



Global  
Entrepreneurship  
Monitor  
Bulgaria

Национален доклад на GEM  
за предприемачеството в България

# Годишен доклад

Автори: Венета Андонова  
Мира Кръстева

2016/17

**JEREMIE**  
BULGARIA   
Advised by  EUROPEAN  
INVESTMENT  
FUND

  
**EY** Building a better  
working world

**SUPER  
HOSTING  
.BG**





# 2016/17 НАЦИОНАЛЕН ДОКЛАД НА GEM ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО В БЪЛГАРИЯ

Венета Андонова  
Мира Кръстева

с участието на:

Ясен Георгиев, Институт за икономическа политика  
Елоиза Исаза, Университет на Андите, Колумбия



В подготовката на този доклад са използвани данни на Глобалния предприемачески мониторинг, но интерпретацията им отразява единствено личното мнение на авторите.

Сдружение "Глобален предприемачески мониторинг"  
София, 2017



2016/17 Национален доклад на GEM за предприемачеството в България:  
Венета Андонова и Мира Кръстева

Сдружение „Глобален предприемачески мониторинг“  
Ул. Цар Асен 3  
София 1000  
България  
Тел.. +359 87 6767 023  
[www.GEMorg.bg](http://www.GEMorg.bg)

Всички права запазени.  
ISBN 978-619-90724-5-5 (хартия)  
1. entrepreneurship ecosystem    2. entrepreneurship

Авторите биха искали да изразят благодарността си към всички национални екипи на GEM за решаващата им роля при провеждането на проучванията на GEM в техните държави. Всяка употреба на данни или откъси от текста трябва задължително да се придружава с коректно цитиране и позоваване на доклада и неговите автори.

При цитиране: Андонова, В. и Кръстева, М. 2016/17 Национален доклад на GEM за предприемачеството в България.  
[www.GEMorg.bg](http://www.GEMorg.bg)

© Десислава Николова, научна редакция на английски 2017  
© Ясен Георгиев, научна редакция на български 2017  
© Галери Партнерс, Алба Чоралиева, корица, дизайн (бълг./англ.) и предпечат (бълг./англ.) 2017  
© Антон Чолаков, снимка корица  
© Сдружение Глобален Предприемачески Мониторинг, 2017

Печатан в София

# GEM Bulgaria Annual Conference 2017

THEISS

WOLF

THEISS



## СЪДЪРЖАНИЕ

ТАБЛИЦИ И ГРАФИКИ	6		
ЗА GEM БЪЛГАРИЯ	7		
АВТОРИ	8		
СПОНСОРИ	9		
ПРЕДГОВОР	10		
РЕЗЮМЕ	11		
<b>ГЛАВА 1 – ВЪВЕДЕНИЕ И ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ</b>	<b>19</b>		
1.1 Концептуална рамка на GEM	21		
1.1.1 Социален, културен, политически и икономически контекст	23		
1.1.2 Обществени нагласи, свързани с предприемачеството	24		
1.1.3 Индивидуални качества	24		
1.1.4 Предприемаческа дейност	24		
1.2 Как GEM измерва предприемачеството	25		
1.3 Методология на GEM	26		
1.3.1 Проучване на пълнолетното население (ППН)	27		
1.3.2 Проучване на национални експерти (ПНЕ)	27		
<b>ГЛАВА 2 – ПРОУЧВАНЕ НА ПЪЛНОЛЕТНОТО НАСЕЛЕНИЕ</b>	<b>32</b>		
2.1 Въведение	32		
2.2. Предприемаческата верига	32		
2.2.1 Начин на мислене и потенциални предприемачи	33		
2.2.2 Предприемачески намерения	35		
2.2.3 Предприемаческа активност в начална фаза	36		
2.2.4 Утвърдени бизнеси	41		
2.2.5 Прекратяване на дейността	41		
2.2.6 Предприемаческа дейност на служителите (ПДС) – вътрешно предприемачество	43		
2.3 Профил на предприемачите	43		
2.3.1 Разпределение по възраст	43		
2.3.2 Пол и етническа група	45		
		2.3.3 Образование	47
		2.4 Въздействие на предприемачеството	48
		2.4.1 Икономически сектори	48
		2.4.2 Разкриване на работни места	49
		2.4.3 Иновации и глобализация	50
		2.5 Регионални различия	52
		<b>ГЛАВА 3 ПРОУЧВАНЕ НА НАЦИОНАЛНИТЕ ЕКСПЕРТИ (ПНЕ)</b>	<b>58</b>
		3.1 Кратък обзор на конкурентоспособността на българската икономика	58
		3.2 Проучване на националните експерти (ПНЕ)	60
		3.2.1 Държавни политики и инициативи	61
		3.2.2 Държавни програми	66
		3.2.3 Достъп до финансиране	67
		3.2.4 Образование и обучение	68
		3.2.5 Научно-изследователски трансфер	69
		<b>ГЛАВА 4 ПРЕПОРЪКИ ЗА ПОЛИТИКИ И ПРАКТИКА</b>	<b>72</b>
		4.1 Националните институции за успешна предприемаческа екосистема	72
		4.2 Образование и обучение	73
		4.3 Менторство и бизнес подкрепа	74
		<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1 ЕКСПЕРТЕН ПАНЕЛ НА GEM 2016/17</b>	<b>76</b>
		<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2 ПРОФИЛИ НА РЕФЕРЕНТНИ ДЪРЖАВИ</b>	<b>78</b>
		<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3 ТЕРМИНИ</b>	<b>88</b>
		<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ</b>	<b>90</b>



# ТАБЛИЦИ И ГРАФИКИ

- стр. 20 Фигура 1.1: Икономики от GEM по географски регион и ниво на икономическо развитие, 2015 г.
- стр. 22 Фигура 1.2: Ревизираната концептуална рамка на GEM
- стр. 23 Таблица 1.2: Социален, културен, политически и икономически контекст и фази на икономическо развитие
- стр. 25 Фигура 1.3: Предприемаческият процес и работните определения на GEM
- стр. 34 Фигура 2.1: Обществени нагласи спрямо предприемачеството (в %) в България, 2016 г.
- стр. 35 Фигура 2.2: Представи (в %) за предприемачеството сред пълнолетното население в България, 2016 г.
- стр. 36 Фигура 2.3: Предприемачески намерения (в %) в България, 2016 г.
- стр. 37 Фигура 2.4: Проценти на преобладаване (в %) на предприемаческата активност сред пълнолетното население в България, 2016 г.
- стр. 38 Таблица 2.1: Предприемаческата активност по фаза (в %) в икономики от GEM през 2016 г., по географски регион.
- стр. 40 Фигура 2.6: Проценти на мотивирана от усъвършенстване и мотивирана от необходимост ПАНФ (в %) сред пълнолетното население в България, 2016 г.
- стр. 42 Фигура 2.7: Причини за излизане от бизнеса (в %) в България, 2016 г.
- стр. 44 Фигура 2.8: Проценти на ПАНФ по възрастова група в България, 2016 г.
- стр. 45 Фигура 2.9: Проценти на ПАНФ по пол в България през 2016 г.
- стр. 46 Фигура 2.10: Мотивация за предприемачество (в %) по пол в България през 2016 г.
- стр. 47 Фигура 2.11: ПАНФ (в %) в България през 2016 г. – разбивка съобразно група от населението и мотивация
- стр. 48 Фигура 2.12: Нива на образование (в %) за предприемачи в начална фаза в България 2016 г.
- стр. 49 Фигура 2.13: Разпределение на ПАНФ (в %) по сектори в България, 2016 г.
- стр. 50 Фигура 2.14: Очаквания за ръст на работните места (в %) на предприемачите в начална фаза през следващите пет години в България, 2016 г.
- стр. 51 Фигура 2.15: Нива на иновации (като %) сред предприемачите в начална фаза през 2016 г.
- стр. 52 Фигура 2.16: Процент на предприемачите в начална фаза с 25% или повече международни продажби
- стр. 53 Фигура 2.17: Обществени нагласи към предприемачеството в България, 2016 г., профили по градове
- стр. 54 Фигура 2.18: Представи за предприемачеството (като %) сред пълнолетното население в България, 2016 г., профили по градове
- стр. 55 Фигура 2.19: Проценти на преобладаване (като %) на предприемаческата активност сред пълнолетното население в България, 2016 г., профили по градове
- стр. 56 Фигура 2.20: Проценти на ПАНФ, мотивирана от усъвършенстване и от необходимост, сред пълнолетното население на България, 2016 г., профили по градове
- стр. 59 Фигура 3.1: Класирания на България според Глобалния доклад за конкурентоспособността, избрани индикатори
- стр. 61 Фигура 3.2: Резултати по Условието на предприемаческата рамка, 2016 г.
- стр. 62 Фигура 3.3: Средни експертни рейтинги за правителствени политики за предприемачеството в България, 2016 г.
- стр. 63 Фигура 3.4: Брой процедури и дни за започване на бизнес в България (Класация на правенето на бизнес за 2017 г.)
- стр. 64 Фигура 3.5: Брой процедури и дни за получаване на електричество в България (Класация на правенето на бизнес за 2017 г.)
- стр. 65 Фигура 3.6: Средни експертни рейтинги за правителствени програми в България, 2016 г.
- стр. 66 Фигура 3.7: Списък на възпиращите фактори в предприемаческата среда през 2016/17 г.
- стр. 67 Фигура 3.8: Средни експертни рейтинги за предприемаческото образование в България, 2016 г.
- стр. 68 Фигура 3.9: Средни експертни рейтинги за научноизследователския и развоен трансфер в България, 2016 г.
- стр. 69 Фигура 3.10: Средни експертни рейтинги за предприемаческите социални и културни норми в България, 2016 г.

# ЗА ГЕМ БЪЛГАРИЯ

ГЕМ е най-голямото проучване и продължаващо проучване на предприемаческа динамика в света към момента. С данни за над 100 икономики ГЕМ е най-големия групов изследователски проект в света. Мрежата на националните екипи обхваща над 500 експерти в областта на изследванията на предприемачеството; проектът се оценява на общ бюджет от около близо USD \$ 9,000,000.

## НАШАТА МИСИЯ

Като част от глобален консорциум събираме годишно първични данни за българската предприемаческа екосистема, извършваме бенчмарк анализ с държави и региони и идентифицираме фактори, които насърчават предприемачеството. Произвеждаме и комуникираме препоръки към стейкхолдърите, за да подобрим условията за живеене и правене на бизнес в България.

## НАШАТА ВИЗИЯ

Да направим България привлекателна за живеене и правене на бизнес чрез социална и икономическа трансформация в среда на балансирана предприемаческа екосистема.

## ЕКИП

Екипът ни се състои от експерти в сферите на предприемачеството, проучвания, анализ на данни, образование, създаване на политики, неправителствен сектор и Европейски съюз.

Глобалният Предприемачески Мониторинг България е сдружение с нестопанска цел в обществена полза, регистрирано в Софийски Градски Съд през 2015.



Светозар Георгиев, Петър Шарков. Мира Кръстева, Венета Андонова, Нуша Спирова, Искрен Кръстев. Малина Крумова - не присъства.

# АВТОРИ

## ВЕНЕТА АНДОНОВА

Венета Андонова е университетски преподавател в Universidad de los Andes School of Management и председател на Комитета за Изследователски политики. Тя е член на Управителния съвет на GEM България, както и Директор Научни изследвания. Венета се е посветила на развитието и адаптирането на бизнес стратегии в контекста на развиващи се държави и такива в преход.

Д-р Андонова подкрепя млади предприемачи и инициативи като обучител и ментор, и помага на компаниите да опознаят работещи и иновативни бизнес модели, приложими в среда със сериозни социални и икономически предизвикателства. Със знанията си придобити при многобройни пътувания и общуването с водещи фигури в сферата на бизнеса, науката и практиката, Венета е ментор на предприемачески инициативи в България и е активен поддръжник на студентското предприемачество.

Тя е чест гост и лектор на международни конференции и академични програми. Публикува в престижни международни издания и новопубликувана книга **Мултилатини: стратегии за интернационализация** (Кембридж Юнвърсити Прес, 2017) е радва на интерес сред практики и международната академична общност.



## МИРА КРЪСТЕВА

Мира Кръстева е предприемач, със специален интерес към децата и младежта, трансформация на образованието, неформално образование и и фокус да спомогне България да става все по-добро място за живеене. Звъършила е магистратура по Бизнес Администрация в Нов Български Университет и следдипломна степен по Световна Политика в LSE. В Лондон, тя управлява проекта Urban Age – международни конференции на високо ниво на тема урбанизъм, който е създаден от London School of Economics и фондацията Alfred Herrhausen Society на Deutsche Bank. В Ирландия, заедно със съпруга си, основава първото българско училище в южна Ирландия. От завръщането си в България със семейството си, Мира е предприемач, в допълнение на ролята си на член на борда на GEM България. Тя използва свободното си време да обучава родители как да използват ефективно дигитални инструменти в полза на децата си. Мира е сертифициран PRINCE2 мениджър.







# СПОНСОРИ



## JEREMIE BULGARIA

Помощта е предоставена чрез рециклиран ресурс от изпълнението на финансови инструменти по инициативата ДЖЕРЕМИ, част от Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" 2007-2013, финансирана от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и националния бюджет на Република България, управлявана от Министерство на икономиката на Република България и Европейския инвестиционен фонд.



## EY BULGARIA

EY е световен лидер в сферата на одита, данъчните и финансовите консултации и сделки. Задълбочените познания и качествените услуги, които предоставяме, спомагат за укрепването на доверието и сигурността в капиталовите пазари и в икономиките по целия свят. Ние изграждаме изключителни лидери, които работят заедно, за да отговорят на очакванията на нашите клиенти и всички заинтересовани страни. По този начин ние играем важна роля в изграждането на един по-добър корпоративен свят за нашите служители, клиенти и по-широки общности.

EY присъства на българския пазар от 1992 г. Екипът на компанията наброява повече от 260 професионалисти, които предоставят съвети и консултации в рамките на четири основни бизнес направления - одит, данъци, финансови консултации и сделки. EY Bulgaria заема водеща позиция на българския пазар, а също ръководи практиката на компанията в Македония, Албания и Косово.



## SUPERHOSTING

СуперХостинг.БГ е най-бързо развиващата се и най-голяма хостинг компания в България. Високото качество на техните услуги, адекватното клиентско обслужване и денонощната техническа поддръжка ги правят най-предпочитания хостинг партньор в България.

# ВЕНДОР



## MARKET TEST

Маркет Тест е частно българско акционерно дружество за маркетингови проучвания и консултации, основано през 1995 г. Екипът има богат опит в предоставянето на висококачествени изследователски услуги на български и чуждестранни клиенти. Маркет Тест прилага широк спектър от методики и техники за количествени и качествени изследвания. Неговата добре обучена и мотивирана интервюерска мрежа е разположена в 30 населени места, като по този начин дава възможност за бързо и ефективно набиране на първична информация. Компанията специализира в методите за пряко лично (лице-в-лице) интервюиране, тестове в зала или в дома на респондентите на продукти, концепции, реклама; фокус групи и дълбочинни интервюта в зала. Провежданите проучвания обхващат населението, бизнеса и някои специфични целеви групи. През своето 22 годишно съществуване Маркет Тест допринася за навлизането на нови продукти и услуги на българския пазар и за развитие на предприемачеството в България.

# ПРЕДГОВОР

Изграждането на платформа за ангажирано насърчаване на предприемачеството, съвместно с надежден метод за наблюдение е особено полезно важно за хората и организацията, които искат да измерят въздействието на своята дейност. Отправната точка за българската предприемаческа екосистема бе засечена и комуникирана на стейкхолдърите по време на конференцията на GEM България през 2016 г. Дискусиите на най-високо ниво откриха седемте ключови елемента, необходими за устойчив растеж и развитие: финанси, пазари, човешки капитал, култура, политики, подкрепящи индустрии (Дан Айзънберг, Стимулиране на икономическия растеж чрез предприемачески екосистеми) и най-съществена част – постигането на синергия между тях.

GEM България носи изключителни ползи за всеки един от мултипликаторите на ценности в предприемаческата екосистема, както следва:

- **за банкери, инвеститори, фондове за рисков капитал и фондове за дялово участие, донорски организации, бизнес ангели:** данните на GEM България дават надеждна информация за нивото на зрялост на предприемаческата екосистема, възможностите за инвестиции, предизвикателствата, пред които могат да бъдат изправени, и достъп до мрежа от професионалисти, които да помогнат при преодоляването им;
- **за мениджърите на пре- и акселераторски програми:** GEM България предоставя ценна информация за нивата на страх от неуспех, причините за излизане от бизнеса, възможности за свързване на нововъзникващи и други пазари в рамките на страните от мрежата на GEM, както и признание за поставянето на фокус на развитието на здравословна предприемаческа среда;
- **за корпоративните мениджъри, дистрибутори, експортни агенции, ръководители на търговски дружества, международни търговски мисии и посолства:** GEM България предоставя

сравними данни за всички участващи в консорциума на GEM държави, платформа за отворени иновации, компании за КСО и възможност за споделяне на препоръки със създателите на политики;

- **на преподаватели и обучители на човешки капитал, ръководители на университети, учени и експерти в областта на трансфера на технологии, ръководители на центрове за обучение, професионалисти в областта на услугите:** GEM България предоставя възможност за участие в най-значителното текущо проучване на предприемачеството в света, достъп до познанията и опита на университетски преподаватели от световна класа, предприемачи с висока степен на въздействие, професионалисти, създатели на политики, инвеститори;
  - **за културните фактори – журналисти, инфлуенсъри на обществено мнение, неформални лидери:** GEM България предоставя неоспорими данни, вдъхновяващи истории и платформа, която да стане отличен пример за бъдещите поколения;
  - **за създателите на политики и обществените лидери, държавните служители, кметове, депутати:** GEM България предоставя информация за това какво, как и кога може да бъде подобро, препоръки от мрежа с изключителен набор от национални експерти и подробни данни за конкретни теми, представляващи интерес, както и достъп до успешни практики на предприемачески политики в чужбина;
  - **за организациите, подкрепящи бизнесите – адвокати, счетоводители, директори на инкубатори, ментори, ръководители на НПО, управители на фондации и професионалисти в обслужването:** GEM България е платформата, която създава изключителна възможност за свързване на всички заинтересовани страни в симбиоза.
- Консорциумът за Глобалния предприемачески мониторинг (GEM) пуска свой собствен глобален индекс през 2018 г. въз основа на глобалните, национални и регионални висококачествени първични



Кредит: Claudia Leisinger

данни, предоставени от всяка страна. България е сред първите държави, участващи в пилотния индекс, тъй като сравнителната оценка на националното представяне е от голямо значение и нашият екип е много горд, че България най-сетне не е последовател, а е един от първите поместени.

GEM България може да продължи да е независим пазител на ценности и катализатор, който създава възможности за положителна промяна в България, само ако всички стейкхолдърите го подкрепят. От 2017 г. GEM България приветства донорски организации, желаещи да създадат дългосрочно измеримо въздействие в България, да подкрепят нашата мисия и визия за развитието на предприемаческата екосистема. Междувременно отправяме покана към специалисти по привличане на средства от ЕС, които да се присъединят към екипа. Индивидуалната подкрепа също е добре дошла!

За мен е абсолютна привилегия да работя с авторите на докладите – Венета и Мира, основния екип на GEM България – Искра и Нато, Борда и невероятните ни доброволци, нашият вендор MarketTest, партньорите ни от JEREMIE Bulgaria, EY Bulgaria и Superhosting, PROPR, нашите индивидуални донори и привърженици за споделяната визия, общите ценности, професионализма и подкрепата.

Насладете се на доклада за 2017 г.!

**Искрен Кръстев**  
Председател на GEM България

# РЕЗЮМЕ

Глобален предприемачески мониторинг (GEM) България е независима организация с нестопанска цел, част от Глобалния предприемачески консорциум. Това е вторият доклад на България от първото събиране на данни през 2015 г. насам.

## Обща информация за Глобалния предприемачески мониторинг

Независимото изследване на предприемачеството на Глобалния предприемачески мониторинг включва България в шестнадесетата си година на наблюдение на нивата на предприемаческа активност и анализ на националната среда. Първият доклад е публикуван през 1999 г. и обхваща 10 развити икономики – осем от ОИСР (Канада, Дания, Финландия, Франция, Германия, Израел, Италия, Великобритания), както и Япония и Съединените американски щати. Днес, през 2017 г., GEM е глобален консорциум, който провежда изследването в 65 световни икономики, като проучва над 180 000 души и 2 300 експерти, за да измери индивидуалното участие в множеството фази на предприемаческия процес, разглеждайки равнището на ангажираност на всеки един етап. GEM събира над 40 изследователи от целия свят и обхваща повече от 100 институции всяка година. Участието на всички тези индивиди и институции несъмнено прави GEM най-голямото проучване на предприемачеството в света. GEM осигурява уникална по рода си информация за отделните индивиди – характеристики, ценности, дейности – и тяхното взаимодействие

със средата, в която упражняват предприемаческо поведение – проактивност, иновативност и отговорни решения.

Консорциумът GEM представя Глобален доклад през месец февруари след годината на събиране на данните, като всеки национален екип на GEM пуска Националния доклад за съответната държава в рамките на следващите десет месеца. GEM също така публикува доклади по специализирани теми и сборник с подбрани примери на практики и политики.

### Цел и обсег

Според GEM **предприемаческата дейност** е резултат от взаимодействието между възприятието на **индивида за наличие на възможност и способностите му** (мотивация и умения) да се възползва от тази възможност, и характерните условия на средата, в която индивидът се намира. Затова GEM и настоящият доклад си поставят три основни цели:

1. да определят **степеня, в която предприемаческата дейност влияе на икономическото развитие** в България;
2. да идентифицират **факторите, които насърчават или възпрепятстват предприемаческата дейност**;
3. да предоставят **насоки за формулирането на ефективни и целенасочени действия**, насочени към подобряване на предприемаческия капацитет в България.

За да се осигури надеждно сравнение между държавите, данните на

GEM се базират на хармонизирана методология, която се прилага във всички страни, участващи в изследването. Първичните данни се събират на годишна база от два източника:

- a) **Проучване на пълнолетното население** (ППН) – представителна извадка от най-малко 2000 пълнолетни граждани на възраст между 18 и 64 години, избрани чрез случаен подбор.
- b) **Проучване на национални експерти** (ПНЕ) – предоставя информация за местната среда на предприемачите посредством провеждане на интервюта с минимум 36 експерти. За разлика от другите изследвания, ПНЕ се фокусира само върху фактори на средата, за които са очаква да имат значително въздействие върху предприемаческите дейности, изведени в деветте предприемачески рамкови условия (ПРУ): (1) финансиране за предприемачи, (2) правителствени политики, (3) правителствени програми, (4) предприемаческо образование и обучение, (5) научно-изследователски трансфер, (6) търговска и професионална инфраструктура, (7) отвореност на вътрешния пазар, (8) физическа и свързана с услугите инфраструктура и (9) социални и културни норми.

Целта на този доклад е да предостави на създателите на политики, на бизнес лидерите и на други заинтересовани лица информация, която да им помогне да приложат конкретни, практични и целеви препоръки. Икономиката не може да повиши качеството и количеството на потенциалните предприемачи без създаването на благоприятна среда, в която предприемачеството да процъфтява. Информирани решенията относно политиките, които подпомагат създаването на здравословна предприемаческа среда, ще са в помощ на предприемачите, независимо от фазата на бизнес: начинаещи компании, утвърдени или серийни предприемачи.

### Структура

Докладът на GEM за 2016/2017 г. представя методологията и рамката на GEM в Глава 1, резултатите от проучването на пълнолетното население и анализа им в Глава 2, резултатите от проучването на националните експерти в Глава 3 и обобщението на препоръките за политики и практики в Глава 4.

За да се предостави контекст на българските данни в Глава 2, авторите са избрали три **референтни** групи държави, а именно: (1) Гърция и Турция, (2) Полша и Естония и (3) Ирландия, Великобритания, Израел и Канада.

За да се избегне объркване, данните, събрани през 2016 г., се публикуват през 2017 г., от което следва и заглавието на доклада – "Доклад на GEM за България 2016/17 г.". Данни и събития, възникнали след периода, в който се събирани данните (май – юли 2016 г.), не са взети под внимание в този доклад.

Електронна версия на доклада във формат PDF е достъпна на български и на английски език на адрес

[www.GEMorg.bg](http://www.GEMorg.bg)

## ОСНОВНИ КОНСТАТАЦИИ

### Предприемаческа дейност

- Едва от 52,9% от пълнолетното население в България гледат на предприемачеството като на добър кариерен избор в сравнение с 57,5% година по-рано. 66,9% (71,5% през 2015 г.) се съгласяват, че успешните предприемачи се ползват с висок статус в България, а 40,7% (49,3% през 2015 г.) смятат, че към предприемачеството има регулярен медиян интерес. Истинската опасност тук е, че предприемачеството може да е изпаднало още по-надолу в националния дневен ред и че този ранен знак би могъл да индикира отслабваща подкрепа и приемане на предприемачеството като двигател за скока на производителността, който българската икономика трябва да направи, за да скъси дистанцията в конкурентоспособността в сравнение с държавите с високи доходи.
- През 2016 г. 21,0% (15,8% през 2015 г.) от пълнолетното население на България забелязват добри възможности за започване на бизнес в района, в който живеят. Този резултат е значително по-нисък от съответните стойности за Гърция и Турция. 39,7% (35% през 2015 г.) от населението съобщават, че имат умения да се впуснат в такова начинание. През 2016 г. в България възприятията и за умения, и за възможности се повишават в еднаква степен. Има много добре установено отношение между предприемачески намерения и възприятията за умения за започване на бизнес. Следователно нарастването на възприятията за умения за започване на бизнес може да се разглежда като ранен сигнал за нарастване на предприемаческите намерения.



- Националните проценти съобщени нива на страх от провал (25,1%) са под средната стойност от 33,0% за нивата на групата за инвестиционно обусловените икономики
- Броят на потенциалните предприемачи е изключително малък – 7,1% (5,3% през 2015 г.), не само в сравнение с трите референтни групи, но и в глобален мащаб. Несъмнено и сравнително ниските нива на възприятията за възможности, и слабите индивидуални способности (включващи както уменията, така и увереността в собствените качества) обясняват резултатите в случая с България, но по-задълбоченият анализ разкрива недостатъци в бизнес средата, тъй като респондентите откриват съвсем малък брой печеливши бизнес възможности.



- През 2016 г. нивото на Предприемаческата активност в начална фаза (ПАНФ) в България е 4,8% (3,5% през 2015 г.), което включва 2,6% от пълнолетното население, занимаващо се с възникващи предприемачески начинания, и още 2,2% нови собственици на бизнес. При всички положения тези стойности са сред най-ниските в света. Интересно е, че независимо от много ниските нива на предприемачество в начална фаза в България, сравнително голям процент от тези предприемачески инициативи успяват да оцелеят достатъчно дълго, за да станат утвърден бизнес.
- Въпреки положителната динамика на развитие от 2015 г. насетне, а именно намаляване на породената от необходимост ПАНФ и нарастване на мотивираната от подобрения ПАНФ, България излъква сред референтните

групи, тъй като има значително повече ПАНФ, породена от необходимост, отколкото от подобрения. Индексът на мотивациите за България от 1,1% е три пъти по-нисък от средния Индекс на мотивациите за всички европейски държави, участвали в Глобалния доклад GEM за 2016/17.

#### Профил на предприемачите

- Анализът на профила на предприемачите в България може да подпомогне вземащите решения относно политики, що се отнася до стимулирането на по-високо и по-всеобхватно участие на различни групи в икономиката. Той ще помогне и за изработването на политики, насочени към конкретни наболели проблеми на различни обществени групи, тъй като предприемачеството само по себе си може да промени социалната структура на една държава.

- Най-предприемачески активната възрастова група е тази на 25 – 44-годишните, като групата на 18 – 24-годишните демонстрира почти също толкова висок процент на участие, както подгрупата на 35 – 44-годишните.
- Младите предприемачи имат някои значителни силни страни, включително ниската алтернативна цена на пропуснатото време, и стимулирането на предприемачеството сред тях би могло да бъде особено ефективно. Осигуряването на условия за предприемачески възможности за младите хора има потенциал да намали нивото на младежка емиграция и дори да стане един от главните фактори, стимулиращи емигрантите да се завърнат.
- В България няма сведения за неравенство между половете, що се отнася до предприемачеството. Това трябва да окаже положително въздействие върху цялостната икономическа среда, защото икономиките с висока степен на участие на жените в работната сила са по-здравяващи, тъй като по-рядко изпитват забавяния на ръста на икономическото развитие.
- Съотношението женска към мъжка ПАНФ в България е малко по-високо от това в някои държави от референтните групи, което индикира по-голяма равнопоставеност на половете в ранните стадии на предприемаческа активност. В допълнение, противно на общото схващане, базирано на предишното глобално изследване на GEM (Глобален доклад на GEM 2016/17, стр. 28), делът на жени предприемачи, подтикнати от необходимост в България, е много сходен с този на мъжете.
- Въпреки че са минимални, по-голямата част от предприемаческите усилия в начална фаза сред лицата, които се определят като роми, са мотивирани от възможност.

- Лицата със средно образование са сред най-активните предприемачи в начална фаза, като делът им възлиза на повече от половината от всички начинания в начална фаза.

#### Въздействие на предприемачеството

- България не кореспондира на разпределението по сектори на Европа, що се отнася до предприемачеството, тъй като повече от половината от новите предприятия са в сферата на търговията на дребно или на едро, която е изключително уязвими от икономически спадове.
- България има по-малък дял на проходащи предприятия в начална фаза, ориентирани към интензивни на знания сектори, в сравнение с иновационно обусловените икономики, много от които са партньори на България в ЕС. Разпределението на ПАНФ в България по сектори е подобно на това в ресурсно обусловените и инвестиционно обусловените икономики, което вероятно се обяснява с недостига на такива умения, необходими за индустрии, базирани на знанието.
- Проходащите предприемачи в България са изключително внимателни към бъдещото наемане на служители, като 72% очакват да не открият никакви работни места, а едва 20,3% очакват да създадат между 1 и 5 работни места през следващите пет години. Тази степен на наемане индикира много бавен темп на предприемачески растеж. Повечето предприятия в България растат бавно, но процентът на растеж е по-висок от отчетения през предходната година.
- За да се захрани българският икономически растеж, е важно да се идентифицират тези 13,4% от проходащите предприятия с високи темпове на развитие и да бъде създадена необходимата регулаторна среда, която насърчава тяхното израстване, тъй като именно от тях се

очаква да внесат нова динамика в икономиката.

- Едва 17,5% (14,5% през 2015 г.) от българските предприемачи смятат своя продукт за нов за всички или за някои потребители. По отношение на критерия иновативност България попада в групата на икономиките с ниска иновационна активност сред своите проходащи предприятия. По-конкретно, в глобалната класация на ГЕМ на иновативността на предприемачеството в начална фаза България се нарежда на 52-ро място от 65 световни икономики. Всъщност в България има много малко проходащи предприятия и само малка част от тях се занимават с иновативни дейности. Това е голяма пречка пред конкурентоспособността на новите предприятия в България и трябва спешно да се потърси решение, тъй като се ограничава конкурентоспособността на цялата икономика.
- България има малка, но енергична група от иновационно ориентирани бизнеси, които усвояват иновациите забележително ефективно. Всъщност този модел на "елитарна" иновация предполага, че вероятно съществува гвулентово разделение сред населението: една малка група от иновационно активни бизнеси и група, много по-голяма група от бизнеси, които не се занимават с иновации. Тогава истинското предизвикателство пред публичните политики е да се разпространи иновационната култура сред втората група и така да се разшири базата, от която зависи международната конкурентоспособност на българската икономика.
- Този резултат може отчасти да е следствие на дълбоко сгрешената концепция, която доминира дебатите за двигателя на конкурентоспособността на българската икономика, а именно важността на евтната работна

ръка. Последната не може да бъде устойчива база за международна конкурентоспособност и, както данните отчитат, не е такава база при проходащото предприемачество. Нужен е сериозен дебат за факторите, които принципно движат конкурентоспособността, за да може да се промени този тревожен резултат в случая с България.

#### Регионални особености

- Въпреки малката си територия, България се характеризира със значителни регионални асиметрии, що се отнася до генериране на богатство, доходи на глава от населението и в крайна сметка – до качество на живот. Съществува значителна разлика от 10 процентни пункта между жителите на София и живеещите в друго населено място относно възприятията им спрямо предприемачеството като добър карьерен избор.
- Жителите на София показват по-високо ниво на възприятия за уменията. Тази разлика е едва 3 процентни пункта, ако София се съпостави със съвкупността от областни центрове, и 11 процентни пункта – ако се съпостави с други градове. При възприятията на възможностите жителите на София съобщават много по-високи нива и това е индикаторът с най-значителни неравенства между София и другите градове. По-големият мащаб на икономиката и икономиките на агломерацията обясняват този резултат. Страхът от провал сред жителите на София през 2016 г. е съпоставим със средния за страната и е намалял значително в сравнение с данните за 2015 г.
- Страхът от провал сред жителите на София през 2016 г. е съпоставим със средния за страната и е намалял значително в сравнение с данните за 2015 г. Fear of failure of Sofia's residents in 2016 is comparable to the national average, and it has dropped sharply in comparison to 2015 data.

- Има съществени разлики в различните части на България, които трябва да бъдат взети предвид в националните политики и правителствените програми и инициативи. Разбирането за предприемаческите намерения като функция, изключително зависима от местни фактори, е задължително условие за създаването на предприемаческа култура и практика в национален мащаб.

#### Ограничения пред предприемачеството

Подобряването на публичната политика и борбата срещу корупцията, както и изграждането на капацитет за предприемачество, образователни програми и програми за обучение, ще станат най-големите приоритети, ако целта е енергичната предприемаческа екосистема в България изобщо някога да се осъществи. Промените във всяка от тези сфери се асоциират със значителна инерция и няма вероятност ежегодните колебания в показателите да уловят смислено подобрение в българската предприемаческа екосистема. В средносрочен и дългосрочен план подобренията в тези фундаментални условия за бизнес би следвало съществено да променят качеството на бизнес средата.

