предприемача или собственика на собствен бизнес, сформирание на добър екип, както и под въздействието на различни външни фактори, като конкурентна среда, пазарна ниша, възможности за финансиране, държавни стимули за развитие под формата на различни проекти и програми за насърчаване на предприемачеството и др.

Предприемаческите проекти, въпреки, че са носител на значителен риск, дават възможност, водещите субекти в тях – предприемачите, да натрупат по-бързо такъв капитал, с който да избият направените от тях първоначални инвестиции и разходи. При стартирането на собствен бизнес, при отчитането на етапите на развитие на една компания, и при условие, че няма външни фактори, които да оказват неблагоприятно въздействие на компанията, очакваното увеличаване на приходите може да стане на по-късен етап, като това дори може да отнеме години.

В последните години, с развитието на информационните и комуникационни технологии и съответната пазарна ниша на продукти и услуги от този сектор, се

създадоха изключително добри условия за предприемачи, които разработват даден проект в тази сфера – мобилни приложения, специализиран софтуер или др. Разработването на един подобен продукт или услуга не коства много време, не е необходимо сформиранието на голям екип, като се акцентира на качеството на този екип – например добри и талантиви програмисти и разработчици, а за такива проекти, предвид бързата реализация и капитализация на продукта/услугата, може бързо да се намери инвеститор. Видовете инвестиции за такива проекти могат да бъдат:

- **Бизнес ангели** - група от хора или един човек, които инвестират директно в нови бизнеси на ранен етап, в повечето случаи в ИКТ сферата;
- **Стартъп Акселератори** - схеми и програми за стартиращи бизнес проекти, предимно в ИКТ сектора. Инвестициите не са само под формата на финансови средства, а и като менторство, предоставяне на офиси и тн. Първоначална инвестиция от тези програми е между 20 хил. евро до 50 хил. евро. Стартъп Акселератори, обикновено имат и период, в който компанията трябва да направи ръст – обикновено 3 месеца. В България пример за такива стартъп акселератори са LAUNCHHub и Eleven.
- **Фондове за рисков и частен капитал** - инвестират в предприемачески проекти с висок потенциал за осъществяване на бърз растеж и конкурентно предимство. Фондовете за рисков и частен капитал взимат дялово участие в компанията за период от време и работят заедно с предприемача, за да се подобри конкурентната пазарна позиция¹⁴.

1.3. Професионална независимост по отношение на сформиранието на екип, работно време и работен график, работно място и др.

Друго съществено предимство на предприемачеството и собствения бизнес е, че то дава необходимата свобода на предприемачите и бизнесмените по отношение с кого и как да сформират своя екип, както и кога, как и къде да работят за реализирането на своите проекти.

Поставянето на един предприемач в рамките на работата като служител, с фиксирано работно време, заплата и с вече формиран екип, с който той често е и принуден да работи, пряко влияе на неговото професионално развитие и мотивация, като

¹⁴ „Какви са различните видове инвестиции за стартиращи компании“, <http://www.entrepreneur.bg>

често той не може да разгърне в пълна сила своя потенциал. В тази връзка, сериозно предимство на предприемачеството и собствения бизнес, е че те дават възможност предприемача да излезе от тези граници и да разгърне до голяма степен своя бизнес потенциал.

Предприемача може сам да сформира своя екип за реализиране на своя проект, на базата на изградени от него критерии и условия към екипа. Също така предприемачеството му дава свободата сам да избира своето работно време и място, в зависимост от това кога, как и къде той се чувства най-трудоспособен и с най-голям коефициент на полезно действие.

Същото, до голяма степен се отнася и при стартирането на свой собствен бизнес, когато той не може да бъде класифициран като предприемачески. Мениджърът на компанията може сам да определи своя екип, може да въведе система за по-гъвкаво работно време, на базата на това кога неговите служители са най-ефективни в своята работа, както и възможност за комбиниране на работното място с работа от вкъщи.

1.4. Желание за работа и стремеж за успехи

Самостоятелната стопанска дейност е нещо, което искаме да правим и респективно го правим с удоволствие, което, при добро планиране и усърдна и ефективна работа, освен финансови резултати може да доведе до вътрешно, личностно и професионално удовлетворение. Предприемачът или мениджърът на току-що стартирала компания, в повечето случаи, стартират своите проекти, с идеята освен за очаквани финансови резултати, и с идеята, че това е нещото, което ги кара да работят всеки ден с удоволствие.

