

# СЪДЪРЖАНИЕ

<b>Въвеждане в проблематиката /7</b>	
<b>Увод / 7</b>	
<b>Обзор на литературата / 17</b>	
<b>Глава 1. Методологически ориентири на изследването / 61</b>	
<b>1.1. Основни методологически координати / 61</b>	
1.1.1. Предприемаческият успех / 61	
1.1.2. „Диалогът“ (социалното вграждане на предприемачите) / 71	
1.1.3. Предприемачески ценности / 82	
1.1.4. Базов модел на предприемаческия процес / 91	
<b>1.2. Допускания. Ограничения на изследването / 98</b>	
<b>1.3. Портрет на съвкупния предприемач / 113</b>	
1.3.1. Социално-демографски профил / 113	
1.3.2. Основни характеристики на предприемаческата фирма / 145	
<b>1.4. Базови социални идентификации / 149</b>	
1.4.1. Отношение към богатството / 149	
1.4.2. Възгледи за социалната справедливост / 160	
1.4.3. Избор на професионални роли / 174	
<b>Глава 2. Трудът на предприемача. „Дилемата труд“ / 183</b>	
<b>2.1. Трудът на предприемача / 183</b>	
2.1.1. Трудът във всекидневните представи и като теоретично понятие / 183	
2.1.2. Основни измерения на предприемаческия труд / 197	
<b>2.2. „Дилемата труд“ / 223</b>	
2.2.1. Трудът като безусловна и условна ценност / 223	
2.2.2. Обусловеност на предприемаческия избор в „дилемата труд“ / 236	
<b>Глава 3. Ценностен профил на предприемача / 286</b>	
<b>3.1. Ценностни характеристики на предприемаческия труд</b> (значимост за предприемачите на система от трудови цели) / 286	
3.1.1. Йерархичен ценностен модел. Поелементна характеристика / 289	
3.1.2. Вътрешни зависимости между работните цели. Ценностни ядра / 302	
<b>3.2. Сравнение между предприемачи и непредприемачи / 338</b>	
3.2.1. Йерархичен ценностен модел при предприемачи и непредприемачи – сравнение / 339	
3.2.2. Ценностни ядра при предприемачи и непредприемачи – сравнение / 359	
3.2.3. Сравнение въз основа на индекса на индивидуализма (по методиката на Х. Хофстеде) / 381	

<b>Глава 4. Ценностни детерминанти на предприемаческия успех / 388</b>
<b>4.1. Индикатори за успех: материален статус, мащаб на бизнеса, печалба / 388</b>
<b>4.2. Влияние на трудови ценности върху предприемаческия успех / 390</b>
<b>4.3. Влияние на трудови ценности върху ключови фактори на предприемаческия успех / 397</b>
4.3.1. Влияние върху избора на предприемачески роли и мотивите за предприемаческа дейност / 397
4.3.2. Влияние върху иновационното поведение / 403
4.3.3. Влияние върху локализацията на контрола / 414
4.3.4. Трудови ценности – собственост / 417
4.3.5. Трудови ценности – ключови характеристики на предприятието / 422
4.3.6. Трудови ценности – предприемачески стратегии / 433
<b>4.4. Успелият в неуспелия предприемач – обобщение / 439</b>
4.4.1. Социално-демографски характеристики на предприемачите и предприемаческият успех / 439
4.4.2. Характеристики на предприемаческото предприятие – предприемачески успех / 443
4.4.3. Собственост – предприемачески успех / 446
4.4.4. Фактори на макросредата – предприемачески успех / 450
4.4.5. Основни социални идентификации / 450
4.4.6. Отношение към труда – предприемачески успех / 454
4.4.7. Личностни характеристики и поведение – предприемачески успех / 455
4.4.8. Стратегии за развитие на бизнеса / 457
<b>Резюме / 458</b>
Информационни източници / 472
Приложения / 487
Предметно-тематичен показалец / 548

Сравнение на трудови ценности при предприемачи и непредприемачи  
(критерий *много важно*)

Трудови ценности, които имат по-голямо значение за предприемачите			Трудови ценности, които имат по-голямо значение за непредприемачите		
Сравнение по критерия <i>много важно</i> – разлика (в %)					
1	Сигурност	+24	4	Обучение	+15
	Самостоятелност	+24		Сътрудничество	+14
2	Физически условия	+14	5	Предизвикателства	+8
	Умения	+13			
3	Желано място	+8			
	Развитие	+8			
	Високи доходи	+7			

