

Ще станеш ли предприемач?

Все по-малко хора отговарят положително на този въпрос

Твърди се, че основните предпоставки, за да има предприемачи в една страна, са (1) работещи институции, (2) добра инфраструктура и (3) качествена образователна система. Всеки читател веднага ще възкликне, че в България липсват или поне не са на ниво. Данните потвърждават, че не сме сред най-предприемчивите нации, като през последните години дори се наблюдава абсолютно намаление на предприемачите и самостоятелно заетите лица (моля, вижте таблица 1).

Разбира се, може да се търсят редица обяснения защо в България предприемачите все още са рядко срещано явление и често с противоречив образ.

В края на 2012 г. в четири посткомунистически страни - България, Литва, Грузия и Киргизстан - направихме представително изследване сред гражданите, за да се опитаем да разберем какъв е образът на предприемача. Ето основните изводи:

Срещат се рядко

Само 3% от интервюираните имат опит като предприемачи. Останалите са изградили мнението си като наети служители, потребители на стоки/услугите, произведени от предприемачите, или от опита с роднини.

Те са в основата на икономическия растеж

Около 55% от интервюираните в България посочват, че предприемачите и фирмите създават икономическия растеж, докато 24% твърдят, че това е правителството. У нас регистрираме и най-голямото незнание (20% нямат представа) за това кой всъщност създава икономическия растеж (моля, вижте графика 1).

Недоверието надделява

Двойно повече са хората, които нямат доверие към предприемачите, в сравнение с тези, които имат в някаква степен или напълно доверие към работата им. България регистрира най-високи стойности на недоверие и съответно най-ниски на доверие сред анкетираните в Литва, Грузия, Киргизстан. Едно от обясненията е, че не са се сбъднали очакванията на гражданите от работата на предприемачите. Както ще се види по-долу в отговорите, от тях се очаква най-вече да създават работни места и когато това не се случва или пък условията (заплата, работно време и т.н.) не са приемливи, това се разглежда като провал и съответно намалява доверието. Друго обяснение е фактът, че част от

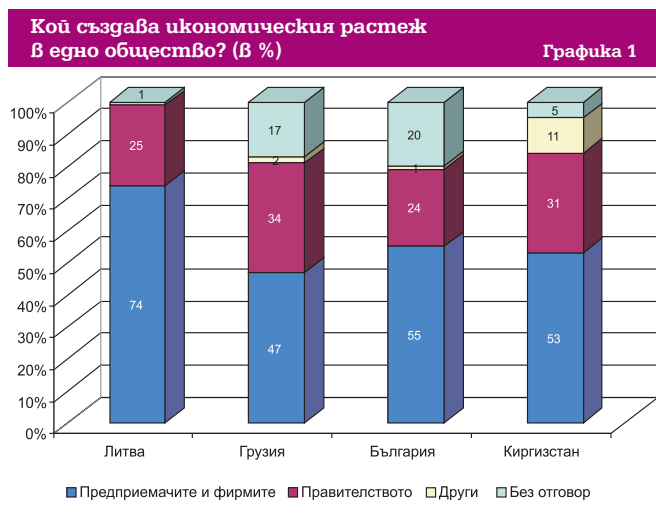
предприемачите не могат да кажат откъде е благосъстоянието им или пък има подозрения за корупционни практики в бизнеса (обществени поръчки, неспазване на правилата, създаване на "угодни" правила и т.н.). Това допринася за подозрителност и формира нежелание на хората да бъдат предприемачи.

Доверието не се подобрява с времето

Очакванията, че с натрупването на опит у българските предприемачи, присъединяването към ЕС и големия европейски пазар, отварянето към света с проникването на интернет образът на българския бизнесмен ще се подобри, не се оправдават. Българите дават най-ниска оценка на предприемачите, като тя не се променя с времето или се влошава в сравнение с останалите страни. Основната причина е неспособността на администрацията да създаде реални условия за бизнес. Лобистките закони, не-

Заети лица (по статус в заетостта)	Таблица 1			
	2008	2009	2010	2011
Работодатели	3,7%	3,5%	3,8%	3,7%
Самостоятелно заети лица	7,7%	8,0%	8,0%	7,5%
Наети лица	87,6%	87,5%	87,2%	87,8%
Неплатени семейни работници	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%

Източник: НСИ



Източник: Проучване на "Алфа Ризърч", октомври 2012 г., по поръчка на ИПИ



За почти половината българи предприемачеството не е повод за гордост.