Концепцията, че човек трябва да работи това, което обича има дълбоки корени. Още китайския философ Конфуций, във своите Беседи, казва „Избери работата, която обичаш, и тогава няма да бъдеш принуден да работиш и един ден през живота си“¹⁵. Именно това е едно от основните предимства на предприемачеството и стартирането на собствена стопанска дейност, че дава възможност хората да работят това, което им доставя удоволствие. Желанието и удоволствието от работа пряко влияят на постигането на добри резултати и успех от своите начинания и проекти.

¹⁵ Ю Дан, „Беседите на Конфуций“, изд. „Кибиа“ 2016

Самите цели на предприемачите също претърпяват промяна. Тук може да се даде пример с Пирамида на потребностите на Ейбрахам Маслоу, според която индивида първо задоволява своите физиологични и екзистенциални потребности (храна, вода, подслон, безопасност, обезпеченост) и на по-високо ниво се ориентира към такива като социални, престижни и духовни потребности. Ако адаптираме пирамидата на Маслоу към предприемача, то той първоначално е ориентиран към постигане на финансова печалба, докато на по-късен етап те се съсредоточават върху цели като признание, постигане на успех и висока оценка, професионално развитие и себerealизация.

1.5. Създаване на добавена стойност и принос към националната и международна икономиката и обществото

Предприемаческите проекти биват различни видове, в зависимост от целите и стремежите на предприемачите. Често различни предприемачески проекти надскачат предварителните очаквания, бележейки значителен ръст. Тези предприемачески проекти генерират огромни приходи, създават работни места, допринасят за технологичното развитие, както и спомагат за повишаването на международния имидж на страната, където е осъществен предприемаческият проект.

Могат да се дадат изключително много примери за такива предприемачески проекти, които в повечето случаи се реализират в Съединените Щати, Китай и в страните от Западна Европа. В тези страни се обособяват специални региони, където се създава необходимата екосистема, в която успешно да се развиват новите компании и предприемаческите порести. Пример за това е Силициевата долина в щата Калифорния САЩ, откъдето са стартирали такива компании като Apple, Google, Facebook, Cisco, Amazon и много други. Всичките тези компании, придават изключително висока стойност на икономиката на САЩ, както и повишават международния имидж на страната.

Много държави, прилагат примера на Съединените щати, като специално обособяват такива региони, с цел насърчаване на иновациите и предприемачеството. В Китай например, такъв регион е град Шенджен, който за период от тридесет години се е превърнал в Център на високите технологии и иновациите в цяла Юго-Източна Азия, и е дом на компании като Huawei, Tencent, BBK Electronics и др.

В сравнение със САЩ и Китай, Европа, в това число и България, значително забавя своето развитие по отношение на развитие предприемачеството. Причините за

това са комплексни, като може да се изброят такива като икономическа конюнктура, неефективни мерки за насърчаване на предприемачество, проблеми с финансирането на проекти, бюрокрация и др. Все пак Европа, и в частност България, имат значителен брой проекти, които могат да бъдат класифицирани като изключително успешни. Такива в България са например компаниите Walltopia (производство на изкуствени стени за катерене – световен монополист в сектора), Sirma Group (ИКТ), IPS Group (възобновяеми енергийни източници), Булпрос Консултинг (ИКТ), Musala Soft (ИКТ), които освен създаването на устойчив икономически ръст в страната, създаване на продукти и услуги с висока добавена стойност и осигуряване на работни места, допринасят за повишаването на успешния имидж на България на международна бизнес сцена.

1.6. Бизнес нетуъркинг

От съществено значение за професионалното развитие на всеки един предприемач или мениджър, стартиращ самостоятелна стопанска инициатива е комуникацията с други успешни предприемачи и мениджъри. Тази комуникация често е част от система на взаимоотношения между различни бизнес субекти, в това число и предприемачи, която се нарича нетуъркинг. Нетуъркинг се дефинира като група от хора, които обменят информация и контакти за професионални или социални цели. Нетуъркинг може да се разглежда и като създаване на мрежа от професионални контакти. Предприемачите са социални индивиди, които имат нужда от контакт със себеподобни, като в рамките на този контакт, често реализуем на различни по своя характера места, като бизнес форуми, конференции, срещи и тн, се генерират множество бизнес идеи, както и се дискутират теми, свързани с предприемачеството.

