

АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО НА МИКРО И МАЛКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ И ОЦЕНКА НА НУЖДИТЕ ИМ ОТ ОБУЧЕНИЕ

по проект „Building communities of knowledge for competitive MSEs“ („Изграждане на знания и умения за конкурентоспособни МСП“), финансиран по програма за транснационално сътрудничество „Балкани – Средиземно море“ 2014-2020, № на договора ВМР1/1.3/1848/2019 , с Възложител Фондация „Микрофонд София“

2019

СЪДЪРЖАНИЕ

1. ОБЕКТ НА АНАЛИЗА	3
2. ВЪВЕДЕНИЕ	4
3. ЗАКОНОДАТЕЛНА РАМКА ЗА МСП В БЪЛГАРИЯ	6
4. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ.....	9
Принос на сектора на МСП по отношение на заетостта	10
Образование и професионална квалификация на предприемачите.....	14
Териториална концентрация	15
Технологичният напредък и МСП.....	16
Акценти	18
5. УСТОЙЧИВОСТ НА МСП	19
Новородени предприятия	20
Оцелели предприятия	21
Умрели предприятия	22
Акценти	22
6. ОТЧЕТЕНИ ПРОБЛЕМИ СВЪРЗАНИ С РАЗВИТИЕТО НА МСП.....	24
7. МЕТОДОЛОГИЯ НА АНАЛИЗА ЗА НУЖДА ОТ ОБУЧЕНИЕ	29
8. АНАЛИЗ НА СЪБРАНИТЕ ДАННИ	31
9. ОБОБЩЕНИЕ ОТНОСНО НУЖДИТЕ ОТ ОБУЧЕНИЯ.....	37
10. ПРЕПОРЪКИ.....	40
11. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	42
12. ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА	45

1. ОБЕКТ НА АНАЛИЗА

Разработването на настоящия анализ е част от изпълнението на проект „Building communities of knowledge for competitive MSEs“ („Изграждане на знания и умения за конкурентоспособни МСП“), финансиран по програма за транснационално сътрудничество „Балкани – Средиземно море“ 2014-2020. Дейността се осъществява по силата на договор от 25.06.2019 г. между Фондация „Микрофонд София“, възложител, и „Прайм Консултинг“ ЕООД, изпълнител по договора.

Проектът „Building communities of knowledge for competitive MSEs“) се изпълнява съвместно с водещ партньор от Гърция „Център за бизнес и културно развитие“ и партньори: Македонски университет – Департамент за приложна информатика – Гърция, „ФЕД инвест СКА“ – Албания и Фондация „БЕСА капитал“ – Албания.

Продължителността на проекта е 24 месеца, а общата стойност 504 278,00 евро.

Общата цел на проекта е да разработи цялостна обучителна трансгранична структура за развитие на бизнес услуги и инструменти за настоящи и потенциални микро и малки предприемачи в електронен формат, както и за присъствени обучения.

Основната цел на анализа е, преди да се определи съдържанието на плана за обучения, да се изследват и определят нуждите на целевата група, която е дефинирана като МСП, с акцент върху микро предприятията, както и стартиращи предприемачи.

Анализът включва преглед на състоянието на микро и малките предприятия в България въз основа на публично достъпни публикации и изследвания, с акцент върху тенденции и предизвикателства, свързани основно с нуждите от знания и умения за успешно развитие на бизнес, както и условията за организиране на бизнеса, които от своя страна поставят определени изисквания към знанията и уменията на предприемачите.

Съгласно техническото задание фокуса следва да се насочи към изследване на нуждите от обучение в три основни области:

- ✓ Основни предприемачески умения (оперативно и финансово управление, маркетинг и др.)
- ✓ Личностни умения за развитие на успешен бизнес (комуникационни умения, управление на времето и др.)

- ✓ Основни IT умения като дигитален маркетинг, поддържане на интернет страници и др.

Независимо от предефинираните области за обучения, то степента на тяхното включване в обучителната програма се очаква да бъде в съответствие с установените нужди и потребности на предприемачите. В допълнение на това – бъдещите обучения следва да са съобразени и с изискванията на пазара и динамиката на съвременното, така че предприемачите да са в състояние да посрещнат предизвикателствата, които технологичният напредък, промяната в социалните отношения, измененията в потребителското поведение носят.

2. ВЪВЕДЕНИЕ

Развитието на българската икономика се следи както на централно статистическо ниво чрез данните от НСИ, така и чрез наблюдения и анализи, извършвани от частния сектор. Последните основно се фокусират върху условията за развитие на малкия и среден бизнес, като в това се включват главно факторите, които се налагат от външната среда - достъп до финансиране, изисквания за лицензиране и регистрации (под общия знаменател на термина „административна тежест“), условия за развитие на бизнеса.

Малко от проучванията, и нито един от статистическите показатели не разглежда вътрешната среда, а именно – уменията на предприемачите, които са функция и на техните успехи, респективно неуспехи. Изследването на „родени“ и „умрели“ предприятия не показва причините стоящи зад тези данни. Оценката на човешкия фактор като водеща причина за успеха на предприемаческото начинание не се изследва нито от официалната статистика, нито от секторните проучвания.

В допълнение на този дефицит, имаме и ограничаващото по законодателни причини условие за разглеждане на бизнеса, което слага под един общ знаменател средните, малките и микро предприятия. Голяма част от статистическите данни не дават възможност за разрез на отделните категории предприятия, и така някои тенденции се замаскират от наличието на фактори, които влияят основно на една от категориите, но статистически се отчитат и към останалите.

Тъй като в анализа основно се разглеждат предприятията според броя на служителите им, то следва да обърнем внимание, че независимо от размера на предприятието, и избраната правна форма, всяко едно от тях може да бъде и със статут на социално предприятие.

Съгласно наскоро приетия Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика (в сила от 22.03.2019 г.), социалното предприемачество е форма, която съвместява стопанската дейност с преследването на социални цели, в резултат на което се произвежда социална добавена стойност, т.е. социален ефект за съответната целева група. Законът поставя рамка на какви изисквания трябва да отговаря едно социално предприятие и се въвежда и класификация на социалните предприятия - клас А са малките социални предприятия, а големите са клас А плюс. Според неофициални данни, представени от МТСП, в България реалните (на база самоопределение на самите предприятия) социални предприятия са около 3200, като тепърва ще се извърши процес на регистрация, за да може да се определи какъв дял от тях попадат в съответните видове предприятия (микро, малки, средни).

С оглед на факта, че фокусът на изследването е насочен към микро предприятия, както и стартиращи такива, правим уточнението, че част от заключенията се базират и на собствени наблюдения, и активна работа със стартиращ бизнес.

3. ЗАКОНОДАТЕЛНА РАМКА ЗА МСП В БЪЛГАРИЯ

С Решение № 37 на Министерския съвет от 23 януари 2014 г. е приета Националната стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2014-2020 г. Стратегията е разработена в изпълнение на чл. 5, ал. 1 от Закона за малките и средните предприятия в съответствие с програмата на правителството и Законодателния акт за малкия бизнес (Small Business Act) на Европейската комисия.

В основата на европейския Small Business Act е залегнало убеждението, че постигането на възможно най-подходящите рамкови условия за МСП зависи преди всичко от признанието за предприемачите от обществото. Създаването на благоприятни условия за МСП следва да се превърне в обща политика, основана на убеждението, че правилата трябва да зачитат мнозинството от тези, които ще се ползват от тях: принципът "Мисли първо за малките!".

Отчита се, че "... като основни предизвикателства се очертават повишаването на квалификацията на работната сила, недостигът на кадри в определящи за развитието на дигиталната икономика сектори, ниският дял на разходите в образование и НИРД, както и липсата на достатъчно примери за успешно сътрудничество между образователната система и бизнеса. Ниският дял на населението с основни дигитални умения (31%) води до повишаване на цената на труда на такива служители, което от своя страна може да доведе до трудности пред наемането им от страна на МСП, особено стартиращи такива".

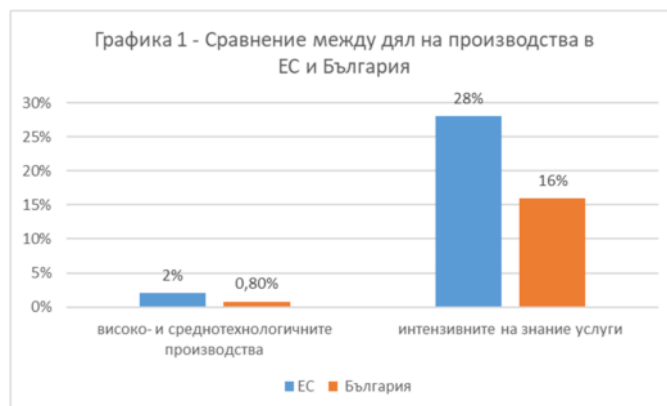
Това заключение в пълна сила се отнася и към групата на предприемачите, които имат ролята и на работодател, и на служител, тъй като в микро фирмите много често собственикът ѝ е единственият работник.

Националната стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2014-2020 г. е насочена към малките и средните предприятия в секторите на добивната промишленост, преработвателната промишленост и услугите (нефинансовите предприятия в секторите от В до М според Класификатора на икономическите дейности -КИД -2008). Статусът на предприятията като микропредприятия, малки или средни

предприятия се определя в съответствие с чл. 3 и чл. 4 от Закона за малките и средните предприятия.