- Според националните експерти България има редица съществени слабости. Най-критични области са: предприемаческото образование в основните и средните училища, липсата на целенасочена държавна подкрепа и липсата на инициативи, които да превърнат предприемачеството в държавен приоритет.
- Измежду най-силните страни на Предприемаческите рамкови условия (ПРУ) в България са достъпът до инфраструктура и услуги, последвани от достъпа до търговска и обслужваща инфраструктура и поддържащите правителствени политики, свързани с данъците и административния апарат.
- През 2016 г. България има ниво на прекратяване на дейността от







7,3%, което е в рязък контраст с нивото на прекратяване на дейността от 2,0% през 2015 г. Това нарастване е съпроводено от увеличение на процента на ПАНФ и поне отчасти отразява повишеното предприемаческо експериментирание в икономиката. Факторите на средата – като усложнена регулаторна система, увеличаваща бюрокрацията, през която е нужно да се премине за стартиране или прекратяване на бизнес, може да създават бариери както за навлизането на пазара, така и за излизането от него, което от своя страна понижава готовността на хората да се впуснат в стартирането на бизнес. Не такава обаче е ситуацията в България, където цената за навлизане на пазара е сравнително ниска, но корупцията и зависимостта от чужди интереси си остават най-честите "спирачки" според проучването на национални експерти, което GEM провежда. Българското правителство налага данъци, които не са тежест за новите и растящите фирми, и прилага регулации предвидимо и последователно. Въпреки това изглежда, че на нивото на националното и местното управление е налице слаб интерес предприемачеството да бъде превърнато в приоритет.

- Монополистичният характер на българския електроразпределителен пазар с регулирани цени и липса на конкуренция може да обясни защо привлекателността на българската бизнес среда е засегната неблагоприятно от дългите и скъпи процедури за получаване на електричество. В сектора са необходими спешни реформи, но те са силно усложнени от настоящата геополитическа ситуация, в която България трябва да балансира между поетите ангажименти, произтичащи от членството на страната в ЕС, и нейната изключителна

зависимост от руските енергийни източници.

- През 2016 г. експертите отново не могат да идентифицират организация "на едно гише", която подпомага малките и средните фирми, и считат, че подкрепата, предлагана от съществуващите организации, е недостатъчна.
- Един от най-добре оценените аспекти на държавните програми, свързани с предприемачеството, е помощта, предлагана от инкубатори и научни паркове, където има значително участие от страна на частния сектор и успешни предприемачи, които участват като ментори, ролеви модели и инвеститори. Като цяло, по-добрата координация с частния сектор и зараждащата се предприемаческа общност може да подобри както качеството на потенциалните предприемачи, така и ефективността на съществуващите правителствени програми, предназначени да насърчават предприемаческите начинания.
- В България не липсва активно търсене на решения и акселераторските и акселераторски програми трябва да бъдат изтъкнати измежду инициативите, предприети от неправителствени организации и филантропи, като средство за вънасяне на динамика в българските предприемачески екосистеми.
- Въпроси, които са посочени като главни ограничаващи фактори, касаят функционирането на правителството, образованието и капацитета за предприемачество.
- Експертите оценяват особено критично пропуските в основното и средното образование в България и малко по-позитивно (но все пак като ниско) състоянието на образованието в сферата на бизнеса и мениджмънта. На практика, в контекста на общата положителна оценка на българското основно образование в Доклада за глобалната

конкурентоспособност 2016 – 2017г., най-големият проблем за България се оказва качеството на средното образование. Средното образование допринася за социална интеграция чрез придобиване на умения за цял живот.

- Стъпка в правилната посока е включването на часове по предприемачество в задължителните учебни програми на училищата през учебната 2016/17 година. Реализацията на тази идея не е толкова впечатляваща, тъй като липсва адекватна подготовка или опит в областта при повечето учители в училищата. Въпреки това инициативата е обещаваща и изисква наблюдение отблизо и оценка на въздействието, за да се превърне в механизъм за промяна за по-широкото културно съзнание и трудоспособност на завършващите млади хора.
- Уменията за иновации, които са съществено важни, за да могат икономиките да станат конкурентоспособни, особено в секторите с по-висока производителност, зависят много от научноизследователската и развойната дейност. Експертите считат, че университетите не изпълняват централна роля при улесняването на трансфера на знания и стимулирането на иновации. Общото мнение е, че университетите нямат никаква или имат малка роля при подпомагането на предприемачеството, и този възглед не се е променил от 2015 г. насам.
- Най-положителните възприятия на националните експерти са свързани с наличието на научна и технологична база, която ефективно подпомага създаването на нови, базирани на технологии предприятия от световна класа поне в един отраслов сектор. Предприятията в областта на информационните и комуникационните технологии са най-широко разпространеният

от въпросните случаи. Трябва да се отбележи, че като сектор информационните и комуникационните технологии са трудоемки и талантоемки, и затова развитието им зависи от елитни образователни програми, които в случая с България е с много ограничен, макар и нарастващ мащаб. Тези фактори, наред с тенденцията на младежка миграция, налагат значителни ограничения върху конкурентноспособната в международен план икономическа дейност.

- За втора поредна година експертите считат, че ниските нива на предприемаческа дейност в България са сериозно повлияни от господстващата култура на много слаба предразположеност към поемане на предприемачески риск. Експертите считат за напастящем господстваща нагласа в България, че посредством лични усилия и лична инициатива може да се постигне малко.

Основните препоръки относно бизнес средата остават същите като миналата година и повечето от структурните условия за предприемачество са получили същите оценки от експертите, както в проучването GEM България 2015.

**Макар да се наблюдава увеличение на намеренията на индивидите и това да дава ранни индикации за оптимизъм, особено в случая с младите предприемачи, които, изглежда, показват по-голям интерес към работа като самонаети лица от преди, условията на факторите си остават много стабилни и без значителни подобрения. Добре функциониращите предприемачески екосистеми възникват в резултат на комплексна симбиоза между индивидуални стремежи и усилия, и колективно действие и правителствени политики. През 2016 г. в България инициативата е поета от предприемчиви индивиди, докато обществото, до голяма степен и правителството, сякаш изчакваха до тъч линията.**

Във втория си годишен доклад GEM българските експерти отправят множество нови препоръки за политики

и практики в допълнение към списъка, съставен през 2015 г., който остава в голяма степен неизпълнен. Освен това отправяме специален апел към две групи, които, изглежда, са особено важни за възхода и консолидирането на младите предприемачески екосистеми – медиите и действащите предприемачи и мениджъри.

- Медиите са съществено важни за възхода на предприемачески намерения, защото улесняват излагането на ролеви модели и създават вербализацията и символите, асоциирани с предприемаческото поведение. Тези мощни лостове имат потенциала да променят схващанията за надежда и вяра в обществото, тъй като и двете се конструират символично и вербално, и впоследствие да променят стремежите, увереността и усещането за ценност и цел у членовете му. В тази си роля медиите носят огромна отговорност, която не са поели изцяло и определено не са оправдали.
- Нивото на фирмена развитост на българските компании е

ниско, а свързаните с това управленски и лидерски практики, в частност онези, свързани с делегирането на отговорност и междуфирмените предприемачески инициативи, също не са добре развити. Дошло е време открито да се признае, че действащите бизнес лидери и предприемачи носят същата отговорност за конкурентноспособността на националната икономика като правителствените политики и прилагането им. Политиките и регулациите оформят контекста за бизнеса, но производителността на труда на работниците и нивото на развитост на ръководителите на фирмата определят решаващия двигател на конкурентноспособността във всяка икономическа система – производителността на фирмата. Малко вероятно е да се наблюдава голям възход в мащаба и качеството на предприемачеството в близко бъдеще, освен ако няма общо подобрение на управленските и лидерските практики на настоящите ръководители.

### Благодарности

Авторите изразяват благодарност на следните партньори и хора, допринесли за този проект и доклад, без които те нямаше да бъдат възможни:

- Останалите членовете на борда на GEM България
- Основният оперативен екип на GEM България и доброволците
- Експертите от националния панел за 2016 г., които отделиха от времето си, участваха доброволно и с голяма ангажираност
- Екипът за обработка на данни на Global Entrepreneurship Research Association за напътстванията, съдействието и търпението им
- Хората, които предоставиха допълнителни изследвания, коментари, морална и практическа подкрепа на авторите
- "МаркетТест", които проведоха проучването на пълнолетното население (ППН) професионално и без грешки
- "Галери Партнерс" за дизайна и оформлението на доклада
- Тези, които помагаша на авторите с проучване, коментари, морална и практическа помощ
- Организациите и техните лидери, които повярваха в нашата кауза и подкрепиха събирането на данни и доклада: ДЖЕРЕМИ България, E&Y България, СуперХостинг.БГ, PROPR, Представителството на Европейската комисия в България и индивидуалните ни дарители.

## 1

# УВОД И ПРЕДИСТОРИЯ



**Global  
Entrepreneurship  
Monitor  
Bulgaria**

Глобалният предприемачески мониторинг (GEM) е глобално изследване на предприемачеството, оформено концептуално за първи път през 1997 г. от двама учени – единият от London Business School (Майкъл Хей), а другият от колежа Бабсън (Бил Байгрейв) в Съединените щати. В края на първото десетилетие на ХХ век няма признато международно проучване, съсредоточено върху предприемачеството, и думата не е утвърдена и разпознаваема, каквато е днес. Тя едва започва да става важна, тъй като учените и политическите лидери признават значението на развитието на малките и средните предприятия и микропредприятията за цялостното благосъстояние на дадена икономика; за намаляване нивата на безработица и за борбата срещу абсолютна бедност, която по онова време преобладава сред множество развиващи се държави от третия свят.

Първите публикувани доклади се появяват през 1999 г. и включват едва десет държави – осем от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР), Япония и Съединените щати. Сега – 17 години по-късно, Консорциумът на държавите от GEM се е увеличил значително, като участват над 100 икономики от всички нива на икономическо развитие и в почти всички географски региони. Само няколко района на земното кълбо не са представени, като например някои държави в Централна Азия, в

Югоизточна Азия и някои в Западна и Централна Африка.

Понастоящем GEM се различава от повечето изследвания на предприемачеството по това, че изследва не просто фирмите, а и лицата на възраст между 18 и 64 години от демографски представителна част от населението. GEM разглежда хората (а не компаниите), техните характерни черти, стремежи, нагласи, представи и намерения. Той обръща внимание на онова, което ги кара да мислят и да действат, а и да не действат, тъй като тези индикатори играят важна роля в предприемаческия процес, движейки се от потенциално действащите към решилите да действат, към предприемачите, които

започват бизнес, и онези, които са се утвърдили и растат.

Като един от водещите изследователски консорциуми в света, който се занимава с усъвършенстване на разбирането ни за предприемачеството, учените и политическите лидери се съгласяват, че предприемачите и новите фирми, които те създават, играят съществена роля в развитието и благосъстоянието на обществата си. По тази причина въздействието, което оказват новите и малките фирми върху една икономика, се цени и признава повече. GEM допринася за това признание с дългосрочни проучвания и всеобхватни анализи на предприемаческите нагласи и



**Фигура 1.1: Икономики от GEM по географски регион и ниво на икономическо развитие, 2015 г.**

	Factor- driven economies	Efficiency-driven economies	Innovation-driven economies
<b>Africa</b>	Burkina Faso, Cameroon, Senegal	Egypt, Morocco, South Africa	
<b>Asia &amp; Oceania</b>	India, Iran, Kazakhstan	China, Georgia, Indonesia, Jordan, Lebanon, Malaysia, Saudi Arabia, Thailand, Turkey	Australia, Hong Kong, Israel, Qatar, Republic of South Korea, Taiwan, United Arab Emirates
<b>Latin America &amp; Caribbean</b>		Argentina, Belize, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, Mexico, Panama, Peru, Uruguay	Puerto Rico
<b>Europe</b>	Russian Federation	Bulgaria, Croatia, Hungary, Latvia, Macedonia, Poland, Slovakia	Austria, Cyprus, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Portugal, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, United Kingdom
<b>North America</b>			Canada, United States

Източник: Herrington M., Kew P., GEM Global report 2016/17, стр. 13

\* Данни от проучванията на пълнолетното население (ППН) [Adult Population Survey] за Япония и Турция не бяха налични за навременното им включване в глобалния доклад

предприемаческата активност по целия свят. От стартирането си през 1997 г. от учениците в колежа Бабсън и London Business School GEM развива връзката между предприемачеството и икономическото развитие.

През 17-те години от започването на изследванията на GEM той измерва предприемачеството в над 100 икономики, обхващащи всички географски региони, всички икономически нива и е получил широко признание като най-изчерпателното и авторитетно дългосрочно изследване на предприемачеството в света. През 2016 г. в изследването на GEM участват 66 икономики, които съставляват приблизително 69,2% от световното население и 84,9% от общия БВП на света. Икономиките, които участваха в цикъла на GEM за 2016 г., са представени в **Фигура 1.1**. От 2008 г. насам (Vosma et al., 2009) GEM следва типологията на гържавите на Световния икономически форум,

основаваща се на определенията на нивата на икономическо развитие на Портьър (Porter et al., 2002): ресурсно обусловени, инвестиционно обусловени и иновационно обусловени икономики.

## #ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

Първичната дефиниция за предприемачество остава валидна и днес, а именно: „всеки опит за създаването на нов бизнес или създаването на нова форма, включваща самостоятелна заетост, нова структура или разширяването на съществуващ вече бизнес от отделен човек, екип от хора или от вече установен бизнес“ (Reynolds, P. et al, 1999, p. 3).

ДЕФИНИЦИЯ

## 1.1 Концептуалната рамка на GEM

От самото си начало проучването GEM е концептуализирано, за да изследва взаимозависимостта между предприемачеството и икономическото развитие. През последните 17 години тази концептуална рамка и основните определения еволюираха постепенно, без да се компрометира съпоставимостта на събраната информация и като се внесе повече яснота за предполагаемите отношения. Този процес бе подпомогнат от работата на множество изследователи, които с помощта на данни от GEM допринесоха за изграждането на парадигмата на предприемачеството (Alvarez et al., 2014, Vosma, 2013, Levie и Autio, 2008, Reynolds et al., 2015).

Първоначалното определение за предприемачеството прогължава да е валидно, а именно:

**“Всеки опит за създаване на нов бизнес или ново предприятие, като например самостоятелно самонаето лице, нова търговска организация или разширяване на съществуваща фирма от страна на физическо лице, екип такива лица или утвърдена фирма”** (Reynolds, P. et al., 1999, стр. 3).

Трите въпроса, които първоначално откриха пътя към проучването GEM (Reynolds, P. et al., 1999, стр. 3), бяха формулирани, както следва:

- Варира ли нивото на предприемаческа активност в различните държави и ако варира – в каква степен?
- Засяга ли нивото на предприемаческа дейност нивата на икономически растеж и просперитет на дадена държава?
- Какво прави една държава

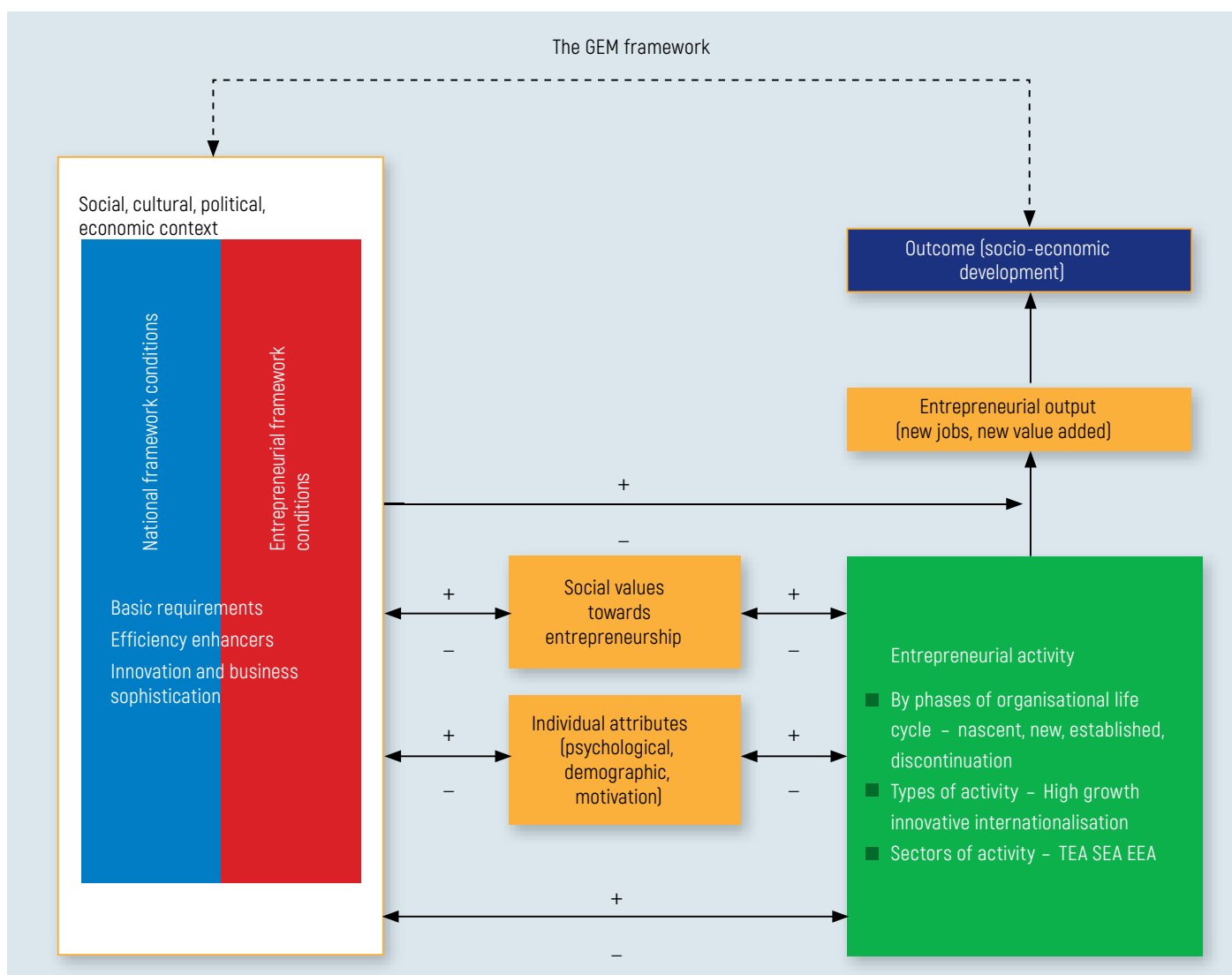
предприемчива и какви фактори влияят на предприемаческата активност?

За да отговори на тези въпроси, GEM трябваше да излезе от конвенционалния подход на мислене за националния икономически растеж. Тази промяна доведе до разработването на една нова концептуална рамка, която премина през поредица от корекции от началото си през 1999 г.



Последната редакция на концептуалната рамка на GEM изискваше отваряне на "черната кутия", озаглавена "Профил на предприемачеството" (както е представена на **Фигура 1.5**). ИмPLICITното допускане за взаимоотношения между нагласите, стремежите и дейностите е залегнало в концептуалната рамка от началото на провеждането на проучвания за GEM, но без да се изяснява естеството на тези отношения. В ревизираната последна концептуална рамка на GEM (изобразена на **Фигура 1.5**) тази "черна кутия" е отворена, за да позволи изследването на характеристиките на предполагаемите отношения между социалните ценности, личните нагласи и различните форми на предприемаческа дейност. Тази работа е извършена от членове на Консултативния комитет за изследвания и иновации на GEM (RIAC).

Фигура 1.2: Ревизираната концептуална рамка на GEM



Източник: Herrington M., Kew P., GEM Global report 2016/17



## 1.1.1 Социален, културен, политически и икономически контекст

Както и предходния модел на GEM, и този е основан съобразно дванадесетте стълба на конкурентоспособност, изведени от Глобалния индекс на конкурентоспособността на Световния икономически форум и деветте компонента на Условиата на предприемаческата рамка на GEM (вж. Таблица 1.2). Те засягат гържавите по различен начин в зависимост от етапа на икономическо развитие, на който се намират страните, т.е. въпреки че всички стълбове са важни за икономиките, стълбовете на конкурентоспособността, които са от най-голямо значение за една ресурсно обусловена икономика, се различават от онези, които са най-важни в инвестиционно обусловените икономики.

Таблица 1.2: Социален, културен, политически и икономически контекст и фази на икономическо развитие

	From other available sources	From GEM National Expert Surveys (NES)
Economic development phases	National framework conditions, based on World Economic Forum pillars for profiling economic development phases	Entrepreneurial framework conditions
Basic requirements – key to resource-driven economies	<ul style="list-style-type: none"> <li>Institutions</li> <li>Infrastructure</li> <li>Macroeconomic stability</li> <li>Health and primary education</li> </ul>	
Efficiency enhancers – key to efficiency-driven economies	<ul style="list-style-type: none"> <li>Higher education and training</li> <li>Goods market efficiency</li> <li>Labour market efficiency</li> <li>Financial market sophistication</li> <li>Technological readiness</li> <li>Market size</li> </ul>	
Innovation and sophistication factors – key for innovation-driven economies	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business sophistication</li> <li>Innovation</li> </ul>	

Източник: Herrington M., Kew P., GEM Global report 2016/17

Важно е да се отбележи, че всички компоненти на средата, в които жените и мъжете действат предприемачески (или не могат да действат далновидно и новаторски), са взаимозависими. Тази зависимост изисква холистичен подход не само в изследването, но и при разработването на подходящи политики за изграждане на среда, в която може да процъфтява предприемаческо поведение.

## 1.1.2. Социални ценности спрямо предприемачеството

Този компонент включва аспекти като степенята, в която обществото цени предприемачеството в ролята му на добър карьерен избор, дали предприемачите имат висок социален статут и степенята, в която вниманието на медиите към предприемачеството допринася за развитието на позитивна предприемаческа култура.

## 1.1.3. Индивидуални характеристики

Този компонент включва различни демографски фактори (като например пол, възраст, географско местоположение), психологически фактори (включващи осъзнати способности, осъзнати възможности, страх от провал) и мотивационни аспекти (начинания, основаващи се на нужда; на възможност; начинания, мотивирани от усъвършенстване).

## 1.1.4. Предприемаческа дейност

Този компонент се дефинира съобразно:

- фазите на жизнения цикъл на предприемаческите начинания (възникващи, нова фирма, утвърдена фирма, преустановяване на дейността);

- вида дейност (висок растеж, иновативна, интернационализация);
- сектора на дейност (Общо Предприемаческа активност в начална фаза – ПАНФ, Социална предприемаческа дейност – СПД, Предприемаческа дейност на служителите – ПДС).

Във всички концептуални рамки основното допускание остава без промяна – а именно, че **предприемаческата дейност е резултат на взаимодействието между осъзнаването от страна на индивида на възможност, способности (мотивация и умения) да действа при такава възможност и отличителните условия на средата, в която се намира индивидът**. Проучването на предприемачеството на GEM (на ниво индивид) допълва другите основни проучвания, обхващащи създаването на бизнес, като предоставя уникална информация относно индивидите (характеристики, ценности, дейности) и взаимодействието им със средата при практикуването на предприемаческо поведение (далновидност, новаторство и отговорни избори).

Следователно е видно, че GEM продължава да се фокусира върху приноса към глобалното икономическо развитие посредством проучвания и изследване на предприемачеството, което помага за усъвършенстване на базирани на изследвания образование и формулиране на публични политики в областта на предприемачеството. За да се постигне това, GEM има три основни цели:

- да определи степенята, в която предприемаческата активност влияе на икономическия растеж в рамките на отделните икономики;
- да установя факторите, които насърчават и/или възпрепятстват предприемаческата активност (особено отношенията между националните условия за предприемачество, социалните ценности,

личните характеристики и предприемаческата активност);

- да направлява формулирането на ефикасни и целенасочени политики, целящи увеличаване на предприемаческия капацитет в рамките на отделните държави.

През годините проучванията на GEM потвърждават, че нивото на предприемаческата активност варира в различните държави при относително константен процент. Съществен момент, потвърден от изследването на GEM, е, че трябва време и последователност при намесите чрез политики, за да се увеличат и развият факторите, които допринасят за предприемаческата активност. Проучванията също така са потвърдили, че предприемаческата активност – в различните си форми (възникващо и стартиращо предприемачество, предприемачество на служители), е в положително съотношение спрямо икономическия растеж, но че това отношение е различно в зависимост от фазите на икономическо развитие (Acs and Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al., 2010).

Ролята на GEM като един от водещите световни консорциуми, занимаващи се с разбирането на отношенията между предприемачеството и националното развитие, се утвърди от скорошните намеси чрез политики по целия свят. Те са съсредоточени върху компонентите на концептуалната рамка на GEM: среда (условия на предприемаческата рамка), индивидуален капацитет за установяване и експлоатиране на възможности и капацитета на обществото да развие предприемаческа култура. Един скорошен доклад относно предприемаческата амбиция и иновации<sup>1</sup> подчертава случаите с Колумбия и Чили, в които икономики са осъществени няколко публични и частни инициативи за увеличаване на предприемаческите екосистеми (Drexler and Amorós, 2015).

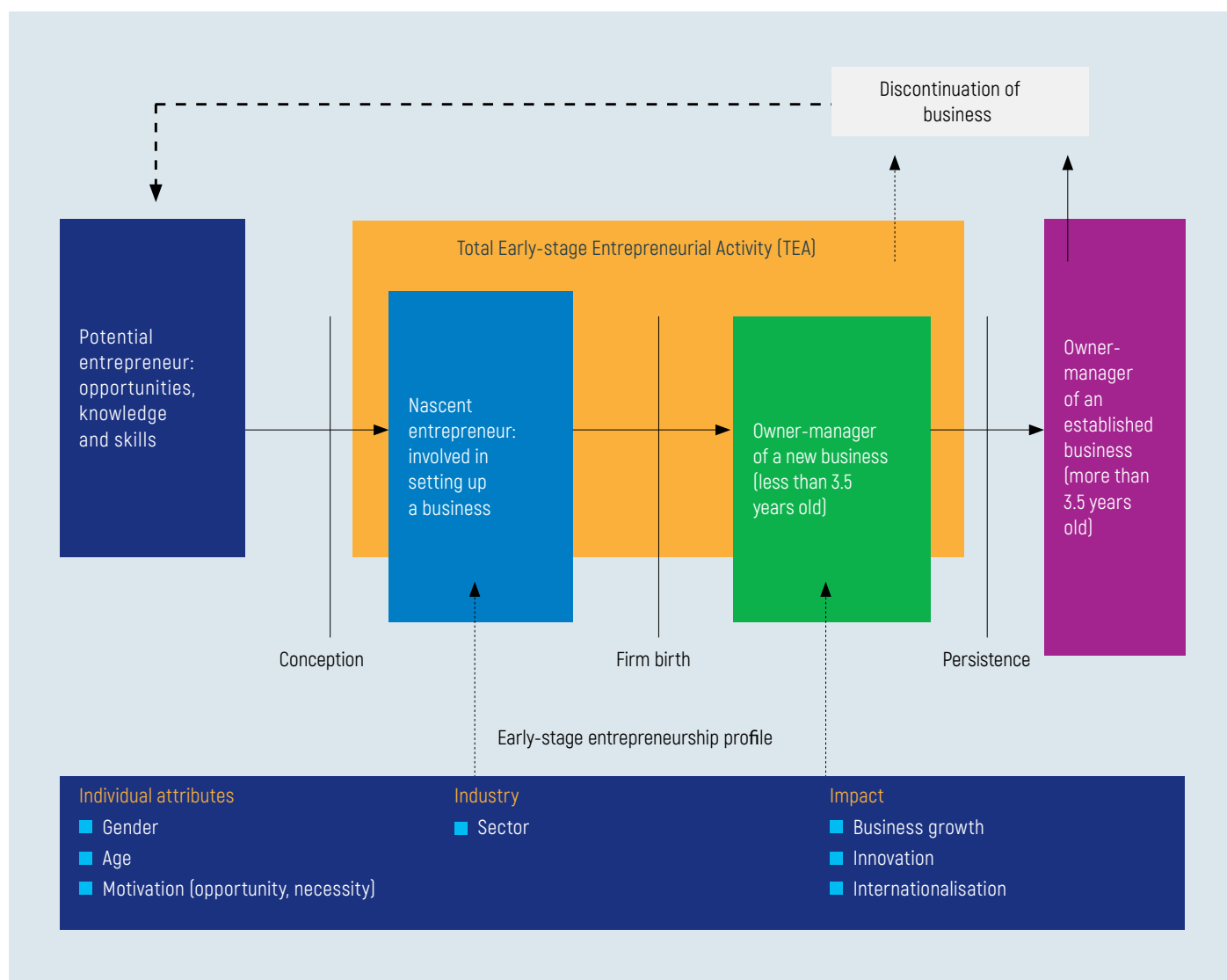
<sup>1</sup> Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation Report by GEM & WEF, 2015



## 1.2 Как GEM измерва предприемачеството

GEM измерва **индивидуалното** участие на множество фази от предприемаческия процес, като прави изводи относно нивото на ангажираност на всеки етап. Тези изводи са важни, защото обществата може да имат различни нива на участие в различни етапи от процеса, обаче здравото предприемаческо общество се нуждае от хора, които са активни във всички фази. Например – за да има стартиращи фирми в едно общество, трябва да има потенциални предприемачи. По-късно в течение на процеса хората, които са стартирали фирмите, трябва да разполагат със способности и подкрепа, за да могат да поддържат фирмата до достигане на зрялост. На **Фигура 1.3** е представен преглед на предприемаческия процес и работните определения на GEM.

Фигура 1.3: Предприемаческият процес и работните определения на GEM



Източник: Herrington M., Kew P., GEM Global report 2016/17

Фазите на предприемачество на GEM са представени по-долу:

**Потенциални предприемачи** – онези, които виждат възможности в средата си, имат капацитет да стартират фирми и не ги спира страхът от провал.

**Предприемачи с намерение** – онези, които възнамеряват да стартират бизнес в бъдеще (през следващите три години).

**Възникващи предприемачи** – онези, които са предприели действия, за да стартират нова фирма, но все още не са плащали заплати или надници в продължение на повече от три месеца.

**Нови предприемачи** – онези, които ръководят нови фирми, извършващи дейност от 3 до 42 месеца.

**Собственици на утвърдена фирма** – онези, които ръководят зряла фирма, извършваща дейност повече от 42 месеца.

**Преустановили дейност предприемачи** – онези, които са престанали да се занимават с бизнес през последната година.

Благодарение на фокуса на GEM върху ниво индивид е възможно да се направи един по-всеобхватен преглед на бизнес активността, отколкото с фокус на ниво бизнес единица – на официално регистрираните фирми. Казано другояче, GEM улавя както неофициалната, така и официалната активност. Този аспект е важен, защото в много общества мнозинството предприемачи работят в неофициалната сфера. Също така благодарение на акцента на GEM върху индивидите може да се установи кои са тези предприемачи: например – техните демографски профили, тяхната мотивация за стартиране на бизнес и стремежите, които имат за своите фирми. GEM прави и оценка на по-широки обществени нагласи относно предприемачеството, които показват степеня, в която хората са ангажирани с или желаят да участват в дадена предприемаческа дейност, и нивото на обществена подкрепа за техните усилия. Базата данни на GEM позволява да се експлоатират индивидуални или фирмени характеристики, както и причини и последици от създаването на нови фирми.

Един от основните индикатори, използван от GEM, е процентът на

Обща предприемаческа активност в начална фаза (ПАНФ). ПАНФ показва наличието на индивиди, занимаващи се с възникващо предприемачество, и собствеността върху нови фирми при пълнолетното население (на възраст 18 – 64 години). По този начин въпросният показател улавя нивото на динамиката на предприемаческата активност GEM в дадена държава.

Всяко лице, което е ангажирано с каквото и да било поведение, свързано със създаването на нови фирми, независимо от факта колко скромно е това поведение, допринася за Националното ниво на предприемачеството. Обаче е важно да се признае, че предприемачите може да се различават по своя профил и въздействие. По тази причина GEM осигурява цяла гама индикатори, които описват уникалния, многостранен модел, демонстриран във всяко общество. Ето защо е важно да се вземе предвид не само броя предприемачи в дадена икономика, но и други аспекти, сред които нивото на заетост, създадено от тях, амбициите им за растеж и степеня, в която конкретни групи, като например младите хора и жените, участват в дадена предприемаческа дейност.

### 1.3. Методология на GEM

Данните на GEM са получени с помощта на научноизследователски проект, който е хармонизиран за всички участващи държави, за да осигури надеждни съпоставки между тях. Данните са събрани на годишна база от два първични източника – описаните по-долу ППН и НЕП.



### 1.3.1 Проучване на пълнолетното население (ППН)

Основните индикатори на предприемачеството са измерени в Проучването на пълнолетното население (ППН). Академични екипи във всяка участваща икономика ръководят и извършват надзор върху това проучване, което се провежда със съдействието на случайна представителна извадка от поне 2000 пълнолетни лица на възраст между 18 и 64 години. Проучванията се провеждат по едно и също време всяка година (между месеците май и юли) с помощта на стандартизиран въпросник, предоставен от екипа за глобални данни на GEM. Въпросникът е преведен на местните езици и обратно за проверка на валидността му.



През 2016 г. акредитираният вендор за провеждане на ППН в България отново беше "МаркетТест". Изследването включи провеждане на 2000 персонални интервюта със случайна подборка от пълнолетното население в България на възраст между 18 и 64 години в селски и градски зони, която обхваща всички етнически групи и полове. Интервютата бяха проведени в домовете на респондентите с помощта на структуриран въпросник на български език.

За извадковата подборка от 2000 респонденти измежду българското градско и селско население на възраст между 18 и 64 години е използван многоетапен метод на подбор. Всеки Икономически регион (NUTS2) се стратифицира на взаимно изключващи се и колективно изчерпващи се формации – областни градове, други градове, села. В резултата на извадковата стратификация се получават 18 клъстера, измежду които са дефинирани и подбрани 250 първични извадкови единици (ПИЕ) посредством метода на извадка с вероятност на подбора, пропорционална на размера (ВПР). В рамките на всяка ПИЕ подборът на респондентите е извършен посредством процедурата на "случайна разходка" с предварително определен изходен пункт.

Отделните държави получават достъп до данните, щом суровите данни бъдат анализирани от експерти от London Business School за осигуряване на

качеството, проверка и гарантиране на единството на статистическите изчисления. Тъй като проектът за изследването на GEM хармонизира данните, е възможно с течение на времето да бъдат правени съпоставки между държавите и вътре в рамките на държавата.