Едно от изключително полезните мероприятия за всеки един предприемач и мениджър са т.нар. „брейнсторминг срещи“, на които бизнес професионалисти, мениджъри и предприемачи, споделят бизнес идеи, мнения и коментари, на базата, на които може да се получи добра колаборация за потенциално успешен предприемачески или друг бизнес проект.

Освен това, идеята на нетуъркинга е, че хората, които познават също познават хора, всеки от които също познава хора и така нататък, докато не се окаже, че всички хора в целия свят са свързани. Това често, особено в България, може да способства, да бъдат намерени потенциални партньори и/или дори инвеститори за даден предприемачески проект.

1.7. Бизнес наследство

Повечето предприемачески проекти имат потенциал да прераснат в добре развита компания. В практика неведнъж се получава така, че тези компании се превръщат в семейни. Предприемачите обикновено започват своята активна професионална кариера на възраст между 26 и 35 години – възраст, в която съществуват предпоставки предприемачите или мениджърите на собствен бизнес да създадат свое наследство. Наред с управлението на своя предприемачески проект, който за срок от 10 години вече може да е прераснал в стабилна компания, с постоянни и високи приходи, предприемача освен стандартното възпитание на своите наследници може да ги научи и на предприемаческо мислене, като често в това включва и възможността те да поемат управлението на вече създадения бизнес.

Въпреки, че от гледна точка на теорията, семейния бизнес, и по-точно унаследяването на позиция в семейния бизнес, не може да бъде разглеждано като предприемачество, то предоставянето на възможност за бизнес наследство е допълнително предимство пред един предприемач.

Както стана ясно, предприемачеството не е за всеки, а всеки един родител се грижи за това да даде най-добрия старт за развитие на своите деца, в тази връзка, ако тези деца, са обучени от своите родители как да развиват успешно своя семеен бизнес и са достатъчно мотивирани да продължават да го развиват, то въпреки всичко, бизнес наследството може да бъде определено като позитив от предприемачеството и самостоятелната стопанска дейност. Историята е пълна с примери за това как предприемчиви бащи, предават своя бизнес на своите наследници, които изграждат своя бизнес империи. Нека да си спомним Джон Рокфелер, чиито наследници продължават бизнеса на неговите компании, като освен на икономическата сфера, те надграждат и жънат успехи и на политическата, като превръщат фамилията Рокфелер, в една от най-влиятелните в САЩ.

Друг показателен пример за бизнес наследство на предприемача е сегашния президент на САЩ Доналд Тръмп, който е син на успешния строителен предприемач в Ню Йорк Фредерик Тръмп, син Фридрих Тръмп, който имигрира от Германия в САЩ и развива доста успешна предприемаческа дейност, която по-късно става семейна черта.

2. Недостатъци на самостоятелната стопанска дейност и на това да бъдеш предприемач

Да бъдеш предприемач и/или собственик на собствен бизнес, и особено успешен такъв, изисква сериозна и задълбочена подготовка, опит, умения, социално-комуникационни качества, енергия и силна мотивация за успех. Въпреки, че голяма част от младите хора, искат да се предприемачи или да имат собствен бизнес, реалността е такава, че много малка от тях са склонни да рискуват и да се впуснат в подобно начинание, а още по-малка част от тях успяват със своите бизнес проекти.

Истината обаче е такава, че това да бъдеш предприемач, или използвайки по-общия термин – да имаш собствен бизнес, си има както, своите предимства, така и своите недостатъци. В тази връзка, по-долу са условно са представени някои от недостатъците на самостоятелната стопанска инициатива.

2.1. Липса на финансова сигурност и регулярни доходи

Един от основните недостатъци на самостоятелната стопанска дейност и работата като предприемач е липсата на финансова сигурност и регулярни доходи. Всеки един предприемач или собственик на собствен бизнес е наясно, че всяко начало на бизнес проект е тежко и често протичащо с финансови ограничения. Въпреки, че всеки един такъв проект, на теория в своите бизнес планове има по-оптимистични прогнози за очакваните приходи, реалността и практика показват, че предприятията, в своето начало изпитват сериозни трудности, особено по отношение на финансовата обезпеченост.