Още на аналитично ниво, като слаби страни на икономиката се отчитат:

- Производителността на труда във всички сектори в България е под средното ниво за ЕС.
- Българските МСП в сектора на високо-технологичните и среднотехнологичните производства са едва 0.8% (2% в ЕС) и само 16% в сектора на интензивните на знание услуги (28% в ЕС). Това е признак за наличие на нискоквалифицирана работна сила, която не е в състояние да създава добавена стойност във високотехнологични производства и услуги. Това се дължи и на липса на обучителни програми в МСП и преминаването към по-технологични нива на труд.



Стратегията изтъква, че ще се работи за подобряване на качеството на образованието по предприемачество и иновации. В тази връзка като стратегическа цел в програмата на правителството е заложено и въвеждането на дуално образование в училище, което ще се отрази положително върху МСП.

Стратегията дефинира 10 приоритетни области, в които на база методологията за оценка от Законодателния акт за малкия бизнес на ЕК, която Европейската комисия използва, България заема понастоящем следните позиции:

1. Предприемачество: 24 място

2. Втори шанс: 22 място
3. Мисли първо за малкия: 18 място
4. Отзивчива администрация: 19 място
5. Държавни помощи: 9 място
6. Достъп до финансиране: 10 място
7. Единен пазар: 13 място
8. Умения и иновации: 27 място
9. Околна среда: 26 място
10. Интернационализация: 27 място

Общото представяне на страната според тази класация е 23 място сред всички 28 страни , членки на ЕС.

Темата с обучението и подготовката по ключови компетенции на съществуващите и бъдещи предприемачи е застъпена по различен начин в приоритетните области на стратегията, като фокуса е в посока повишаване качеството на професионалното образование и обучение и обвързване на учебните планове с нуждите на бизнеса на местно и регионално ниво, създаване на условие за подготовка и обучения по предприемачество и извън конвенционалната образователна система.

4. ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ

Секторът на МСП е сред най-интересните за икономистите, съответно е разглеждан в множество анализи и проучвания, но само малка част от тях са специфично насочени към микро предприятия, независимо от факта, че като относителен дял, това е най - обемната група търговски дружества. Достъпната информация относно нуждите от обучения сред микро предприемачите е още по-оскъдна, тъй като такъв разрез може да се постигне само чрез специализирано и ясно адресирано проучване.

Въпреки това има няколко документа, които дават добра информация за тенденциите и перспективите пред МСП в България.

В изготвеният през 2011г. „Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП - Българските МСП в условията на криза“ е разгледаната ситуацията в периода 2005-2011г., като статистическите данни са за периода 2005-2009. Периодът, обхванат от анализа, съвпада с развитието на световната финансова и икономическа криза. Нейното отражението върху бизнеса в България и по-конкретно върху МСП е разгледан изрично.

През 2009 г. по данни на НСИ броят на нефинансовите предприятия в българската икономика възлиза на 316 565, от които едва 0.2% могат да бъдат класифицирани като големи според броя на заетите в тях лица. От тази гледна точка секторът на МСП може да се определи като доминиращ с дял, възлизащ на 99.8% или 315 850 предприятия. В рамките на така разглежданата съвкупност водещо място имат микропредприятията (90.3%), следвани от малките (8.0%) и средните предприятия (1.5%).

Промяната в броя на предприятията в последните 10 години води до значителен ръст, като към края на 2017 г. микро предприятията са 375 754 (данни – НСИ), но като дял в групата на активните предприятия това вече представлява 92,48%. Отчетения ръст както в абсолютна стойност на броя микро предприятия, така и в техния дял спрямо общия брой предприятия се дължи на няколко фактора.

Таблица 1 – Брой микропредприятия със заети между 0 и 9 лица

2008		2013		2017	
Предприятия	Заети лица	Предприятия	Заети лица	Предприятия	Заети лица
89981	582862	348372	634503	375754	685704

Основният външен фактор е преминаване на световната икономическа криза, и навлизането в период на растеж и възстановяване на икономиката. Растящата национална икономика е свързана със създаването на повече икономически субекти, основно на микро ниво.

Вътрешните фактори обаче са далеч по-осезаеми и оказващи влияние през разглеждания период. Про-инвестиционната данъчна политика, която се провежда в България, и най-вече намалението на данък печалба до 10% (като по този начин се изравни нивото на облагане на труда и на капитала), със сигурност е повлияла на решението за стартиране на собствен бизнес. Същото така промените в търговския закон, касаещи опростяването на процедурите за регистрация на фирми и намалението на минималния праг за изискуемия дялов капитал са допринесли са завишения брой новорегистрирани фирми.

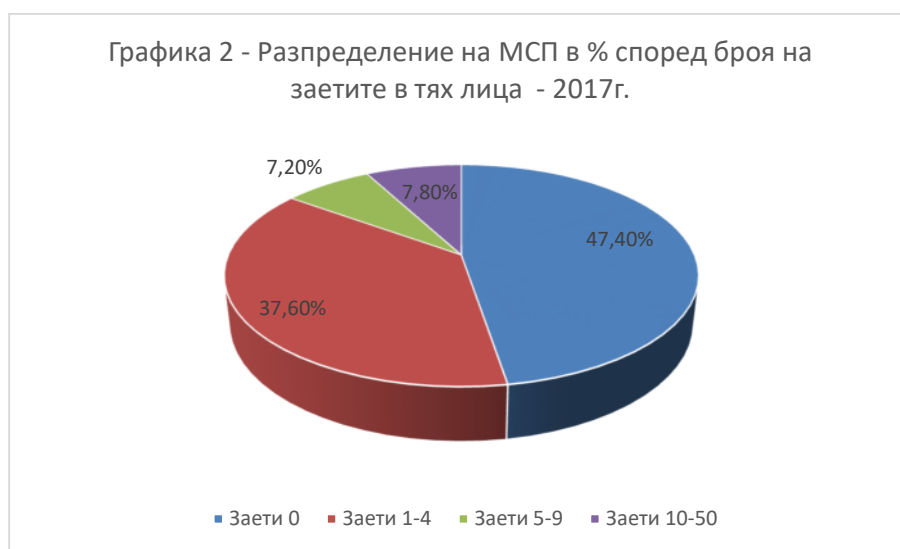
Създаването на възможност за електронна (неприсъствена) регистрация и последваща комуникация с Търговския регистър само по електронен път способства за насърчаване на предприемаческата активност в този период.

Принос на сектора на МСП по отношение на заетостта

Въпреки малкия си индивидуален размер, най-впечатляващият факт за МСП в България е техният принос към заетостта. Над три четвърти от заетите са в сектора на МСП. За сравнение, само около две трети от работните места в страните на ЕС се осигуряват от малките и средните предприятия. През 2009 г. МСП в България дават работа на 76% от всички заети в страната.

През 2009 г. секторът осигурява 1,55 милиона работни места, от които в микропредприятията работят близо 600 хиляди. Те осигуряват 29% от общата заетост в нефинансовите предприятия в страната.

В същото време най-голям относителен дял в съвкупността на активните предприятия през 2017 г. имат активните предприятия с нула наети лица (тези в които работи само собственика), като техният брой е 164 876 и съставлява 47.4% от всички активни предприятия. В следващата група „1 - 4 наети“ попадат 130 788 предприятия, или 37.6% от общия брой за 2017 година. Най-нисък е дялът на предприятията в групата „5 - 9 наети лица“, като средно за периода той е 7.2% (25 044 бр.).



От друга страна, в групата „10 и повече наети лица“ (представляващи малките и средни предприятия) средно за разглеждания петгодишен период попадат 7.8% от активните предприятия, но броят на заетите лица в тази група съставлява 69.4% от заетите в периода 2013 - 2017 г.

За сравнение, на наднационално ниво общо 85% от нетния брой на новите работни места, създадени в Европейския съюз между 2002 и 2010 г., са разкрити в малки и средни предприятия (МСП). Това число е значително по-високо от дела на МСП в общия брой на заетите лица – 67% (резултати от изследването на Европейската комисия за приноса на МСП за създаването на работни места - 2012г.)

По данни от проведеното проучване през 2012г. сред МСП, една трета от българските МСП са семейни фирми (33%). От тях, близо 43% са в сферата на услугите, близо 38% - в сферата на търговията, 15% са в сферата на производството, а 4% - в тази на строителството. Делът на семейните фирми, управлявани от предприемачи на възраст 50 и повече години, е 41%.

Съгласно възприетата дефиниция, една фирма, независимо от размера си, е семеен бизнес, ако:

а) „По-голямата част от правата за вземане на решения са на физическото лице или физическите лица, които са основали фирмата, или на физическото лице или физическите лица, които са придобили акционерния капитал на фирмата, или на техните съпрузи, родители, деца или преки наследници.

б) По-голямата част от правата за вземане на решения са преки или непреки.

в) Най-малко един представител на семейството или роднина официално участва в управлението на фирмата.

г) Фирмите отговарят на определението за фамилно предприятие, ако лицето, което е основало или придобило фирмата (дружествения капитал) или техните семейства или наследници притежават 25% от правата на вземане на решения в съответствие с притежавания капитал.“

През 2015 г. активните фамилни предприятия са 25% от всички активни предприятия на територията на страната.

Резултатите от изследването показват, че добавената стойност на фамилния бизнес в България към БВП е 10.5%. Заетостта във фамилния бизнес е 16.23% от общата заетост в страната.