Сравнение на трудови ценности при предприемачи и непредприемачи  
(критерий *много важно + важно*)

Трудови ценности, които имат по-голямо значение за предприемачите		Трудови ценности, които имат по-голямо значение за непредприемачите	
Сравнение по критерия <i>много важно + важно</i> – разлика (в %)			
Самостоятелност	+17	Обучение	+19
Сигурност	+14	Предизвикателства	+8
Физически условия	+9		

Като цяло предприемачите по-често от непредприемачите приписват на работните цели най-високата степен на значимост. Този факт може да се интерпретира като доказателство за по-силната въвлеченост на предприемачите в работния процес. Установените ценностни различия могат да се интерпретират като аргументи в полза на моделите, чрез които се очертават различията между предприемачи и непредприемачи.

Сравняването на йерархичните ценностни модели при предприемачи и непредприемачи показва, че за двете групи е налице общ, еднакво структуриран ценностен модел. Той се задава от ценностите умения, високи доходи, признание, развитие, свободно време. И при двете изследвани общности (независимо от критерия за сравнение – *много важно; много важно + важно; средни стойности на променливите*) ценностите умения и високи доходи неизменно попадат в най-високия етаж на ценностната пирамида (1.–4. място); ценността признание неизменно попада в средния етаж на пирамидата (5.–8. място); ценностите развитие и свободно време неизменно попадат в най-ниския етаж на ценностната пирамида (9.–13. място).

Очертаването на общ за двете съвкупности йерархичен ценностен модел дава възможност по-добре да се открият ценностните различия между предприемачите и непредприемачите. При сравняване по критерия *много важно* най-съществени различия в йерархията на ценностите се наблюдават при работните цели *обучение* (12/4 – разликата е 8 позиции), *сътрудничество* (8/1 – 7 позиции), *физически условия* (12/5 – 7 позиции), *предизвикателства* (11/5 – 6 позиции), *самостоятелност* (9/3 – 6 позиции), *сигурност* (7/2 – 5 позиции). Най-малки са различията в йерархичните позиции на ценността *свободно време* (13/13), *признание* (7/6), *високи доходи* (4/3), *умения* (2/1). С разширяване на критерия за сравнение (*много важно + важно*) различията в йерархията на ценностите намаляват.

Групирането на работните цели при предприемачи и непредприемачи се потвърждава и чрез извършения факторен анализ. При факторния анализ трудовите цели при непредприемачите се групират в два компонента; факторният анализ групира целите при предприемачите в три компонента, като в отделна група се обособяват ценностите *самостоятелност* и *сигурност*. Налице е основание да се твърди, че ценностите *самостоятелност* и *сигурност* при предприемачите играят съществена, относително обособена роля – нещо, което не е налице при непредприемачите.

При последователно сравняване на четири, шест и осем водещи ценности при предприемачи и непредприемачи се установява, че при първия и втория случай общи са две ценности – *умения* и *доходи*, а при третия случай – пет ценности: *умения*, *доходи*, *сътрудничество*, *признание*, *сигурност*. *Ценностният диалог* между предприемачи и непредприемачи изглежда с най-малко шансове за успех на равнище шест водещи ценности и най-продуктивен на равнище осем водещи ценности.

При изследването на ценностните ядра при предприемачи и непредприемачи (3. 2. 2. Ценностни ядра при предприемачи и непредприемачи – сравнение) се установи, че (като цяло) връзките между трудовите цели при предприемачите са (значително) по-силни от тези при непредприемачите. Високата степен на интегрираност на трудовите цели при предприемачите може да се интерпретира като аргумент в полза на твърдението, че при предприемачите е налице по-силно изразена систематичност в отношението към трудовата ситуация и е налице по-ясно изразена проектна ориентация на предприемаческия труд. Сравняването на аналогичните ценностни ядра (по двойки) също е източник на аргументи в подкрепа на тезата, че характерни отлики на предприемаческия труд са: сходство с управленската дейност, проектна ориентация, вземане на решения в условия на несигурност. *Предприемаческият труд* е също така процес на учене и комуникационен процес.