### 1.3.2 Национални експертни проучвания (НЕП)

Националните експертни проучвания (НЕП) осигуряват информация за местната среда, пред която са изправени стартиращите предприемачи. Събрана е информация за девет условия на предприемаческата рамка: финансиране за предприемачи, правителствени политики, правителствени програми, предприемаческо образование и обучение, научноизследователски и разволен трансфер, търговска и професионална инфраструктура, отвореност на вътрешния пазар, физическа инфраструктура и инфраструктура на услугите и социални и културни норми. Тези девет условия на рамката са подробно описани по-долу. Указанията на GEM предполагат, че самоличността на експертите може да бъде установена от изброените източници.



## НАБОР ОТ ИНДИКАТОРИ НА GEM

Настоящият доклад включва подробен преглед на основни индикатори на предприемачеството, с помощта на който всяка икономика бива класирана за всеки индикатор. По принцип тази група индикатори може да се разглежда като набор от мерки, заедно допринасящи за въздействието, което предприемачеството има върху едно общество, и степента, в която обществото подкрепя тази дейност. Следните мерки са подчертани в доклада:

### Обществени ценности и възприятия:

- **Добър карьерен избор**
- **Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което счита, че предприемачеството е добър карьерен избор.**
- **Висок обществен статус на успешните предприемачи**  
Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което счита, че успешните предприемачи се радват на висок обществен статус.
- **Медиен интерес към предприемачеството**  
Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което счита, че има много положителен медиен интерес към предприемачеството в тяхната държава.

### Индивидуални характеристики на всеки потенциален предприемач:

- **Възприятие за възможности**  
Процент от населението на възраст между 18 и 64 години, което вижда добри възможности за стартиране на бизнес в района, в който живее.
- **Възприятие за умения**  
Процент от населението на възраст между 18 и 64 години, което счита, че има необходимите умения и знания за стартиране на бизнес.
- **Предприемаческо намерение**  
Процент от населението на възраст между 18 и 64 години (лицата, участващи в предприемаческа дейност на който и да било етап, се изключват), което се състои от латентни предприемачи, възнамеряващи да стартират бизнес през следващите три години.
- **Нива на страх от провал**  
Процент от населението на възраст между 18 и 64 години, което има възприятията за добри възможности и смята, че страхът от провал би го отказал да стартират бизнес.





### Три индикатора описват жизнения цикъл на едно предприятие:

- **Предприемаческа активност в начална фаза (ПАНФ) – ТЕА**

Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което е в процес на стартиране на бизнес (възникващи предприемачи) или се състои от собственици и управители на нов бизнес за период не по-дълъг от 42 месеца. Този индикатор може да бъде обогатен, като се предостави информация, свързана с мотивацията (възможност спрямо необходимост), всеобхватност (пол, възраст), въздействие (растеж на бизнеса, що се отнася до очакваното разкриване на работни места, иновации, интернационализация) и бранш (сектори).

- **Процент на собственост на установен бизнес**

Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което понастоящем се състои от собственици и управители на утвърден бизнес, т.е. притежава и управлява бизнес, изплаща на собствениците заплати, възнаграждения и друг вид хонорари за период по-дълъг от 42 месеца.

- **Процент на прекъсналите предприемачи**

Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години възникващи предприемачи или собственици и управители на нов бизнес, което през последните 12 месеца е прекратило бизнеса си чрез продажба, закриване или друго прекъсване на връзката между собственика/управителя и бизнеса.

### Два други индикатора описват допълнителни видове предприемаческа дейност:

- **Вътрешноорганизационна предприемаческа активност (ЕЕА)**

Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което – в ролята си на служител – е участвало в предприемачески дейности, като например разработване или пускане на пазара на нови стоки или услуги, или създаване на ново бизнес звено, ново предприятие или дъщерно предприятие.

- **Социална предприемаческа активност (SEA)**

Процент от пълнолетното население на възраст между 18 и 64 години, което е ангажирано в предприемачески дейности в ранна фаза със социална цел.

### Възприемано качество на предприемаческата екосистема:

Средната стойност на възприятията на експертите с помощта на скалата на Ликърт от 1 (недостатъчно във висока степен) до 9 (достатъчно във висока степен) компонента на предприемаческата рамка:

1. Финансиране на предприемачеството
2. Правителствени политики
3. Правителствени програми за предприемачество
4. Предприемаческо образование
5. Научноизследователски и развоен трансфер
6. Търговска и професионална инфраструктура
7. Регулации за навлизане
8. Физическа инфраструктура
9. Културни и социални норми.



### Финансиране за предприемачи:

наличието на финансови ресурси, собствен капитал и дългов капитал за нови и растящи фирми, включително безвъзмездна помощ и субсидии.

#### Източници:

- Банки и жилищностроителни кооперации
- Сдружения за рисков капитал
- Бизнес ангели
- Неофициални инвеститори (семейство, приятели и познати)
- Предприемачи
- Правителствени агенции, които предоставят средства за предприемачи

**Правителствени политики:** степента, в която правителствените политики, като например тези относно данъци или регулации, са или неутрални с оглед на размера, или насърчават нови и растящи фирми.

#### Източници:

- Политически лидери
- Министерства
- Други отговорни лица (секретари, заместници)
- Публични агенции
- Консултанти
- Предприемачи
- Анализатори

### Правителствени програми:

наличието и качеството на директни програми за подпомагане на нови и растящи фирми на всички нива на управление (национално, регионално, общинско).

#### Източници:

- Политически лидери
- Инкубатори
- Местни служби за развитие
- Търговски камари
- Бизнес сдружения
- Профсъюзи
- Публични агенции

### Предприемаческо образование и обучение:

степента, в която обучението за създаване или ръководене на нови, малки или растящи търговски субекти е внедрено в системата за образование и обучение на всички нива – начално и средно училище и предприемаческо образование и обучение след завършване на училище.

#### Източници:

- Училища
- Специални училища
- Колежи
- Университети
- Бизнес училища
- Преподаватели

### Научноизследователски и развоен трансфер:

степента, в която националната научноизследователски и развойна дейност води до нови търговски възможности и дали те са налични за нови, малки и растящи фирми, или не.

#### Източници:

- Технологични и научноизследователски паркове
- Научноизследователски центрове
- Университети
- Инкубатори
- Акселератори
- Изследователи
- Изобретатели

### Търговска и професионална инфраструктура:

наличието на търговски, счетоводни и други правни услуги и институции, които позволяват или насърчават възникването на малки, нови и растящи търговски субекти.

#### Източници:

- Консултанти, мениджъри
- Адвокати
- Счетоводители
- Предприемачи
- Инкубатори
- Търговски камари

Отвореност на вътрешния пазар: съществуват две подразделения – пазарна динамика, т.е. степента, в която пазарите се променят драстично с всяка следваща година, и отвореност на пазара, т.е. степента, в която нови фирми могат свободно да навлязат на съществуващи пазари.

#### Източници:

- Пазарни анализатори
- Консултанти
- Брокери
- Изследователи
- Специализирани преподаватели
- Специализирани журналисти

**Физическа инфраструктура и инфраструктура на услугите:** лесен достъп до налични физически ресурси – съобщения, комунални услуги, транспорт, земя или пространство – на цена, която не е дискриминационна спрямо нови, малки или растящи фирми.

#### Източници:

- Водоснабдителни дружества
- Електроснабдителни дружества
- Телефонни компании
- Недвижими имоти за фирми
- Публични служби, отговарящи за пътищата, транспорта и съобщенията
- Предприемачи

#### Социални и културни норми:

степента, в която съществуващите социални и културни норми насърчават или обезкуражават индивидуални действия, които може да доведат до нови начини за извършване на търговски или стопански дейности, които на свой ред биха могли да доведат до по-голяма разпръснатост на личното богатство и доходи.

#### Източници:

- Социолози
- Психолози
- Социални изследователи
- Женски институти и сдружения
- Сдружения на млади предприемачи
- Политически лидери
- Специализирани журналисти

GEM осигурява множество критерии, които трябва да бъдат изпълнени при подбора на експерти, за да се изгради балансирана и представителна извадка. Трябва да бъдат интервюирани поне четирима експерти от всяка от категориите на условията на предприемаческата рамка, което прави минимум общо 36 експерти за всяка държава. Минимум 25% трябва да бъдат предприемачи или хора от бизнеса, а 50% трябва да бъдат професионалисти. При балансирането на извадката следва да бъдат взети предвид и допълнителни аспекти като географско разпределение, пол, участие в публичния сектор в сравнение с частния и ниво на опит. Данните от НЕП са събрани посредством интервюта на местния екип с експерти. Изследователите на GEM се насърчават да набират информация от следните източници, когато определят евентуални експерти за проучването:

- Социални мрежи
- Телефонни указатели
- Професионални справочници
- Лични контакти
- Правителствени агенции
- Местни агенции
- Търговски камари
- Научноизследователски институти
- Консултантски фирми
- Интернет

Интервютата са налични в персонален, телефонен или електронен формат. Експертите бяха номинирани заради задълбочения си опит, старшинството си в рамките на организации, сфери на специализация и принадлежност към сдружения. В някои случаи ръководителят на дадена институция ни препрати към лица, които счита, че са в най-добра позиция да предоставят търсената от нас информация. Множество респонденти са участвали на пълен работен ден в предприемачески начинания, а мнозина други посочиха, че са участвали в малки фирмени начинания в допълнение към основната си работа.

# 2

## ПРОУЧВАНЕ НА ПЪЛНОЛЕТНОТО НАСЕЛЕНИЕ (ППН)

### 2.1. Увод

През 2015 г. GEM България за първи път представи доклад за обществените нагласи и възприятия, които оформят предприемаческата култура. Получената картина отразяваше ниски нива на обща предприемаческа активност и предприемаческа среда, която се характеризираше с две отделни динамики – една, мотивирана от иновации и интернационализация, и друга, свързана с борбата в местния контекст, в който малко възможности се възприемат като печеливши. Разделението, което характеризира предприемаческата среда в България, в никакъв случай не е изключение от основните глобални тенденции, установени от доклада за глобалния Индекс на конкурентоспособността на Световния икономически форум за 2017 г.]. Там нарастващите неравенства в доходите и богатството се материализират в безработица и непълна заетост и съжителстват с други фундаментални рискове, като например дълбоката социална нестабилност и провала на регионалното, националното и глобалното управление. България трябва да се справи със своя дял от рисковете, които се натрупват вследствие на тези глобални тенденции, а спецификите на страната по отношение на предприемаческата динамика и контекста са описани на следващите страници.

### 2.2. Предприемаческият процес

Тъй като това е едва вторият годишен доклад на GEM за България, са представени резултатите за

предходната година, за да се направи оценка на промените в индикаторите, а също така и в сравнение с референтните групи, възприети в първия доклад за увеличаване на тълкуваемостта на резултатите. Тъй като предприемаческият процес зависи от местните културни, социални, институционални, исторически и икономически фактори, избирането на една-единствена референтна група щеше да ограничи познавателната стойност на настоящото изследване.

Използваме три групи държави, за да увеличим максимално тълкуваемостта и практическата полезност за вземащите решения лица, които са заинтересовани от настоящото изследване. Референтната група (G1) се състои от Турция и Гърция – две съседни държави, които участваха в изследването на GEM през 2016 г. (Румъния, която беше в Референтната Група 1 в доклада на GEM България за 2015/16 г., не взе участие в проучванията през 2016 г.). Референтната група 2 (G2) се състои от Полша и Естония – две държави членки на ЕС

с амбиция да създадат условия за градивни предприемачески процеси. Референтната група 3 (G3) се състои от Ирландия, Израел, Обединеното кралство и Канада – държави, които са успели да изградят силни култури на предприемачество и са дадени като примери за най-добри практики относно предприемаческия процес.

В рамката на GEM предприемаческите нагласи, намерения и дейности са елементи на националната предприемаческа среда. Предприемаческият процес се схваща като сложно явление, формирано от множество културни, социални и икономически условия. Ето защо колективната представа за предприемачеството като дейност изисква по-широк контекст, в който се извършва предприемаческото усилие. В рамката на GEM тези фактори са уловени посредством измерване на общата представа за социалния статут на предприемачите; за това колко желано е предприемачеството като кариерен избор и медийно внимание към него.

### РЕФЕРЕНТНИ ДЪРЖАВИ

Използвани са три референтни групи от държави, за да се максимизира тълкуването и практическата полза от изследването в доклада за заинтересованите лица, вземащи решения. Референтна група 1 (G1) се състои от Турция и Гърция – двете съседни на България държави. В Референтна група 2 (G2) влизат Полша и Естония – две държави членки на ЕС, имащи амбицията да създадат условия за активни предприемачески процес. Референтна група 3 (G3) е съставена от Ирландия, Израел, Великобритания и Канада.

G1 - Турция и Гърция

G2 - Полша и Естония

G3 - Ирландия, Великобритания, Израел и Канада



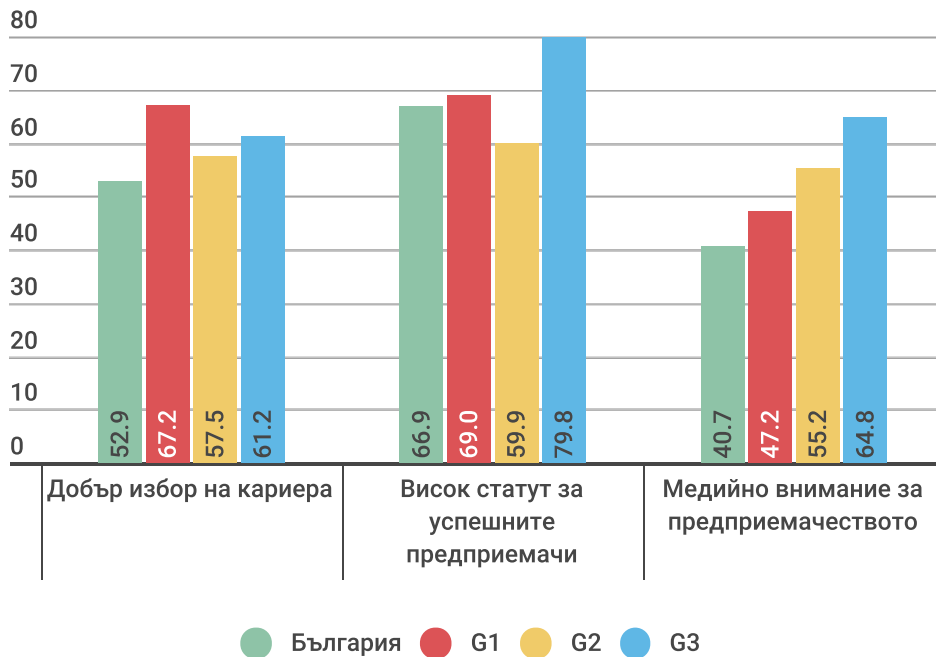
## 2.2.1 Нагласи и потенциални предприемачи

**Фигура 2.1** показва, че през 2016 г. едва 52,9% от пълнолетните българи гледат на предприемачеството като на добър избор на кариера в сравнение с 57,5% една година по-рано. 66,9% (71,5% през 2015 г.) се съгласяват, че в страната успешните предприемачи се радват на висок статус, а 40,7% (с 9,3% през 2015 г.) считат, че предприемачеството редовно е обект на внимание от страна на медиите. Налице е подчертан спад и в трите променливи, които улавят широките обществени нагласи към предприемачеството. В случая на медийното внимание към предприемачеството спадът е с почти девет процентни пункта. От тези три променливи, които имат за цел да уловят обществените нагласи спрямо предприемачеството, отново медийното внимание, изглежда, има най-малката роля при формирането на общата среда, в която се извършват предприемаческите усилия. Медиите влияят ограничено на възгледите за предприемачеството като добър избор на кариера и осъзнатия висок статут на успешните предприемачи, и сякаш медиите са загубили доста рязко предишния си интерес към представяне на предприемачеството. Истинската опасност тук е, че предприемачеството може да е изпаднало още по-надолу в националния дневен ред и че този ранен знак може да е показателен за отслабваща подкрепа и приемане на предприемачеството като двигател на скока в производителността, който българската икономика трябва да направи, за да скъси дистанцията в конкурентоспособността в сравнение с държавите с високи доходи.

GEM счита лицата, които осъзнават добрите възможности за стартиране на бизнес и също така вярват, че притежават изискваните умения,



Фигура 2.1: Обществени нагласи спрямо предприемачеството (в %) в България, 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM – данни на ниво индивид, 2016 г. [GEM Adult Population Survey individual level data 2016]

Да се чете така: 52,9% от пълнолетните българи през 2016 г. считат предприемачеството за добър карьерен избор.

за потенциални предприемачи в обществото. Важно е да се отбележи, че на този етап от предприемаческия процес те все още не са решили дали ще се възползват от възможността, или не.

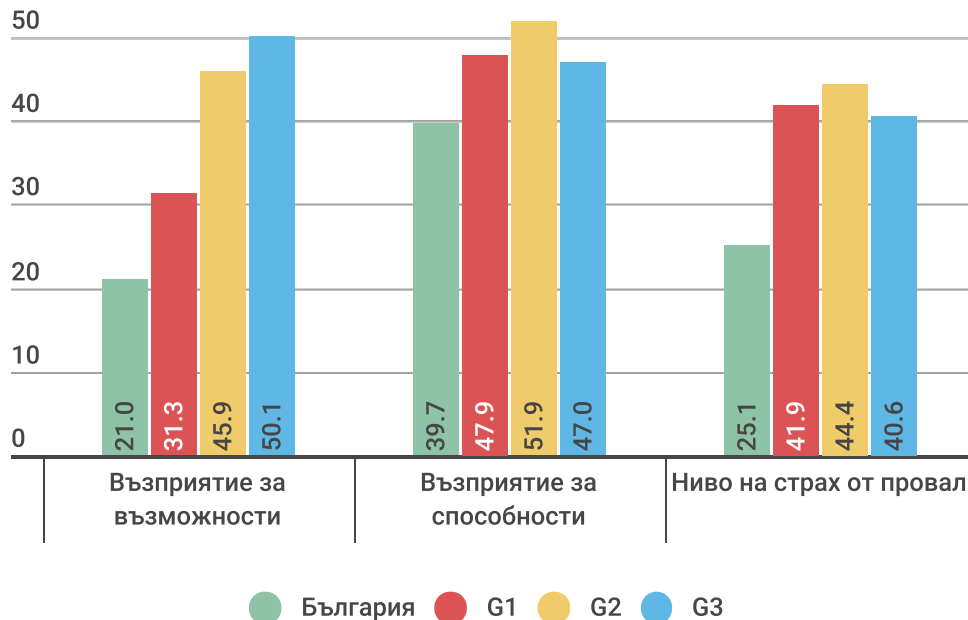
Макар по-широкият културен контекст да влияе на предприемаческите намерения в определена степен, индивидуалното осъзнаване на предприемаческите възможности, способности и страха от провал дава много по-добра представа за факторите, които формират предприемачески намерения.

**Фигура 2.2** показва, че през 2016 г. едва 21% (15,8% през 2015 г.) от пълнолетното население в България е осъзнало добри възможности за стартиране на бизнес в района по местоживеенето си. Този резултат е значително по-нисък от съответната стойност за Турция и Гърция (G1) и много по-нисък от мярката за осъзнатите възможности в другите две референтни групи. По подобен начин осъзнатата готовност

за стартиране на бизнес в България е ниска, но се подобрява. Едва 39,7% (35% през 2015 г.) от населението съобщават, че имат способности за впускане в такова начинание. Отчасти този резултат може да бъде отгледан на личния страх от провал, но е важно да се отбележи, че нивата на споделения страх от провал са сравними със средните за инвестиционно-обусловени общества. Все още ниските осъзнати способности и възможности за предприемачеството обаче пасват по-добре на модела на иновационно обусловените общества, които също съобщават за по-големи нива страх от провал. В България, както във всички инвестиционно обусловени икономики, нивото на способностите е подчертано по-високо, отколкото нивото на възможностите. Тази констатация е в съответствие с обясненията във връзка с лесното навлизане на пазара и развитието на пазарите изобщо, но то може да разкрива и

системно надценяване на уменията и знанията на съответното лице. През 2016 г. в България осъзнатостта на възможностите и способностите се повишава в еднаква степен. Има много добре установена връзка между предприемачески намерения и осъзнати способности за стартиране на бизнес, следователно ръстът на осъзнатите способности за стартиране на бизнес може да се разглежда като ранен сигнал за нарастващи предприемачески намерения, обобщени в **Фигура 2.3** по-долу. Освен това тези резултати са забележителни, предвид спада в положителните обществени нагласи към предприемачеството, отразени в **Фигура 2.1**.

Фигура 2.2: Представи (в %) за предприемачеството сред пълнолетното население в България, 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM – данни на ниво индивид, 2016 г.

Да се чете така: 39,7% от пълнолетните българи през 2016 г. считат, че имат необходимите способности за предприемачество.

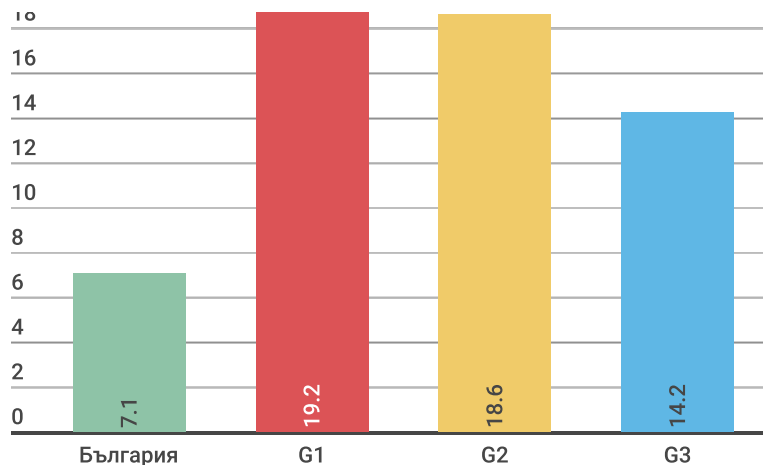
## 2.2.2 Предприемачески намерения

**Фигура 2.3** съдържа директното измерване на предприемаческите намерения. За България броят на потенциалните предприемачи е изключително нисък (5,3% през 2015 г.) не само в сравнение с трите референтни групи, но и в глобален план. Макар да има и други държави с ниско ниво на предприемачески намерения, повечето от тях са иновационно обусловени. Всъщност средното ниво на предприемачески намерения за иновационно обусловени икономики като група през 2016 г. е 15%, и то е значително по-ниско от броя за ресурсно обусловените икономики (30%) и инвестиционно обусловените икономики (26%). Напълно е възможно и относително ниските осъзнати възможности, и слабите индивидуални способности (които включват както умения, така и самоувереност) да обясняват резултата в случая

с България, но е ясно, че по-основателното обяснение е свързано с дефицитите в бизнес средата, тъй като респондентите виждат малко на брой печеливши възможности за бизнес. Макар бройките да остават ниски в сравнение с референтните групи, налице са индикации да се счита, че са се случили някои подобрения в предприемаческата среда. Все пак е нужно да бъдат извършени повече регулаторни промени и промени на политиките, за да се създаде отзивчива предприемаческа екосистема. Ролята на медиите за това, а също така и при формирането на очаквания, обаче не може да се подценява. В случая с България тя не е напълно съгласувана с целта да се подпомога националната култура на предприемачество и данните сочат, че медиите са отдавали по-малко значение на предприемачеството в периода между 2015 г. и 2016 г. Освен това остарялата образователна

система, която е подложена на непрекъснати реформи и промени, не помага за развиване на необходимия набор от умения или самоувереност, необходими за стимулиране на предприемачеството. Със сигурност ще трябва повече време, за да могат скорошните реформи да променят забележимо нещата. Една образователна система, която включва повече практическо обучение и компетентно преподаване по темите на предприемачеството, би отстранила тези слабости и би допринесла за създаване на национална култура на предприемачеството.

Фигура 2.3: Предприемачески намерения (в %) в България, 2016 г.



Източник: GEM Adults Population Survey 2016, individual level data

Да се чете така: 7,1% от пълнолетните българи през 2016 г. имат предприемачески намерения.

### 2.2.3 Предприемаческа активност в начална фаза (ПАНФ)

Предприемаческата активност в начална фаза следва етапа на предприемаческите намерения. Предприемаческите активности са представени с помощта на подхода на организационния жизнен цикъл (възникващи, нови фирми, утвърдени фирми и преустановяване на дейността).

Основният показател на GEM е процентът на Общо Предприемаческа активност в начална фаза (ПАНФ), който измерва процента на онези представители от пълнолетното население (от 18 до 64 години), които са в процес на стартиране или които току-що се стартирали бизнес. Този показател събира индивиди, които участват в някоя от двете първоначални фази на предприемаческия процес:

- възникващи предприемачи – онези, които са заделили ресурси за стартиране на фирма, но още не са плащали заплати или надници в продължение на повече от три месеца;

- собственици на нови фирми – онези, които са преминали през стадия на възникване и са плащали заплати или надници в продължение на повече от три и по-малко от 42 месеца.

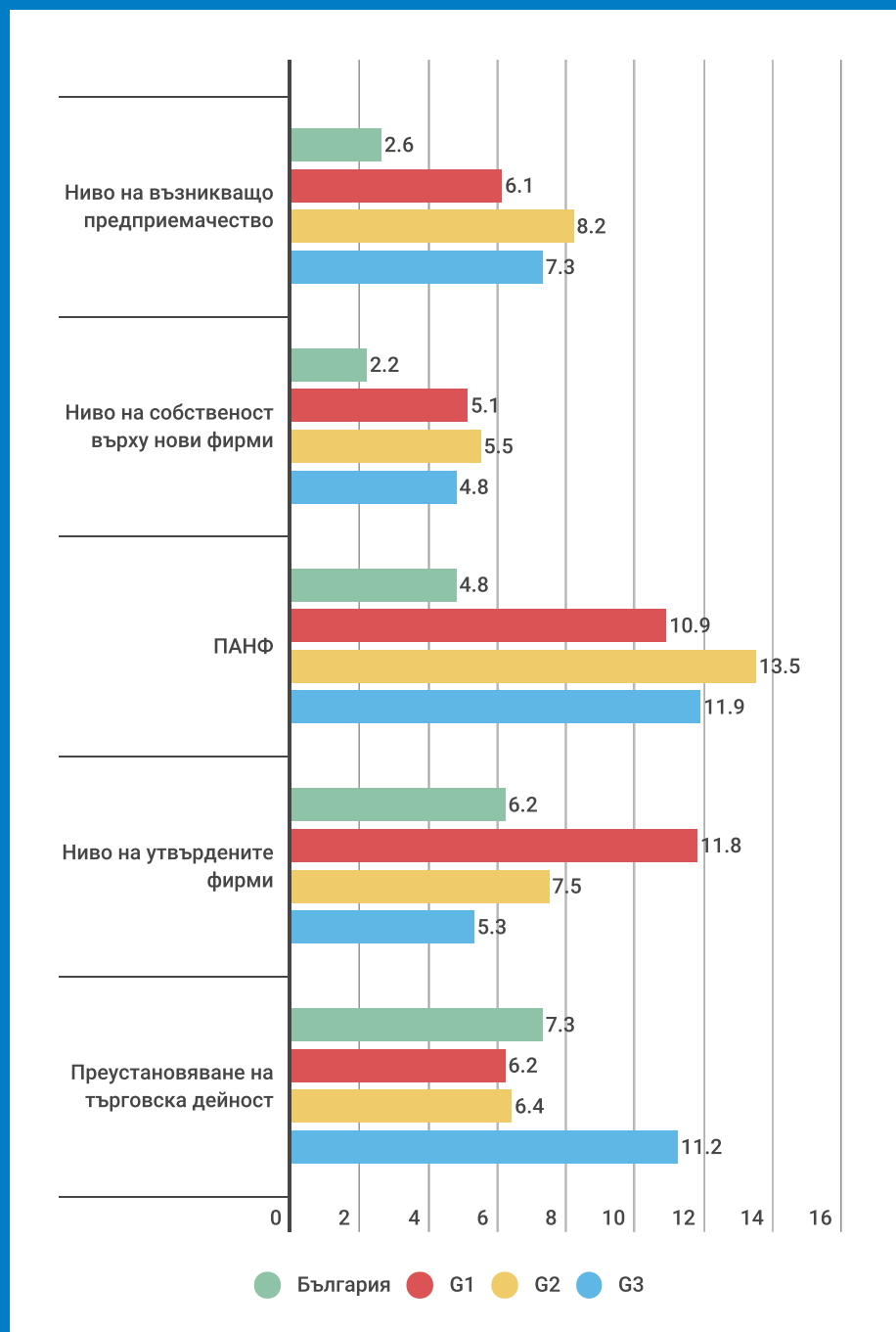
Измерването на общата Предприемаческа активност в начална фаза е важно, защото именно новите фирми по-късно ще станат утвърдени, и затова ПАНФ представя потенциала на групата на утвърдените фирми, които според определението на този термин са фирмите, плащали заплати в продължение на повече от 42 месеца.

**Фигура 2.4** съдържа данни за предприемаческата дейност в начална фаза в България. Налице е тенденция нивата на ПАНФ да са най-високи в групата на ресурсно обусловените икономики, като намаляват при по-високите нива на икономическо развитие. В действителност средният процент на ПАНФ в ресурсно обусловените икономики е с повече от осем процентни пункта по-висок от този при иновационно обусловените икономики (GEM Global Report 2016/17 г.). Например средната ПАНФ през

2016 г. за ресурсно обусловените, инвестиционно обусловените и иновационно обусловените икономики е била съответно 29,2%, 25,1% и 20,9%. През 2016 г. процентът на ПАНФ за България е бил 4,8% (3,5% през 2015 г.), което включва 2,6% от пълнолетното население, участващо във възникващи предприемачески начинания, и 2,2%, които са собственици на нови фирми. По всички критерии тези стойности са сред най-ниските в света. Те също така са в съзвучие с много ниския процент на собственост върху утвърдени фирми, който възлиза на 6,2% от пълнолетното население и се приближава до процента при иновационно обусловените икономики (6,7%), отдалечавайки се от средните процентни стойности при ресурсно обусловените (8,6%) и инвестиционно обусловените икономики (11,2%). Едно от тълкуванията е, че въпреки много ниския процент на предприемачество в начална фаза в България, относително висок процент от тези предприемачи успяват да оцелеят достатъчно дълго и да станат утвърдени фирми.

## ГЛАВА 2: ПРОУЧВАНЕ НА ПЪЛНОЛЕТНОТО НАСЕЛЕНИЕ (ПНН)

Фигура 2.4: Проценти на преобладаване (в %) на предприемаческата активност сред пълнолетното население в България, 2016 г.



За да бъдат поставени тези индикатори в глобална перспектива, **Фигура 2.5** представя съпоставката с всички държави, участващи в процеса по събиране на данните от GEM за 2016 г. Фигурата представя няколко етапа на предприемаческия процес и трябва да бъдат направени някои наблюдения. Първо – между икономики на едно и също ниво на развитие има големи различия в рамките на групата при процента на ПАНФ, особено в групите на ресурсно обусловените и инвестиционно обусловените икономики. Тези различия се отдават на културни специфики, регулаторни системи и други аспекти на предприемаческата екосистема. Европа има най-ниските регионални нива на ПАНФ, а Африка, Латинска Америка и Карибите имат най-високите нива на ПАНФ.

Преишните изследователски анализи на данните на GEM са установили, че е налице тенденция нивата на ПАНФ да са по-високи в държави с по-малък БВП на глава от населението. При икономики с по-високи нива на БВП заетостта зависи в по-малка степен от предприемаческата дейност в начална фаза, като например създаването на малки предприятия. Затова относителната важност на мотивираната от необходимост и на мотивираната от възможност предприемаческа дейност е съществена за разбирането на естеството на предприемаческия процес във всяка държава.

Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид.

Да се чете така: 2,6% от предприемачите през 2016 г. са били ангажирани с възникващо предприемачество.