През 2015 г. броят на заетите лица във фамилния бизнес е 399 414 души. Резултатите от изследването показват, че в сектор G - Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети работят 31.3% от лицата, заети във фамилни предприятия, в сектор C - Преработваща промишленост - 27.0%, в сектор I - Хотелиерство и ресторантьорство - 7.2%, и в сектор F - Строителство - 6.8%

Профил на собствениците на МСП

В анализа от 2012г., с който ИАНМСП надгражда своите наблюдения за сектора на МСП (Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП в България 2011- 2012 г.: Икономическо възстановяване и конкурентоспособност) се отчита, че близо две трети от предприемачите -собственици на малки и средни предприятия в страната са мъже и малко повече от една трета са жени. Средната възраст на предприемачите е 46 години. Близо две трети са на възраст между 31 и 50 години. Най-многобройна е групата на 41-50 годишните (32%), непосредствено следвана от по-младата група на 31-40 годишните (30%). На трето място идва групата на 51-60 годишните (24%). Най-младите (до 30 години) и най-възрастните (над 61 години) си поделят по равно 14% от всички.

Това разпределение е естествено, с оглед на нуждата от натрупване на професионален и житейски опит, преди да се стартира собствен бизнес. Същевременно, тази тенденция е показателна за нуждите от обучение, и сегмента в който трябва да се насочат усилията. Очевидно е, че младите хора (до 30 г.) имат потребност от насърчаване, и вдъхване на увереност за развитие на предприемаческото поприще. Младите, от своя страна, са двигател на новите идеи, те по-рядко слагат таван на собствените си мечти, и затова техния предприемачески дух е по-свободен и талантлив.

Като се има предвид и времето, в което живеем, със свърх интензивен напредък на технологиите и комуникациите, младите хора са бъдещите откриватели на бизнеси, които сега изглеждат невероятни, или трудно разпознаваеми, и те заслужават подкрепа.

Друг аспект от разгледаните данни е свързан с процеса на унаследяване на бизнеса (разгледан в следващ раздел от анализа), когато сегашните собственици навлязат във възраст, която не им позволява да бъдат толкова ефективни.

Опитът в предприемачество на собствениците на МСП е средно 14 години. Малко повече от половината са с опит между 6 и 15 години. Един от десет е с по-малко от 5 години опит, а един от десет е с повече от 20 години опит.

Тази информация потвърждава данните за възрастта на предприемачите, и отчетената нужда от подкрепа за начинаещите или бъдещи такива.

Изследване, проведено през 2011 г. посочва, че 43% от всички анкетирани предприемачи се страхуват от фалит. Този страх се споделя предимно от собственици на малки и микропредприятия и не се споделя толкова от собствениците на средни предприятия. Споделя се в по-голяма степен от предприемачи с по-дълъг опит, отколкото от тези с по-малко години опит. За сравнение, 27% от имащите по-малко от 5 години опит в предприемачество споделят страх от фалит срещу 46% от имащите 16-20 години опит и 68% от имащите над 21 години опит. 61% от всички и 33% от страхуващите се от фалит са убедени, че ако предприятието им изпадне в несъстоятелност, те ще започнат отначало. Нагласата за втори шанс намалява с нарастването на възрастта. За сравнение, над 75% от собствениците на възраст до 40 години биха започнали бизнес отново срещу 50% от тези на възраст между 51 и 60 години и 33% от възрастните над 61 години.

Образование и професионална квалификация на предприемачите

Малко над половината от собствениците на МСП са със средно образование – почти 54%. Делът на собствениците на фирми с висше образование (бакалавър, магистър, доктор) е 43%.

Макар и с много нисък дял, 3% от всички собственици са с основно и начално образование. Собственици с ниско образование се срещат изключително сред микро предприятията.



В практиката има ясно обосновано обяснение на феномена, повечето от собствениците да не са с висше образование. Предприемачите с различно от висшето образование са мотивирани от необходимостта, и са повече, отколкото тези, мотивирани от възможността. Този модел следва динамиките на пазара на труда, където по-образованите служители са по-търсени и нямат нужда да създават собствен бизнес като начин да си намерят работа, за да си осигурят своя добър доход. Ето защо повечето от техните предприемачески начинания са обусловени от възможността – възникване на идеи, натрупване на опит, контакти, откриване на възможности. От друга страна, лицата с по-ниско образование изпитват сериозни трудности при намирането на заетост с висок доход и се обръщат към предприемачеството поради необходимост. Това от своя страна обуславя по-голямата нужда от предварителна подготовка по предприемачество, за да компенсира знания, които потенциално лицата с висше образование са изучавали в университета.

Говорейки за профил на предприемача, и свързаността с нуждата от обучение, следва да се отбележи и способността на собствениците на фирми да планират и организират своята работа в дългосрочен план, или при възникване на проблемен период в тяхното развитие. Според проведено представително проучване в рамките на проект „Трансгранични вертикални оси на предприемачество в подкрепа на младежи и жени”, MIS 7998 , финансиран по програма ТГС Гърция – България, насочено към установяване състоянието на МСП, 51% от изследваните 303 фирми твърдят, че нямат стратегия за развитие. Това най-често са фирми от сферата на търговията, както основно са микропредприятия. Същите тези предприятия са най-уязвими по отношение процеса на бизнес планиране, и следователно могат да бъдат специално обхванати от обучителни програми, насочени към знания, свързани с управление и бизнес планиране.

Териториална концентрация

Тъй като бъдещите обучения следва да бъдат съобразени с местоположението на бизнеса (би било скъпо, и дори невъзможно предприемачите да бъдат принудени да пътуват на далечно разстояние, за да участват в обученията) си струва да се разгледа и структурата

на фирмите в отделните отрасли от всички в страната. Освен съществуващата статистика, е налице и проведено проучване „Ролята на малките и средни предприятия в икономиката на София 2012 -2017“, извършено през октомври 2018г. Като се отчита значимата роля на столицата в икономиката на страната, както и факта, че като административен център, София привлича много от доставчиците на услуги, то не е изненада, че средният дял на столичните компании е 28,9% от всички в страната. Тази концентрация е показателна за нивото на предприемаческа активност, като в дялово отношение се отчита значително завишение в дела на големите предприятия, докато при микро търговците е точно обратното -делът на столицата е едва 23%.

Това показва, че при формиране на целевата аудитория за обучения, столицата ще е подходяща за стартиращи предприемачи, отколкото за собственици на съществуващи микропредприятия.

Изводът още повече се подсилва и от факта, че голяма част от компаниите в сферата на ИТ и комуникациите са съсредоточени в София – 60% от микро-, 71% от малките, 77% от средните и цели 93% от големите фирми в бранша. Аналогично е разпределението и при професионалните дейности (т.е. основната част от аутсорсинга на бизнес услуги), където над 80% от фирмите са в столицата. В другия основен бранш, обект на аутсорсинг – административните и спомагателните дейности, столицата има дял от 70% при големите фирми, и близо 50% при останалите групи според размера.

И тъй като потенциалът на дигиталните или дигитално задвижваните компании е все по-голям, то създаването на нов бизнес в тази среда е много по-вероятно, отколкото това да се случи в който и да е друг район на страната.

Технологичният напредък и МСП

Всяка една от добре познатите ни световно доказани компании, които определят развитието на бизнеса в международен мащаб като Facebook, Google, Amazon, е стартирала като плах опит за нещо ново. Технологичният напредък и променящите се нужди на хората са довели до формирането на компании, които освен, че налагат един свой ред в икономическия живот, пряко се намесват и в ежедневието на хората. Наред с

всички негативи и позитиви на това развитие, тези компании работят с огромен кръг от специалисти или подизпълнители, създават работа на милиони хора, и нещо съществено – те и свързаните с тяхното развитие технологии създават нови бизнеси, непознати само допреди 10-15 години.

Дигиталните и дигитално задвижваните компании са флагмана на съвременната икономика, и не е случайно, че сред 10-те най-големи компании в света (към средата на 2018г.), измерени по тяхната пазарната капитализация, има само 1 представител на типичната индустрия (Johnson & Jonhson), при това на 10-то място, докато останалите 9 са фирми от технологичния сектор, онлайн търговията и финансовите услуги.

В тази връзка, подкрепата за микро или новосъздадените дигитални и дигитално задвижваните компании трябва да бъде съобразена с техните нужди. И макар, че повечето от тях посочват като основен проблем достъпа до адекватни финансови инструменти във всеки един от етапите на разрастване и развитие, за промотирането на предприемачеството и подобряването на бизнес-средата е необходимо осигуряването и на подходяща основа от знания. Тези знания могат да се предложат (и респективно добият от предприемачите) чрез различни методи.

Най-популярният и достъпен начин е чрез целенасочени обучения, свързани с новите изисквания на пазара и динамиката на развитие на отношенията както между партниращите си компании, така и между фирмата и нейните клиенти.

Има изследвания които показват, че самите предприемачи отчитат и менторството като полезно и дори необходимо в хода на тяхното развитие, особено в началото. То може да се получи по различни канали - алтернативни и формални.

Пример за първия подход са неформалните срещи, на които се събират програмисти, дизайнери, хакери и предприемачи. В технологичния сектор, който се развива с главоломни темпове, обмяната на опит и знания е необходима, за да се подсигури свързаността и ефикасността на иновативните еко-системи.

Този подход е заложен при реализацията на стартиращи фирми, подкрепени от т.нар. акселераторски фондове. Менторството е част от добавената стойност, която фирмите получават в хода на своята работа. Независимо от това обаче, примерите с неуспешни

начинания, подкрепени от такива фондове, показват, че липсата на достатъчно първоначални знания от страна на предприемачите по основни теми като планиране, управление на персонала, маркетинг, са били ключови за негативния резултат от тяхната дейност.