**Предприемачите
движат прогреса
в икономиката**

работещите институции, които трябва да гарантират конкурентната среда, административни изисквания, които предопределят корупционни практики, и неспособността на съда да осигури гаранция в прилагането на договорите и ефективна защита на правата на собственост са причина част от предприемачите да оцеляват само и единствено ако играят по събрканите правила. Това не остава незабелязано от обществеността и доверието към тях се влошава през годините (моля, вижте графика 2).

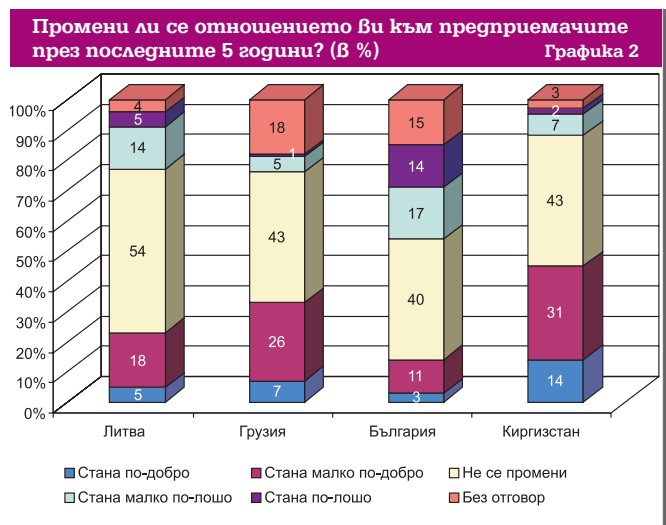
Образователните институции не влияят върху мнението

Макар и очаквана, констатацията, че училището/университетът нямат абсолютно никакво влияние при формирането на възприемането на предприемачите, е доста тревожна. Липсата на основни знания за започване на бизнес, препятствията, предизвикателствата и трудностите за начинаещия предприемач често се сочат като причина за ниската бизнес активност у нас. Липсата на връзка между училището и реалните условия, невъзможността за предоставяне на ясни, конкретни, прости и работещи знания водят както до по-ниско ниво на предприемачеството, така и до неразбиране на същността му, да не говорим за някаква подкрепа и гордост от това (моля, вижте графика 3).

Оказва се, че медиите заедно с приятелите са най-влиятелният фактор при формиране на мнението за предприемачите. Всеки може сам за себе си да прецени доколко и как медиите успяват да отразяват обективно случващото се, както и колко от новините са положителни, независимо за какво се отнасят. Явна е обаче водещата им роля при изграждане на публичния образ на предприемачите.

Повече от половината запитани нямат никакви нагласи да започнат собствен бизнес

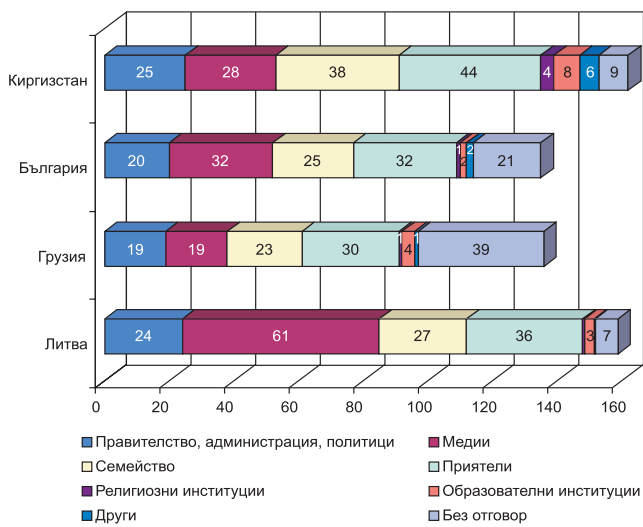
Съвсем логично повече от половината анкетирани нямат желание да започнат собствен бизнес. Същност едва 21% от респондентите у нас посочват, че биха искали да станат предприемачи. За сравнение - потенциалните предприемачи в Киргизстан са 59%, в Грузия - 54%, а в Литва - 34%. Общественният образ на предприемача често е неразбран, изкривен или влошен както от неясни бизнес практики, така и от липсата на основни знания и умения. Последното принципно би трябвало да представлява пречка за започване на бизнес, но пословични са примерите на хора без какъвто и да е опит, които успяват да пробият и да бъдат лидери в дадена сфера. Освен липсата на базисни разбирания за това как се прави бизнес, друго обяснение е фактът,



Източник: Проучване на "Алфа Рисърч", октомври 2012 г., по поръчка на ИПИ

Кои фактори са повлияли на мнението Ви за предприемачите? (в %)