**Таблица 2.1: Предприемаческата активност по фаза (в %) в икономики от GEM през 2016 г., по географски регион.**

РЕГИОН	Държава	Процент на възникващо предприемачеството	Процент на собственост на нови фирми	Предприемаческа дейност в ранен етап (ПАНФ)	Предприемаческа дейност на служителите	Процент на собственост на утвърдени фирми	Преустановяване на дейност на фирми (% от ПАНФ)
Африка	Буркина Фасо	21.2	13.5	33.5	0.6	28.0	9.4
	Египет	8.2	6.6	14.3	2.0	6.1	17.4
	Камерун	17.8	10.9	27.6	1.2	15.2	14.9
	Мароко	1.3	4.3	5.6	0.5	7.5	12.0
	Южна Африка	3.9	3.3	6.9	0.7	2.5	10.0
	<b>Средно</b>		<b>10.5</b>	<b>7.7</b>	<b>17.6</b>	<b>1.0</b>	<b>11.9</b>
Азия и Океания	Австралия	8.8	6.2	14.6	9.0	11.3	4.4
	Грузия	4.6	4.3	8.6	0.5	8.6	11.1
	Израел	7.0	4.5	11.3	7.3	4.0	11.9
	Индия	3.9	6.8	10.6	2.5	4.6	26.4
	Индонезия	3.9	10.4	14.1	0.7	15.3	2.9
	Иран	6.9	6.2	12.8	1.2	11.6	13.3
	Йордания	4.1	4.6	8.2	1.5	2.7	21.2
	Казахстан	6.9	3.4	10.2	0.7	2.4	3.4
	Катар	4.3	3.6	7.8	6.4	3.0	14.0
	Китай	4.5	6.1	10.3	1.2	7.5	6.4
	Корея	3.7	3.0	6.7	2.3	6.6	8.2
	Ливан	9.5	12.1	21.2	2.6	20.1	9.2
	Малайзия	2.0	2.8	4.7	0.3	4.7	14.6
	Обединени арабск	1.3	4.4	5.7	2.2	1.9	20.7
	Саудитска Арабия	3.7	7.7	11.4	4.7	2.3	13.6
	Тайван	3.6	4.7	8.2	5.7	7.7	10.9
	Тайланд	5.2	12.6	17.2	1.0	27.5	6.9
	Турция	8.9	7.6	16.1	3.6	9.4	9.5
	Хонконг	5.0	4.7	9.4	4.1	6.1	5.0
<b>Средно</b>		<b>5.1</b>	<b>6.1</b>	<b>11.0</b>	<b>3.0</b>	<b>8.3</b>	<b>11.2</b>
Латинска Америка	Аржентина	8.9	5.7	14.5	3.1	7.9	10.0
	Белиз	18.7	10.7	28.8	8.0	5.3	18.8
	Бразилия	6.2	14.0	19.6	1.5	16.9	5.6
	Гватемала	12.2	8.6	20.1	1.7	9.1	6.3
	Еквадор	22.4	11.0	31.8	0.7	14.3	11.8
	Ел Салвадор	8.0	6.7	14.3	1.0	11.5	11.3
	Колумбия	16.3	11.3	27.4	1.2	8.9	8.9
	Мексико	6.1	3.6	9.6	4.8	7.5	5.9
	Панама	8.6	4.7	13.2	0.2	4.4	7.1
	Перу	19.9	5.7	25.1	0.8	6.1	8.3
	Пуерто Рико	8.5	2.0	10.3	1.8	1.6	7.4
	Уругвай	10.1	4.2	14.1	2.6	7.4	14.6
	Чили	15.6	9.3	24.2	5.4	8.0	10.1
Ямайка	4.1	5.8	9.9	0.7	8.2	9.0	
<b>Средно</b>		<b>11.8</b>	<b>7.4</b>	<b>18.8</b>	<b>2.4</b>	<b>8.4</b>	<b>9.6</b>

Източник: Herrington M., Kew P., GEM Global report 2016/17, стр. 99-101



РЕГИОН	Държава	Процент на възникващо предприемачество	Процент на собственост на нови фирми	Предприемаческа дейност в ранен етап (ПАНФ)	Предприемаческа дейност на служителите	Процент на собственост на утвърдени фирми	Преустановяване на дейност на фирми (% от ПАНФ)
Европа	Австрия	6.0	3.7	9.6	7.3	8.8	11.3
	България	2.6	2.2	4.8	0.9	6.2	7.3
	Германия	2.9	1.7	4.6	5.1	7.0	4.7
	Гърция	3.2	2.6	5.7	1.4	14.1	2.8
	Естония	11.7	4.8	16.2	6.3	7.8	8.8
	Ирландия	7.0	4.4	10.9	6.2	4.4	10.1
	Испания	2.3	2.9	5.2	2.7	6.2	4.4
	Италия	2.3	2.2	4.4	2.1	5.2	4.4
	Кипър	7.6	4.5	12.0	5.6	8.2	4.7
	Латвия	9.7	4.9	14.2	4.5	9.5	7.2
	Люксембург	6.4	2.9	9.2	7.2	3.2	12.3
	Македония	3.4	3.1	6.5	1.4	7.2	6.4
	Нидерландия	5.7	5.4	11.0	7.6	10.2	7.5
	Обединеното крал	5.2	3.7	8.8	7.0	6.1	6.3
	Полша	4.6	6.1	10.7	5.2	7.1	9.8
	Португалия	4.7	3.7	8.2	2.4	7.1	4.0
	Русия	3.2	3.0	6.3	0.7	5.3	6.7
	Словакия	6.4	3.2	9.5	2.2	6.1	12.2
	Словения	5.1	3.1	8.0	4.7	6.7	5.0
	Унгария	4.8	3.2	7.9	3.0	5.5	3.4
	Финландия	4.3	2.7	6.7	5.6	7.3	2.9
	Франция	3.1	2.3	5.3	3.6	4.3	8.5
Хърватия	6.1	2.5	8.4	5.3	4.2	4.1	
Швейцария	5.1	3.2	8.2	6.1	11.1	4.4	
Швеция	5.8	1.8	7.6	6.1	4.5	10.2	
	<b>Средно</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>8.4</b>	<b>4.4</b>	<b>6.9</b>	<b>6.8</b>
Северна Америка	Канада	10.0	6.9	16.7	5.9	6.8	16.3
	САЩ	8.9	4.0	12.6	7.0	9.2	7.7
	<b>Средно</b>	<b>9.5</b>	<b>5.5</b>	<b>14.7</b>	<b>6.5</b>	<b>8.0</b>	<b>12.0</b>

Мотивираната от необходимост предприемаческа активност в начална фаза се определя като процента на лицата, участващи в предприемаческа дейност в начална фаза, които твърдят, че са мотивирани от необходимост, а не от възможност.

Мотивираната от възможност предприемаческа активност в начална фаза е съотношението на лицата, които участват в предприемаческа дейност в начална фаза, мотивирани изцяло или отчасти от възможност, за разлика от онези, които не намират друг вариант за работа. Тази група включва както тези, които се възползват от дадена възможност за бизнес, така и онези, които имат работа, но търсят по-добра възможност.

Глобалният доклад на GEM за 2016/17 г. установява, че повечето предприемачи по света са мотивирани от възможност (стр. 22) и че е много по-вероятно фирмите им да оцелеят и да създадат заетост, отколкото фирмите, създадени от мотивираните от необходимост предприемачи. В иновационно обусловените икономики мотивираните

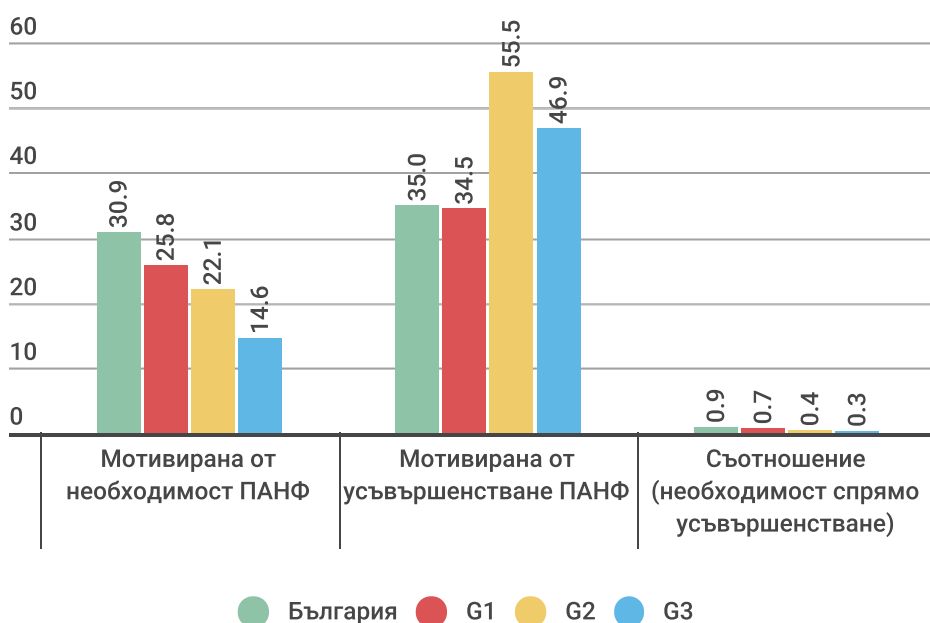
от възможност предприемачи са 79% от всички предприемачи в начална фаза и това съотношение остава много високо (съответно 66% и 71%) дори и в ресурсно обусловените и инвестиционно обусловените икономики.

Както е посочено в Глобалния доклад на GEM за 2016/17 г., част от мотивираните от възможност предприемачи искат да подобрят положението си – било посредством по-голяма независимост или чрез по-висок доход (спрямо поддържането на собствения си доход). GEM нарича тези предприемачи „предприемачи, мотивирани от възможност с цел усъвършенстване“ (ПМУ). За да се оцени относителното преобладаване на предприемачите, мотивирани от възможност с цел усъвършенстване (ПМУ), GEM създаде Индекса на мотивациите. През 2016 г. този Индекс на мотивациите показва, че в ресурсно-обусловените икономики има средно 1,2 пъти повече ПМУ предприемачи, отколкото такива, мотивирани от необходимост. В инвестиционно обусловените икономики съотношението е по-голямо – 2,3 пъти, а

в иновационно обусловените икономики делът на ПМУ предприемачи е най-висок – 3,9.

В България мотивираната от необходимост ПАНФ е малко под една трета от цялото предприемачество в страната, което е относително високо ниво в сравнение с референтните групи държави. То показва лек спад в сравнение с данните за 2015 г. Освен това мотивираната от усъвършенстване ПАНФ е била едва 35%, но това е шест процентни пункта повече от процента на мотивираната от усъвършенстване ПАНФ през 2015 г. Въпреки положителната динамика от 2015 г. насам, а именно – спад на мотивираната от необходимост ПАНФ и ръст на мотивираната от усъвършенстване ПАНФ, България изпъква на фона на референтните групи, тъй като има значително повече мотивираната от необходимост, отколкото мотивираната от усъвършенстване ПАНФ. Индексът на мотивациите за България от 1,1 е три пъти по-нисък от средния Индекс на мотивациите за всички европейски държави, участвали в Глобалния доклад на GEM за 2016/17 г. (3,4).

**Фигура 2.6: Проценти на мотивирана от усъвършенстване и мотивирана от необходимост ПАНФ (в %) сред пълнолетното население в България, 2016 г.**



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 30,9% от дейността по ПАНФ през 2016 г. е мотивирана от необходимост.



### 2.2.4 Утвърдени фирми

Информацията за утвърдените фирми позволява да се направи оценка на устойчивостта на предприемаческите усилия в икономиката. Тъй като тези фирми успешно са преминали през фазите на възникване и нови фирми, те могат да променят пейзажа на конкурентоспособността и да допринесат за икономиката, като се докажат като устойчива база за заетост и непрекъснат стремеж към нововъведения. В глобален мащаб собствеността върху утвърдените фирми е най-висока сред ресурсно обусловените икономики, но отчитайки техните високи нива на ПАНФ, има сравнително малко на брой предприятия, които успяват да достигнат до етапа на зрялата фирма.

В България 6,2% от пълнолетното население са собственици на утвърдени фирми. В сравнение с трите референтни групи България има по-нисък процент на собственост върху фирми от референтни групи G1 и G2, като същевременно има и много нисък процент на ПАНФ. Балансът между ниския процент на ПАНФ и ниския процент на собственост върху нови фирми предполага относително по-дълъг живот на предприемаческите начинания и успешно преминаване на по-голям дял от тях към етап на зрялост. Но това също така показва, че има относително малък фонд, от който да бъдат излъчени предприемачи. Този факт разкрива, че в България все още съществува значително ограничение пред ускорената стопанска дейност, мотивирана от предприемачеството, въпреки лекото подобрене в процента на собственост върху утвърдени фирми в сравнение с 2015 г. Причините за постоянно ниския процент както на ПАНФ, така и на собствеността върху фирми, са много и трябва да са свързани с етапа на развитие на факторите за повишаване на ефективността, т.е. двигателите на конкурентоспособността на всички инвестиционно обусловени икономики: висше образование и обучение, развитие на пазара за стоки, пазара на труда и финансовия пазар, технологична готовност и размер на пазара..

### 2.2.5 Преустановяване на търговска дейност

България има процент на преустановяване на търговска дейност през 2016 г. от 7,3, което е в рязък контраст с процента на преустановяване на търговска дейност от 2,0% през 2015 г. Това нарастване е съпроводено от увеличение на процента на ПАНФ и то отразява поне отчасти нараствалото експериментиране с предприемачество в икономиката. Факторите на околната среда, например усложнена регулаторна система, която увеличава бюрокрацията при стартиране и излизане на фирмите, може да създаде пречки при навлизането, както и при напускането на пазара, като намали желанието на хората да се впускат в стартирането на фирма. Случаят с България обаче не попада в този сценарий – в България разходите за навлизане са доста ниски, но корупцията и овладяването от страна на групи по интереси си остават най-разпространените пречки съгласно националното експертно проучване, проведено от GEM [вж. Глава 3].

В България, поради факта, че хората да не желаят да участват в създаването на нови фирми, обществото пропуска потенциалните ползи, които тази дейност може да създаде – както пряко, така и косвено. Предприемаческото усилие е особено сложно и се характеризира с множество рискове, но е от огромна полза за икономиката. Ето защо е важно да се анализират причините за излизане на бизнеса. **Фигура 2.7** резюмира съобщените причини за излизане на бизнеса в България през 2016 г. Най-разпространената е липсата на доходност. В България този фактор

обяснява 42,0% от всички напускания, докато при икономиките на всички етапи на развитие този фактор варира между 33,1% в иновационно обусловените икономики и 38,2% в инвестиционно обусловените икономики. Проблемите с получаване на финансиране в България са по-важни през 2016 г., отколкото при повечето ресурсно обусловени и инвестиционно обусловени икономики, което предполага по-малко наличие на предприемачески капитал. Макар да е важно да се признае, че относително високата стойност на някои фактори от производството (напр. капитала) би могла

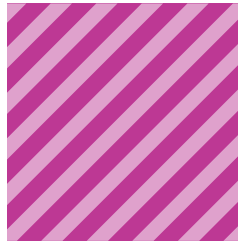
да обясни част от съобщената липса на доходност на бизнеса, ниската степен на развитие на българските предприемачи пояснява останалия дял на този двигател на излизане на бизнеса. Делът на личните причини за вземане на решението за излизане остава значителен. Планираното излизане за първи път се класира на съществено място в списъка на причините за излизане. Тези явления може да се разглеждат като първи ранен сигнал за зараждането на един нов вид серийни предприемачи в страната.

Фигура 2.7: Причини за излизане от бизнеса (в %) в България, 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 3,1% от предприемачите в начална фаза през 2016 г. са напуснали фирмата си заради възможност да я продадат.



## 2.2.6 Предприемаческа дейност на служителите (ПДС) – вътрешно предприемачество

Показателят „Предприемаческа дейност на служителите (ПДС)“ отразява развитието на нови дейности за основния работодател на дадено лице, като например разработване или пускане на пазара на нови стоки, или създаване на нова стопанска единица, ново предприятие или дъщерно предприятие.

Както при повечето ресурсно обусловени и инвестиционно обусловени икономики, ПДС е незначителна в България. Ясно е, че предприемаческото поведение не намира място в рамките на съществуващи организации в България, за която се регистрира ПДС от 0,9%, сравним със средната ПДС за Африка, която възлиза на 1%. Макар от гледна точка на служителя извършването на предприемачески дейности от сигурното място в една по-голяма организация може да представлява по-привлекателен вариант,

отколкото впускането в стартиране на фирма, в България такъв вариант не съществува, тъй като изглежда, че организациите и ръководствата им не са особено отзивчиви към културата на предприемачество и предприемаческите усилия. И тук е нужна значителна актуализация на предприемаческата и бизнес културата и съпътстващия ги набор умения във фирмените начинания в България. Липсата на адекватни управленски способности трябва да бъде призната като пречка за подобряване на производителността в цялата икономика до степен, в която правителствените регулации и макроикономическата стабилност се разглеждат като фактори за подобряване на благосъстоянието на българското общество.

## 2.3 Профил на предприемачите

Фокусът на GEM върху активността на ниво индивид дава възможност за изготвяне на профил на българския предприемач с помощта на гама от демографски и други характеристики на предприемачите. Данните позволяват също така да се направи оценка

на степента на включване в дадена икономика, т.е. степента, в която различни групи (по възраст, пол, етническа принадлежност или образователно ниво) участват в предприемаческата дейност и тяхната мотивация. Настоящият анализ може да помогне на политическите лидери при стимулирането на по-ангажирано участие в икономиката от страна на различни групи и при изработването на политики, насочени към наболели проблеми на различни обществени групи, тъй като само по себе си предприемачеството започва да променя социалната тъкан на дадена държава.

## 2.3.1 Възрастово разпределение

Влиянието на възрастта върху предприемачеството, изглежда, е много сходна в различните държави. На глобално ниво най-високите нива на участие са в групите на хората на възраст 25 – 34 и 35 – 44 години, т.е. хора в началото или средата на кариерата си. Според Глобалния доклад на GEM за 2015/16 г. това разкрива стремежа на младите хора, в частност на онези,

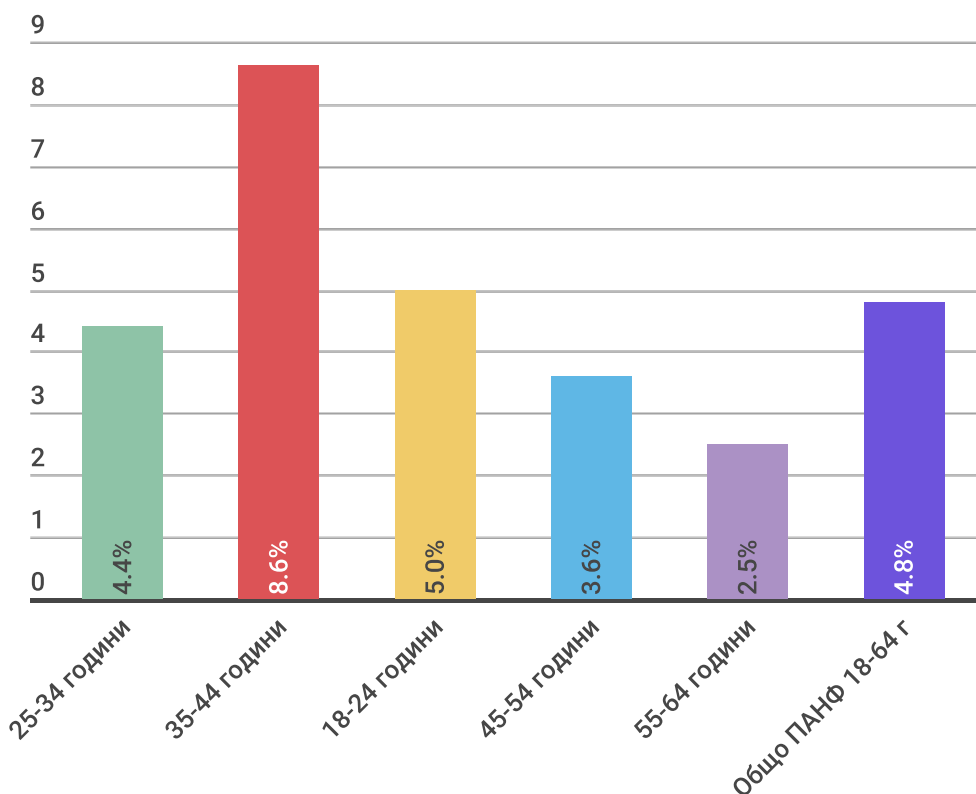
натрупали известен опит, мрежи и други ресурси, които може да бъдат ценни при стартирането на фирма. Предприемачески най-активната група е тази на 35 – 44-годишните, а групата на 18 – 24 годишните демонстрира процент на участие, който е висок почти колкото този на 35 – 44-годишните (вж. **Фигура 2.8**). Групата на 45 – 54-годишните е предприемачески почти толкова активна, колкото групата на 18 – 24-годишните. Този модел е широко разпространен при ресурсно обусловените икономики. Вероятно той показва нужда от генериране на доход сред по-възрастното население. За разлика от това, източниците на доходи като спестявания на домакинството, пенсии

или други може да обяснят резкия спад при участието на групите от по-възрастни хора в инвестиционно обусловените и иновационно обусловените икономики, където тези групи биват подпомагани от по-целенасочени и по-ефикасни системи за социална защита.

И тук си струва да се отбележи относително високият процент на участие сред 18 – 25-годишните. Младите предприемачи имат някои значителни силни страни, включително ниската алтернативна цена на пропуснатото време, и стимулирането на предприемачеството сред тях би могло да бъде особено ефективно, особено ако предприемаческите им усилия са

съвместими с процеса на придобиване на образователна степен. Забележително е, че осигуряването на условия за предприемачески възможности за младите хора има потенциала да намали процента на младежка емиграция и дори да стане един от основните фактори за стимулиране на завръщането на емигранти.

**Фигура 2.8: Проценти на ПАНФ по възрастова група в България, 2016 г.**



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 4,4% от лицата на възраст 18 – 24 години през 2016 г. са участвали в предприемаческа дейност в начална фаза.

## 2.3.2 Пол и група от населението

Както и в предишни години, съгласно Годишния доклад на GEM България за 2015/16 г. е по-малко вероятно жени да упражняват предприемаческа дейност, отколкото мъже. Повечето изследвания твърдят, че жените са изправени пред по-големи трудности, за да се заемат с предприемачество, по най-различни причини:

- по-високи нива на семейна отговорност
- по-ниски нива на образование,
- липса на ролеви модели жени,
- достъп до по-малко мрежи с бизнес насоченост в общностите си
- липса на капитал и активи,
- културно обусловена липса на самоувереност,

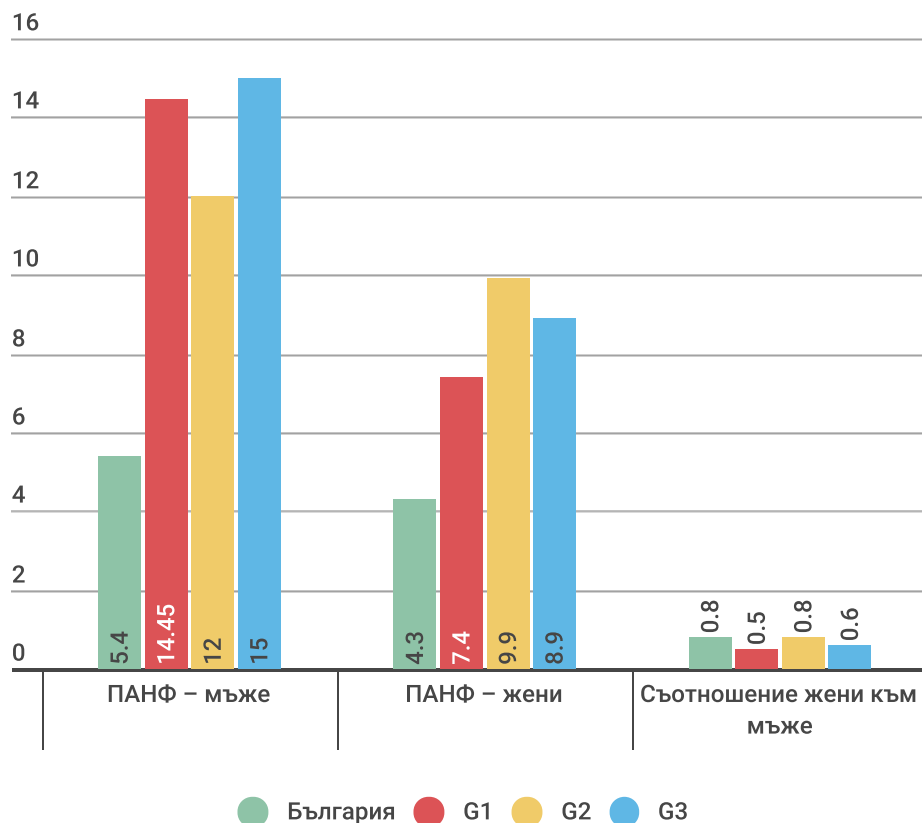
- по-ниско доверие в способността си да успеят в бизнеса.

Тези фактори може да попречат на жените да осъзнаят предприемаческите възможности, както и да действат във връзка с тях. Въпреки това има региони по света, където жените демонстрират същите или по-високи нива на предприемачество от мъжете. В Глобалния доклад на GEM за 2016/17 г. Индонезия, Бразилия и Малайзия са трите икономики, които показват този модел. Все пак намаляването на неравенството между половете в предприемачеството е заявено като приоритет от вземащите решения лица в повечето държави.

Някои от факторите, които играят роля в глобален мащаб, са налице и в България.

ПАНФ на мъжете в България е с един процентен пункт над ПАНФ на жените, като и двете стойности са забележително ниски (вж. **Фигура 2.9**). Съотношението на ПАНФ на жените към това на мъжете е малко по-високо за България в сравнение с референтните държави, което показва повече равенство между половете, що се отнася до предприемаческите усилия на начална фаза. Освен това, за разлика от общоприетия възглед, основаващ се на предишни глобални изследвания на GEM (Глобалния доклад на GEM за 2016/17 г., стр. 28), в България делът на мотивираното от необходимост предприемачество при жените е много сходен с еквивалента си при мъжете (вж. **Фигура 2.10** по-долу).

Фигура 2.9: Проценти на ПАНФ по пол в България през 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

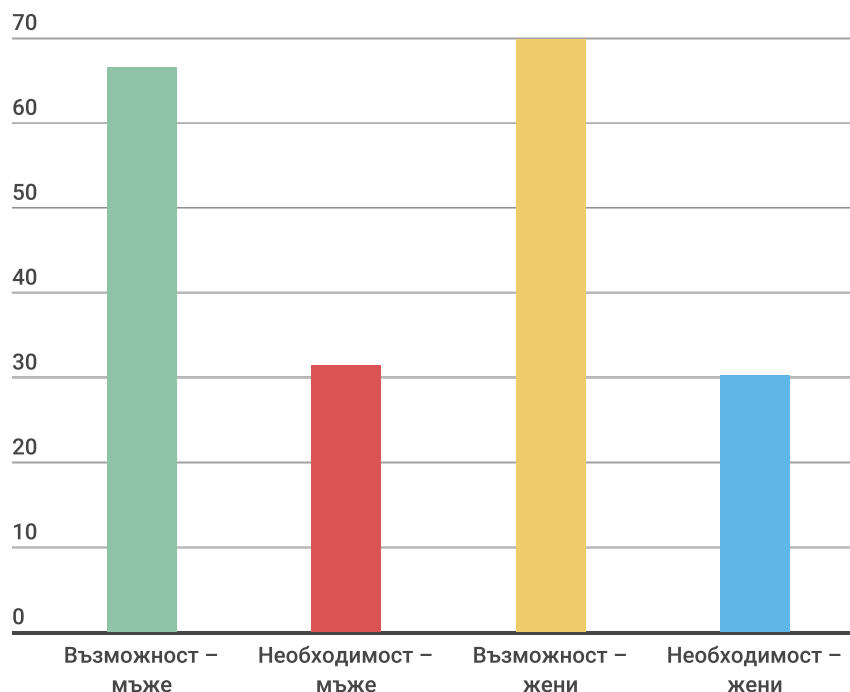
Да се чете така: 5,4% от пълнолетното мъжко население през 2016 г. са участвали в дейност по ПАНФ.

В България мотивираното от възможност предприемачество при жените е малко по-високо от мотивираното от възможност предприемачество при мъжете (вж. **Фигура 2.10**). Егалитарното участие на жените в предприемаческите дейности в начална фаза гарантира, че българската икономика вече бере плодовете от високата степен на участие на жените в работната сила. Макар че едно подобрене на цялостната ПАНФ ще стимулира икономическото развитие, неравенството между половете при предприемаческите начинания в начална фаза не е проблем в случая с България.

В България няма сведения за неравенство между половете, що се отнася до предприемачеството. Този факт трябва да окаже положително въздействие върху цялостната икономическа среда, защото икономиките с висока степен на участие на жените в работната сила са по-гъвкави, тъй като по-рядко изпитват забавяния на икономическото развитие. Освен това в държави, където доходът на домакинството идва предимно от платения труд на повече от един член на домакинството, особено ако членовете работят в различни сектори, рискът домакинството да загуби целия си доход вследствие на негативно макроикономическо сътресение е по-малък.

**Фигура 2.11:** съдържа информация за етническата принадлежност на предприемачите в начална фаза в България. Почти 87,9% от всички усилия в начална фаза, мотивирани от възможност, са предприети от предприемачи, които се определят етнически като българи. Този дял е 83,3% от мотивираното от необходимост и 87,9% от мотивираното от възможност предприемачество в начална фаза. Делът на предприемачите, мотивирани от необходимост, които се определят като българи от турски произход, нараства от 6,1% до 10% в случая на мотивирани от възможност търговски начинания. Следва да се отбележи, че макар да е минимално, по-голямата част от предприемаческите усилия в начална фаза сред лицата, които се определят като роми, е мотивирано от възможност. Относителното участие на българите и

**Фигура 2.10: Мотивация за предприемачество (в %) по пол в България през 2016 г.**

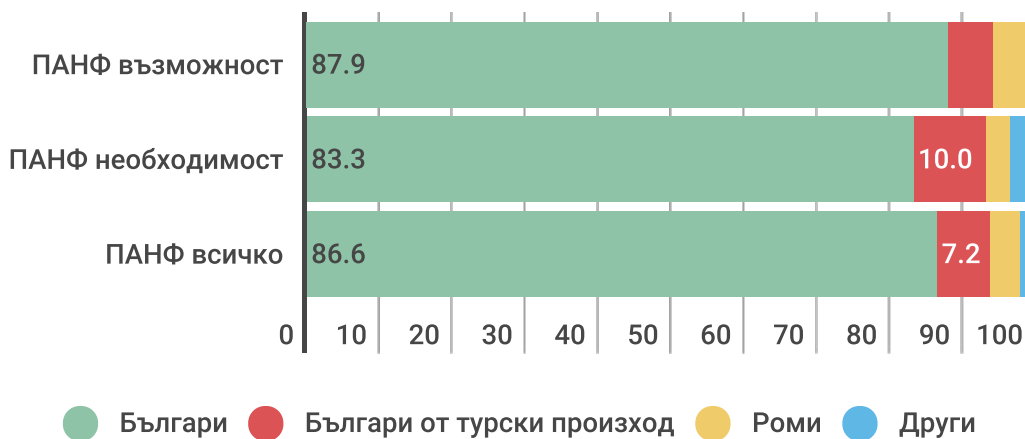


*Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид*

Да се чете така: 66,6% от мъжете предприемачи в начална фаза през 2016 г. са били мотивирани от възможност.

българите от турски произход върви ръка за ръка с относителния размер на тези етнически групи в българското общество. Така групата на ромите представлява почти 5% от българското население, а участието им в предприемаческата активност в начална фаза е сравнимо в по-голяма или в по-малка степен със своите 4,12%.

Фигура 2.11: ПАНФ (в %) в България през 2016 г. – разбивка съобразно група от населението и мотивация



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 87,9% от всички дейности по ПАНФ, мотивирани от дадена възможност през 2016 г., са били предприети от българи.

### 2.3.3 Образование

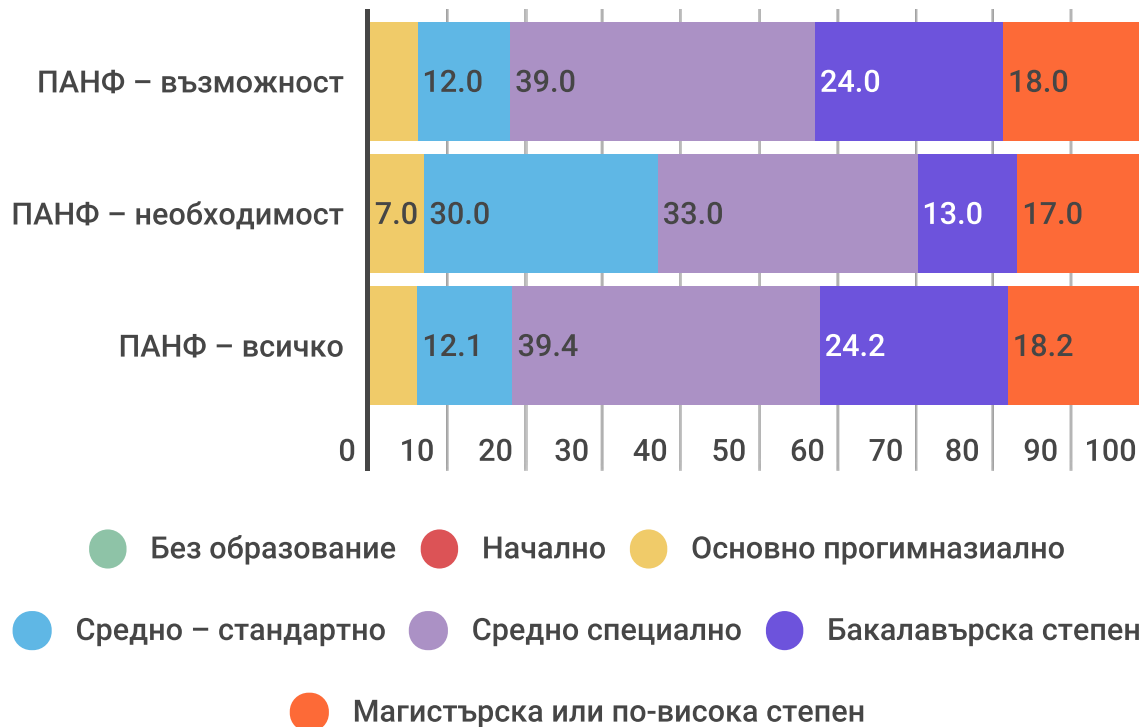
Образованата работна сила с подходяща квалификация и с капацитет за иновации е от съществено значение за конкурентоспособността, производителността и растежа на икономиката. Ето защо солидната образователна система е един от основните императиви за всяка конкурентоспособна държава. Основателно е да се счита, че една висококачествена образователна система ще окаже положително влияние върху убеждението на индивидите, че могат успешно да осъществят дадено предприемаческо начинание, тъй като тя внушава самоувереност и дава подходящия набор от умения за превръщането на индивида в успешен предприемач.

Изследванията на GEM през годините (Глобалния доклад на GEM за 2015/16 г., стр. 16) показват, че има силна положителна корелация между осъзнатите способности (умения и самоувереност) и ПАНФ, което потвърждава, че всички форми на образование (официално, неофициално и неформално) са съществено важни за развиването на предприемачески компетенции.

Фигура 2.12 показва, че лицата със средно образование са сред най-активните предприемачи в начална фаза, като делът им възлиза на повече от половината от всички начинания в начална фаза. Забележително е, че респондентите със средно образование възлизат на почти 2/3 от всички мотивирани от необходимост предприемачи в начална фаза. Сред хората със средно образование онези със средно специално се представят значително по-добре от хората със стандартно средно образование, тъй като първата група е повече от три пъти по-активна в предприемането на начинания в начална фаза. Делът на хората със средно специално образование, бакалавърска и магистърска образователна степен възлиза на 81% от цялото мотивирано от възможност предприемачество в начална фаза. Предприемачите с основно прогимназиално образование и с магистърска степен участват – в по-голяма или в по-малка степен – също толкова често в мотивирано от необходимост създаване на фирми, колкото и в такова, мотивирано от възможност. За предприемачите със средно специално образование и

бакалавърска степен процентът на мотивираната от възможност ПАНФ е много по-висок от този на мотивираната от необходимост ПАНФ. Този модел е в съвместим с динамиката на пазара на труда, при която има голямо търсене за по-образовани работници и не е нужно същите да създават фирми като начин за намиране на работа. Повечето от предприемаческите усилия са мотивирани от възможност. От друга страна, индивидите с ниски образователни степени изпитват сериозни затруднения при намирането на работа и може да прибягнат до предприемачеството от необходимост.