Акценти

- Микро предприятията са основната единица за извършване на търговска дейност, като всяка 2-ра фирма е собственост на човек със средно образование.
- Всяка 3-та фирма попада в определението за семейна.
- Голяма част от микропредприятията нямат подготвена стратегия за развитие
- Нивото на дигитални умения сред предприемачите не е високо, а е ключов фактор в нашия все по-дигитален свят. Възходящото развитие на електронната търговия, софтуерни решения в почти всяка област от живота, в т.ч. и навлизането на криптовалути, бележи нуждата от все по-високо ниво на дигитални умения.
- Разпределението на фирмите, показва предприемаческа активност, следваща демографията на страната. Ето защо, периферните погранични райони, както и такива в преобладаващо планински или селски райони, са застрашени от обезлюдяване, и съответно от дефицит на предприемачи, поради което биха могли да бъдат обект на фокусирано внимание при избора на целеви групи за обучения.

Интересен акцент, който събира в себе си наблюденията по-горе се открива в „Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП - Българските МСП в условията на криза“, и свързан косвено с нуждите от обучение.

При оценка на поведението на фирмите, свързано с прилагане на добри практики в дейността, които влияят върху развитието на МСП, се установяват следните зависимости:

- (1) Големината на предприятието: Приложението на добри практики нараства с увеличаването на броя на заетите в предприятието.

- (2) Големина на населеното място: Добрите практики са по-разпространени в по-големите градове и се срещат по-рядко при по-малките населени места.
- (3) Средна възраст на компанията: Добрите практики са по-развити в по-старите предприятия и се срещат много по-рядко при новосъздадените МСП.
- (4) Възраст на предприемача: Приложението на добрите практики нараства с увеличаването на възрастта на предприемачите, а по-младите предприемачи използват тези практики в по-малка степен.
- (5) Образование на предприемача: Прилагането на добри практики зависи от степента на образование на предприемача – колкото по-образован е, толкова повече практики прилага.

Ако приемем, че прилагането на добри практики са свързани пряко със знанията на предприемача, и водят до по-добри резултати, то можем да твърдим, че нужда от целенасочено обучение имат младите хора, със средно образование, които имат намерение да стартират собствен бизнес, в райони извън основните икономически центрове на страната.

5. УСТОЙЧИВОСТ НА МСП

Методологията, ползвана от Евростат и НСИ за новосъздадените и закрити фирми, заема терминологията си от статистиката за демографията на населението - новите фирми се „раждат“, закритите фирми „умират“, а тези, които продължават дейността си от година на година, „оцеляват“. Тези данни позволяват да се проследи активността и успеваемостта на фирмите в отделните отрасли на икономиката. Последните данни за родените предприятия са за 2017 г., а за умрелите – от 2016 г. заради голямото забавяне при отчитането им.

Наскоро публикуваното изследване на НСИ „Демография на предприятията към 31.12.2017 година“ цели да се оцени броят на активните предприятия и заетите и наетите лица в тях. Това осигурява ценна информация за продължителността на живота на

предприятията по вид и големина, брой и вид на умрелите предприятия, темпове на растеж, годишни коефициенти на оцеляване на предприятията.

Обект на наблюдението са предприятията, класифицирани по секторите на Класификацията на икономическите дейности (КИД - 2008), без група 64.2 (Дейност на холдингови дружества), дефинирани в Регламент (ЕО) на ЕП и на Съвета № 295/2008 за структурната бизнес статистика. През 2017 г. в България са действали 347 730 активни предприятия (а не общо регистрирани), което е с 0.1% по-малко в сравнение с предходната 2016 година.

Новородени предприятия

От общия брой предприятия в разглежданите сектори на икономиката 12.0% са новородени през 2017 година. За последните пет години средногодишно са се раждали 12.03% от броя на активните през периода предприятия. За периода 2013 - 2017 г. най-висок относителен дял имат новородените предприятия в сек-тор G - „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“, като средно за петгодишния период този дял е 42.2%. Същевременно най-нисък е делът на новородените предприятия в сектор В - „Добивна промишленост“ - едва 0.1% средно за периода. Тази тенденция се запазва и през 2017 година, като обяснението е свързано с възможността за достъп до пазара. В сферата на търговията и услугите, достъпа е бърз и сравнително евтин, докато в добивната промишленост, енергетиката, телекомуникациите са представени основно големи предприятия, с установени пазарни позиции, и е много трудно да има множество от новородени предприятия.

Като цяло структурата на родените предприятия по икономически сектори остава относително стабилна през разглеждания петгодишен период.

През наблюдавания период от 2013 до 2017 г. най-голям е броят на новородените предприятия, които не са наемали работна ръка (това са т.нар. самонаети собственици, работещи сами във фирмата си). От общо 41 887 новородени предприятия, в групата „0 наети“ през 2017 г. попадат 28 064 новородени предприятия, следвани от групата с 1 до 4 наети - 12 661. През същата година новородените предприятия с 10 и повече наети лица

(категоризирани като малки и средни) са само 537, което е показателно за начина, по който стартира огромна част от бизнеса.

За сравнение средно за периода 2006-2008 г. броят на новосъздадените в икономиката предприятия възлиза на 48 442, а техният дял в общия брой икономически активни предприятия е 19%. Броят на заетите лица в новооткрити предприятия е 123 409 или 6.2% от общия брой, което показва, че откритите през периода предприятия са се характеризирали с относително нисък среден брой заети — 3 лица.

Оцелели предприятия

От всички родени през 2016 г. предприятия 79.4% оцеляват една година по-късно, като в групата с „5 – 9 наети“ този относителен дял е 88.8%. През 2016 г. новородените предприятия са 43 434, като от тях 34 508 са преживели успешно 2017 година. Най-висок е дялът на оцелелите предприятия в сектор Н - „Транспорт, складиране и пощи“ - 87.3%, а най-нисък - в сектор Д - „Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива“ - 52.1%.

От 2012 г., с отдалечаване от годината на раждане, се наблюдава тенденция на намаляване на броя на оцелелите предприятия и за четирите групи предприятия според броя на наетите в тях.

Дялът на предприятията, родени през 2012 г. и все още активни пет години по-късно - през 2017 г., е около 41%.

Общият брой на заетите лица в родените през 2016 г. и оцелели през 2017 г. предприятия за разглежданите тринадесет сектора на КИД - 2008 е 87 229 души, което показва сериозната значимост на новосъздадените предприятия за икономическата ситуация в страната, и най-вече за заетостта. В три сектора са концентрирани 59.5% от всички заети: G - „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“ - 32.5%, С - „Преработваща промишленост“ - 13.9%, и I - „Хотелиерство и ресторантьорство“ - 13.1% . През 2017 г. разпределението на заетостта в тези предприятия е следното: група „1 - 4 наети“ - 38.0%; група „0 наети“ - 34.8%; група „10 и повече наети“ - 17.8%; група „5 - 9 наети“ - 9.5%.

Умрели предприятия

Данните за умрелите предприятия през 2016 г. са предварителни, което се дължи на специфичната методология за определянето им. През 2016 г. са умрели 41 611 предприятия, или 11.9% от броя на активните предприятия през същата година, в резултат на което работните си места са загубили 3.2% от заетите през годината.

През разглежданата 2016 г. 42.3% от умрелите предприятия са класифицирани в сектор G - „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“, което очертава сектора на търговия като най-рисков по отношение жизнеността на предприятията.

Най-жизнеспособни са предприятията от сектори В - „Добивна промишленост“, Е - „Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване“, и D - „Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива“, като при тях умрелите предприятия са под 1%, което се обяснява с спецификата на работа в тези сектори и мащаба на предприятията заети в тях.

За сравнение за периода 2006-2008 г., когато икономиката е в своя пик, предхождащ световната криза от 2009г., коефициентът на закриване на предприятия е 14.3%, което съответства на 35 836 предприятия (при 48 442 новосъздадени). Заетите в тези предприятия лица възлизат на 95 689 лица или 4.8%, което означава, че средно в едно закрито предприятие също са работили 3 лица. Разглежданите показатели надвишават средното за ЕС-27 ниво (за сравнение, през 2005 г. коефициентът на откриване на предприятия в ЕС е 10.1%, този на закриване 9.1%, а нетният прираст е 1%).

Акценти

- Всяко едно от създадени 5 предприятия умира в първата година от своето съществуване. Още 2 предприятия умират преди да навършат 5 години от създаването си. Обективно, преди да достигнат институционална зрялост, 3 от

всеки 5 фирми фалират, като този процес засяга основно микро предприятията, а най-рискът е сектора на търговия.

- Тенденцията за относителния дял на новосъздаващите се и умиращи предприятия е стабилна през последните години, което може да се използва за прогнозиране и за съдбата на следващите нови предприемачи.
- Много голяма част от микропредприятията са без наети лица, т.е. работи само собственика, което го прави силно зависим от собствените си знания и качества. Това в същата степен важи и за микропредприятията с 1 до 4 заети лица, където ролята на собственика е от ключово значение за развитието на дейността.

6. ОТЧЕТЕНИ ПРОБЛЕМИ СВЪРЗАНИ С РАЗВИТИЕТО НА МСП

Проблемите пред МСП в България са от различен характер, като по темата са правени няколко по-специализирани изследвания. Българска търговско-промишлена палата провежда анкетно проучване в периода 05.07.2018 – 05.09.2018 г. във връзка с нуждите от развитие на управленски умения и знания.

В анкетата участват 444 мениджъри на фирми, управляващи микропредприятия (с дял 30%), малки фирми (32%), средни предприятия (21%) и големи фирми (16%). В проучването са обхванати различни области, в които бизнесът смята, че е необходимо да се развие и усъвършенства, включително управленските знания и умения.

На въпроса "В кои насоки бихте доразвили вашите умения в областта на финансите?" преобладаващата част от анкетиранияте отбелязват като такива: показатели за измерване ефективността на бизнеса (55%) и финансовият анализ (51%). Определяне цената на бизнеса и как тя може да се повишава, както и изготвяне на бизнес план за инвестиции или нов бизнес също са на преден план сред темите, които са важни за мениджърите във финансово отношение.