Успешните и отговорни предприемачи/собственици на собствен бизнес често са принудени да правят редица компромиси със себе си, за да върви бизнеса. Така, след като бъдат заплатени всичките разходи за наем на офис, поддръжка, работни заплати на екипа и на служителите, данъци и такси, пътни разходи и тн. е възможен вариант за предприемача да не останат очакваните финансови приходи. С времето тези приходи могат да бъдат компенсирани, в случай, че компанията успешно реализира своите цели по реализацията на продукта/услугата/процеса, но това може и да се забави или дори не се осъществи.

От друга страна, един служител знае, че за всеки месец, въз основа на изпълняваните от него дейности, описани в трудовия му договор, той получава съответно работна заплата, както и има определени права по отношение ако бъде съкратен или

напусне по взаимно съгласие работното си място. Самата работна заплата, като съотношение на потенциален приход от страна на предприемача може да бъде и по-малка, но ако бъде разпределена в една времева рамка, то може и да няма драстична разлика.

2.2. Професионална отговорност към екипа

Успешните и отговорни предприемачи и собственици на собствен бизнес имат отговорност спрямо своите екипи и служители. Въпреки, че в практиката, екипът на предприемача обикновено е съставен от единомишленици и съратници, които разбират трудностите, които среща предприемача по своя път към върха, и могат да проявят съответното разбиране и толеранс, то не трябва да се забравя, че и те имат нужда от регулярни доходи. Когато обаче, в следствие на различни фактори, се създаде ситуация, в която предприемача или собственика на собствен бизнес, не са способни да заплатят за труда на своя екип или сътрудници, а съответно финансови постъпления в компанията не са достатъчни, то това е сериозна предпоставка за неуспех на цялото начинание. От тази гледна точка, никой не би искал да бъде на мястото на предприемача или собственика на собствен бизнес, когато е налице такава ситуация.

Самите служители, при стартирането на проекта, въпреки, че на теория трябва да са наясно, че има много фактори, които да повлияят на успешния край на всеки един предприемачески проект, имат определени очаквания, в това число и финансови, които са отговорност и прерогатив на предприемача. По своя същност, професионалната отговорност в предприемаческите проекти е недостатък от социално-психологически характер, който може да повлияе негативно на психиката на предприемача/собственика на собствен бизнес, като увеличи шансовете за поява на бърнайт синдром, да създаде стрес, липса на мотивация, а така също и да развали имиджа на предприемача пред обществото, с което да влоши неговите отношения с партньори, инвеститори или клиенти.

2.3. Липса на лично време

Друг съществен недостатък на това да бъдеш успешен предприемач и собственик на собствен бизнес е липсата на лично време. Въпреки, различните възможности за оптимизация на срещите, посредством използването на работен график, селектиране на

задачи, срещи с ограничен брой потенциални партньори и други, ежедневието на един предприемач в повечето случаи е изключително натоварено, като той е принуден често да прави компромиси с личното си време.

От своя страна един обикновен служител, има фиксирано работно време, обикновено до към 18:00 ч.. Дори да се приеме, че той може да остане половин или един час след работно време за да изпълни своите задачи, времето с което той разполага е доста повече отколкото при неговите началници – предприемача или собственика на собствен бизнес.

Работата като предприемач/собственик на собствен бизнес, въпреки, че в повечето случаи доставя удоволствие и удовлетвореност, отнема изключително много от личното време на предприемача. Липсата на лично време за предприемача и собственика на собствен бизнес, може на свой ред може да доведе до семейни проблеми, стрес и бърнаут синдром.

2.4. Липса на социални и професионални придобивки от конвенционалната работа

За разлика от служителите в компанията, предприемачите и собствениците на собствен бизнес често се лишават от реалното използване на някои от т.нар. „работни социални придобивки“, като наличие на отпуск, болнични, почивка в уикенди и официални празници, бонуси, банкети и др. На теория никой не може да лиши предприемача или собственика на собствен бизнес от тези придобивки, но често неговото ежедневието и плановете са обвързани с постигането на целите на предвожданата от него компания. Тоест, например докато неговия екип или служители почиват през уикендите, предприемача може да отговоря на работни имейли, да прави графици за разпределение на задачите и работата през новата седмица или да извършва друга работа, свързана с работния процес.