Фигура 2.12: Нива на образование (в %) за предприемачи в начална фаза в България 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така 6,1% от предприемачите в начална фаза през 2016 г. имат основно прогимназиално образование.

## 2.4 Влияние на предприемачеството

GEM признава, че предприемачите имат различно влияние върху обществата си. Те може да възприемат по различен начин възможностите за предприемачество, предлагани от секторите на икономиката, което впоследствие влияе на потенциала за растеж и динамиката на тези сектори. Също така предприемаческата дейност има пряко въздействие върху пазара на труда, що се отнася до създаването на работни места. Нивото на иновации и международна конкурентоспособност на различни сектори и на икономиката като цяло също се влияят много от предприемачеството. В настоящият раздел вниманието е съсредоточено върху тези четири въздействия вследствие на предприемаческата дейност в България.

### 2.4.1 Сектор на дейност

Съгласно настоящото изследване на GEM най-голямата разлика в участието по отрасли между държавите и регионите е на нивото на дейността „търговия на едро/търговия на дребно“. В Европа и Северна Америка около една четвърт от фирмите в начална фаза спадат към тези сектори, докато в останалите региони повече от половината предприятия в начална фаза са в секторите търговия на едро и търговия на дребно. **Фигура 2.13** съдържа разпределението на ПАНФ по сектори за България през 2016 г. В България разпределението по сектори не съвпада с това в Европа, що се отнася до предприемачеството, тъй като повече от половината от новите предприятия спадат към търговията на дребно или към търговията на едро, които са изключително чувствителни към влошаването на икономическите условия.

Почти една пета от новите предприятия се числят към секторите с по-висока добавена стойност като производство и здравеопазване, образование, правителствени и социални услуги, докато дялът на транспорта и съобщенията, информационните и професионалните услуги възлиза на по-малко от 15% от предприемачеството в начална фаза. По същество България има по-малък дял от стартиращите фирми в начална фаза, които спадат към наукоемките сектори на дейност, отколкото иновационно обусловените икономики, много от които са партньори от ЕС на България. Разпределението на ПАНФ по сектори на дейност за България е сходно с това при ресурсно обусловените и инвестиционно обусловените икономики, което вероятно отразява недостига на умения, изискващи се за наукоемките сфери на дейност.



Фигура 2.13: Разпределение на ПАНФ (в %) по сектори в България, 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 5,5% от предприемачеството в начална фаза през 2016 г. спада към сектора на селското стопанство.

## 2.4.2 Създаване на работни места

Предприемачите могат да бъдат амбициозни и оптимистично настроени за растежа на фирмите им и като такива може да наемат други лица или да възнамеряват да го сторят в бъдеще. Въпросът дали предприемачите предвиждат да наемат служители – т.е. степента, в която те създават работни места – е от голяма важност за политическите лидери и други заинтересовани страни в икономиката, тъй като всички са засегнати посредством динамиката на

пазара на труда. В настоящия раздел се анализират намеренията на българските предприемачи да наемат служители през следващите пет години.

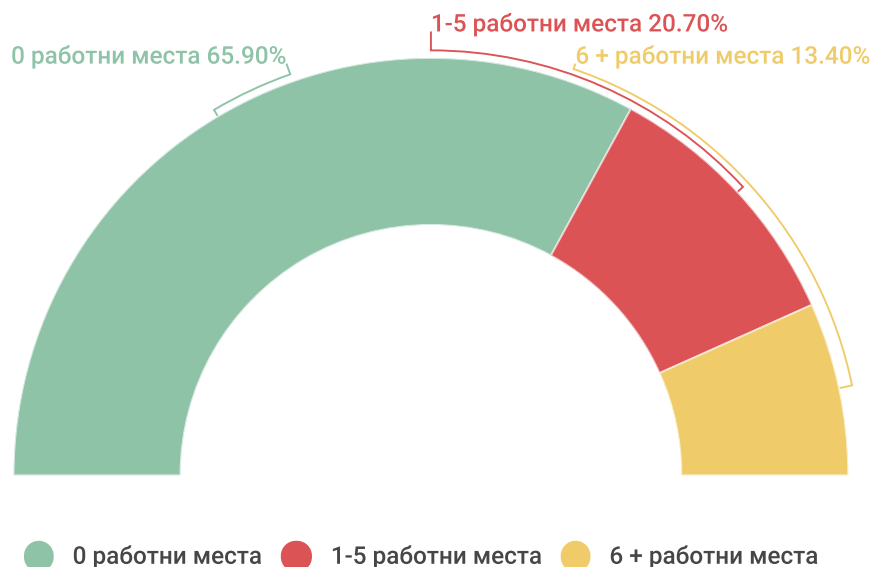
GEM задава на предприемачите в начална фаза въпроса колко служители (освен самите себе си като собственици) имат понастоящем и колко очакват да имат през следващите пет години. Разликата между настоящия и очаквания брой на служителите показва очакванията за растеж.

**Фигура 2.14** представя намеренията на българските предприемачи да създават нови работни места през следващите пет години. Според глобалния модел на създаване на работни места, установен

в предишни изследвания на GEM (Глобалния доклад на GEM за 2015/16 г.), създаването на работни места от предприемачи в начална фаза е най-малко в инвестиционно обусловените икономики. От друга страна, именно предприемачите в начална фаза в иновационно обусловените икономики са хората, които са най-оптимистично настроени и амбициозни, що се отнася до създаването на работни места.

В България предприемачите в начална фаза са особено внимателни към бъдещо наемане на работа, като 65,9% не очакват да създадат каквито и да било работни места, а 20,7% очакват да създадат между 1 и 5 работни места през следващите пет години. Този процент на наемане е показателен за един много бавен темп на предприемачески растеж. По същество повечето предприемачески усилия в България нарастват бавно, но темпът на растеж е по-висок от регистрирания предната година. Естеството на предприемачеството в начална фаза може да обясни резултатите, въпреки че може да има и други фактори. Вина за това може да има и настоящото разпределение по отраслови сектори на предприемачеството и голямата му податливост на икономически цикли. Тези очаквания може да бъдат обяснени и с недостига на съответните умения на местния пазар на труда. На последно място, резултатите може да отразяват и форма на краен песимизъм у новите предприемачи, които би могъл да се материализира или да не се материализира през идните години. Трябва да се подчертае, че за да се задвижи икономическият растеж на България, е важно са се установят тези 13,4% от начинанията в начална фаза с очаквания за висок растеж и да се създаде необходимата регулаторна среда, която насърчава техния растеж, тъй като именно от тях се очаква да добавят нова динамика към икономиката. Едва ли ще бъде достатъчно само да се подобри регулаторната среда и пазарно функциониращата образователна система. Управленският капацитет ще бъде от съществена важност.

**Фигура 2.14: Очаквания за ръст на работните места (в %) на предприемачите в начална фаза през следващите пет години в България, 2016 г.**



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 65,9% от предприемачите в начална фаза през 2016 г. очакват да не създадат работни места в следващите пет години.

### 2.4.3. Иновации и интернационализация

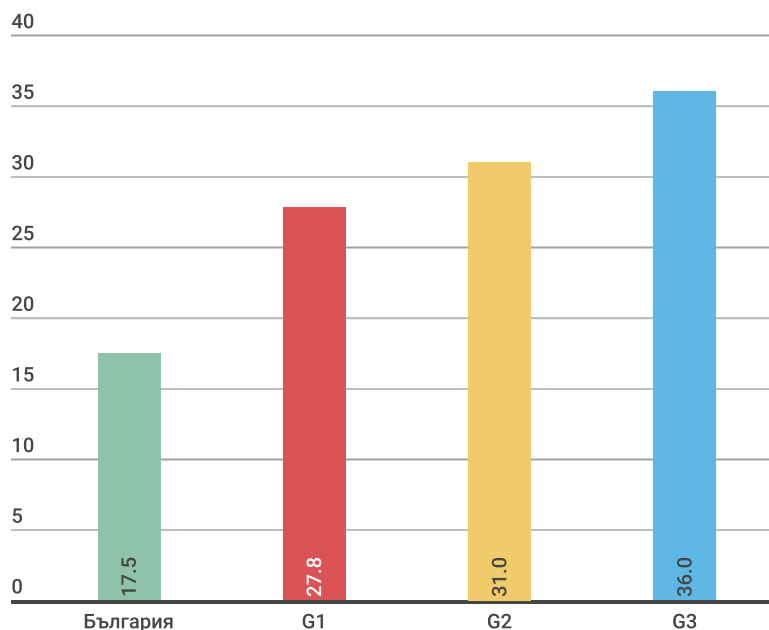
Иновациите и предприемачеството са две много тясно свързани понятия. Новите начинания разбиват пазарното статукво посредством процеса на „творческо разрушение“, като въвеждат нови комбинации продукт – пазар, създаващи повече стойност за потребителите и/или използват по-ефикасно ресурсите. Успехът на иновациите се дължи както на новаторското естество на предприемачите, така и на способностите им да пласират и продават продуктите и услугите си. Ето защо нивото на иновации способства за успеха на всички нови начинания.

Фигура 2.15 съдържа сравнителни данни за степента на иновации в България сред предприемачи в начална фаза и съответните референтни групи. Едва 17,5% (14,5% през 2015 г.) от българските предприемачи считат продукта си за нов за всички или за някои клиенти. Що се отнася до създаването на нововъведения, България попада в групата на икономиките с ниска иновационна дейност на предприятията в начална фаза. По-конкретно, в глобалната класация на новаторството на предприемачеството в начална фаза България се класира на 52-ро място от 65 икономики по света. По същество в България има много малко на брой нови предприятия в начална фаза и само една малка част от тях са ангажирани с иновационни дейности. Това е голяма пречка пред конкурентоспособността на новите предприятия в България и този проблем трябва да бъде разрешен спешно, тъй като той ограничава

конкурентоспособността на националната икономика. Разбира се, иновационните постижения на националната икономика не зависят единствено от новаторството на предприемачеството в начална фаза и според Глобалния индекс на конкурентоспособността на Световния икономически форум за 2017 г.<sup>2</sup> България се класира сред страните с високи постижения в рамките на групата си по доходи (държавите с ниво на доходите над средното). Едно от обясненията, което може да съгласува тези два източника на данни, е, че България има една доста малка, но енергична група от фирми с иновационна насоченост, въвеждащи иновации със забележителна ефективност. Всъщност този модел на "елитни" иновации предполага, че може да има двустепенна популация както от фирми в начална фаза, така и от утвърдени фирми: една малка група от активни в областта на иновациите фирми и една много по-голяма група от дружества, които не участват в иновациите. В такъв случай истинското предизвикателство пред публичната политика ще бъде да разпространи културата на иновации сред втората група и по този начин да разшири базата, на която се осланя международната конкурентоспособност на българската икономика. Също така е забележително, че в сравнение с Референтната група G1, съобщените от самите респонденти нива на новаторство сред предприемачите в начална фаза са удивително ниски. Не можем да изключим съществуването на предубеденост във възприятията у българските респонденти, която съответства на очевидния песимизъм за средносрочния растеж. Независимо от горепосоченото, вече има някои доказателства за положителна промяна към по-новаторски предприемачески инициативи в България.

Интернационализацията измерва процента на предприемачите, които съобщават, че 25% или повече от продажбите им идват от места извън националната им икономика. Според предишни доклади на GEM иновационно обусловеният етап на развитие разкрива най-високото средно ниво на

Фигура 2.15: Нива на иновации (като %) сред предприемачите в начална фаза през 2016 г.



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 17,5% от българските предприемачи през 2016 г. считат, че техният продукт е нов за всички или за някои клиенти.

интернационализация, която в известна степен намалява при инвестиционно обусловените икономики и още повече – при ресурсно обусловените икономики.

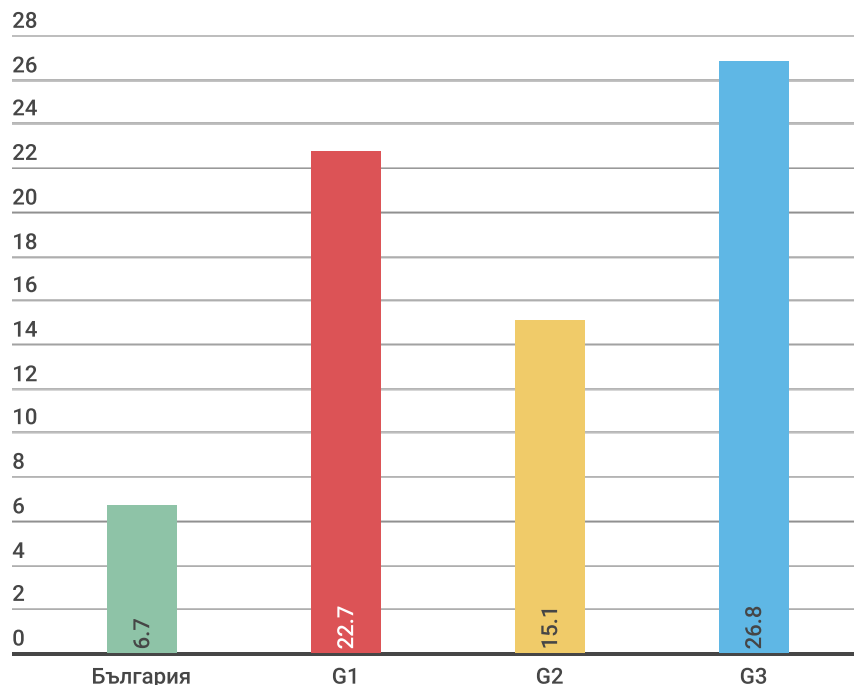
Фигура 2.16 показва, че българските предприемачи демонстрират много ниски нива на международна ориентация, и този резултат е в съзвучие с обяснението за двустепенното разпространение на българските дружества в начална фаза, малък брой от които са конкурентоспособни в международен план. Забележително е, че международната ориентация на българските предприятия е с много по-ниски нива, отколкото международната ориентация в референтните групи.

Този резултат резонира и може отчасти да бъде следствие на абсолютното погрешната представа, която доминира в дебатите относно двигателите на конкурентоспособност на българската икономика, а именно – важноста на евтината работна ръка. Същата не може

да бъде устойчива база за международна конкурентоспособност и – както показват данните – случаят с предприемачеството в начална фаза не е такъв. Необходим е една задълбочена дискусия за факторите, които обуславят конкурентоспособността в света, за да се коригира този тревожен резултат в случая с България. Малкият размер на националния пазар не осигурява достатъчно силен тласък за повечето предприемачи в начална фаза да реализират възможности за бизнес в чужбина. Осведомяването и образоването на предприемачите в начална фаза да намират възможности и да определят мащаба им може да промени качеството на възможностите за бизнес и темповете им на растеж.

<sup>2</sup> Достъпен в интернет на адрес <https://www.globalinnovationindex.org>

Фигура 2.16: Процент на предприемачите в начална фаза с 25% или повече международни продажби



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

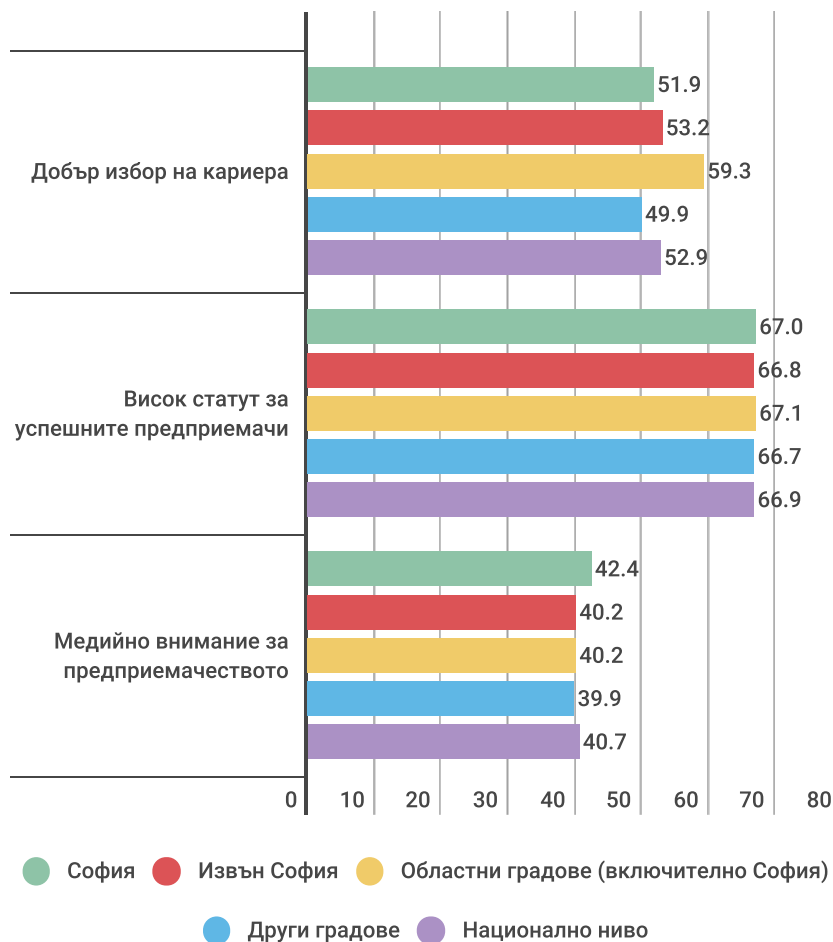
Да се чете така: През 2016 г. 6,74% от българските предприемачи са съобщили за 25% или повече международни продажби.

## 2.5. Регионални различия

Въпреки малката си територия, в България има резки регионални асиметрии, що се отнася до генерирането на богатство, доходите на глава от населението и в крайна сметка – качеството на живот. Има големи различия между Югозападния регион, където се намира София, и най-слабо развития Северозападен регион. През 2015 г. например БВП на глава от населението и общият БВП, генериран от най-добре представящия се регион, са съответно 2,6 и 7 пъти по-големи от генерираните от най-слабо представящия се регион. Предприемаческите нагласи също показват различни модели в столичния град, областните градове и другите градове.



Фигура 2.17: Обществени нагласи към предприемачеството в България, 2016 г., профили по градове



GEM счита за потенциални предприемачи в обществото онези, които осъзнават добрите възможности за стартиране на бизнес и също така вярват, че притежават изискваните умения. Важно е да се отбележи, че на този етап от предприемаческия процес те все още не са решили дали да се възползват от възможността, или не.

Има осезаема разлика от почти 10 процентни пункта между живеещите в областни центрове и други градове, що се отнася до възприемането от тяхна страна на предприемачеството като добър избор на кариера (вж. **Фигура 2.17**). Живеещите в областни градове съобщават за положителна нагласа към предприемачеството при нива, които надминават средната стойност в национален мащаб. Налице е относително малко разминаване в осъзнатия висок статут на успешните предприемачи и вниманието на медиите към предприемачеството в София, големите областни градове и другите градове. Данните предполагат, че дори и да съществува значима разлика между София и останалите големи областни градове, тя е още по-съществена между големите областни градове и останалите по-малки градове и села. Изглежда, започва да възниква един многостранен модел на предприемачески развой, при който обществените нагласи към предприемачеството във всички големи областни градове сякаш се сближават.

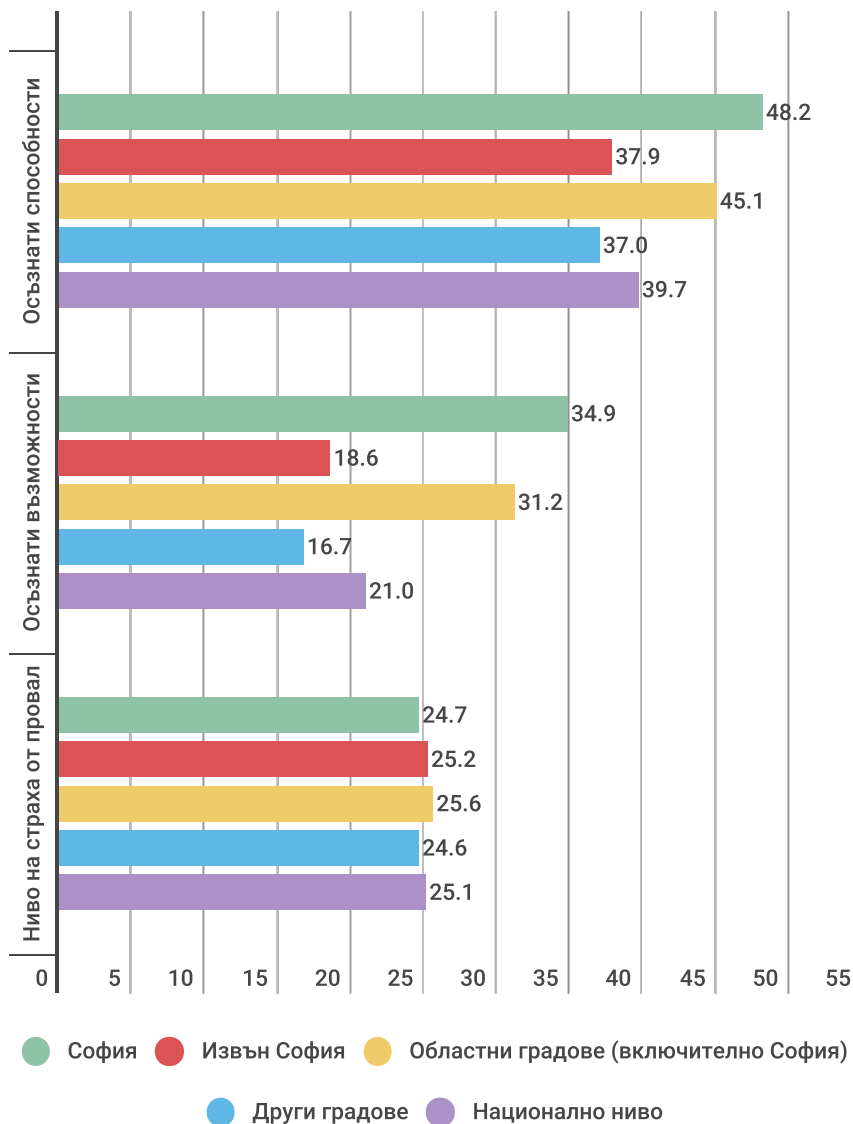
*Забележка: Областните градове са областни центрове*

*Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM – данни на ниво индивид*

Да се чете така: 51,9% от пълнолетните българи, живеещи в София през 2016 г., считат предприемачеството за добър избор на кариера.

Фигура 2.18 съдържа информация за осъзнатите способности, възможности и страха от провал сред пълнолетните българи, живеещи в София и други градове. При осъзнатите способности е налице известно отклонение спрямо средната стойност на национално ниво, тъй като живеещите в София показват по-високо ниво на осъзнатите способности от останалите. Тази разлика е едва три процентни пункта, ако София се съпостави със съвкупността от областни центрове, и 11 процентни пункта – ако се съпостави с другите градове. При осъзнатите възможности живеещите в София съобщават много по-високи нива и това е показателят с най-значими неравенства между София и другите градове. По-големият мащаб на икономиката и икономиките от агломерацията обясняват този резултат. Страхът от провал при живеещите в София през 2016 г. е съпоставим със средната стойност на национално ниво и е спаднал рязко в сравнение с данните за 2015 г. Този резултат може да отразява по-високата алтернативна цена на провала в столичния град, но също така и липсата на адекватни системи за социална защита, с които разполагат по-малките градове.

Фигура 2.18: Представи за предприемачеството (като %) сред пълнолетното население в България, 2016 г., профили по градове

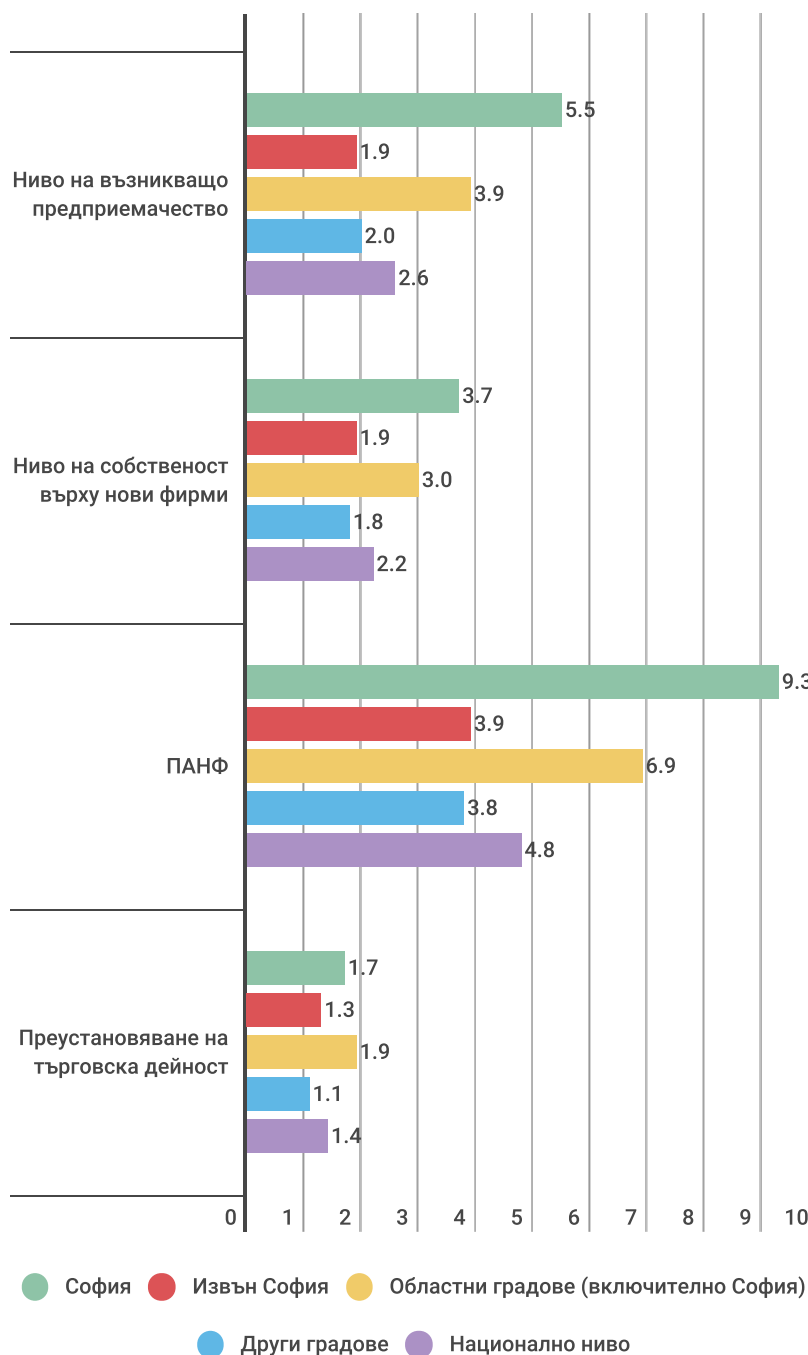


Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 48,2% от пълнолетните българи, които живеят в София през 2016 г., считат, че имат необходимите способности за предприемачеството.

Фигура 2.19 съдържа нивата на преобладаване на предприемаческата дейност сред пълнолетното население, живеещо в различни видове градове в България. Процентът на възникващо предприемачество е най-висок в столицата, а този на преустановяване на търговска дейност също остава много висок. Процентът на собственост върху нови фирми е по-висок в София, което предполага, че новите предприятия оцеляват по-дълго, ако ги създават живеещи в София индивиди. Това може да е резултат от по-доброто разпознаване на възможности или по-добри умения и ресурси, налични за предприемачите, установени в София.

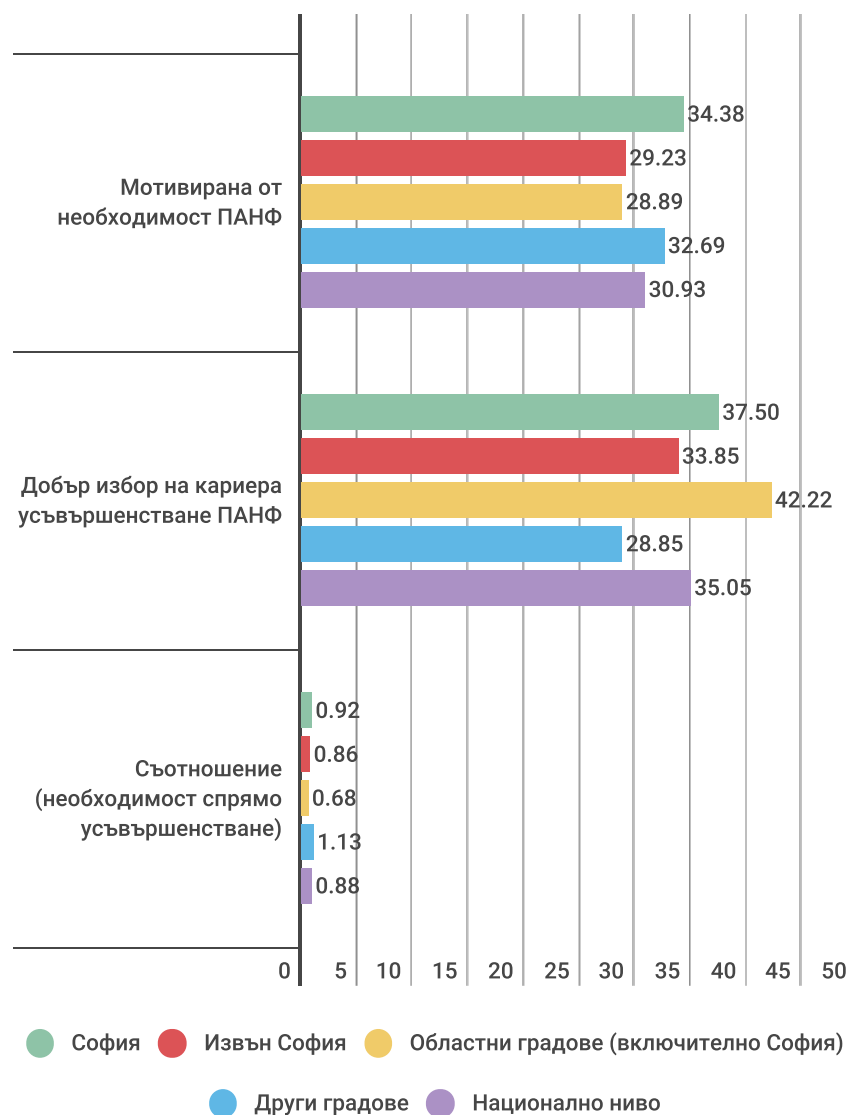
Фигура 2.19: Проценти на преобладаване (като %) на предприемаческата активност сред пълнолетното население в България, 2016 г., профили по градове



Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 5,52% от предприемачите, които живеят в София през 2016 г., са участвали във възникващо предприемачеството.

Фигура 2.20: Проценти на ПАНФ, мотивирана от усъвършенстване и от необходимост, сред пълнолетното население на България, 2016 г., профили по градове



Фигура 2.20 съдържа мотивираното от необходимост спрямо мотивираното от усъвършенстване предприемачество в различни видове градове в България през 2016 г. Предвид ниското общо ниво на предприемачеството в България, всяка от статистическите цифри в **Фигура 2.20** се основава единствено на малък брой пунктове за данни и следователно е с висока степен на чувствителност. Ето защо препоръчваме повишено внимание, когато се анализират данните. През 2016 г. мотивираното от необходимост предприемачество е по-ниско извън София. Най-високият процент на мотивираното от усъвършенстване предприемачеството се съобщава именно в големите областни градове. Съотношението между предприемаческата дейност, мотивирана от необходимост, спрямо тази, мотивирана от усъвършенстване, е най-малко в областните градове и най-голямо в по-малките градове.

По същество има важни разлики в различните части на България, които трябва да бъдат взети предвид в националните политики и правителствените програми и инициативи. Схващането за предприемаческите намерения като функция изключително на местни фактори е задължително за създаването на култура и практика на предприемачеството в национален мащаб.

Източник: Проучване на пълнолетното население на GEM за 2016 г. – данни на ниво индивид

Да се чете така: 34,38% от дейността по ПАНФ през 2016 г. в София е била мотивирана от необходимост.



# ТИПИЧНИЯТ БЪЛГАРСКИ ПРЕДПРИЕМАЧ В РАННА ФАЗА\* 2016/17



\*Предприемачество в Ранна фаза - в процес на създаване на компания или функционираща компания през последните 42 месеца

# 3

# НАЦИОНАЛНИ ЕКСПЕРТНИ ПРОУЧВАНИЯ (НЕП)

## 3.1 Кратък преглед на конкурентоспособността на България

Данни за българската предприемаческа екосистема може да бъдат получени от различни източници, като например Световната банка, Световния икономически форум, Фондацията „Херитидж“ или Организацията на обединените нации. Глобалният доклад за конкурентоспособността за 2016/17 г., публикуван от Световния икономически форум, класира България на 50-о място измежду 138 икономики по света. Според доклада основната слабост на България е качеството на нейните институции и особено опазването на правата на интелектуална собственост, организираната престъпност, прозрачността на изработването на правителствени политики и независимостта на съдебната система. Според този доклад България изостава при иновациите и високата степен на развитие на фирмите, особено що се отнася до стила на управление и желанието за делегиране на правомощия. Измежду силните страни на България са технологичната ѝ готовност във връзка с отличната инфраструктура на високоскоростен интернет и абонаментите за широколентова мобилна връзка на всеки 100 жители. Освен това здравеопазването и началното образование също се признават за силни страни, за разлика от състоянието на висшето образование и обучение, където местното предлагане на услуги за специализирано обучение и ръководството на училищата, изглежда, са със забележително ниско качество. **Фигура 3.1** резюмира представянето на България по подбрани основни индикатори в сравнение с предишни



години, ако има налични данни за тях. Тези резултати, както повечето по-долу в настоящата глава, засягат институционалното устройство на държавата на най-високо равнище. Това институционално устройство не се влияе лесно от каквато и да било целенасочена инициатива или историческа случайност и много от индикаторите, които са докладвани тук, показват само леки промени. Тъй като това е едва втората година, през която GEM събира данни в България, установената тенденция между 2015 и 2016 г., уловена в няколко десетични знака, по-вероятно може би се дължи на статистическа грешка, отколкото на някаква осезаема промяна в цялостния контекст. Освен това фактът, че индикаторите, докладвани тук, са повлияни от становището на експерти, които проявяват склонност да се съгласяват относно фундаменталните силни страни и слабости на българския

бизнес климат и характеристиките на предприемаческата екосистема, допълнително ограничават разминаването. По-долу сме представили кратко резюме на диагнозите на експертите и подчертаваме няколко подробности, на които може да не сме обърнали достатъчно внимание в Доклада на GEM за България за 2015/16 г.