В друга категория, отчитаща стратегическото управление – изготвянето на дългосрочна стратегия за развитие на бизнес и маркетинга са основните сфери, в които предприемачите считат, че е нужно да развият или подобрят своите умения.

В областта на оперативното управление, преобладаващата част от мениджъри на фирми – 58%, считат, че следва да усъвършенстват своите умения в създаване на ефективни системи за възнаграждение, в това число и за управление на човешките ресурси. Предвид липсата на кадри е обяснимо, че това се налага като важна сфера за работодателите с оглед задържане на качествена работна сила. Половината от управляващите фирми (51%) смятат, че имат нужда от повече информация за това как могат да мотивират и да ангажират своите служители. Сключването на по-добри дружествени и търговски договори чрез по-добри правни познания по материята, е също едно от важните пера, които бизнесът посочва като водещ за повишаване на уменията си.

Проучването показва, че книгите и сайтовете на бизнес тематика (при над 70% от мениджърите) са основните източници, чрез които си повишават знанията и уменията си. На второ място са семинарите и конференциите. Предприемачите черпят знания и от известни български и международни списания, според проучването.

Друго изследване, относно нуждите от финансиране сред микро и малки фирми в сферата на услугите, производството и земеделието, проведено от социологическа агенция TNS BBSS сочи, че предприемачите се нуждаят най-вече от разширяване на дейността на фирмата (46%), като 29% от тях вече имат готовност да кандидатстват за средства от финансова институция, чиято дейност е насочена основно към малкия бизнес.

Анкетираните представители на микро и малкия бизнес посочват, че се нуждаят от ремонт/подобрене на търговския обект (29%) и закупуване на допълнителни нови машини и оборудване (23%). 37% от анкетираните посочват, че ако разполагат с 5 000 лв. инвестиция, на първо място биха си закупили инвентар или техника. Според тях, основните пречки за развитие на бизнеса в България са финансови (55%), посочени на второ място след несигурната икономическа среда (82%) и конкуренцията в бранша (46%). Следват ги административните/регулаторни бариери, които са на четвърто място (41%).

Прави впечатление, че сред отговорите липсва мнение относно значимостта на фигурата на предприемача, и неговите знания и умения. Това вероятно се дължи на матрицата на изследването, но е показателно, че фокуса на повечето предприемачи е насочен към нуждата от активи, или капитал (инвестиционен и оборотен), но не и към самооценка на собствената подготовка да се ръководи и развива собствен бизнес.

Ето защо по-долу са разгледани проблеми, свързани с дейността на съществуващите микро предприятия, както и на бъдещите предприемачи, като фокуса е основно върху знанията на собствениците на фирми, и как това се отразява на тяхната дейност и бизнес устойчивост.

Стартиране на самостоятелна дейност

Започването на собствен бизнес е отговорно решение, и то следва да е подкрепено освен емоционално, но и финансово. Последното означава предприемача да е разработил своя бизнес план по адекватен, и реалистичен спрямо идеята начин. Да е изследвал и оценил средата, в която неговата идея ще се реализира, така че да е наясно с рисковете, както и да е извършил оценка на нуждата от капитал за стартиране на дейността (инвестиции) и за текущите разходи в първите месеци, докато все още не могат да се очакват пълноценни приходи.

Целият този процес, следва да доведе до решението за стартиране на собствена дейност, като това е подкрепено и от анализ на правната рамка - изисквания за регистриране, лицензионни и сертификационни режими (ако са приложими).

Описано по този начин, бизнес успехът е видимо зависим от знанията и уменията на предприемача. Изискваните предварителни проверки и прогнози предопределят в голяма степен в коя група ще се окаже фирмата след няколко години – в тази на „оцелелите“ или в тази на „умрелите“. Именно поради тази причина уменията в бизнес планиране и управление са ключови за старта на бизнеса и неговия проходящ период. Тогава се полагат основите на дейността, и за да бъде тя ефективна и рентабилна, са нужни познания в сферата на управлението и планирането.

Умения за работа с хора – екип или клиенти

За успеха на почти всеки предприемач са необходими освен добра идеята, но и конкретни умения за работа с хора, независимо дали говорим за клиенти, доставчици или служители.

Всяка от посочените групи изисква с нея да се работи по специфичен, индивидуален начин. Уменията за изграждане на мрежи, за работа в екип, и управление на персонала са все по-актуални, дори и за микропредприемачите. Някои от тези умения се развиват при получаване на формално образование, но по-голямата част от тях се придобиват чрез опит и ангажиране в други алтернативни форми на обучение.

За липсата на адекватни на нуждите програми в училища и университети говори появата на големия брой акселераторски и менторски програми, предлагащи именно това -

запълване на дупките, оставени след формалното образование. Необходимо е допълнително придобиване на практически знания, чрез ползване на нови, релевантни на нуждите на средата методи, и включване в обученията на преподаватели от бизнеса, предприемачи, инвеститори, хора от различните нива на еко-системата, с цел обединяване на теорията и практиката и развиването на интегриран подход спрямо придобиването на необходимите знания и умения.

Качество на работните места в МСП

С оглед на приноса на МСП за заетостта в страната, е важно да се разгледа и качеството на работните места, които те създават. Дори и като се абстрахираме от факта, че в част от фирмите няма наети служители, то и самите собственици, чрез осигуряване на собствения си доход, намаляват тежестта върху пазара на труда и безработицата. Под качество на работните места следва да се разбират двата основни аспекта - качество на заетостта (вече разгледано по-горе) и качество на условията за работа. Данни от изследвания сочат, че работните места в малките предприятия се характеризират с по-ниска степен на производителност и по-ниско ниво на заплащане. Същевременно микропредприятията разполагат с предимство спрямо своите конкуренти при неформалните аспекти на човешките ресурси - работен климат, съвместяване на работата със семейния живот и гъвкаво работно време.

В тази връзка е важно предприемача да има познания и умения и по теми като асертивност, управление на времето, стрес и избягване на конфликти.

Не на последно място, предприемачът следва да бъде в крак с икономическите и социални промени, съответно трябва да инвестира в придобиване и развитие на собствените си дигитални умения. Дори и да има персонал или външни услуги, който той да използва в тази насока, собствените знания ще му позволят да взема адекватни решения, що се касае до използването на нови технологии. В тази насока би следвало да се обърне внимание на предприемачи, попадащи в групи в неравностойно положение като например по-възрастните хора, които са все още работоспособни, със своите знания и опит могат да бъдат успешни предприемачи, но страдат от липсата на дигитални умения.

Унаследяване на семейния бизнес

Специфичен проблем се наблюдава при малките и микро предприятия, когато възрастта на собственика (и обикновено управител и основен ръководител) напредне, или той/тя се почувстват изтощени от годините работа в еднообразна среда. Тогава възниква въпроса кой може да поеме ролята на нов ръководител на фирмата. Унаследяването на семейния бизнес включва прехвърляне на управленския контрол и собствеността на следващото поколение собственици/мениджъри. Интересът към темата за унаследяването на семейните фирми е свързан с факта, че малка част от тези фирми оцеляват до второ или трето поколение. Трудностите, свързани с унаследяването на семейните фирми, могат да станат причина за фалит и поради това е необходима специална подготовка както на семейството, така и бизнеса, за да се реализира успешен трансфер на собствеността и управленския контрол към следващото поколение.

Според изследване на ЕК приблизително 450 000 фирми с около 2 млн. заети се трансферират всяка година във всички европейски страни. Изследването прави оценка, че съществува риск при тези трансфери всяка година да бъдат изгубени около 150 000 фирми със 600 000 работни места, главно поради неефикасността на системите за трансфер и прехвърляне на собствеността.

При условие, че почти 70% от българските семейни фирми все още се управляват от техния основател, то въпроса с унаследяването, избора и подготовката на наследника става очевидно сериозен.

В тази посока има очевидна нужда от обучение на лицата, които ще поемат семейния бизнес, тъй като те ще бъдат поставени в нова среда, и очакванията към тях ще са много големи.

Следва да се има предвид, че тук основно се визират фирми, които са оцелели след различни икономически изпитания, и имат своето място на пазара.

В тази връзка се отчита, че над половината от фирмите разчитат придобиването на пряк професионален опит във фирмата да спомогне за развитието на потенциалните наследници. Близко 48% от фирмите са подпомагали получаването на висше образование

от потенциални наследници, а над 41% са подпомагали различни обучения на потенциални наследници. Придобиването на специализация от потенциални наследници е факт при едва 30.4% от фирмите.

Придобиването на професионален опит от потенциални наследници в други организации се практикува от най-малко фирми (26.1%).

В тази посока следва да се търси техника за идентифициране на подобни фирми, и включване в обучения, насочени към повишаване ефективността на дейностите, по управление и трансфер в процеса на унаследяване.

7. МЕТОДОЛОГИЯ НА АНАЛИЗА ЗА НУЖДА ОТ ОБУЧЕНИЕ

Анализът на нуждите от обучения за съществуващите и бъдещи предприемачи е извършен на база предоставени от Възложителя методически указания и одобрен подход на работа.

Анализът разглежда нуждите от обучение на настоящи и бъдещи предприемачи главно в 3 предварително дефинирани области:

- ✓ Основни предприемачески умения (оперативно и финансово управление, маркетинг и др.)
- ✓ Личностни умения за развитие на успешен бизнес (комуникационни умения, управление на времето и др.)
- ✓ Основни IT умения като дигитален маркетинг, поддържане на интернет страници и др.