При последователното сравняване на ценностните ядра (на равнище един, два, три, четири, пет и шест елемента) като за всяко равнище се ин-

тересуваме колко работни цели съвпадат и колко се различават, и като сумираме резултатите, логиката на това сумиране диференцира ценностните ядра в три групи: а) работните цели *развитие, свободно време, високи доходи и желано място* в най-висока степен осигуряват *общото* в контекста на двата типа ценностни ядра; б) работните цели *физически условия, самостоятелност, сигурност и социално осигуряване* в най-висока степен подчертават *различията* в структурата на ценностите между предприемачите и не предприемачите; в) работните цели *предизвикателства, сътрудничество, обучение, признание, умения* заемат междинно място – в зависимост от контекста чрез тях могат да се покажат както различия, така и общи характеристики на двата изследвани контекста.

Йерархичният клъстърен анализ на трудовите ценности при предприемачи и не предприемачи показва, че логиката на изграждане на системата от ценности при предприемачите е съществено различна от тази при не предприемачите. Като изключим ценностите *желано място* и *свободно време*, които не са свързани пряко с други трудови ценности и при предприемачите, и при не предприемачите, всяка от останалите единадесет трудови ценности има различен начин на пряко свързване при двете групи. Това подчертава различния смисъл и контекст на трудовите цели при предприемачите и не предприемачите.

Сравнението между двете групи въз основа на индекса на индивидуализъм (изчислен по методиката на Х. Хофстеде), потвърди предположението, че този индекс е по-висок при предприемачите ( $I_{\text{инд}}$  при предприемачите е 56, а при не предприемачите – 51). Заслужава внимание фактът, че индивидуалистичната ценност *предизвикателства* е по-силна при не предприемачите, а индивидуалистичната ценност *самостоятелност* – подчертано по-силна при предприемачите. От колективистичните ценности само една е по-силна при не предприемачите (*обучение*); две от тези ценности – *физически условия* и *умения* са по-силни при предприемачите. Крайният индивидуалистичен баланс в полза на предприемачите се дължи на силния стремеж на предприемачите към самостоятелност и категоричното им нежелание да учат. Като се изхожда от предпоставката, че материалното благосъстояние на предприемачите нараства по-бързо в сравнение с това на не предприемачите, регистрираният резултат дава основание да се направи прогнозата, че в бъдеще отстоянието между предприемачи и не предприемачи по отношение на индекса на индивидуализъм ще нараства<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Налице е добре очертана права зависимост между материалното благосъстояние и равнището на индивидуализъм – доброто материално благосъстояние стимулира индивидуалистичните нагласи (поведението, мотивирано от индивидуалистични нагласи – като правило – е по-производително и осигурява по-високо материално благосъстояние).

**Ценностни детерминати на предприемаческия успех.** Между използваните в изследването индикатори за успех – материален статус, мащаб на бизнеса и удовлетвореност от печалбата е налице добра съгласуваност – високите стойности на субективно усещане за успех добре се съгласуват с обективните показатели за предприемачески успех. Това дава основание да се приеме, че тези индикатори са с висока надеждност. Въз основа на съпоставянето на трудовите ценности, които в най-висока степен могат да се интерпретират като фактори на предприемаческия успех, може да се обоснове твърдението, че най-голям пряк принос за предприемаческия успех имат ценностите *обучение, развитие, предизвикателства, сътрудничество, физически условия и социално осигуряване.*

В рамките на тази глава е показана ценностната обусловеност на различни фактори на предприемаческия успех – избора на предприемаческа роля и мотиви за предприемаческа дейност, иновационното поведение на предприемачите, локализацията на контрола. Изявени са съществени зависимости между трудовите ценности и собствеността върху основни средства за производство, ключови характеристики на предприятието, предприемаческите стратегии за бъдещето на бизнеса.

В „Успелият в неуспелия предприемач“ (4. 4. Успелият в неуспелия предприемач – кратко обобщение) е изграден синтетичен образ на предприемаческия успех. Успелият (успяващият) предприемач е представен във фиг. 245.<sup>8</sup>

**Фигура 245**

Обобщен образ на успелия (успяващия) предприемач

Социално-демографски характеристики	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Е по-скоро възрастен; по-често мъж; с високо (добро) образование; в предприемачеството „идва“ от средите на служителите и/или безработните; най-често живее във Варна или Бургас (най-рядко – на село)</li> </ul>
Предприемаческото предприятие	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Най-често работи в съдружие (четирима и повече съдружници); фирмата е регистрирана като акционерно дружество (АД) и има история над 10 години; работи по-често от другите с наети външни хора</li> </ul>
Собственост	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Най-често при стартиране на бизнеса е имал собствени машини, съоръжения и специални инструменти;</li> <li>• В момента разполага със собствени средства за производство (машини и съоръжения, специални инструменти, производствени помещения, складове, магазини)</li> </ul>

<sup>8</sup> Вж. 4.4.1. Социално-демографски характеристики на предприемачите и предприемаческият успех.