Липсата на доверие в публичните институции и осъзнатата липса на независимост на съдебната власт подкопават международната конкурентоспособност в икономиката, тъй като компрометират пазарния обмен и мащабните дългосрочни инвестиционни ангажименти от страна на фирмите. Освен това посредствената бизнес култура и ниските нива на високо развитие на българските фирми ограничават потенциала за растеж на икономиката.

Фигура 3.1: Класирания на България според Глобалния доклад за конкурентоспособността, избрани индикатори

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Брой на включените държави	125	131	134	133	139	143	144	148	144	140	138
Обществено доверие в политиците	96	105	112	112	104	95	85	97	130	110	86
Нередовни плащания и подкупи	n/a	n/a	n/a	n/a	94	92	76	63	55	76	87
Тежест на правителствените регулации	84	83	84	82	76	86	109	105	102	94	66
Фаворизиране при решения на правителствени длъжностни лица	107	108	111	110	111	111	106	117	134	122	97
Цена на престъпността и насилието за бизнеса	98	97	99	98	103	106	111	108	82	86	97
Качество на цялостната инфраструктура	86	93	109	115	120	124	115	102	100	89	79
Качество на електроснабдяването	73	89	95	95	96	99	95	94	86	84	79
Качество на началното образование	n/a	63	79	70	76	84	67	60	50	54	67
Качество на образователната система	60	76	81	82	85	101	98	90	91	93	91
Качество на науката и образованието по математика	31	50	51	56	69	82	68	59	54	61	75
Качество на училищата по мениджмънт	88	83	93	92	94	102	101	112	121	111	111
Брой дни за стартиране на фирма	43	63	75	109	65	72	76	78	84	91	94
Гъвкавост на определянето на възнаграждения	36	30	26	31	59	63	59	49	44	72	71
Практики на наемане на и освобождаване от работа	45	50	35	39	42	55	49	70	96	86	60
Наличие на финансови услуги	n/a	n/a	n/a	n/a	95	106	110	107	85	83	67
Обществено поръчки от страна на правителството на високотехнологични продукти	95	84	82	97	87	77	81	90	97	86	64

Източник: Глобален доклад за конкурентоспособността за 2016 г.

\*Класиране измежду държавите в изследването по категория.



## 3.2 Националното експертно проучване (НЕП)

Някои специфични фактори на средата имат влияние върху създаването на отзивчиви бизнес и предприемачески контексти. Ежегодно всяка икономика, която участва в цикъла на GEM, проучва поне 36 основни експерти и информатори. В това отношение НЕП е сходно с други проучвания, които улавят експертните преценки за оценяване на конкретни национални условия. НЕП обаче се съсредоточава единствено върху характеристиките на средата, които се очаква да окажат голямо въздействие върху предприемаческите дейности, регистрирани в деветте условия на рамката за предприемачество (УРП), а не толкова върху общите икономически фактори. Деветте условия на рамката за предприемачество са описани в Глава 1. Въпреки че работа по УРП може да се извършва на всеки етап на развитие, тези условия функционират най-добре в икономики със съществена основа от базови изисквания и фактори за повишаване на ефективността.

Въпросникът на НЕП е стандартизиран за всички държави; същият е внимателно

замислен и усъвършенстван, за да улови компетентните преценки на основните национални информатори във всяка държава, които са избрани заради репутацията и опита си. Към експертите се отправя молба да изразят възгледите си относно най-важните условия, които може да благоприятстват или да възпрепятстват предприемаческата активност и развитие в държавата им. Така Националното експертно проучване (НЕП) осигурява знания за начина, по който УРП оформят българския предприемачески климат.

Когато всички тези данни бъдат събрани, досиетата се хармонизират на централно равнище от Екипа за данни на GEM, включващо вътрешен одит на качеството и изчисляване на променливи за обекта, които резюмират всеки блок от въпроси, предназначени за измерване на определен аспект на УРП.

Експертите бяха интервюирани с помощта на полуструктуриран и структуриран въпросник. Въпросникът със затворени въпроси се състоеше от няколко изявления относно аспекти на деветте условия на рамката за предприемачество. Отговорите бяха измерени с помощта на скалата на Ликърт от 1 (недостатъчно във висока степен) до 9 (достатъчно във висока степен). Получените от

респондентите данни бяха анализирани, за да се определи средният резултат за всяка категория въпроси (Фигура 3.2).

Според националните експерти България има множество значителни слабости (тези с резултат под 4). Най-важните от тях касаят предприемаческото образование на нивата на началното и средното училище и липсата на целенасочена подкрепа и инициативи от страна на правителството, които да превърнат предприемачеството в приоритет за правителството. В тези категории рейтингите логично са под средните за референтните групи G2 и G3. България обаче демонстрира някои силни страни при условията на рамката за предприемачество в сравнение с Гърция и Турция (G1), в частност при данъците и бюрокрацията. В България проблемът на нивото на началното образование е много специфичен спрямо случая с предприемачески програми. Най-силното измежду УРП в България е достъпът до физическа инфраструктура и услуги, следвано от достъпа до търговска и професионална инфраструктура и подпомагащи правителствени политики относно данъци и бюрокрация.

Фигура 3.2: Резултати по Условието на предприемаческата рамка, 2016 г.



Източник: Глобално проучване на националните експерти на GEM за 2016 г.

### 3.2.1 Правителствени политики и инициативи

Правителствените политики са измежду факторите, които могат да превърнат намерението за предприемачество в действително поведение. Българското правителство налага данъци, които не са тежест за новите и растящите фирми, и прилага регулации предвидимо и последователно (вж. **Фигура 3.3**). Въпреки това изглежда, че на нивата на националното и местното управление е налице слаб интерес предприемачеството да бъде превърнато в приоритет.

Националните експерти считат, че бюрократичното бреме за нови фирми

все още е значително, въпреки факта, че България се класира на 39-о място измежду 190 икономики с оглед на това колко лесно се прави бизнес според Класация на правенето на бизнес [Doing Business Ranking] за 2017 г. на Световната банка<sup>3</sup>. Важно е да се подчертае, че България се класира на 20-о място в Европейския съюз по това колко лесно се прави бизнес<sup>4</sup> с резултат от 73,51 пункта в сравнение със средния регионален резултат на ЕС от 76,27. Както е показано на **Фигура 3.4**, през 2017 г. е имало увеличение на броя на дните и процедурите за стартиране на фирма и през 2017 г. са били нужни 6 процедури и 23 дни за стартиране на фирма в България. За сравнение, в Македония през 2017 г. за същия процес са нужни 2 процедури и 2 дни, а за държавите

членки с високи доходи от ОИСР са нужни 5 процедури и 8 дни. Също така в България от 2010 г. насам процедурата за получаване на електричество е съкратена с 6 дни (вж. **Фигура 3.5**). За сравнение, в Македония за това са нужни 3 процедури и 97 дни, а за държавите членки с високи доходи от ОИСР са нужни 5 процедури и 76 дни.

Всъщност през 2017 г. България се е смъкнала с две места в доклада на Класация на правенето на бизнес, главно поради относителното влошаване на позицията ѝ при следните индикатори – стартиране на фирма, достъп до кредит и защита на миноритарните инвеститори. В общи линии България не е в добра позиция, що се отнася до получаването на достъп до електричество (класира се

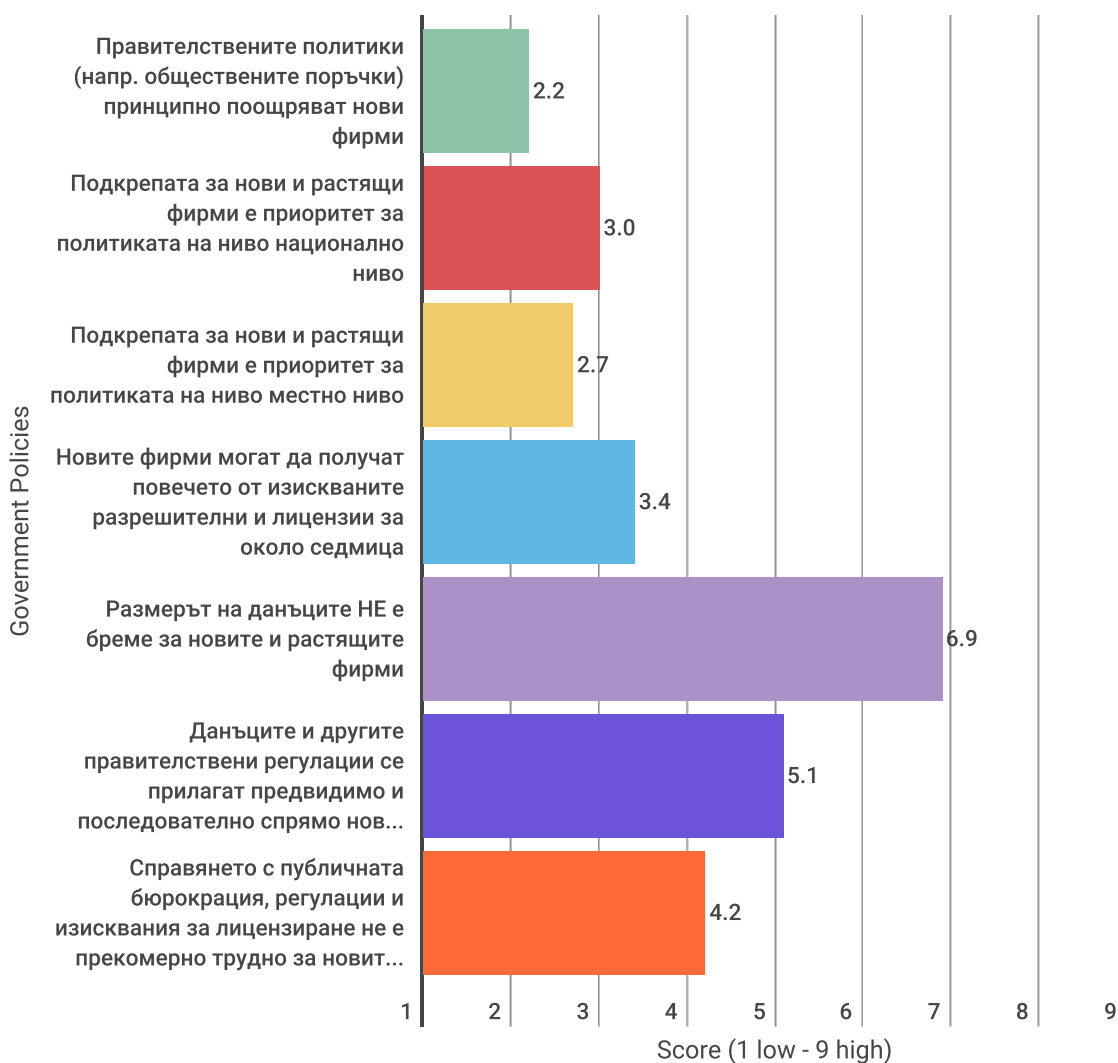
<sup>3</sup><http://www.doingbusiness.org/rankings>  
<sup>4</sup>Doing Business Ranking 2017

104-та измежду 190 икономики, участващи в класацията за 2017 г.) и при плащането на данъци (класира се 83-та измежду 190 икономики, участващи в класацията за 2017 г.). Според същата класация през 2017 г. тези относителни слабости до известна степен са компенсирани от високото ниво на защита на миноритарните инвеститори (13/190) и трансграничната търговия (21/190).

Монополистичният характер на българския пазар за Електроразпределение с регулирани

цени и без конкуренция може да обясни защо привлекателността на българската бизнес среда се влияе неблагоприятно от изключително дългите и скъпи процедури за получаване на електричество. Нужни са спешни реформи в този отрасъл, но до голяма степен те също така са усложнени от сложната геополитическа ситуация, в която България трябва да балансира ангажиментите си, произтичащи от членството на страната в ЕС и изключителната ѝ зависимост от руски енергийни източници.

**Фигура 3.3: Средни експертни рейтинги за правителствени политики за предприемачеството в България, 2016 г.**  
(среднопретеглена стойност, 1 = напълно невярно, 9 = напълно вярно)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

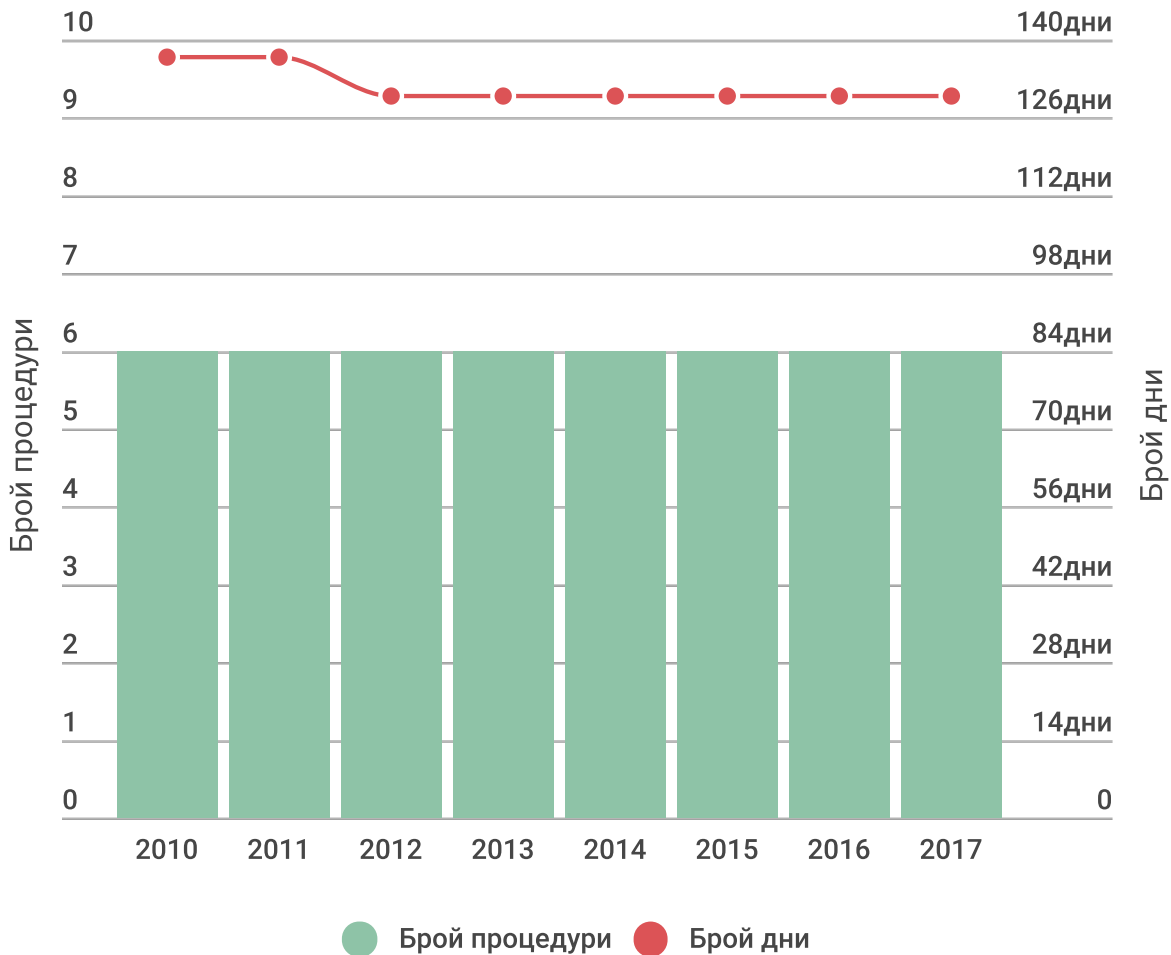


Фигура 3.4: Брой процедури и дни за започване на бизнес в България  
(Класация на правенето на бизнес за 2017 г.)



Източник: Класация на правенето на бизнес [Doing Business Ranking] за 2017 г.

Фигура 3.5: Брой процедури и дни за получаване на електричество в България (Класация на правенето на бизнес за 2017 г.)



Източник: Класация на правенето на бизнес за 2017 г.

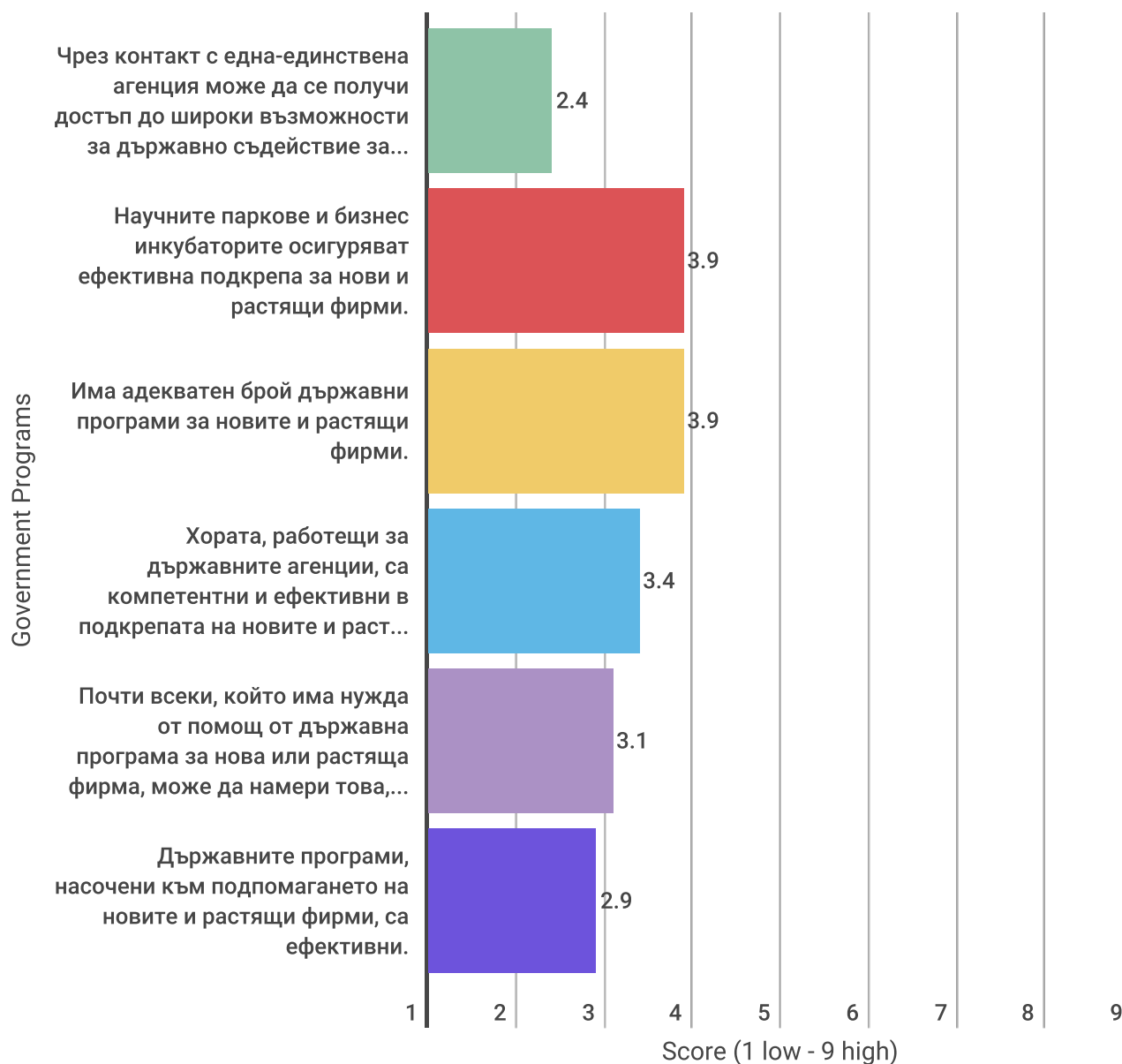
През 2017 г. експертите отново не могат да идентифицират една организация „на едно гише“, която подпомага малките и средните фирми, и считат, че подкрепата, предлагана от съществуващите организации, е недостатъчна. **Фигура 3.6** показва, че един от най-добре оценяваните аспекти на правителствените програми относно предприемачеството е подкрепата, предлагана от научноизследователските паркове и инкубатори, където има значително

участие от страна на частния сектор и успешните предприемачи, които се явяват като ментори, ролеви модели и инвеститори. Изобщо, по-добрата координация и зараждащата се предприемаческа общност могат да подобрят фонда на таланти и ефективността на съществуващите правителствени програми, предназначени за стимулиране на предприемаческите усилия. Аналогично на това, до 2015 г. усилията на правителството да създава програми за нови и растящи

фирми бяха признати от експертите за по-добри от повечето други правителствени инициативи.



**Фигура 3.6: Средни експертни рейтинги за правителствени програми в България, 2016 г.**  
 (среднопретеглена стойност, 1 = напълно невярно, 9 = напълно вярно)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

### 3.2.2 Достъп до финансиране

В България достъпът до финансиране като пречка пред предприемаческите усилия се класира след правителствените политики, корупцията, образованието и обучението и предприемаческия капацитет (вж. **Фигура 3.7**). Като проблем достъпът до финансиране има множество аспекти, тъй като включва недостатъчната финансова култура на предприемачите в начална фаза, липсата на адекватни средства, липсата на компетентни мениджъри на фондове и опитни инвеститори, консерватизъм и нежелание да се поемат рискове от страна на по-традиционните доставчици на средства, като например банки, и

липсата на критична маса от частни рискови инвеститори. Никой от тези проблеми не е уникален за България, тъй като те са общи за всички незрели предприемачески среди и следователно заслужават внимание. В България няма липса на активно търсене на решения и програмите за предварително ускоряване и ускоряване на бизнеса трябва да бъдат изтъкнати сред инициативите, предприети от неправителствени организации и филантропи, като средство за внасяне на динамика в българската предприемаческа екосистема. Както се предлага в Доклада на GEM за България за 2015/16 г., парлавите въпроси, посочени като основни възпиращи фактори, касаят функционирането на правителството, образованието и капацитета за предприемачество. Подобряването на

публичната политика и борбата срещу корупцията, както и изграждането на капацитет за предприемачество, образователни програми и програми за обучение, трябва да станат приоритети, ако целта е енергичната предприемаческа екосистема в България някога да се случи. Промените във всяка от тези сфери се асоциират със значителна инерция и няма вероятност ежегодните колебания в индикаторите да уловят смислено подобрение в българската предприемаческа екосистема. В средносрочен и дългосрочен план подобренията в тези фундаментални условия за бизнес би следвало значително да променят качеството на бизнес средата.

**Фигура 3.7: Списък на възпиращите фактори в предприемаческата среда през 2016/17 г.**  
(средни оценки на класиранията на експертите, по-високото класиране означава по-голяма степен на възпиране)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

### 3.2.3 Образование и обучение

Образованието оказва мощно влияние върху предприемаческите намерения, следователно и върху предприемаческото поведение.

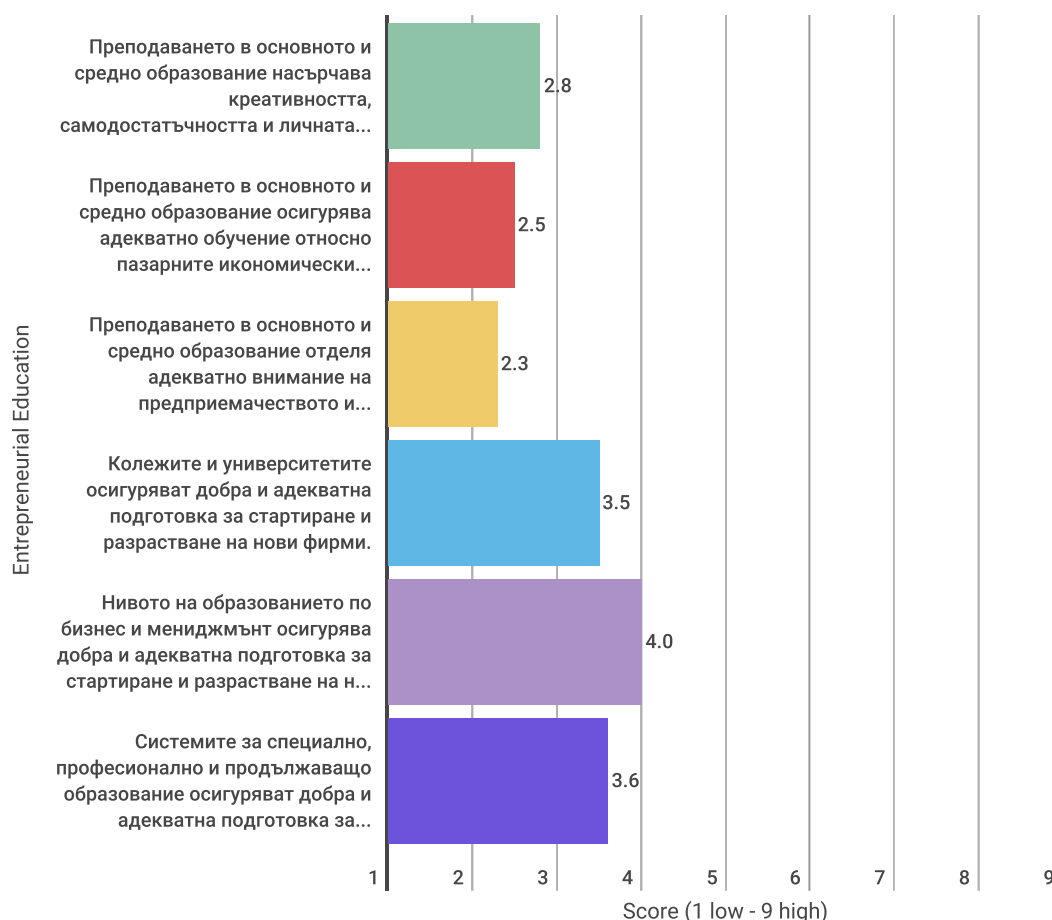
Силно негативната оценка на качеството на предприемаческото образование на училищно ниво (Фигура 3.8) ясно показва, че училищната система в България не успява адекватно да подготви учащите за успешно участие в икономиката. Преподаването на предприемачеството не е нито широко разпространено, нито е ефективно. У много учители липсва академична компетентност, да не говорим за предприемачески умения, и затова те не могат да вдъхновят и подпомогнат

учениците, които демонстрират силно желание за учене с практическа насоченост като например представеното от предприемаческите усилия.

Мнението на експертите е особено сурово относно дефицитите в системите на началното и средното образование в България. Те оценяват в известна степен положително (но при все това ниско) състоянието на образованието по бизнес и мениджмънт. Всъщност в светлината на принципно положителната оценка на българското начално образование в Глобалната класация на конкурентоспособността за 2016/17 г. най-големият проблем за България, изглежда, е качеството на средното ѝ образование. Средното образование способства за интеграцията в обществото посредством умения за цял живот.

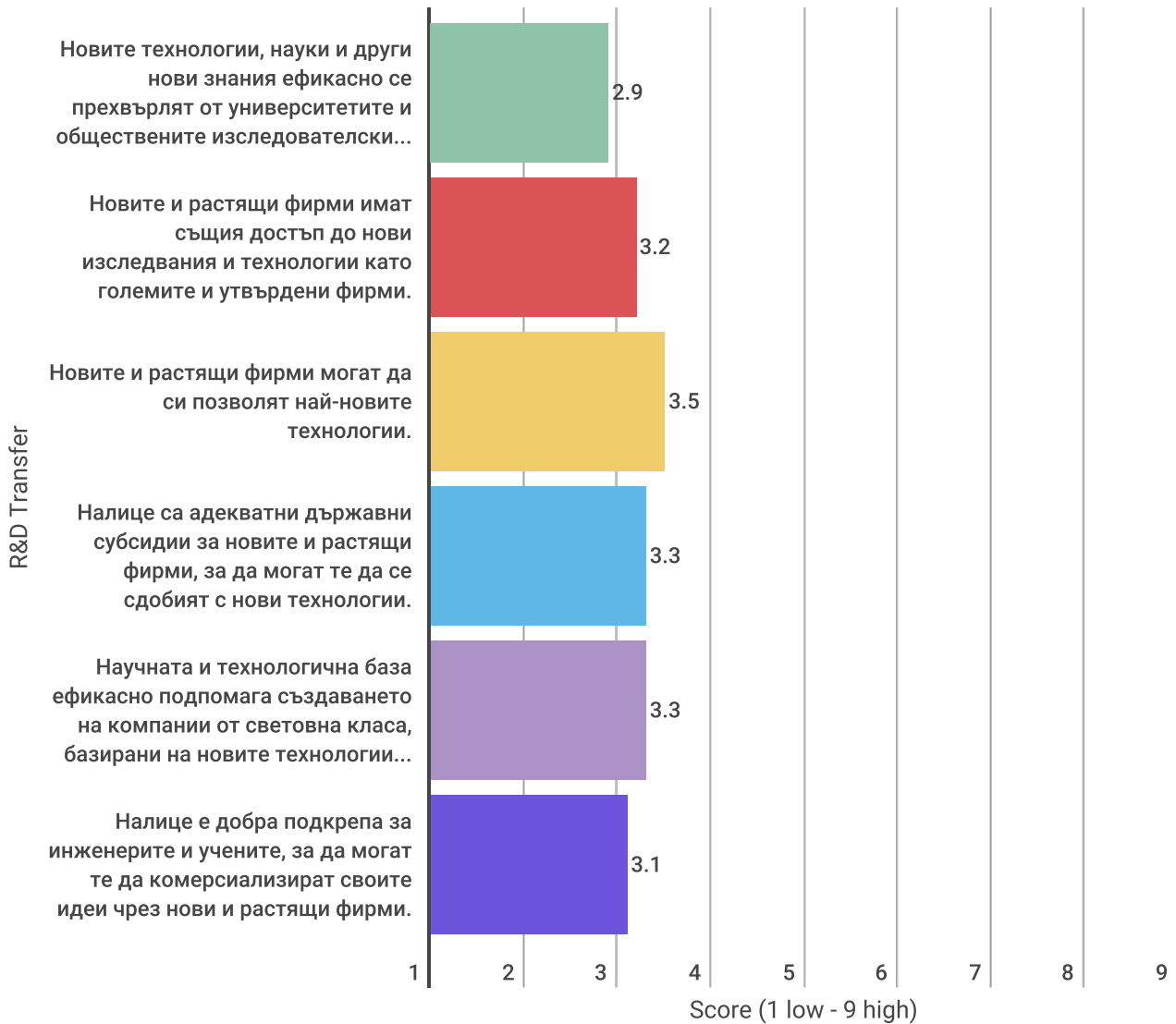
Стъпка в правилната посока е включването на часове по предприемачество в задължителните учебни програми на училищата през учебната 2016/17 година. Осъществяването на тази идея не е толкова впечатляващо, тъй като учителите в училищата, които имат по-малка натовареност – например учителите по музика и физическо възпитание – са преподавали предприемачество без необходимата адекватна подготовка или практически опит. Въпреки това инициативата е обещаваща и изисква наблюдение отблизо и оценка на въздействието, за да се превърне в механизъм за промяна за по-широкото културно съзнание и трудоспособност на завършващите млади хора.

**Фигура 3.8: Средни експертни рейтинги за предприемаческото образование в България, 2016 г.**  
(среднопретеглена стойност, 1 = напълно невярно, 9 = напълно вярно)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

Фигура 3.9: Средни експертни рейтинги за научноизследователския и развоен трансфер в България, 2016 г. (среднопретеглена стойност, 1 = напълно невярно, 9 = напълно вярно)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

### 3.2.4 Научноизследователски и развоен трансфер

Капацитетът за иновации – който е от съществена важност за способността на икономиките да станат конкурентоспособни, особено в секторите с по-висока производителност – зависи много от научноизследователската и развойната дейност. От **Фигура 3.9** е видно до какво степен експертите считат, че университетите не изпълняват централна роля при улесняването на

трансфера на знания и стимулирането на иновациите. Общото мнение е, че университетите нямат никаква или имат малка роля при подпомагането на предприемачеството, и този възглед не се е променил от 2015 г. насам.