Независимо от това, в рамките на проведените обсъждания и интервюта бяха разгледани и други области, които са коментирани по-долу.

Използвани бяха следните методи за идентифициране на нуждите както следва:

- **Фокус групи**

Проведени бяха 3 фокус групи в градовете Разград, Враца и Русе. Изборът на места за провеждане беше продиктуван от различните характеристики на градовете, като по този начин беше потърсен по-широк и различен профил на участниците.

Русе е сред най-големите градове в страната, има доказани търговски взаимоотношения със съседна Румъния, и това предопределя нейната местна икономика, където има както добре развита индустрия, така и сфера на услугите, засягаща трансграничното икономическо сътрудничество.

Враца в миналото е бил силно развит индустриален град, който след приватизацията е загубил своите позиции, но в последните години се наблюдава активизиране в инвестиционен план, и ръст в икономическото развитие.

Разград има по-различна отраслова структура, със развито селско стопанство, и характерна особеност – в етнически план има значителна по брой хомогенна малцинствена група. Отбелязваме това, тъй като една от сериозните причини за недопускане до пазара на труда, респективно развитие на собствен бизнес сред тези групи, е незнанието на български език, което води до самоизолиране от икономическите процеси.

Общо във фокус групите участваха 20 души.

- **Интервюта**

Интервюирани бяха 19 човека, като при подбора им се постаряхме да имаме извадка, която да отразява основните характеристики, описващи микро или бъдещия предприемач чрез:

- Възраст
- Ниво на образование
- Сфера на работа или интерес

Интервютата се проведеха по предварително структуриран въпросник, където освен основни данни за себе си, лицата следваше да направят и самооценка на своите знания в посочените 3 водещи теми, да споделят нуждата си от допълнителна подготовка по тях, както и по други, непосочени теми, да посочат предпочитаните от тях методи на обучение и най-ефективната продължителност на едно присъствено обучение.

- **Експертна оценка**

Експертната оценка е използвана от изготвилите доклада, въз основа на техния опит в сферата на предприемачеството, и извършена значителна по обем работа, свързана с подготовката на лица, желаещи да стартират собствен бизнес.

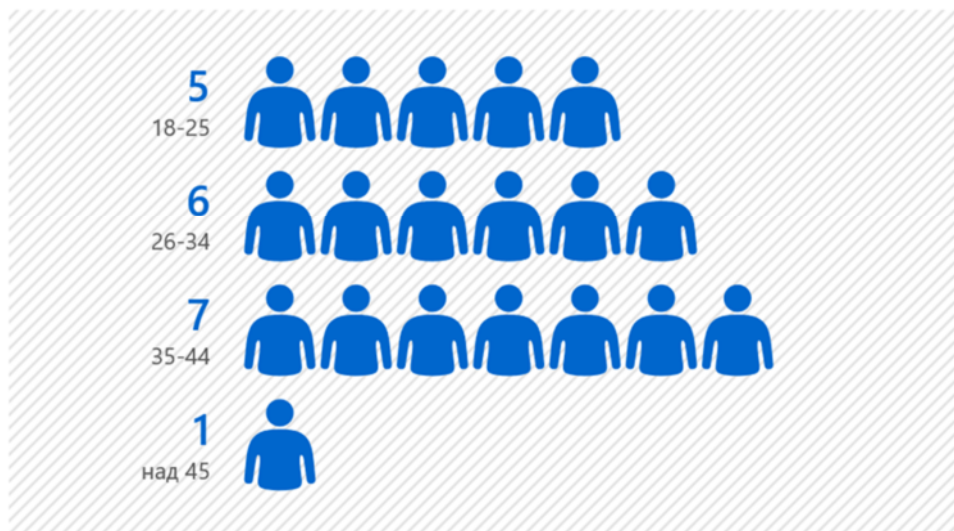
8. АНАЛИЗ НА СЪБРАНИТЕ ДАННИ

Подходът на представяне се базира на обработените данни от проведените интервюта, като информацията от фокус групите допълва направените изводи и заключения.

Интервюираните 19 лица се разделят по своя основен признак, а именно дали имат съществуващ бизнес, или тепърва предвиждат стартирането на такъв. В извадката бяха включени 6 предприемачи, и 13 лица с бизнес идеи за бъдеща реализация.

По отношение разделение по възраст, интервюираните имат следния профил:

Разпределение по възраст



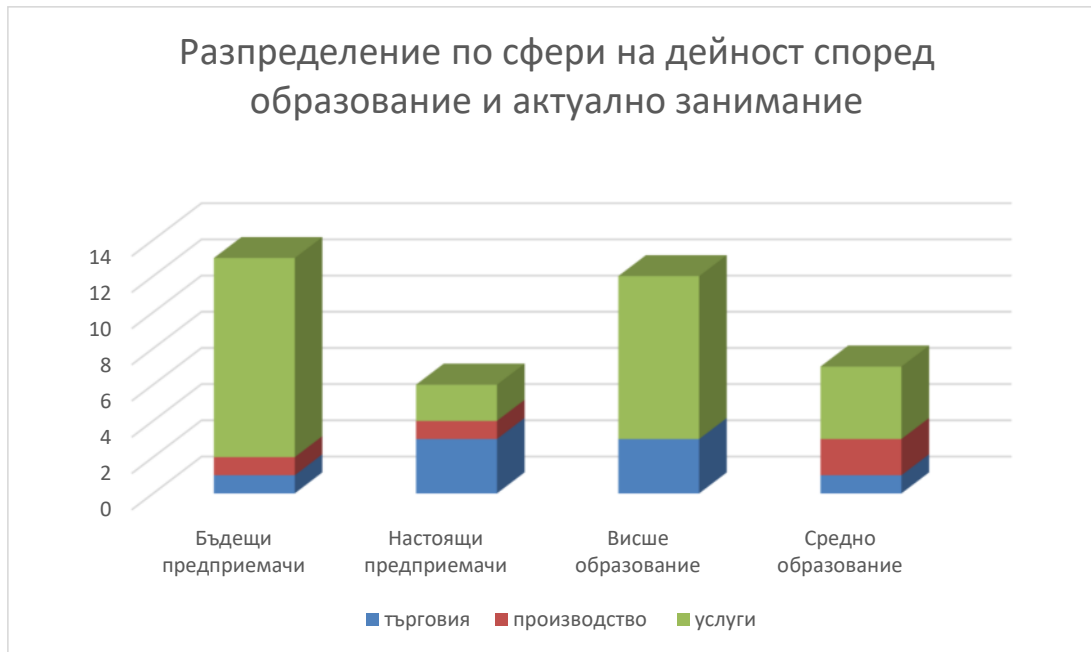
Вътрешното разделение на лицата според техния предприемачески статут и възраст е:

Профил на интервюирани лица по възраст	18-25	26-34	35-44	над 45
Настоящи предприемачи	1	0	4	1
Бъдещи предприемачи	4	6	3	0

Интересно е да се разгледа съотношението на лицата според тяхното образование и основния критерий – настоящи / бъдещи предприемачи.

12 от лицата са с висше образование, а 7 със средно (част от тях са студенти към момента на провеждане на интервютата). От лицата с висше образование само 2-ма са с актуален бизнес, докато всеки втори от тези със средно образование има бизнес. Това наблюдение само потвърждава установените факти, свързани с мотивацията да започнеш собствен бизнес.

Доказано е, че мотивацията от възможността се използва по-слабо, тъй като тя засяга хора с висока степен на образование, които по тази причина имат по-лесен достъп до пазара на труда, получават много добри позиции и доходи, и не са стимулирани да заменят попрището си със собствен бизнес, където трябва да носят много отговорност, да поемат финансов риск, и да съществува вероятността от неуспех. Същевременно, мотивацията породена от нуждата засяга предприемачите със по-ниско образование. Те не са толкова добре приети на пазара на труда, или обичайно получават ниско заплащане, и това ги насърчава да стартират собствена дейност за да реализират своите идеи и потенциал.

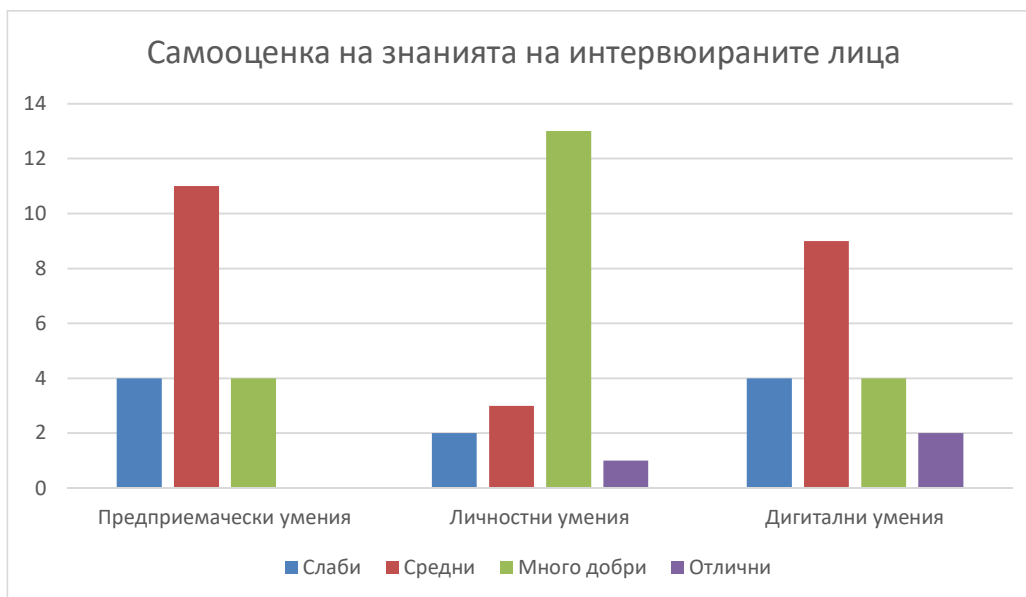


Обработената информация показва, че основната група интервюирани лица предпочитат да работят или вече работят, в сферата на услугите, като само 2-ма са от производствения сектор (и двамата със средно образование).