Предприемача е индивид, който често пренася своята работа и въкъщи. Това на свой ред освен умора, стрес и претоварване, може да има и други последици. В случаите, когато например един предприемач си вземе например отпуска, то той рядко може да й се наслади пълноценно, особено ако има нерешени въпроси и казуси по отношение на реализирането на предприемаческия проект.

2.5. Липса на опит

Както бе споменато вече, повечето предприемачи или собственици на собствен бизнес се впускат в своите бизнес начинания без да имат необходимия професионален и социален опит, стартирайки бизнес идеята си на базата на теоретични експертни познания. Често се казва, че успешните предприемачи и бизнесмени са тези, които имат няколко нереализирани и неуспешни проекти зад гърба си. Реалността в повечето случаи е различна от теорията, и колкото и добре да изглежда един бизнес план на един предприемачески проект, нееднократно липсата на опит от страна на ръководителя оказва силно влияние той да не се реализира успешно.

От друга страна, повечето предприемачи са млади и амбицирани. Те са склонни да рискуват въпреки всичко, с което да застрашат бъдещето на своя проект. Много често, в случай на провал те могат да се демотивират и обезсърчат да пробват отново, вече анализирайки и осмисляйки своите грешки и действия и натрупвайки опит. Опитът като ръководител е различен от опита като служител. Именно тук е един от факторите, които показват успешните предприемачи, а именно способността да се надигнат от провал и да стартират нов проект, отчитайки предишни свои грешки и пропуски.

IV. Успешни истории за стартиране на собствен бизнес

1. Успешни истории за стартиране на собствен бизнес от България

Уолтопия

Компанията „Уолтопия“ е основана през 1998 г. от предприемачите и любителите алпинисти Ивайло Пенчев и Метин Мусов. Преди да основат своята компания „Уолтопия“, именно страстта им към алпинизма и катеренето е нещото, което ги обединява и ги кара да повярват в себе си и в реализацията на своя предприемачески проект. В следствие на своето хоби, Ивайло Пенчев и Метин Мусов се задълбочават допълнително в структурата на стените за катерене, като ги монтират по различни съревнования, общуват с производители и се запознават с различните международни и национални стандарти.

Началото на компанията е романтично, като двамата започват от малък гараж във Велико Търново, като постепенно, за няколко години, увеличават производствената си база, като наемат помещение от 1000 кв.м, а броя на персонала става около 15 души.

Дейността на компанията “Уолтопия“ е насочена към производството на продукти за катерачни центрове, така и за увеселителни паркове. За катераческите центрове, компанията произвежда стени за катерене, хватки, настилки за обезопасяване, уреди за самообезопасяване, а съответно за увеселителните паркове: интерактивни стени за катерене, които са интересни и за деца, и за възрастни; въздушни атракции, симулиращи летене в безопасна среда, възжени препятствия с широк спектър от нива на трудност; изкуствени скали и пещери.

Днес, главния офис на “Уолтопия” вече е в София, а за своите 20 години от своето основаване, компанията прераства в група от компании “Уолтопия”, в която влизат над 10 компании и в които са заети 600 професионалисти от различни сектори и индустрии. Компанията има дъщерни клонове в САЩ, Канада, Малайзия и Русия. Местни търговски представители има в повече от 20 страни по света, в това число Австрия, Германия, Великобритания, Австралия, ОАЕ и др.

В настоящия момент изпълнителен директор на „Уолтопия“ е Ивайло Пенчев, докато Метин Мусов е ръководител на производството на фабриката в село Летница, където е и съсредоточено производството на стени за катерене и се намира логистичния център на компанията.

Още в началото на своята дейност, компанията е ориентирана на експорт в други страни. Основните пазари на компанията са САЩ, Канада и Западна Европа.

Успехът на компанията се дължи на ориентацията към експорт на продукцията; благоприятна пазарна среда; системни усилия за популяризиране на марката; инвестиции в иновационни продукти и процеси; въведена система за управление на качеството; инвестиции в екипа и персонала, включително обучения и повишаване на квалификацията.