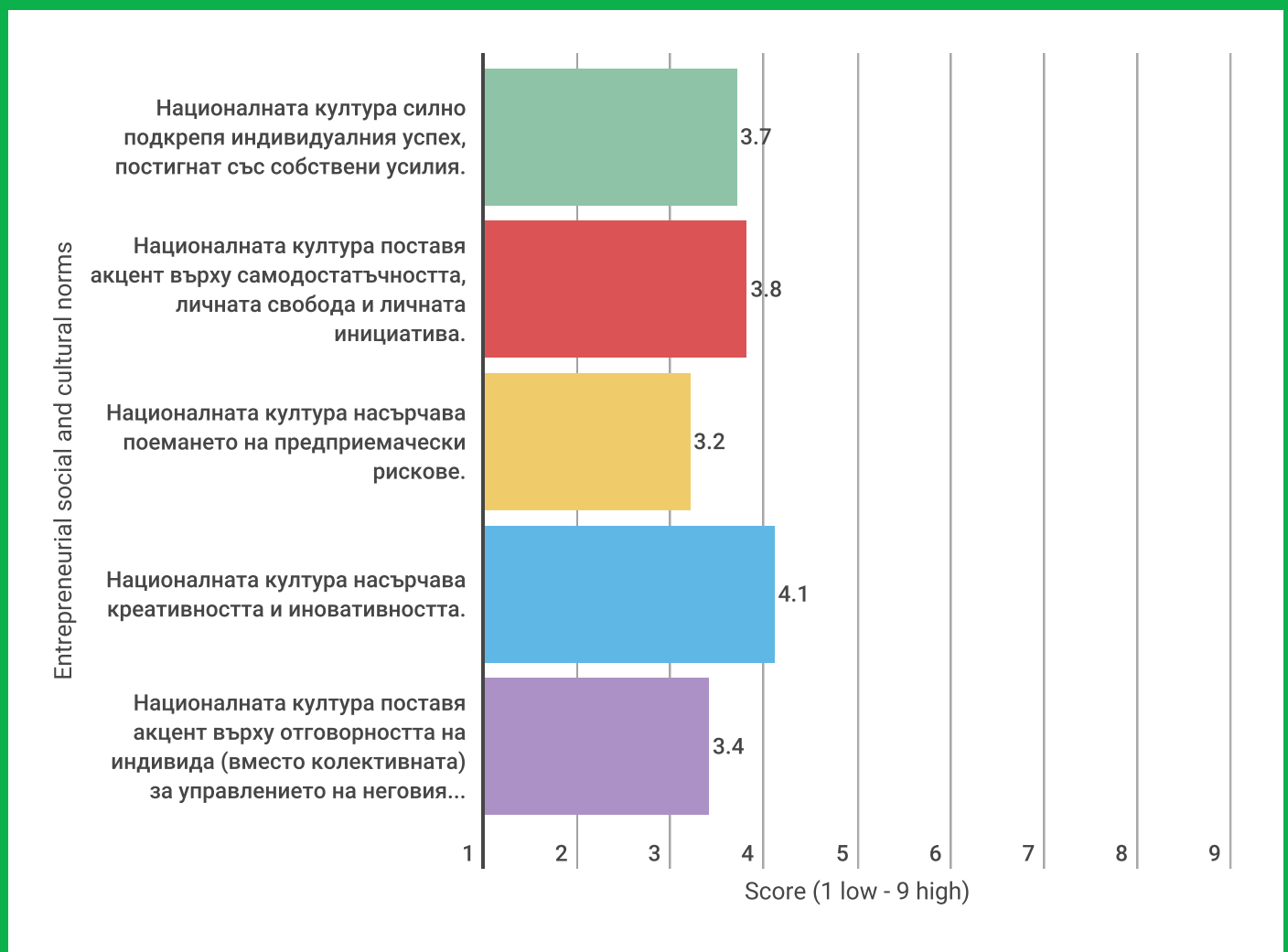
Отново най-положителните усещания на националните експерти са свързани с наличието на научна и технологична база, която ефективно подпомага създаването на нови, базирани на технологии предприятия от световна класа поне в един отраслов сектор. Предприятията в областта на информационните и комуникационните технологии са най-

широко разпространеният от въпросните случаи. Трябва да се отбележи, че като сектор информационните и комуникационните технологии са трудоемки и талантосемки и затова развитието му зависи от елитни образователни програми, което в случая с България е с много ограничен, макар и нарастващ, мащаб. Тези фактори, наред с тенденцията на младежка миграция, налагат значителни ограничения върху конкурентноспособната в международен план икономическа дейност.

### 3.2.5 Социални и културни норми

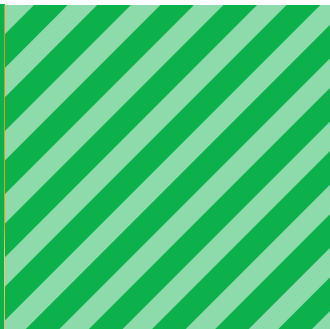
Фигура 3.10 за втора поредна година показва, че експертите считат ниските нива на предприемаческата активност в България за сериозно повлияни от господстващата култура на много слаба предразположеност към поемане на предприемачески риск. Според експертите понастоящем преобладаващата нагласа в България е, че посредством лични усилия и лична инициатива може да се постигне малко.

Фигура 3.10: Средни експертни рейтинги за предприемаческите социални и културни норми в България, 2016 г. (среднопретеглена стойност, 1 = напълно невярно, 9 = напълно вярно)



Източник: Национално експертно проучване на GEM за България за 2016 г.

В заключение, важен фокус на националното експертно проучване – като спомага за установяването на основни силни страни и слабости в предприемаческата среда – е да предостави на политическите и бизнес лидери информация, която им позволява да реализират прецизни, практични и целенасочени препоръки. Основните препоръки относно бизнес средата остават същите като предната година и повечето от структурните условия за предприемачество са получили същите оценки от експертите, както в Проучването на GEM за България от 2015 г. Предприемаческата активност е резултат на взаимодействието на осъзнаването от страна на индивида на възможностите и капацитета (мотивация и умения) да действа в тази връзка и при характерните условия на конкретната среда, в която се намира. Една икономика не може да увеличи количеството и качеството на потенциалните и имащите намерение да действат предприемачи, без да създаде благоприятстваща среда, в която предприемачеството може да процъфтява. Информираните решения за политики, които помагат за създаването на здравословна предприемаческа среда, ще бъдат от полза за предприемачите във всички фази на фирмите им, независимо дали става дума за стартиращи, утвърдени или многократни предприемачи. България не е постигнала никакъв значим напредък, що се отнася до условията за предприемачество за бизнеса. Предвид активните усилия на правителствата в държавите от региона да подобрят бизнес климата си, поразителната непохватност на оценката на експертите за България, изглежда, показва чашата като наполовина празна, а не наполовина пълна. По-долу допълваме списъка с препоръки за политики, които предложихме миналата година, и отправяме апел към две особено важни части на обществото ни: медиите и настоящите предприемачи и мениджъри.





# 4 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

## 4.1 Резюмиране на констатациите: Препоръки за политики и практики

Подобряващите се, но все още ниски нива на предприемаческа активност в България, са движени от условия на средата и индивидуални намерения. Макар че индивидуалните намерения демонстрираха нарастване и ранни признаци за оптимизъм, особено в случая с младите предприемачи, които, изглежда, демонстрират повече интерес към самостоятелната заетост, отколкото преди, условията на средата остават много устойчиви и без значителни подобрения. Добре функциониращите предприемачески екосистеми възникват в резултат на комплексна симбиоза между индивидуални стремежи и усилия, и колективно действие и правителствени политики. През 2016 г. в България инициативата бе подета от предприемчивите частни лица, докато обществото до голяма степен и правителството, сякаш изчакваха до тъч линията.

В настоящия втори годишен доклад на GEM експертите за България отправят множество нови препоръки за политики и практики в допълнение към списъка, съставен през 2015 г., който остава в голяма степен неизпълнен. Освен това, отправяме специален апел към две групи, които са особено важни за възхода и консолидирането на младите предприемачески екосистеми – медиите и действащите предприемачи и мениджъри.

Препоръката на експертите е за изграждане на национални институции за успешна предприемаческа екосистема. Общият възглед на експертите за втора поредна година е, че предприемачеството

не е определено като стратегически важно от страна на правителството. По-долу се съдържа подбор от съветите на националните експерти, който има за цел да допълни приоритетите, определени от тях в Доклада на GEM за България за 2015/16 г.

1. **Изработване на национална стратегия за развитие на предприемачеството с изрично дефинирани цели и прозрачно финансиране, което е под надзора на независима агенция, чийто институционален замисъл осигурява защита срещу добиването на политически облаги.**
2. **Прилагането на интелигентната специализация в няколко сектора, в които българските компании имат силни способности да се превърнат в регионални и глобални лидери, се разглежда като необходима стъпка за съзряване на българската предприемаческа екосистема.**
3. **Увеличаване на ролята на публично-частните партньорства, като същевременно се създават гаранции, че корупционните практики ще бъдат преследвани от закона. Те се разглеждат като особено полезни в случая с дейностите, свързани с иновациите, и дейностите, които включват трансфер на технологии.**
4. **Прозрачните обществени поръчки от страна на правителството са обозначени като ефективно средство за стимулиране на предприемачеството и националната индустрия. Откритият и прозрачен достъп на новаторски високотехнологични компании до търгове за обществени поръчки се счита за високоефективен механизъм за държавна подкрепа за предприемачеството.**
5. **Отразяването в медиите и признанието от страна на правителството на наистина успешните предприемачески начинания се счита за мек, но необходим механизъм за стимулиране на предприемаческата култура. Това предположение подхожда добре на по-амбициозната идея за целенасочена промяна на националното съзнание към ценности, които са по-възприемчиви спрямо предприемачеството, като иновации, поемане на рискове, ентусиазъм и оптимизъм.**
6. **Промяната на някои конкретни административни мерки, които оказват значително въздействие върху цената на ангажираността с предприемачески усилия, като например данъчните задължения във връзка с труда. Освен това изработването на по-гъвкави трудови регулации относно новите форми на заетост като например дистанционната работа, се разглежда като съществено важно за развитието на една енергична предприемаческа екосистема.**
7. **Привличането на големи софтуерни и технологични компании за разполагане на техните научноизследователски и развойни центрове в България и превръщането им в част от екосистемата също се разглежда като начин за създаване на достъп до знания от световна класа за всички участници в българската предприемаческа общност.**
8. **Дейностите, които възпитават предприемаческо съзнание и набор умения, въведени още на ниво основно образование. Препоръчва се определено финансиране на предприемачески усилия от страна на учащи.**





9. **Предоставяне на обучение и** допълнително оценяване на завършилите средно училище и университет за „меки“ умения, сред които трябва да бъдат включени предприемаческо съзнание, емоционални и социални умения. Вероятно акцентът върху добрите практики и ролеви модели ще бъде предимство за такива усилия. В частност да се разреши университетите да участват в собствения капитал на търговски предприятия, които използват технологии, разработени на място. Create educational opportunities where entrepreneurship and science are brought together.
10. **Създаване на образователни** възможности в допирните точки между предприемачеството и науката.
11. **Улесняване на наемането на** чужденци. Чуждестранните технологични експерти вероятно ще внесат както знания, така и контакти за обогатяване на българската предприемаческа екосистема.
12. **Създаване на механизми за** улесняване на пътуването и международното излагане и валидиране на идеи/прототипи, създадени в рамките на българската предприемаческа екосистема.
13. **Осигуряване на менторство и** подкрепа за международна патентна защита и създаване на стимули за менторство от страна на утвърдени фирми
14. **Правителствените инициативи** за технологичен трансфер и технологични паркове може да бъдат ръководени от частни организации посредством дългосрочни публично-частни партньорства, за да се елиминира политическо вмешателство.
15. **Стимулиране на финансови** инструменти, базирани на пазара, и избягване на политическо вмешателство при управлението на безвъзмездна помощ.
16. **По-добро сътрудничество с** професионални бизнес организации по въпроси, които са съществени за предприемачеството, включително финанси.
17. **Нужни са методика и средства** за оценяване на активите на софтуерните компании, за да получат достъп до заеми, инвестиции и безвъзмездна помощ.
18. **Създаване на специален** регулаторен режим за високорисково финансиране и признаване на ролята му за стимулиране на научноизследователската и развойната дейност, разрешаване на пенсионноосигурителни фондове да инвестират в проекти, подкрепени с рискови капитали.
19. **Разширяване на възможностите** за финансиране и започване изграждането на култура на стартово финансиране, включително посредством образование на потенциални частни инвеститори. Понастоящем има налично финансиране за стартиращи фирми в начална фаза, но не и за първоначално набиране на рисков капитал [A rounds].

## 4.2 Ролята на медиите при формирането на предприемачески намерения и поведение

През изминалата година медиите не са демонстрирали интерес към предприемачеството. Ако това се окаже ранен сигнал за устойчива тенденция, то предприемачеството е загубило важен съюзник. Медиите са съществено важни за възникването на предприемачески намерения, защото улесняват излагането на ролеви модели и създават вербализацията и символите, асоциирани с предприемаческото поведение. Тези мощни лостове имат потенциала да променят схващанията за надежда и вяра в обществото, тъй като и двете се конструират символично и вербално, и впоследствие да променят стремежите, увереността и усещането за ценност у членовете на обществото. В тази си роля медиите носят огромна отговорност, която не са поели изцяло и определено не са оправдали. По-ниската степен на ангажираност на медиите към предприемачески разкази и новини в България е съзнателно откъсване от един дълбоко трансформативен процес, който засяга самата основа на икономическата производителност и общественото благоденствие.

**20.** Трябва са се иницират специални осведомителни кампании и усилия, за да се създаде информираност, разбиране и интерес към историите, генерирани в рамките на предприемаческата общност. Отново не може да се очакват краткосрочни усилия, но устойчивите образователни мерки, насочени към всички видове специалисти от масмедияте, способстват за оказване на влияние върху предприемаческото поведение на индивида и обществените нагласи към него.

### 4.3 Ролята на действащите предприемачи и мениджъри

Нивото на фирмено развитие на българските компании е ниско, а свързаните с това управленски и лидерски практики, в частност онези, обхващащи делегирането на отговорност

и междуфирмените предприемачески инициативи, също не са добре развити. Дошло е време открито да се признае, че действащите бизнес лидери и предприемачи носят същата отговорност за конкурентоспособността на националната икономика, както правителствените политики и прилагането им. Политиките и регулациите формират контекста за бизнеса, но труда на работниците и нивото на развитост на ръководителите на фирмата определят решаващия двигател на конкурентоспособността във всяка икономическа система – производителността на фирмата. Малко вероятно е да се наблюдава голям възход в мащаба и качеството на предприемачеството в близко бъдеще, освен ако няма общо подобрене на управленските и лидерските практики на настоящите ръководители.

**Действащите предприемачи и мениджъри трябва да поемат своята отговорност за отглеждането на бизнес среда с висока степен на предприемачество, която може да бъде много благодатна за собствените им цели, ако намерят начин да се възползват от иновациите и експериментирането. Важна е фирмената производителност, а не само заплащането, и бизнес лидерите трябва да надградят уменията си.**



# ПРИЛОЖЕНИЯ



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

# СЪСТАВ НА НАЦИОНАЛЕН ЕКСПЕРТЕН ПАНЕЛ 2016

Всяка година GEM извършва проучване лице-в-лице сред 45 номинирани от нас и одобрени от консорциума експерти, които имат досег с предприемачеството в контекста на поне едно от рамковите условия: Финансиране на предприемачеството; Държавни политики; Държавни предприемачески програми; Предприемаческо образование; Научно-развойна дейност; Търговска и правна инфраструктура; Пазарни механизми; Физическа инфраструктура; Културни и социални норми.

Номинираме 36- 45 експерта, които се ротират не по-често от 2-3 години.

Експертите изразяват своето лично мнение, а не на организацията, която в момента представляват.

Експертният панел за 2016 г. е в следния състав:

1. **Анна-Мари Виламовска** - бивш Секретар по въпросите на иновациите и здравеопазването в администрацията на Президента на Република България, представител на България в Борда за дигитално предприемачество към ЕК
2. **Антон Герунов** - бивш Началник на кабинета и електронно управление на вицепремиера (2014-2017 г.)
3. **Антоний Тодоров** - социолог, политически анализатор
4. **Владимир Попов** - Главен изпълнителен директор, ВАПТЕХ
5. **Георги Първанов** - член на Управителния съвет, Българска асоциация за управление на хора, член на EAPM
6. **Диана Николаева** - Партньор, EY България
7. **Димитър Димитров** - чл.-кор, д.с.н професор, съветник на Президента на Българска академия на науките
8. **Евгени Евгениев** - Заместник-ректор, Висше училище по финанси, бизнес и предприемачество
9. **Ивелина Пенева** - Генерален директор, Министерство на икономиката, Генерална дирекция, Европейски фондове за конкурентоспособност"
10. **Илияна Цанова** - Заместник-управляващ директор, Европейски фонд за стратегически инвестиции (EFSSI)
11. **Кирил Петков** - Изпълнителен директор, BDC
12. **Крум Хаджигеоргиев** - Главен изпълнителен директор, Melon, член на Съвета на директорите, BASSCOM
13. **Любомир Янчев** - основател, Мелуса Клаймът
14. **Милена Стойчева** - Главен изпълнителен директор, Джуниър Ачийвмънт България
15. **Мирослав Стоянов** - бивш Директор „Инвестиционно банкиране“ и член на борда, Елана Трейдинг

16. **Найден Николов** - политически анализатор и предприемач
17. **Никола Янев** - Президент, Start It Smart
18. **Николай Денков** - бивш Заместник-министър и оперативна програма „Наука и образование за растеж“, Министерство на образованието и науката, България 2014-2016 г.
19. **Николай Ярмов** - основател и Главен изпълнителен директор, CEED Bulgaria - Център за обучение по предприемачество и развитие
20. **Петър Иванов** - бивш Генерален директор, Майкрософт България
21. **Ричард Клез** - Партньор, Волф Тейс
22. **Саша Безуханова** - основател, Move.bg
23. **Светлин Наков** - основател, Софтуерен университет
24. **Станимир Ненов** - основател и Главен изпълнителен директор, Advokatami.bg
25. **Стефан Хаджитодоров** - Съветник на Президента на Българската академия на науките, професор в Института по биофизика и биомедицинска техника
26. **Таня Христова** - Кмет на град Габрово
27. **Теодора Василева** - Заместник-редактор, Capital Weekly
28. **Тунио Зафер** - Главен изпълнителен директор, Pcloud.com
29. **Филип Генов** - Вицепрезидент, Уникредит Булбанк
30. **Христо Георгиев** - член на Управителния съвет, Фондация "StartUP"
31. **Христо Москов** - Генерален мениджър, София бизнес парк
32. **Христо Стоянов** - Регионален представител, Европейски инвестиционен фонд
33. **Цветана Иванова** - Управител, Регионален информационен център в гр. Враца
34. **Юлиана Антонова** - Директор продажби, ePay
35. **Юрий Вълковски** - Директор, Фондация "Reach for Change"
36. **Ясен Гувев** - бивш Главен корпоративен представител, Telenor



**Population:** 7.2 million (2015)

**GDP:** \$49.0 billion (2015)

**GDP per capita:** \$6,381 (2015)

**SME contribution to GDP:** 66% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 74/100; **Rank:** 39/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 82/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 4.4/7; **Rank:** 50/138

**Economic Development Phase:** Efficiency-Driven

### Self-Perceptions About Entrepreneurship

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	21.0	62
Perceived capabilities	39.7	52
Undeterred by fear of failure	25.1	58
Entrepreneurial intentions	7.1	60

### Activity

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	4.8	61
TEA 2015	3.5	58
TEA 2014	N/A	N/A
Established business ownership rate	6.2	38T
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	0.9	52

### Motivational Index

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	1.1	53T

### Gender Equality

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.80	18T
Female/Male Opportunity Ratio	1.05	10T

### Entrepreneurship Impact

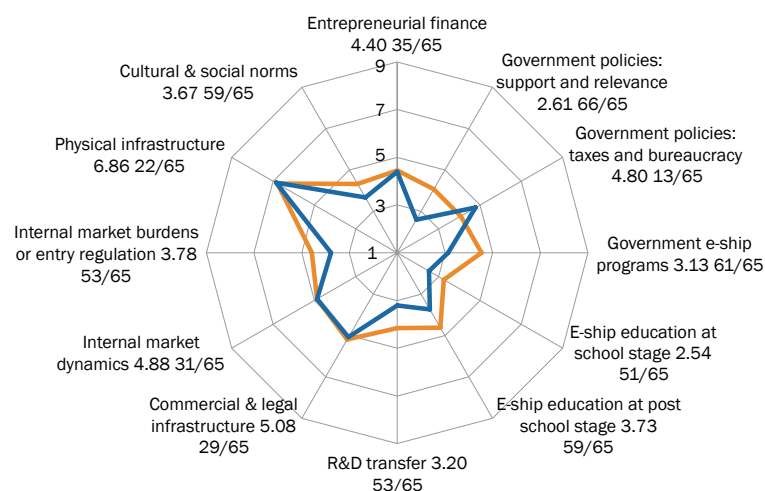
	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	13.4	48
Innovation	17.5	51T
Industry (% in Business Services Sector)	13.5	38

### Societal Value About Entrepreneurship

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	66.9	35
Entrepreneurship a good career choice	52.9	50

### Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (ranked out of 65)

— EUROPE — BULGARIA 1 = highly insufficient, 9 = highly sufficient



Source: GEM Global report 2016/17

## CANADA



**Population:** 35.8 million (2015)

**GDP:** \$1,552.4 billion (2015)

**GDP per capita:** \$43,332 (2015)

**SME contribution to GDP:** 27% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 79/100; **Rank:** 22/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 2/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 5.3/7; **Rank:** 15/138

**Economic Development Phase:**  
Innovation-Driven

## Self-Perceptions About Entrepreneurship

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	59.0	8
Perceived capabilities	54.1	23
Undeterred by fear of failure	39.0	24
Entrepreneurial intentions	14.0	41

## Activity

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	16.7	12
TEA 2015	14.7	17
TEA 2014	13.0	N/A
Established business ownership rate	6.8	35
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	5.9	14

## Motivational Index

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	3.4	20

## Gender Equality

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.66	33T
Female/Male Opportunity Ratio	1.03	16T

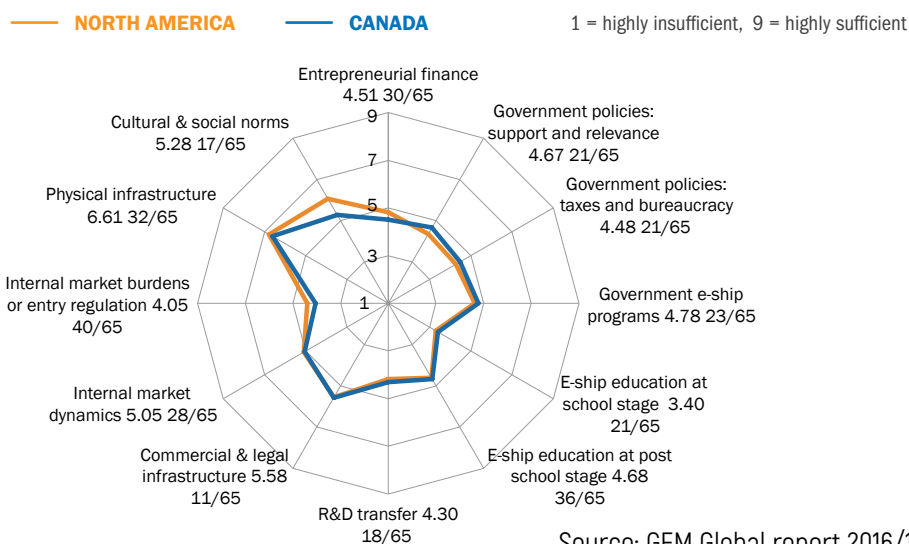
## Entrepreneurship Impact

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	15.9	46
Innovation	40.9	5
Industry (% in Business Services Sector)	26.2	15

## Societal Value About Entrepreneurship

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	73.5	23
Entrepreneurship a good career choice	65.5	26

## Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (ranked out of 65)



COUNTRY PROFILES  
**ESTONIA**



**Population:** 1.3 million (2015)

**GDP:** \$22.7 billion (2015)

**GDP per capita:** \$17,288 (2015)

**SME contribution to GDP:** 75% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 81/100; **Rank:** 12/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 14/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 4.8/7; **Rank:** 30/138

**Economic Development Phase:** Innovation-Driven

**Self-Perceptions About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	52.3	15
Perceived capabilities	43.7	43
Undeterred by fear of failure	41.2	15
Entrepreneurial intentions	16.4	35T

**Activity**

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	16.2	13
TEA 2015	13.1	22
TEA 2014	9.4	N/A
Established business ownership rate	7.8	25
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	6.3	10

**Motivational Index**

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	3.3	21

**Gender Equality**

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.56	43T
Female/Male Opportunity Ratio	1.02	18T

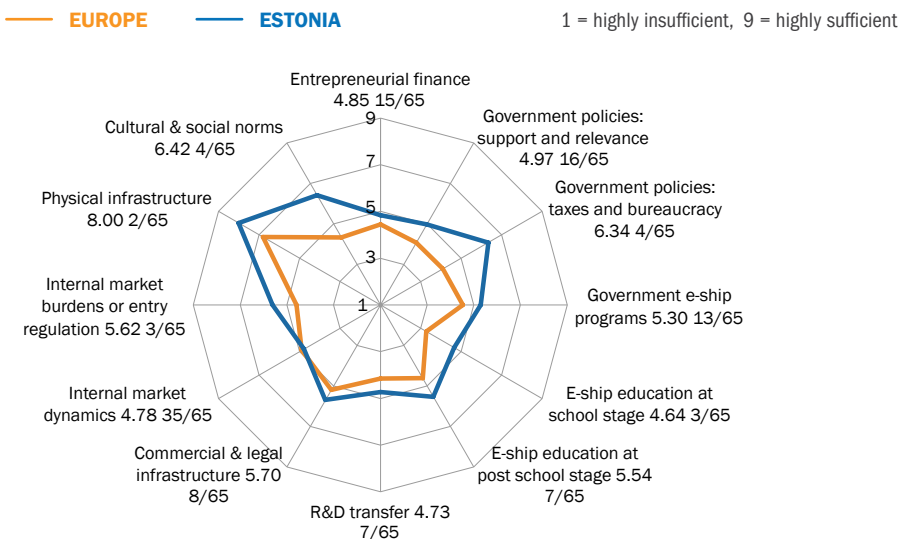
**Entrepreneurship Impact**

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	27.0	18
Innovation	34.5	13
Industry (% in Business Services Sector)	26	16T

**Societal Value About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	63.6	41
Entrepreneurship a good career choice	53.2	49

**Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system** (ranked out of 65)



Source: GEM Global report 2016/17



# GREECE



**Population:** 10.8 million (2015)

**GDP:** \$195.3 billion (2015)

**GDP per capita:** \$18,064 (2015)

**SME contribution to GDP:** 75% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 69/100; **Rank:** 61/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 56/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 4.0/7; **Rank:** 86/138

**Economic Development Phase:**  
Innovation-Driven

## Self-Perceptions About Entrepreneurship

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	13.0	64
Perceived capabilities	41.7	47
Undeterred by fear of failure	52.7	2
Entrepreneurial intentions	8.1	56

## Activity

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	5.7	56T
TEA 2015	6.7	48
TEA 2013	7.9	N/A
Established business ownership rate	14.1	8
Entrepreneurial Employee Activity - EEA	1.4	44T

## Motivational Index

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	1.1	53T

## Gender Equality

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.73	22T
Female/Male Opportunity Ratio	0.89	49T

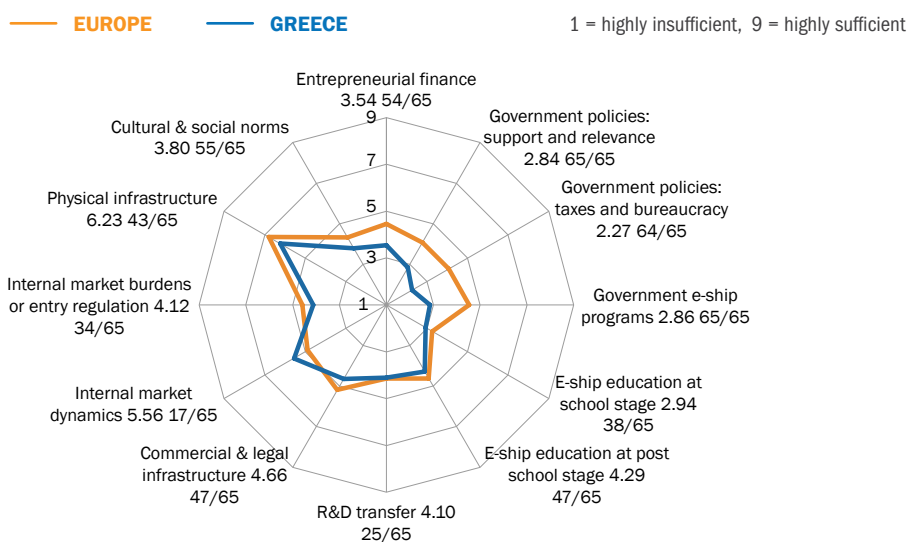
## Entrepreneurship Impact

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	9.7	52T
Innovation	24.8	33
Industry (% in Business Services Sector)	17.3	30

## Societal Value About Entrepreneurship

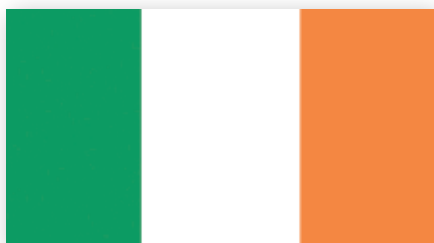
	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	65.9	37
Entrepreneurship a good career choice	63.6	30

## Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (ranked out of 65)



Source: GEM Global report 2016/17

COUNTRY PROFILES  
**IRELAND**



**Population:** 4.6 million (2015)

**GDP:** \$238.0 billion (2015)

**GDP per capita:** \$51,351 (2015)

**SME contribution to GDP:** 47% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 80/100; **Rank:** 18/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 10/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 5.2/7; **Rank:** 23/138

**Economic Development Phase:** Innovation-Driven

**Self-Perceptions About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	45.2	25
Perceived capabilities	44.9	40
Undeterred by fear of failure	39.6	22
Entrepreneurial intentions	12.9	43

**Activity**

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	10.9	29
TEA 2015	9.3	40
TEA 2014	6.5	N/A
Established business ownership rate	4.4	52T
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	6.2	11

**Motivational Index**

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	3.2	22T

**Gender Equality**

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.50	51T
Female/Male Opportunity Ratio	1.00	22T

**Entrepreneurship Impact**

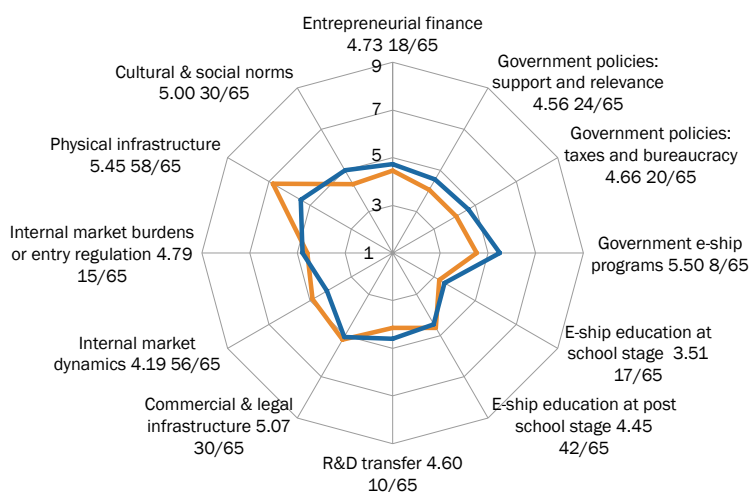
	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	36.7	5
Innovation	40.0	6
Industry (% in Business Services Sector)	23.7	20

**Societal Value About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	83.1	5
Entrepreneurship a good career choice	56.3	43

**Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system** (ranked out of 65)

— EUROPE — IRELAND 1 = highly insufficient, 9 = highly sufficient



Source: GEM Global report 2016/17

## ISRAEL



**Population:** 8.4 million (2015)

**GDP:** \$296.1 billion (2015)

**GDP per capita:** \$35,343 (2015)

**SME contribution to GDP:** 45% (2012)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 72/100; **Rank:** 52/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 41/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 5.2/7; **Rank:** 24/138

**Economic Development Phase:**  
Innovation-Driven

## Self-Perceptions About Entrepreneurship

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	53.7	13
Perceived capabilities	41.1	50
Undeterred by fear of failure	48.7	7
Entrepreneurial intentions	20.6	29

## Activity

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	11.3	27
TEA 2015	11.8	27
TEA 2014	N/A	N/A
Established business ownership rate	4.0	56
Entrepreneurial Employee Activity - EEA	7.3	4T

## Motivational Index

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	2.6	31T

## Gender Equality

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.71	27T
Female/Male Opportunity Ratio	1.15	2

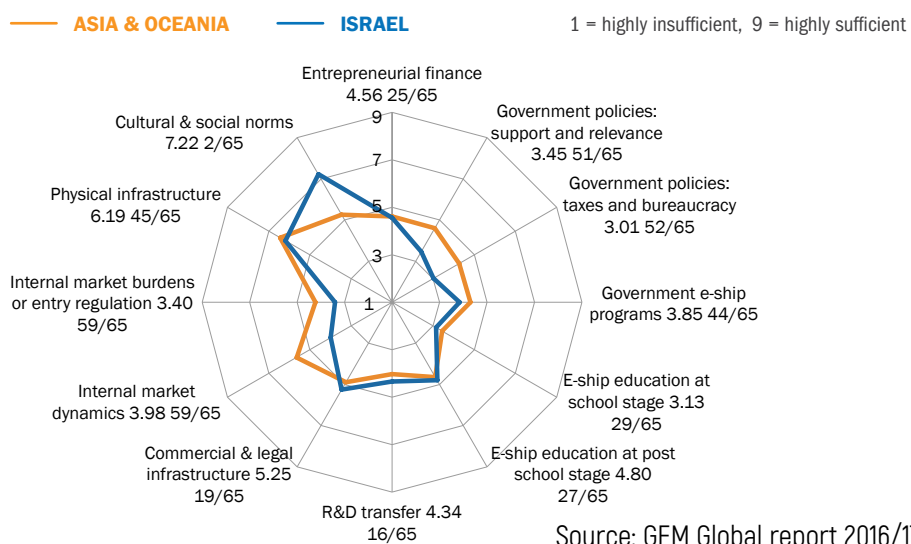
## Entrepreneurship Impact

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	22.1	29
Innovation	30.4	20
Industry (% in Business Services Sector)	34.8	3

## Societal Value About Entrepreneurship

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	85.5	3
Entrepreneurship a good career choice	64.2	28

## Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (ranked out of 65)



COUNTRY PROFILES  
**POLAND**



**Population:** 38.0 million (2015)

**GDP:** \$474.9 billion (2015)

**GDP per capita:** \$12,495 (2015)

**SME contribution to GDP:** 52% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 78/100; **Rank:** 24/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 107/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 4.6/7; **Rank:** 36/138

**Economic Development Phase:** Efficiency-Driven

**Self-Perceptions About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	39.5	36
Perceived capabilities	60.2	14
Undeterred by fear of failure	47.6	8
Entrepreneurial intentions	20.8	28

**Activity**

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	10.7	30
TEA 2015	9.2	37T
TEA 2014	9.2	N/A
Established business ownership rate	7.1	32T
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	5.2	20

**Motivational Index**

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	2.0	34T

**Gender Equality**

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.61	37T
Female/Male Opportunity Ratio	0.90	45T