Самооценката на лицата относно техните знания дава много ценна информация, тъй като се отличават няколко тенденции.

Отговорите са обобщение съобразно следната скала на самооценка на знанията – слаби, средни, много добри, отлични, и спрямо предварително зададените 3 основни теми:

- ✓ *Основни предприемачески умения*
- ✓ *Личностни умения за развитие на успешен бизнес*
- ✓ *Основни ИТ умения*



Показателно е, че повечето от запитаните лица смятат като свое най-силно качество знанията си в областта на личностните умения. Същевременно, никой не смята, че има отлични предприемачески знания, и много малко от запитаните лица оценяват дори като много добри своите предприемачески и дигитални умения.

При разглеждане на отговорите през призмата на възрастта, се откроява факта по-младите хора да оценяват по-високо своите дигитални умения, очевидно водени от факта, че общуването им и начина на живот са все по-тясно свързани със социалните мрежи и технологичното развитие. Обратно, по-възрастните хора изпитват затруднения в тази сфера, докато (вероятно базирано на житейския си и професионален опит) оценяват по-високо своите личностни и предприемачески умения.

Интересно е какво споделят запитаните лица по отношение на начина, по който са добили тези знания (позволяваха се повече от 1 отговор).

Като най-съществен начин за добиване на знания се откроява професионалната среда и добиването на практически опит и знания при изпълнение на трудови задължения (при 11 от общо 19 човека). Изглежда метода „учене чрез правене“ е най-широко разпространен, което от своя страна влиза в противоречие, при отговора на въпроса „Как бихте искали да получавате нови знания“, където едва 1 човек посочва стажуването като вариант. Това лесно обаче може да се обясни с факта, че хората които вече имат бизнес,

или са готови да стартират такъв, не са склонни, и и би било доста трудно да организират подобен стаж, при друг Работодател, за да придобият нови знания.

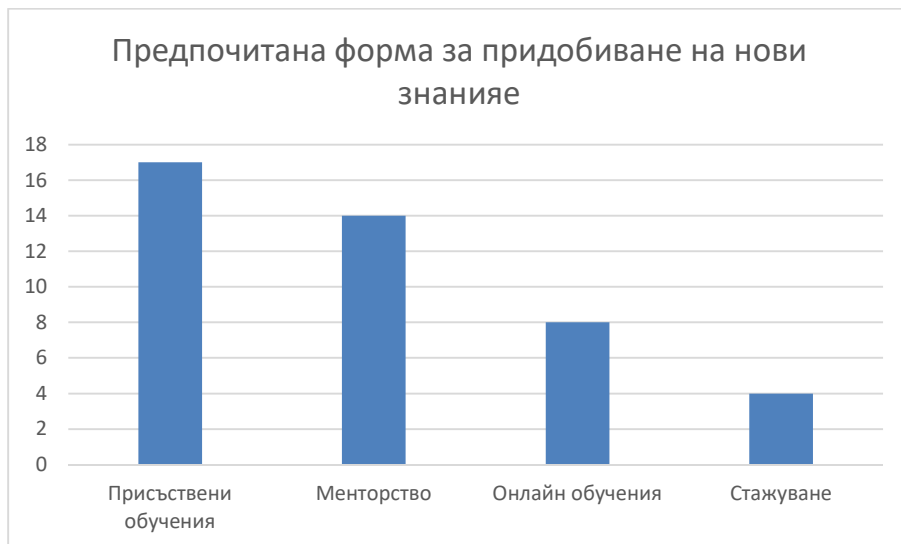
Следващият най-разпространен начин за добиване на досегашните знания е формалната образователна система (училище, университет). Такъв отговор дават 10 от общо 19 човека, което затвърждава общоизвестно заключение, че съвременната образователна система има нужда от пре-разглеждане, за да може в по-висока степен да отговори на нуждите на пазара на труда, в т.ч. и предприемачеството.

8 от общо 19 запитани лица посочват, че са разчитали на самоподготовка за повишаване на своите знания, под което се разбира посещение на допълнителни курсове, прочит на специализирана литература, участие в групи в социални и други мрежи, даваща професионална информация. От тях половината попадат във възрастова група до 26 г.

Само 2-ма от запитаните посочват като източник на знание семейната среда.

С оглед установяване на фактическата нужда от нови знания и техниката за тяхното придобиване, запитяхме по време на интервютата, кой от изброените начини най-много Ви допада. Интервюираните можеха да дадат повече от 1 отговор, и резултатите недвусмислено показват, че дори и в днешната все по-дигитална среда на общуване, когато става въпрос за знания, хората предпочитат личния контакт.

Особено внимание следва да се обърне на менторството. Личният опит, и възможността да почерпиш от знанието на някой, който вече е извървял определен път в сферата на предприемачеството се приема много добре от хората, и продължава да се цени високо.



С оглед на силно изразения интерес към присъствени обучения попитахме изрично каква е продължителността на 1 обучение, която според лицата най-добре ще съответства на тяхната настройка, и ще генерира най-висока ефективност.

13 от всички 19 запитани предпочитат продължителността на обучението да е до 4 часа, 5 са готови да участват в едnodневни занимания, и само 1 от интервюираните счита, че обучение с по-висока продължителност е най-ефективно. Следва да направим уточнението, че тази оценка е дадена за продължителността на една учебителна сесия. Ако говорим за продължителност на цяло обучение, то тук мненията много варират – от 2 дни до няколко месеца, и очевидно зависят, както от конкретната учебителна тема, така и от моментния социален статут на интервюираните, тъй като особено за тези със съществуващ бизнес, отделянето им от него за продължителен период е немислимо.

9. ОБОБЩЕНИЕ ОТНОСНО НУЖДТЕ ОТ ОБУЧЕНИЯ

В резултат на проведените интервюта и фокус групи се оформиха следните основни тенденции.

- **Причини за определената нужда от допълнителни знания**

Както и в анализа за състоянието на МСП в България беше изтъкнато, че микро предприятията в страната се отличават следните особености:

- Микро предприятията са основната единица за извършване на търговска дейност, като всяка 2-ра фирма е собственост на човек със средно образование.
- Всяко едно от създадени 5 предприятия умира в първата година от своето съществуване.
- Много голяма част от микропредприятията са без наети лица, т.е. работи само собственика, което го прави силно зависим от собствените си знания и качества.
- Всяка 3-та фирма попада в определението за семейна.

Тези заключения бяха потвърдени и от проведените интервюта и фокус групи. Действителната ситуация е, че предприемача е често самонаето лице, или управлява малък семеен бизнес. Той е отговорен за всички аспекти на бизнеса си – развитие, работа с клиенти, договаряне с партньори, административно управление, ценообразуване и финансово управление. Тези задачи са достатъчно тежки и ангажиращи, и предприемачите не успяват да отделят време за самоусъвършенстване и развитие на собствените си умения, като най-голям дефицит се отчита при управленските и дигиталните знания и умения.

И още един интересен феномен – повечето от хората посочват като проблем пред бизнеса си липсата на оборотен или инвестиционен капитал, и го определят като спънка за старт или растеж. Статистиката обаче показва, че броя на умрелите предприятия остава постоянен през годините, независимо че икономическата среда (и респективно достъпа до финансиране) се е променяла. Това доказва, че личните качества и подготовка на предприемачите са далеч по – значим фактор за успеха. Това също показва и къде се откриват най-големите нужди от допълнително знание – в сферата на планирането и на финансовото управление.

- **Области на знание и конкретни теми за обучение**

При пре-дефинираните общи теми за бъдещо обучение, можем да отчетем, че нуждите са разнопосочни, но се очертават следните зависимости:

- Предприемаческите умения са основни, и особено тези по Бизнес планиране и Финансово управление, както и в сферата на маркетинга. Това са сред най-често посочваните конкретни теми, като дори хора със съществуващ бизнес посочват, че не са сигурни в своите актуални знания. И тъй като бизнес планирането задължително следва да бъде обвързано и с финансово планиране, то тази тема се очертава като ключова за нуждите на бизнеса. Другата такава е свързана с маркетинга, но с оглед нарастването на значението на онлайн търговията, тя е разгледана при дигиталните умения.
- Независимо, че повечето от лицата оценяват като много добри своите личностни умения, то допускаме, че тази оценка идва и защото това е донякъде оценка на самия човек, на личността му, и при самооценяване се активира склоността да представиш себе си в по-добра светлина. В същото време, факта че огромен процент от хората работят в сферата на търговията и услугите изисква по-специално внимание и на тази тема. Това заключение се потвърждава и от събраната информацията от целевата група. Много от актуалните предприемачи се оплакат от липса на време, което извежда темата за Управление на времето и справяне със стреса като водеща. Като друга съществена тема се откроява Управлението на човешките ресурси и делегиране на отговорност. Независимо от малкият размер на повечето фирми (а може би именно заради това), зависимостта на предприемача от персонала му е по-висока, и той има нужда от допълнителни знания в тази посока.
- Дигиталните умения бяха посочени от всички участници в интервютата и фокус групите като фундаментални за развитието на бизнес в съвременните условия. Тук водеща роля придобиват следните конкретни теми:
 - Дигитален маркетинг - умението да присъстваш видимо в дигиталната среда, чрез умело насочване на своята рекламна дейност към добре

идентифицирани целеви групи е ключово, особено в сферата на търговията и услугите.