За своите 20 години история, днес “Уолтопия” е световен лидер в производството на стени за катерене с над 1500 проекта в повече от 50 страни на 6 континента. Компанията освен една от най-успешните български компании е и пример за успешен предприемачески проект. Основателите на компанията могат да бъдат класифицирани като класически предприемачи, които от своята бизнес идея, с усърдна работа, умения и компетенция, успяват да реализират на практика своя предприемачески проект.

РооБрандс

„РооБрандс“ е българска компания за производство на здравословни сладкарски изделия. Идеята за създаването на компанията идва спонтанно, през 2010 г., когато бъдещите основатели на „РооБрандс“ Калин и Анита Класанови, съпруг и съпруга, както и техният приятел Яни Драгов, решават, че домашните здравословни десертни барчета, които Анита Класанова прави за своите малки деца, могат успешно да бъдат разработени за крайния потребител. Първоначално здравословните барчета се предлагат в пекарната на Калин Класанов, като на по-късен етап, през 2012 г., двамата се свързват с Яни Драгов, собственик на верига биомагазини, и му предлагат създаването на компания за производство здравословни храни, чиито първи продукт да станат именно сладките на Анита Класанова.

Преди да стартират своя предприемачески проект, и тримата основатели на компанията имат вече предприемачески опит зад гърба си. Семейството на Анита Класанова се занимава с ресторантьорство, Калин Класанов - с пекарна, а Яни Драгов е собственик на верига биомагазини, както и един от основните вносители в България на биохрани.

„РооБрандс“ е специализиран производител на веган и безглутенови десерти, като продуктите на компанията достигат до над 50 страни по света на 4 континента. Само за пет години от основаването на компанията, десертните здравословни барчета Roobar и курабийките Kookie Cat се превръщат в лидери на пазара в Европа.

Фабриката на компанията се намира в София, като там се поддържат най-високите технологии в производството и стандарти за качество, като всеки месец се произвеждат над 1 милион барчета и курабийки. В компанията работят около 90 специалиста.

Основните пазари на компанията са Европейските страни, САЩ, Канада и др. Компанията цели постепенно стъпване на азиатските пазари, в това число Китай, Япония и Южна Корея. Друга цел на компанията е голяма част от суровините за направа на барчетата, които към момента се внасят, да бъдат произвеждани в България.

Факторите за успех са свързани най-вече с: мерките за разработване на различните продукти – маркетинг, продуктов дизайн, специална рецепта, асортимент; високо качество на продуктите – здравословни, безглутенови, без добавена захар и изцяло био продукти; въведена система за качество в производствения процес; добра бизнес среда и наличие на потребителска ниша на различни международни пазари; добър и сплотен екип.

Примерът на „РооБрандс“ е от съществено значение за развитие на българската предприемаческа екосистема. По начало, хранително-вкусовата промишленост в

България винаги е имала своите добри традиции и потенциал за развитие, като продукцията е добре позната по целия свят. Въпреки, че голяма част от предприятията от сектора се развиват относително добре на базата на общото икономическо развитие в страната, съществуват реални предпоставки за инициране нови предприемачески бизнес проекти, както в случая на „РооБрандс“.

2. Успешни истории за стартиране на собствен бизнес от света

Tesla

Един от най-успешните и заслужаващи внимание предприемачески проекти е проекта на компанията „Tesla“. Tesla е американска компания, ориентирана към производството на електромобили, както и към създаване на решения за съхранение и управление на енергията. Компанията е създадена в Силициевата долина в САЩ – място, което, както бе споменато, създава уникална по рода си предприемаческа екосистема и предоставя множество възможности за реализация на различни по своя характер предприемачески проекти. Названието на компанията е вдъхновено от името на световноизвестния електротехник и физик Никола Тесла.