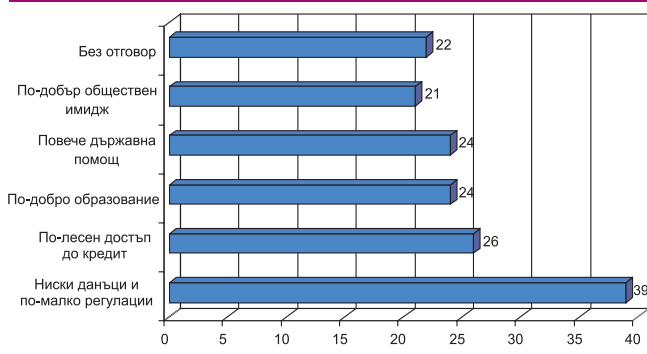
Графика 3



Източник: Проучване на "Алфа Рисърч", октомври 2012 г., по поръчка на ИПИ

Какво би насърчило предприемачеството? (в %)

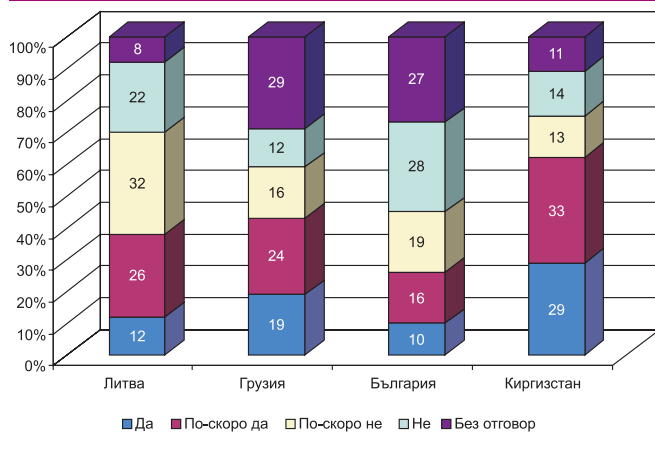
Графика 4



Източник: Проучване на "Алфа Рисърч", октомври 2012 г., по поръчка на ИПИ

Аз се гордея/бих се гордял да бъда предприемач (в %)

Графика 5



Източник: Проучване на "Алфа Рисърч", октомври 2012 г.

че дълго време (45 години) у нас предприемач беше лоша гума. Липсата на наследствени бизнеси, натрупани семейни знания и традиции в определен бизнес оказва съществено влияние върху потенциала на

настоящите българи за предприемачество.

Ниските данъци и по-малко регулации са основният стимул

Донякъде изненадващи са резултатите за България за основните политики, които биха насърчили предприемачите според анкетираните. Най-много (39% от запитаните) посочват, че ниските данъци и облекчените регулации са основният начин, който трябва да се прилага за помощ на предприемачеството. Този резултат изненадва най-вече поради опитите да се наложи мнение в обществото в последно време, че ниските преки данъци не са правилна политика. Всъщност противниците на ниските данъци на всеослушание твърдят, че те трябва да бъдат премахнати, особено ако ще се борим с кризата и алчните предприемачи. Тук отново трябва да имаме предвид влиянието на медиите и наблюдаваните през последните години атаки към работещи политици. На следващо място се посочват улесненият достъп до кредит (26%), доброто образование (24%) и повече гържавни помощи (24%) (моля, вижте графика 4).

Не е новог за гордост

Най-категоричният отрицателен отговор на въпроса "Бихте ли се гордели да бъдете предприемач?" е посочен в България от 28% от участниците в допитването. Като добавим и 19% отговорили с "по-скоро не", се оказва, че за почти половината българи предприемачеството не е новог за гордост. Възприемането на предприемачите като нарушаващи правилата, експлоатиращи работниците и предлагаящи стоки/услуги с високи цени/недобро качество обяснява липсата на гордост от това да бъдеш предприемач в България (моля, вижте графика 5).

Няколко извода:

- Провалът на основните институции да гарантират еднакви условия за предприемачите води до положение, в което, за да оцелее един бизнесмен, той неминуемо трябва да участва в не толкова реговни практики. Това влияе на имиджа на предприемача.
- Липсата на история и практика у нас на семейно ниво води до непривлекателност и нежелание за предприемаческа дейност.
- Образователната система е основен глъчник на всички потенциални предприемачи и настоящи бизнесмени.
- По-малката намеса на гържавата изплува като основна препоръка.
- Предприемачите са възприемани като положителни образи на лично ниво (трудолюбиви, отговорни, поемащи риск), но като отрицателен образ на ниво компания (алчни, корумпирани и експлоататори).

Все пак образът на предприемача не е едностранно негативен. Има възможност той да се подобрява. За да се случи това, е важно да се реформира образованието, да има повече разбиращи материята меди, по-ефективна администрация, по-активно гражданско общество, което да осъществява контрол върху правителството за добри условия за живот и правене на бизнес.