- Управление на социални мрежи – може и да се разглежда като елемент от дигиталния маркетинг, но го извеждаме като отделна тема, защото развитието на социалните мрежи е толкова бързо, че изисква специално внимание. Във връзка с това се появяват нови професии, нови техники за насърчаване и осъществяване на продажбите, създаване на канали за търговия и обвързването им със дейността в социалните мрежи. Това изисква познания и разбиране на процесите, за да може бизнеса да е в крак със актуалните тенденции.
- Онлайн търговия – вероятно най-бързо развиващия се сегмент на пазара, почти без значение с оглед областта на действие. Задължително за всеки, който иска да остане на пазара и след 5 години.

- **Нужда от обучение, извън посочените теми**

При изследването на нуждите от обучения поставиме въпроса и за други области на знанието, в които предприемачите имат нужда от допълнителни знания, като изрично изключихме специфични за дадена дейност, чисто технически умения и познания. Болшинството от запитаните лица посочи, че съществува нужда от повишаване знанията в няколко основни теми:

- Правна подготовка, касаеща познания по търговско право, и най-вече подготовка и сключване на договори;
- Данъчна сфера, заради нуждата от по-ясно и точно формулиране на своята дейност и извършваните операции;
- Счетоводни знания – за да може предприемача сам да анализира финансовите си отчети, и съответно да оценява резултата от усилията си.

Няколко от запитаните лица също така посочиха повишаването на езиковите им компетенции като съществени за бизнеса.

10. ПРЕПОРЪКИ

Основните препоръки, които касаят нуждата от обучение са ориентирани в две посоки:

- ✓ Според профила на предприемачите, имащи нужда от обучение, и
- ✓ Според естеството на темите, които се очертават като най-необходими.

Профилът на предприемача, който има най-голяма нужда от обучение изглежда така – това най-често е мъж, със средно образование, с бизнес ситуиран в провинцията, като той работи сам, или най-много с няколко човека.

Извън статистиката, лицата, които има нужда от по-целенасочено обучение, което да подкрепи развитието на техния съществуващ бизнес, или старта на новото им начинание, са:

- Лицата със средно образование, поради липсата на досег с академична среда, в която се говори за предприемачество и бизнес;
- Младежите, независимо от тяхното образование, поради липсата на практически бизнес умения и опит;
- По-възрастни предприемачи, които имат по-слаби познания и умения в дигиталната сфера;
- Предприемачи от погранични и селски райони, които имат по-ограничен достъп до обучения, и същевременно бизнеса им се развива при различни от обичайните обстоятелства – значително по-ограничен пазар, дейност базирана по-скоро на личностните отношения, а не на марката.
- Лица, които се очаква да онаследят бизнеса на своите родители, и имат нужда от по-широки познания (тези лица попадат и в част от другите описани групи като младежи и бизнес от селски райони).

Естеството на темите, които се очертават като най-необходими за обучение потвърждават предварително заложения обхват на проекта, като следва да се отбележи, че мотивацията и нуждата са породени от различни фактори, и са валидни в различна степен при различните целеви групи.

Основни предприемачески умения

Бизнес планирането е от съществено значение за стартиращите предприемачи, които имат нужда от правилно моделиране на своя бизнес, и по-малко е необходимо за хората с опит (съществуващ бизнес).

Познанията по оперативно и финансово управление са по-полezni за предприемачите, които имат екип от назначени служители, и са по-малко полезни за самонаетите лица.

Познания по маркетинг са полезни в по-висока степен на предприемачи от сферата на търговията и услугите, като тук специално внимание следва да се обърне на дигиталния маркетинг и съвременни техники за продажби.

Личностни умения за развитие на успешен бизнес

Ключовите компетентности са еднакво валидни за всеки предприемач, независимо дали има екип, в коя сфера е неговия бизнес, и къде се намира географски. Обученията за водене на преговори, комуникационни умения, управление на времето, работа в екип са задължителни за предприемачите в конкурентната среда, в която те развиват своята дейност.

Основни IT умения

Специално внимание следва да се обърне на подготовката на предприемачите по отношение на онлайн търговията, и свързаните с това създаване и поддържане на интернет магазини, дигитални канали за промоция и реклама, присъствие в социалните мрежи и използването им за правене на бизнес.

11. ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Въпросник за провеждане на фокус група

2. Как оценявате подготовката на предприемачите с които контактувате, според темите:
 - Основни предприемачески умения (оперативно и финансово управление, маркетинг, бизнес планиране и др.)
 - Личностни умения за развитие на успешен бизнес (комуникационни умения, управление на времето, справяне с проблеми, стрес, преговори и др.)
 - Основни IT умения като дигитален маркетинг, поддържане на интернет страници, използване на съвременни технологии и решения, поддържане на бизнес комуникация в социални мрежи, онлайн продажби и др.
3. По какъв начин подготовката по тези теми влияе на успеха на бизнеса?
4. Имате ли примери за неуспешен бизнес, само поради липсата на подготовка по конкретна тема от страна на предприемача?
5. Колко често отделяте време и финансов ресурс за повишаване на своята подготовка? Трябва ли да е повече или е достатъчно за бизнеса Ви?
6. Какво бихте променили в средата, в която работите, ако имахте възможност?
7. Какво Ви привлича в една покана за включване в обучение, как вземате решение за участието си?
8. Как изглежда идеалното обучение за Вас?

2. Въпросник за интервю с настоящ предприемач

1. В каква сфера работите – услуги, търговия, производство, строителство?
2. От колко години съществува фирмата Ви?
3. Имате ли предишен предприемачески опит? Опишете?
4. Как оценявате собствените си знания и подготовка по темите (отговорете със слаби, средни, много добри, отлични):
 - Основни предприемачески умения (оперативно и финансово управление, маркетинг, бизнес планиране и др.)
 - Личностни умения за развитие на успешен бизнес (комуникационни умения, управление на времето, справяне с проблеми, стрес, преговори и др.)
 - Основни ИТ умения като дигитален маркетинг, поддържане на интернет страници, използване на съвременни технологии и решения, поддържане на бизнес комуникация в социални мрежи, онлайн продажби и др.
5. Как/къде сте придобили тези знания?
6. Кои от изброените теми са най-често прилагани във вашата ежедневна работа? Моля оценете.
7. По кои от тях имате нужда от допълнителна подготовка? Посочете конкретно.
8. Има ли други теми, свързани с бизнеса ви (без чисто технически), извън посочените, по които оценявате, че имате нужда от допълнителна подготовка?
9. Какви методи за получаване на знания предпочитате?
 - a. Присъствено обучение
 - b. Дистанционно обучение
 - c. Менторство
 - d. Стажуване
 - e. Онлайн уроци
10. Каква е най-предпочитаната от Вас продължителност на присъствено обучение, така че да можете да отделите от времето си, при получаване на максимална ефективност (½ ден, 1 ден, и т.н.)?

3. Въпросник за интервю с бъдещ предприемач

1. В каква сфера искате да работите – услуги, търговия, производство, строителство?
2. Какви стъпки сте предприели за стартиране на Вашия нов бизнес досега?
3. Имате ли предишен предприемачески опит? Опишете?
4. Как оценявате собствените си знания и подготовка по темите (отговорете със слаби, средни, много добри, отлични):
 - Основни предприемачески умения (оперативно и финансово управление, маркетинг, бизнес планиране и др.)
 - Личностни умения за развитие на успешен бизнес (комуникационни умения, управление на времето, справяне с проблеми, стрес, преговори и др.)
 - Основни ИТ умения като дигитален маркетинг, поддържане на интернет страници, използване на съвременни технологии и решения, поддържане на бизнес комуникация в социални мрежи, онлайн продажби и др.
5. Как/къде сте придобили тези знания?
6. По кои от тях имате нужда от допълнителна подготовка, с оглед на новата Ви дейност? Посочете конкретно.
7. Има ли други теми, свързани с бизнеса ви (без чисто технически), извън посочените, по които оценявате, че имате нужда от допълнителна подготовка?
8. Какви методи за получаване на знания предпочитате?
 - a. Присъствено обучение
 - b. Дистанционно обучение
 - c. Менторство
 - d. Стажуване
 - e. Онлайн уроци
9. Каква е най-предпочитаната от Вас продължителност на присъствено обучение, така че да можете да отделите от времето си, при получаване на максимална ефективност (½ ден, 1 ден, и т.н.)?

12. ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. Официална статистическа информация от НСИ
2. Демография на предприятията към 31.12.2017 година – издание на НСИ от 2019г.
3. Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП - Българските МСП в условията на криза - изготвено през 2011г. по поръчка на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия.
4. Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП в България 2011- 2012 г.: Икономическо възстановяване и конкурентоспособност - изготвено през 2012г. по поръчка на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия.
5. Добри практики, мерки и препоръки за стимулиране развитието на дигитални и дигитално задвижвани МСП – 2017г.
6. Ролята на малките и средни предприятия в икономиката на София 2012 -2017, извършено през 10.2018г.
7. Проект на НСИ „Статистика на фамилия бизнес в България“ - основни резултати за 2015 година
8. Резултати от проучване, извършено от Българска търговско-промишлена палата, в периода 05.07– 05.09.2018 г.
9. Резултати от проучване, извършено от НЦИОМ през 2013г., по проект “Трансгранични вертикални оси на предприемачество в подкрепа на младежи и жени”, MIS 7998 - Програма за европейско териториално сътрудничество Гърция-България 2007-2013
10. Изследването на Европейската комисия за приноса на МСП за създаването на работни места - 2012г.