Компанията е основана през 2003 г. от предприемачите Мартин Ебърхард и Марк Тарпенинг в Съединените Щати, които и правят първоначална инвестиция в начинанието. Мотивацията на двамата предприемачи е свързана с отказа през 2003 г. на автомобилния гигант General Motors да инвестират в електромобили, което създава потребителска ниша, а така също и от съображения, свързани с опазването на околната среда. Ебърхард и Тарпенинг играят важна роля в развитието на компанията до идването в нея и по-активното включване в проекта на южноафриканския предприемач Илон Мъск. През 2007 г. Ебърхард и Тарпенинг губят позиции в компанията, като и двамата, под влияние на различни фактори, напускат. Управлението на компанията е поето изцяло от Илон Мъск, като именно той дава необходимия импулс в развитието на проекта. Впоследствие Мъск става и председател на борда на директорите на Tesla и изпълнителен директор на компанията.

Сред инвеститорите в проекта са основателите на Google – Лари Пейдж и Сергей Брин, основателя и президент компанията eBay - Джефри Скол, автомобилните гиганти Daimler и Toyota, а така също и самия Илон Мъск, който на първия етап на финансиране

на проекта, инвестира 70 млн. долара, получени от продажбата на своя дял в друг предприемачески проект с негово участие – eBay.

През юни 2010 г., компанията става публична, като всеки инвеститор може да закупи акции на компанията.

Въпреки огромния си потенциал за развитие, пред последните 8 години, Tesla показва годишна загуба, като през 2017 г. загубата е в размер на 2.24 млрд. щ.д. Въпреки това, пазарната капитализация на компанията продължава да расте, като през 2017 г. достига 64.25 млрд. щ.д., като това е по-голяма пазарна капитализация от автомобилните гиганти – General Motors и Ford.

За разлика от голяма част от производителите на автомобили, Tesla не продава своите електромобили посредством независими дилъри или търговци, а директно посредством своя интернет сайт. Шоурумите на Tesla служат само като място на демонстрация на автомобилите.

Примерът с Tesla е показателен в много отношения. На първо място той е фокусиран върху иновационен продукт – в случая електромобил. Да, Tesla не е първия електромобил, но за пръв път той става масово достъпен за крайния потребител. На второ място, примерът с Tesla показва ролята и значението на инвеститорите в един предприемачески проект и лавинообразния ефект, който могат да имат те за успешното реализиране на бизнес начинанието. Освен положителни страни, примерът с Tesla има и негативни такива – много бизнес анализатори и експерти са мнение, че компанията все още има дефекти в организационната си структура, както и в маркетинга и продажбите. Това се обяснява най-вече с прекалено бързия за автомобилния сектор растеж, който не позволява в детайли да се оптимизират и разработят различни процеси в мениджмънта. Пример за това са проблемите с поръчките на автомобили Tesla. Един потенциален клиент, въпреки че е направил заявка за покупка на автомобил и оставил необходимото капаро за това, може да чака с години за да бъде произведен самия автомобил и съответно доставен до него. Това на свой ред говори за липса на ефективно взаимодействие между дивизиите в компанията, отговарящи са производството на автомобилите и тези за продажбите.

LinkedIn

Както вече не веднъж беше споменато, голяма част от най-успешните предприемачески проекти възникват в Силициевата долина в Съединените Щати. Този

регион предоставя уникални условия и възможности на предприемачите да създават своите проекти, както и да намират възможности за тяхното финансиране. Голяма част от тези проекти са насочени в сектора на информационните и комуникационните технологии (ИКТ). Пример за такива проекти са Microsoft, Apple, Facebook, Google и много други. Пример за такъв успешен проект е и онлайн социална мрежа за търсене и установяване на делови контакти LinkedIn (Линкед Ин).

Компанията е основана от американския предприемач Рийд Хофман през 2002 г., а интернет платформата, на която е пусната социалната мрежа е стартирана LinkedIn - през 2003 г. Седалището на компанията е в гр. Маунтин Вю, щата Калифорния, САЩ, като има подразделения в градовете Омаха, Чикаго, Ню Йорк и Лондон. В компанията работят над 9000 служителя.

Както повечето компании, особено в ИКТ сектопа в САЩ, LinkedIn прави своето първично публично предлагане на Нюйоркската фондова борса през 2011 г.

В социалната мрежа на LinkedIn са регистрирани над 150 млн. потребители, представляващи 150 отрасли на бизнеса от 200 страни. Около половината са от САЩ, а към 25 млн. са от Европа. Най-лесно LinkedIn може да бъде обяснено като фейсбук за бизнесмени.