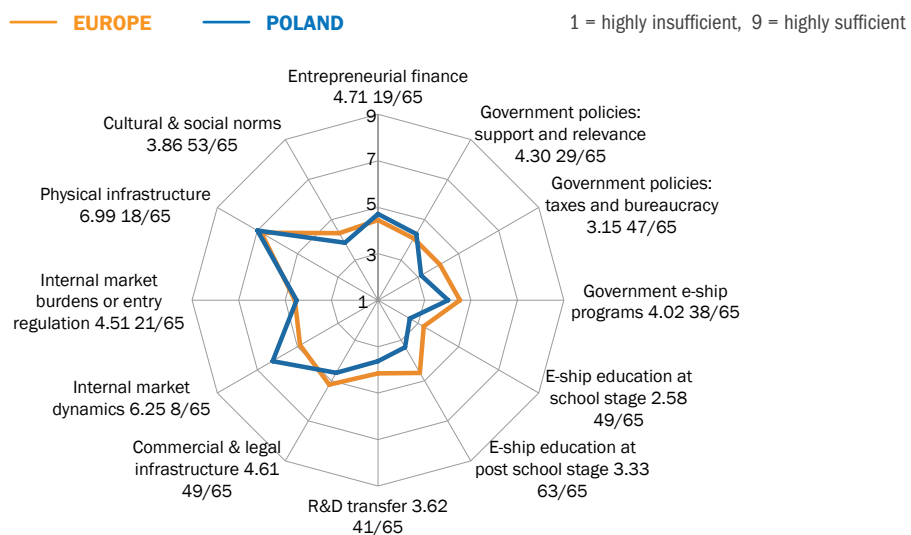
**Entrepreneurship Impact**

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	28.3	16
Innovation	27.7	26
Industry (% in Business Services Sector)	32.4	6

**Societal Value About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	56.2	53
Entrepreneurship a good career choice	61.9	35

**Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system** (ranked out of 65)



Source: GEM Global report 2016/17

COUNTRY PROFILES  
**TURKEY**



**Population:** 77.7 million (2015)

**GDP:** \$733.6 billion (2015)

**GDP per capita:** \$9,437 (2015)

**SME contribution to GDP:** 53.9% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 67/100; **Rank:** 69/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 79/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 4.4/7; **Rank:** 55/138

**Economic Development Phase:** Efficiency-Driven

**Self-Perceptions About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	49.6	19
Perceived capabilities	54.2	22
Undeterred by fear of failure	30.9	46
Entrepreneurial intentions	30.3	17

**Activity**

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	16.1	14
TEA 2015	N/A	N/A
TEA 2014	N/A	N/A
Established business ownership rate	9.4	15
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	3.6	26T

**Motivational Index**

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	1.9	36T

**Gender Equality**

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.45	60
Female/Male Opportunity Ratio	0.97	28T

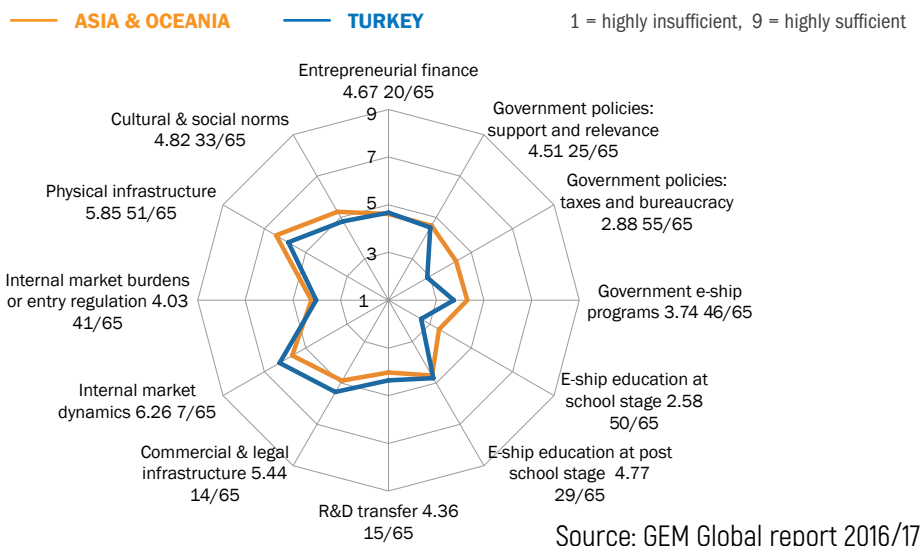
**Entrepreneurship Impact**

	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	48.1	2
Innovation	30.8	19
Industry (% in Business Services Sector)	5.3	56

**Societal Value About Entrepreneurship**

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	72.1	24
Entrepreneurship a good career choice	80.8	5

**Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system** (ranked out of 65)



# UNITED KINGDOM



**Population:** 65.1 million (2015)

**GDP:** \$2,849.3 billion (2015)

**GDP per capita:** \$43,771 (2015)

**SME contribution to GDP:** 52% (2015)

**World Bank Doing Business Rating (2015):** 83/100; **Rank:** 7/190

**World Bank Starting a Business Rating (2015):** N/A; **Rank:** 16/190

**World Economic Forum Global Competitiveness Rating (2015):** 5.5/7; **Rank:** 7/138

**Economic Development Phase:** Innovation-Driven

## Self-Perceptions About Entrepreneurship

	Value %	Rank/64
Perceived opportunities	42.3	32
Perceived capabilities	48.0	34T
Undeterred by fear of failure	35.2	37
Entrepreneurial intentions	9.1	54

## Activity

	Value %	Rank/64
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2016	8.8	40
TEA 2015	6.9	47
TEA 2014	10.7	N/A
Established business ownership rate	6.1	40T
Entrepreneurial Employee Activity – EEA	7.0	7T

## Motivational Index

	Value	Rank/64
Improvement-Driven Opportunity/Necessity Motive	3.8	16

## Gender Equality

	Value	Rank/64
Female/Male TEA Ratio	0.47	55T
Female/Male Opportunity Ratio	0.95	34T

## Entrepreneurship Impact

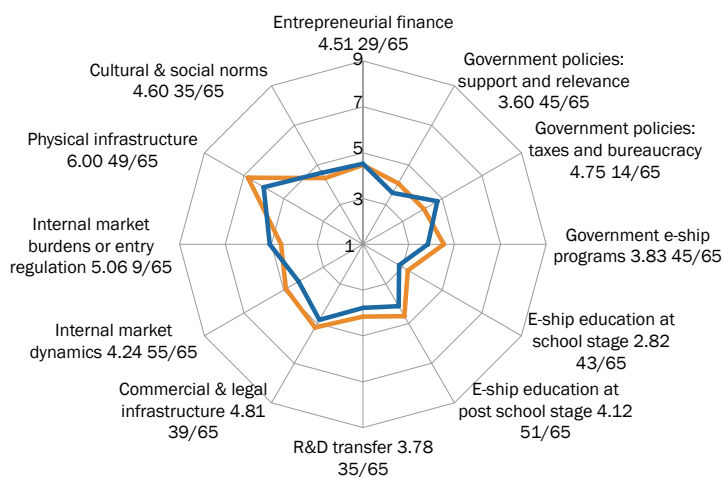
	Value %	Rank/64
Job expectations (6+)	28.4	15
Innovation	33.0	17
Industry (% in Business Services Sector)	33.7	4T

## Societal Value About Entrepreneurship

	Value %	Rank/61
High status to entrepreneurs	77.2	19
Entrepreneurship a good career choice	58.8	38

## Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (ranked out of 65)

— EUROPE — UNITED KINGDOM 1 = highly insufficient, 9 = highly sufficient



Source: GEM Global report 2016/17





## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

# ТЕРМИНИ

### Предприемаческа активност в начална фаза

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 г., които са или възникващи предприемачи, или са собственици и управители на нов бизнес за период не по-дълъг от 42 месеца.

### Дял на възникващото предприемачество

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 г., които понастоящем са възникващи предприемачи, т.е. са въввлечени активно в създаването на бизнес, на който ще бъдат собственици или съсобственици; този бизнес не е изплащал заплати, възнаграждения или някакъв друг вид плащания на собствениците си за период, по-дълъг от 3 месеца.

### Дял на възникващото предприемачество

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 г., които понастоящем са възникващи предприемачи, т.е. са въввлечени активно в създаването на бизнес, на който ще бъдат собственици или съсобственици; този бизнес не е изплащал заплати, възнаграждения или някакъв друг вид плащания на собствениците си за период, по-дълъг от 3 месеца.

### Дял на новите собственици на бизнес

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 г., които са собственици и управители на нов бизнес, т.е. притежават и управляват бизнес, който е изплащал заплати, възнаграждения или някакъв друг вид плащания на собствениците си за период, по-дълъг от 3, но по-кратък от 42 месеца.

### Предприемаческа активност в начална фаза, мотивирата от възможност

Процент на лица, въввлечени в предприемаческа активност в начална фаза (според дефиницията по-горе), които са изцяло или отчасти мотивирани от наличието на възможност, вместо от липсата на алтернатива за намиране на работа. Това включва както възползването от бизнес възможност, така и търсенето на по-добри възможности за заетост, въпреки наличието на работно място.

### Предприемаческа активност в начална фаза, мотивирана от необходимостта

Процент на лицата, въввлечени в предприемаческа активност в начална фаза (според дефиницията по-горе), които са мотивирани от необходимост (нямат по-добър избор на работа), вместо от възможност.

### Предприемаческа активност в начална фаза, мотивирана от възможността за подобрене

Процент на лицата, въввлечени в предприемаческа активност в начална фаза (според дефиницията по-горе), които (1) са мотивирани от възможността, вместо от липсата на по-добър избор на работа, и (2) определят за основен мотив възможността за самостоятелност и по-висок статус, а не само за поддържане на своя доход.

### Предприемаческа активност в начална фаза, обусловената от очаквания за висок растеж

Процент на предприемачите в начална фаза (според дефиницията по-горе), които очакват да наемат 6 или повече служители през следващите пет години.

### Предприемаческа активност в начална фаза, мотивирана от ориентация към създаването на нови продукти и услуги

Процент на предприемачите в начална фаза (според дефиницията по-горе), които определят своя продукт или услуга като нови за поне някои потребители и не са предлагани от много бизнеси.

### Предприемаческа активност в начална фаза, мотивирана от ориентация към чуждестранните пазари

Процент на предприемачите в начална фаза (според дефиницията по-горе), които отчитат, че делът на чуждестранните им клиенти възлиза на поне 25%.



#### Процент на собственост на установен бизнес

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които понастоящем са собственици и управители на утвърден бизнес, т.е. притежават и управляват бизнес, който е изплащал заплати, възнаграждения и друг вид плащания за период, по-дълъг от 42 месеца.

#### Процент на прекъсналите предприемачи

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които в последните 12 месеца са прекратили управлението на бизнеса си поради продажба, закриване или друго прекъсване на връзката между собственика и бизнеса.

#### Вътрешно-организационна предприемаческа активност

Измерва се чрез следните две дефиниции:

- широка дефиниция: служител, който през последните три години е бил активно въввлечен и е имал ръководна позиция в поне една от следните фази: развитие на идея за нова активност или подготвяне и изпълнение на нова активност;
- тясна дефиниция: служител, който понастоящем е въввлечен в развитието на нова активност;

#### Възприятие за възможности

Процент на лицата на възраст от 18 до 64 години, въввлечени в предприемаческа активност, които виждат добри възможности за стартиране на бизнес в района, в който живеят.

#### Възприятие за умения

Процент на лицата на възраст от 18 до 64 години, въввлечени в предприемаческа активност, които смятат, че имат необходимите умения и знания за стартиране на бизнес.

#### Предприемачески намерения

Процент на лицата на възраст от 18 до 64 години, въввлечени в предприемаческа активност, които са латентни предприемачи и които възнамеряват да стартират бизнес в следващите три години.

#### Процент на потенциалните предприемачи

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които смятат, че притежават необходимите умения за стартиране на бизнес, които виждат възможност за предприемачество и не биха се отказали поради страх от провал.

#### Нива на страх от провал

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, не въввлечени в активна фаза на предприемачеството, които смятат, че страхът от провал би ги отказал да стартират бизнес.

#### Предприемачеството като желан избор на кариера

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които са съгласни с твърдението, че по-голямата част от населението на тяхната държава приема стартирането на бизнес като добър кариерен избор.

#### Висок обществен статус на успешните предприемачи

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които са съгласни с твърдението, че успешните предприемачи в тяхната държава се радват на висок обществен статус.

#### Медиен интерес към предприемачеството

Процент на лицата на възраст между 18 и 64 години, които са съгласни с твърдението, че обществените медии в тяхната държава често отразяват истории за успешни нови бизнеси.

Източник: Singer et al., 2015, p. 24 and Amorós and Bosma, 2014, pp. 24-29



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Angola	Sociedade Portuguesa de Inovação Universidade Católica de Angola	Augusto Medina	BFA – Banco de Fomento Angola, S.A.R.L.	SINFIC	augustomedina@spi.pt
		Manuel Alves da Rocha	International Development Research Centre (IDRC)		
		Douglas Thompson			
		Sérgio Ferreira Alves			
		Francisco Rocha			
		Salim Abdul Valimamade			
Argentina	IAE Business School	Silvia Torres Carbonell	Buenos Aires City Government - Economic Development Ministry	Celina Cantu	SCarbonell@iae.edu.ar
		Aranzazu Echezarreta			aechazarreta@iae.edu.ar
		Juan Martin Rodriguez			
Australia	Queensland University of Technology	Paul Steffens	Department of Industry, Innovation and Science	Q&A Market Research Pty Ltd	p.steffens@qut.edu.au
		Per Davidsson	QUT Business School		
		Paul Reynolds			
Austria	FH Joanneum GmbH - University of Applied Sciences	Thomas Schmalzer	Federal Ministry of Science Research and Economy	OGM	Thomas.Schmalzer@fh-joanneum.at
		Rene Wenzel	Federal Ministry of Transport Innovation and Technology		
		Eric Kirschner	Federal Ministry of Finance		
		Doris Kiendl-Wendner	Federal Ministry of Europe Integration and Foreign Affairs		
		Eva Penz	Austrian Federal Economic Chamber		
			Federal Economic Chamber of Styria		
	Federal Economic Chamber of Vienna				
	Austrian Council for Research and Technology Development				
	Austrian Economic Service				
	Joanneum Research				
	FH Joanneum - University of Applied Sciences				
Belize	The Economic Development Council	Melanie Gideon	Complete Caribbean	Sacoda Serv Ltd	melanie@belizeinvest.org.bz
		Jefte Ochaeta	Government of Belize		
		Daniel Gutierrez			
		Duane Belisle			
		Kim Aikman			
		Dale Young			
		Philip J. Castillo			
		Amilin Mendez			
Yuri Alpuche					
Brazil	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)	Simara Maria de Souza Silveira Greco	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	Zoom Serviços Administrativos Ltda	simara@ibqp.org.br
		Morlan Guimaraes	Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP)		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Marcus Alexandre Yshikawa Salusse Mariano de Matos Macedo Fernando Antonio Prado Gimenez Cleverson Renan da Cunha	Universidade Federal do Paraná (UFPR)		
Bulgaria	GEM Bulgaria	Iskren Krusteff Mira Krusteff Veneta Andonova Iskra Yovkova Natanail Stefanov Petar Sharkov Svetozar Georgiev Nusha Spirova Malina Kroumova	JEREMIE Bulgaria EY Bulgaria Superhosting.bg	Market Test JSC	office@gemorg.bg
Burkina Faso	CEDRES / LaReGEO	Florent Song-Naba Serge B. Bayala Mamadou Toé Régis G. Gouem Djarius P. Bama	International Development Research Centre (IDRC)	CEDRES / LaReGEO	florent_songnaba@yahoo.fr
Cameroon	FSEGA - University of Douala	Maurice Fouda Ongodo Sabine Patricia MOUNGOU Ibrahima Jean Hubert Etoundi Pierre Emmanuel Ndebi Um Ngouem Thérèse She Etoundi	International Development Research Centre (IDRC)	GEM Cameroon Team National Institute of Statistics ETS K & K Business Solutions	fongodo@gmail.com
Canada	The Centre for Innovation Studies (THECIS)	Peter Josty Chad Saunders Jacqueline Walsh Charles Davis Dave Valliere Howard Lin Etienne St-Jean Nathan Greidanus Murat Sakir Erogul Cooper Langford	International Development Research Centre (IDRC) Government of Alberta Government of Ontario Futurpreneur	Elemental Data Collection Inc.	p.josty@thecis.ca



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Brian Wixted Blair Winsor Chris Street Horia El hallam Yves Bourgeois Kevin McKague Allison Ramsay Marc Duhamel Sandra Schillo Matthew Lo Sigal Haber			
Chile	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic	Telefónica Chile: Movistar Innova & Wayra	Questio, Estudios de Mercado y Opinión Limitada	vmandakovic@udd.cl
		Adriana Abarca	SOFOPA (Federation of Chilean Industry) InnovaChile Corfo Ministerio de Economía		
China	Tsinghua University	Gao Jian	Tuspark	Horizon Research Consultancy Group	gaoj@sem.tsinghua.edu.cn
		Rui Mu Cheng Yuan Rui Mu Lin Li Hongbo Chen Hongmei Yang			
Colombia	Universidad Icesi	Rodrigo Varela V. Jhon Moreno B	Universidad Icesi	INFO S.A.S.	rvarela@icesi.edu.co
	Universidad del Norte	Liyis Gomez N. Sara Lopez G.	Universidad del Norte		
	Pontificia Universidad Javeriana - Cali	Fabian Osorio T. Fernando Pereira L. Diana Riveros O.	Universidad Javeriana		
	Universidad EAN	Francisco Matiz B. León Parra B. Jairo Orozco T.	Universidad EAN		

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
	Universidad Cooperativa de Colombia	Myriam Carrillo B. Gustavo Garcia C. Hernan Javier Perez S.	Universidad Cooperativa de Colombia		
	Corporacion Universitaria del Caribe	Piedad Buevas Andres Viloria	Corporacion Universitaria del Caribe		
Croatia	J.J. Strossmayer University Osijek, Faculty of Economics	Slavica Singer Nataša Šarlija Sanja Pfeifer Suncica Oberman Peterka	Croatian Banking Association Ministry of Entrepreneurship, SMEs and Crafts CEPOR – SMEs and Entrepreneurship Policy Center J.J. Strossmayer University in Osijek, Faculty of Economics	Puls d.o.o., Zagreb	singer@efos.hr
Cyprus	University of Cyprus - Centre for Entrepreneurship	Marios Dikaiakos Ariana Polyviou Menelaos A. Menelaou George Kassinis Nicos Nicolaou	Bank of Cyprus European Commission Ministry of Energy, Commerce, Tourism and Industry	CYMAR	mdd@cs.ucy.ac.cy
Ecuador	ESPAE Graduate School of Management - ESPOL	Virginia Lasio Rafael Coello Jack Zambrano Guido Caicedo Xavier Ordeñana Edgar Izquierdo	ESPAE	Survey Data	mlasio@espol.edu.ec
Egypt	The American University in Cairo - School of Business	Ayman Ismail Ahmed Tolba Shima Barakat Seham Ghalwash	USAID's Strengthening Entrepreneurship and Enterprise Development (SEED) Project The American University in Cairo - School of Business	Phi Knowledge	aymanism@aucegypt.edu
El Salvador	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Manuel Sanchez Masferrer Lucía Rengifo	Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)	Marketing Power SA	msanchez@esen.edu.sv
Estonia	Estonian Development Fund Chancellery of the Riigikogu	Annika Lentso Maria Alajõe	Estonian Development Fund Chancellery of the Riigikogu University of Tartu	Saar Poll	annika.lentso@arengufond.ee
Finland	Turku School of Economics, University of Turku	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen	Ministry of Employment and the Economy Turku School of Economics, University of Turku	IROResearch Oy	anne.kovalainen@utu.fi



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Jarna Heinonen Pekka Stenholm Sanna Suomalainen			
France	EMLYON Business School	Alain Fayolle Catherine Laffineur	EMLYON Business School	Institut Think	fayolle@em-lyon.com
Georgia	Caucasus School of Business at Caucasus University	Boris Lezhava Irena Melua Paata Brekashvili	GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)	ACT (Analysis and Consulting Team)	blezhava@cu.edu.ge
Germany	Institute of Economic and Cultural Geography, Leibniz Universität Hannover Institute for Employment	Rolf Sternberg Udo Brixy Johannes von Bloh	German Federal Employment Agency (BA)	Umfragezentrum Bonn	sternberg@wigeo.uni-hannover.de udo.brixy@iab.de
Greece	Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE)	Aggelos Tsakanikas Ioannis Giotopoulos Evaggelia Valavanoti Sofia Stavraki Katerina Xanthi	Aegean Airlines S.A.	Datapower SA	atsakanikas@iobe.gr
Guatemala	Universidad Francisco Marroquín	Mónica de Zelaya Carolina Uribe Susana García-Prendes Jershem David Casasola Andrés Marroquín	Francisco Marroquín University -UFM- Templeton Foundation	Khanti Consulting	zelaya@ufm.edu
Hong Kong	Hong Kong Baptist University Center for Entrepreneurship, The Chinese University of Hong Kong Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, The University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences	Marta Dowejko Michael Young Kevin Au Xufei Ma Rosanna Lo Jane Wen Francis Fung Simon Lam Jun Ren	Center for Entrepreneurship, The Chinese University of Hong Kong Hong Kong Baptist University Centre for Asian Entrepreneurship and Business Values, The University of Hong Kong Shenzhen Academy of Social Sciences Savantas Policy Institute	The Social Sciences Research Centre (HKUSSRC) at The University of Hong Kong	mdowejko@hkbu.edu.hk

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Jie Shi Mingzhong Liao Hongjuan Liu Zhaohui Li Yicai Yuan Xiaofeng Tang Liqing Yang Xiaoyuan Dong Weili Wang			
Hungary	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb	OTKA Research Foundation	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató	szerb@tkk.pte.hu
		Gábor Márkus	Regional Studies PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics		
		József Ulbert	Business Administration PhD Programme, University of Pécs Faculty of Business and Economics		
		Attila Varga	Management and Business Administration PhD Programme of the Corvinus University of Budapest		
		Zoltán J. Ács	Doctoral School of Regional and Economic Sciences, Széchenyi István University		
		Terjesen Siri	Global Entrepreneurship and Research Foundation		
		Saul Estrin			
		Éva Komlósi			
		Krisztina Horváth			
India	Entrepreneurship Development Institute of India (EDI), Ahmedabad	Sunil Shukla	Centre for Research in Entrepreneurship Education and Development (EDI)	IMRB International	sunilshukla@ediindia.org
		Pankaj Bharti			
		Amit Kumar Dwivedi			
		Shri Navniit Siingh Chatwal			
		MI Parray			
Indonesia	Parahyangan Catholic University (UNPAR) Bandung	Catharina Badra Nawangpalupi	Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) Indonesia	PT Idekami Riset Komunikasi Indonesia	katrin@unpar.ac.id
		Gandhi Pawitan	Higher Education Directorate General, Republic of Indonesia		cawangpalupi@gmail.com
		Agus Gunawan	Regional Planning Agency (BAPPEDA) - Kota Cimahi		
		Maria Widyarini			
		Triyana Iskandarsyah			
		Fiona Ekaristi Putri			
Iran	University of Tehran	Abbas Bazargan	Labour Social Security Institute (LSSI)	Faculty of Entrepreneurship	abazarga@ut.ac.ir



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Mohammad Reza Zali Nezameddin Faghieh Ali Akbar Moosavi-Movahedi Leyla Sarafraz Asadolah Kordnaeij Jahangir Yadollahi Farsi Mahmod Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Sepehri Ali Rezaean			mrzali@ut.ac.ir
Ireland	Fitzsimons Consulting	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland	IFF Research	paula@fitzsimons-consulting.com
	Dublin City University Business School	Colm O’Gorman	Department of Jobs, Enterprise and Innovation		
Israel	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Centre for Business Technology and Society, Ben Gurion University of the Negev	Brandman Insitute	ehudm@bgu.ac.il
Italy	University of Padua	Moreno Muffatto Francesco Ferrati Michael Sheriff Ali Raza Saadat Saaed	Università degli Studi di Padova	Doxa	moreno.muffatto@unipd.it
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Michelle Black Paul Golding, D.B.A. Orville Reid Krystal Ming Claudette William-Myers	International Development Research Centre (IDRC)	Market Research Services Ltd	michelle.black@utech.edu.jm
Jordan	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO)	Basheer Salaytah	Jordan Enterprise Development Corporation (JEDCO)	Center for Strategic Studies / University of Jordan	bashirsalayta@gmail.com
	Center for Strategic Studies / University of Jordan	Musa Shteivi Walid Al-Khatib Ayman Al Khatib Douglas Aitkenhead Zain Majali	European Investment Bank		



National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Kazakhstan	Nazarbayev University Graduate School of Business	Dmitry Khanin	Nazarbayev University Graduate School of Business  JSC Economic Research Institute	JSC Economic Research Institute	Dmitry.Khanin@nu.edu.kz
		Patrick Duparcq			
		Assel Uvaliyeva			
		Venkat Subramanian			
		Ralitza Nikolaeva			
		Jozef Konings			
		Nurlan Kulbatyrov			
		Shynggys Turez			
		Aizhan Tulepbekova			
		Aiman Yedigeyeva			
		Leila Yergozha			
Bakyt Ospanova					
Dinara Akynbekova					
Latvia	Stockholm School of Economics in Riga	Marija Krumina	TeliaSonera AB	SKDS	marija@biceps.org
		Anders Paalzow			
		Alf Vanags			
Lebanon	UK Lebanon Tech Hub	Elie Akhrass	Central Bank of Lebanon (Banque du Liban)	Information International	elie.akhrass@uklebhub.com
		Farah Jaroudi			
		Mario Ramadan			
		Marta Solorzano			
		Colm Reilly			
		Nadim Zaazaa			
		Stephen Hill			
Luxembourg	STATEC - National Statistical Office	Cesare Riillo	Chambre de Commerce Luxembourg	TNS ILRES	cesare.riillo@statec.etat.lu
		Leila Ben-Aoun	Ministère de l'Économie et du Commerce Extérieur		
		Peter Hock	STATEC - National Statistical Office		
		Chiara Peroni			
		Francesco Sarracino			
		Bruno Rodrigues			
Macedonia	Macedonian Enterprise Development Foundation	Radmil Polenakovic	Macedonian Enterprise Development Foundation	MProspekt	radmil.polenakovic@mf.edu.mk
	University "Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre	Dimitar Smiljanovski			
		Gorjan Anastasov			
		Tetjana Lazarevska			
		Saso Klekovski			
Lazar Nedanoski					
Malaysia	Universiti Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier	Universiti Tun Abdul Razak	Rehanstat	roland@unirazak.edu.my



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Leilanie binti Mohd Nor Mohar bin Yusof Samsinar Md. Sidin			
Mexico	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Daniel Moska Arreola José Manuel Aguirre Elvira E. Naranjo Marcia Campos Natzin López Carlos Torres Lucía Alejandra Rodríguez Luis Alfredo Hernández Rafaela Bueckmann Lizbeth A. González Zahira A. de la Fuente	Tecnológico de Monterrey Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey Tecnológico de Monterrey Campus León Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro Tecnológico de Monterrey Campus Puebla Tecnológico de Monterrey Campus Zacatecas	Alduncin y Asociados	jmaguirre@itesm.mx
Morocco	Université Hassan II - Casablanca	Khalid El Ouazzani Abdellatif Komat Salah Koubaa Riad Mekouar Hind Malainine Fatima Boutaleb Sara Yassine Ahmed Benmejdoub Kabbaj Meryem Asmaa Dahalla	International Development Research Centre (IDRC)	ClaireVision	elouazzanik@gmail.com
Netherlands	Panteia / EIM	Jacqueline Snijders André van Stel Roy Thurik Amber van der Graaf Paul van der Zeijden Jan de Kok Ton Geerts	The Ministry of Economic Affairs of the Netherlands	Panteia	j.snijders@panteia.nl
Panama	City of Knowledge's Innovation Center IESA Management School (Panama Campus)	Manuel Lorenzo Andrés León Federico Fernández Dupouy	City of Knowledge Foundation	IPSOS	mlorenzo@cd-spanama.org

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Peru	Universidad ESAN	Jaime Serida	Universidad ESAN's Center for Entrepreneurship	Imasen	jserida@esan.edu.pe
		Keiko Nakamatsu	Imasen		
		Oswaldo Morales			
		Armando Borda			
Poland	Polish Agency for Enterprise Development University of Economics in Katowice	Anna Tarnawa	Polish Agency for Enterprise Development	IQS	anna_tarnawa@parp.gov.pl
		Dorota Weclawska	University of Economics in Katowice		
		Paulina Zadura-Lichota			
		Mariusz Bratnicki			
		Katarzyna Bratnicka			
		Przemyslaw Zbierowski			
Portugal	Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Augusto Medina	ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa	GfKMetris	douglsthompson@spi.pt
		Douglas Thompson			
		Francisco Rocha			
		Luís Antero Reto			
		António Caetano			
		Nelson Ramalho			
Puerto Rico	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Marines Aponte	University of Puerto Rico School of Business, Rio Piedras Campus	Gaither International	marines.aponte@upr.edu
		Marta Alvarez	Echar Pa'lante, Banco Popular de Puerto Rico		
		Manuel Lobato	Instituto de Estadísticas de Puerto Rico		
Qatar	Qatar Development Bank	Hamad Al Kubaisi	Qatar Development Bank	Intelligence Qatar	halkubaisi@qdb.qa
		Tracey Kohinga			
		Ghadi Ahmed			
		Stefanie Zammit			
		Farha Alkuwari			
		Ahmed Badawy			
		Ahmad Hawi			
		Dalal Al Shammari			
		Muneera Al-Dosari			
		Ibrahim Al-Mannai			
		Sultan Alkuwari			
		Nitham Hindi			
		Saoud Al-Mannai			
Russia	Graduate School of Management SPbSU	Verkhovskaya Olga	Charitable Foundation for Graduate School of Management Development	Levada-Center	verkhovskaya@gsom.pu.ru
		Maria Dzhelepova			



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		Byungheon Lee Choonwoo Lee Sunghyun Cho MoonSun Kim Miae Kim			
<b>Spain</b>	UCEIF Foundation-CISE	Ana Fernandez Laviada	Santander Bank	Instituto Opinómetro S.L.	ana.fernandez@unican.es
	GEM Spain Network	Federico Gutiérrez Solana Iñaki Peña	GEM Spain Network Fundación Rafael Del Pino		
<i>Regional Teams</i>	<i>Institution</i>	<i>Director</i>			
<i>Andalucía</i>	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro			
<i>Aragón</i>	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata			
<i>Canarias</i>	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino			
<i>Cantabria</i>	Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada			
<i>Castilla y León</i>	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín			
<i>Castilla La Mancha</i>	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno			
<i>Cataluña</i>	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Carlos Guallarte			
<i>Ceuta</i>	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza			
<i>Comunidad Valenciana</i>	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras Ignacio Mira Solves			
<i>Extremadura</i>	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero			
<i>Galicia</i>	Universidade de Santiago de Compostela	Loreto Fernández Fernández			
<i>La Rioja</i>	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas	Luis Ruano Marron			
<i>Madrid</i>	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE), Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López			
<i>Melilla</i>	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes			
<i>Murcia</i>	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Alicia Rubio			
<i>Navarra</i>	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart			
<i>País Vasco</i>	Deusto Business School Universidad del País Vasco	Maribel Guerrero María Saiz			

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
Sweden	Swedish Entrepreneurship Forum	Pontus Braunerhjelm	Confederation of Swedish Enterprise and Vinnova	Ipsos	pontus.braunerhjelm@entreprenorskapsforum.se
		Ylva Skoogberg			
		Per Thulin Carin Holmquist			
Switzerland	School of Management Fribourg (HEG-FR)	Rico Baldegger	School of Management Fribourg (HEG-FR)	gfs.bern	rico.baldegger@hefr.ch
		Raphaël Gaudart			
		Benoît Morel			
		Pascal Wild	University of Applied Sciences and Arts		
		Siegfried Alberton			
		Andrea Huber			
Fredrik Hacklin	Swiss Federal Institute of Technology Zurich (ETH)				
Onur Saglam					
Taiwan	Taiwan Academy of Banking and Finance	Yang-Cheng Lu	Small and Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs of Taiwan	NCCU Survey Center	yclutabf@gmail.com
		Sheng Pen Peng			
		Yi-Wen Chen			
		Ru-Mei Hsieh			
		Don Jyh-Fu Jeng			
		Chen Li Hua			
		Shih-Feng Chou			
An-Yu Shih					
Thailand	Bangkok University - School of Entrepreneurship and Management (BUSEM)	Ulrike Guelich	Bangkok University	TNS Research International Thailand	ulrike.guelich@gmail.com
Turkey	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Esra Karadeniz	Small and Medium Enterprises Development Organization (KOSGEB)	Method Research Company	ekaradeniz@yeditepe.edu.tr
		Yeditepe University			
	Özlem Kunday	Turkish Economy Bank (TEB)			
	Thomas Schøtt Maryam Cheraghi Pelın Yüce				
United Arab Emirates	United Arab Emirates University	Ghaleb Alhadrami	United Arab Emirates University	Top Level MENA	nihel.chabrak@uae.ac.ae
	UAEU Science and Innovation Park	Shawqi Kharbash			
		Nihel Chabrak			
		Mohammed Madi Ahmed			
		Naema Matar Mohamed Alshamsi Chafik Bouhaddioui			



## ПРИЛОЖЕНИЕ 4 НАЦИОНАЛНИ ЕКИПИ НА GEM 2016 И СПОНСОРИ

National Team	Institution	National Team Members	Funders	APS Vendor	Contact
		So Jin Yoo Llewellyn Thomas Elif Bascavusoglu- Moreau Constance Van Horne Yehya Al Marzouqui Sofia Korayim Willow Williamson Scott Gillespie Maria Pearson Kia Davis Dhuha Fadhel Eman Refaat			
United Kingdom	Aston University and Enterprise Research Centre	Mark Hart Wendy Ferris Karen Bonner Jonathan Levie Tomasz Mickiewicz Michael Anyadike- Danes Ute Stephan Isabella Moore Laura Heery	Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS) Welsh Government British Business Bank Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Invest Northern Ireland Belfast City Council	BMG Ltd	mark.hart@aston.ac.uk
United States	Babson College	Donna Kelley Marcia Cole Abdul Ali Candida Brush Andrew Corbett Philip Kim Medhi Maj Caroline Daniels	Babson College Baruch College	Elemental	dkelley@babson.edu
Uruguay	IEEM Business School, University of Montevideo	Leonardo Veiga Agustina Bartesaghi	University of Montevideo Deloitte Uruguay	Equipos Mori	lveiga@um.edu.uy





Global  
Entrepreneurship  
Monitor  
Bulgaria



**SUPER  
HOSTING  
.BG**