LinkedIn предоставя възможност на регистрираните потребители да създават и поддържат списък от делови контакти. Контакти могат да бъдат поканени както от сайта, така и отвън, като мрежата изисква предварително познанство с контактите. Ползвателите на LinkedIn могат да използват списъка си от контакти за различни цели: да бъдат представени чрез съществуващи контакти и да разширяват нетуъринга си; да извършват търсене на компании, хора, групи по интереси; да публикуват професионално бизнес резюме; да препоръчват и да бъдат препоръчвани др.

През 2016 г. Microsoft придобива компанията LinkedIn за сумата от 26,4 млрд. щ.д. По условията на договора LinkedIn запазва своите бранд, фирмена култура и независимост, както и ръководството си, което като цяло ще е подчинено ръководството на Microsoft.

Примерът с Microsoft е показателен за това какъв е пътят на едни предприемачески проект, особено в сектора ИКТ в САЩ. Така, след като бъде разработена бизнес идеята се търси първоначално финансиране, което след като бъде осигурено, компанията стартира своята работа. На по-късен етап, при показване на добри икономически и финансови показатели, следва първично публично предлагане на акции на различните фондове борси, а на по-късен етап, при затвърждаване на пазарната

позиция на компанията следва предложения за нейното купуване от по-големи компании. В случая с LinkedIn компанията преминава през всички тези стъпки, като въпреки, че става собственост на Microsoft, запазва своята фирмена идентичност. Microsoft е пример за изключително доходоносен и успешен предприемачески проект, като нейния основател - Рийд Хофман, освен значително състояние от продажбата на компанията на Microsoft, успява да продължи да работи там и да развива компанията.

V. Източници:

- Шумпетер Йозеф Алойс, „Теория на икономическото развитие“, изд. Transaction Publisher, 2004
- А. Йетисен, Л. Волпати, А. Коскън, С. Чо, Е. Камрани, Х. Бът, „Предприемачеството“
- “Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП”, ИАНМСП, Обединение ИНСАЙТ (НОЕМА ООД и СИГМА ХЕТ ООД), 2013
- Малките и средните фирми в България за икономическата среда и въздействието на държавата върху Бизнеса“, Социологическо проучване на Института за стратегии и анализи, ИАНМСП, юни – юли 2016
- Уолтър Айзъксън и Стив Джобс „Джобс - автобиография“, изд. Софтпрес, 2011
- Ашли Ванс, „Илън Мъск: PayPal, Tesla, SpaceX и походът към невероятното бъдеще“, изд. Кръгзор, 2016
- Уорън Бъфет, „Оракулът каза“, изд. Обсидиан, 2013
- <https://europa.eu>
- <http://www.nsi.bg/>
- <https://nsi.eu2018bg.bg/bg/>
- <https://www.mi.government.bg/>
- <https://www.sme.government.bg/>
- <https://eumis2020.government.bg/>
- <https://opcompetitiveness.bg>
- <https://www.eufunds.bg>
- <http://opic.bg/>

- <https://www.lex.bg/>
- <http://www.businessdictionary.com/>
- <https://www.capital.bg/>
- <http://www.entrepreneur.bg/>
- <https://www.investor.bg/>
- <https://money.bg/>
- <https://www.bcci.bg/>
- <https://www.entrepreneur.com/>
- <https://www.wto.org/>
- <https://www.inc.com/>
- <https://www.forbes.com>
- <http://fortune.com/>
- <https://qz.com/>
- <https://www.businessinsider.com/>
- <https://howmuch.net>
- <https://www.manager.bg/>
- <https://www.walltopia.com/>
- <https://www.roobar.com/bg>
- <https://www.linkedin.com/>
- <https://www.tesla.com/>

Проект BG05M9OP001-1.023-0074

„ИНТЕРАКТИВНИ ОБУЧЕНИЯ И ПОДКРЕПА ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОМПЕТЕНЦИИТЕ ЗА САМОСТОЯТЕЛНА ЗАЕТОСТ”,

е финансиран от Оперативна програма
„Развитие на човешките ресурси“ 2014-2020,
съфинансирана от
Европейския социален фонд на Европейския съюз.



Web: <http://bulgariabc.com/>
Facebook: [fb.me/startbusinessBG](https://www.facebook.com/startbusinessBG)
Twitter: @StartBusinessB1