Фактори на макросредата	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Се развива в по-благоприятна обществена и институционална среда – дава по-високи оценки за общото състояние на частния бизнес, за нормативната база и взаимоотношенията си с местните органи на държавната власт; декларира по-силна обществена подкрепа и подкрепа от близкото обкръжение</li> </ul>
Основни социални идентификации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Декларира по-силно убеждението, че човек може да забогатее със собствени сили</li> <li>• Се ангажира по-слабо с подкрепата на определен модел на социална справедливост – както диференциращ, така и уравниловъчен</li> <li>• По-малко разчита държавата да се грижи за всеки</li> </ul>
Отношение към труда	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрира по-силна идентификация с труда като безусловна ценност</li> <li>• Върху предприемаческия успех най-силно влияят следните конкретни работни цели (трудови ценности): обучение, развитие, предизвикателства, сътрудничество, физически условия, социално осигуряване</li> </ul>
Водещи мотиви	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мотивите печалба, личностна реализация, завоюване на бизнес територия са по-силни (в сравнение с неуспелия предприемач)</li> </ul>
Подготовка за бизнеса. Предприемачески умения и компетентности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Притежава по-добра подготовка за бизнеса, по-силно развити предприемачески умения и компетентности</li> </ul>
Иновационно поведение	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрира по-категорично иновационно поведение и готовност да се поемат бизнес рискове</li> </ul>
Локализация на контрола	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрира по-силна външна локализация на контрола</li> </ul>
Стратегии за развитие на бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> <li>• По-често се ориентира към стратегии за растеж и развитие; по-рядко избира консервативна стратегия</li> </ul>

**(Възможни) изследователски продължения.** Така очертаният предприемачески модел на успеха е относително цялостен и консистентен. По-голямата част от характеристиките на успелия предприемач са очаквани и се вписват по непротиворечив начин в общата логика на модела. Същевременно са налице резултати, които изискват по-задълбочено вглеждане и обяснение (например отношението към социалната справедливост, локализацията на контрола) и – заедно с това – системна критика на изследователския инструментариум.

Като имаме предвид получените резултати и работоспособността на

използвания инструментариум, като важна изследователска задача може да се обоснове критиката на инструментариума и неговото усъвършенстване. Това се налага поради следните причини: А) състоянието на изследваното явление (тук българското предприемачество) се променя и изследователският инструментариум трябва да бъде адекватен на променената ситуация; Б) промяната на обществените условия задава нов контекст на обществения и изследователския интерес – заинтересованите групи очакват от изследванията на предприемачеството актуално и работещо за тях знание; тук императивът на промяната е свързан с разбирането на актуалните нужди на потребителите на това знание. В) променят се изследователските условия и начинът на мислене на самите изследователи.

Същевременно са налице важни ограничители на промяната, свързани преди всичко с дългия хоризонт на изследователския проект. Амбицията на наблюдението върху предприемачеството да се възпроизвежда на всеки 6–7 години, поставя въпроса за сравнимостта и съпоставимостта на данните от различните времеви периоди. Без да навлизаме в самоцелни подробности, тук маркираме въпроси, които си струва да бъдат обект на самостоятелно внимание с оглед на по-нататъшното развитие на проекта.

Обикновено, когато говорим за култури – национални, организационни, трудови и др., обособяваме различни „пластове“ („слоеве“) на културата.<sup>9</sup> В обсъждания текст се прави опит предприемаческата култура да се изследва на равнището на ценностите – „вътрешната“, интимната страна на културата. Повечето изследователи на ценности, обаче, отбелязват трудностите при опит ценностите да се изследват пряко. И от теоретична, и от методологическа (и методическа) гледна точка възниква въпросът дали не следва да се направи завой към проективни техники – чрез изследване на по-лесно и непосредствено наблюдаеми „аналози“ на ценностите, да съдим за самите ценности. Въпросът е открит.

Такъв е въпросът за предприемаческите субкултури и тяхното влияние върху диалога предприемач – общество. Операционализирането на диалога предприемач – общество и изследването му в контекста на различните предприемачески субкултури би дало нов поглед върху интимните механизми, чрез които предприемачите избират и обосновават своята „стратегия на вграждане“ и поведението си в рамките на диалога<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Вж. например модела на Х. Хофстеде („лукче“) – (Хофстеде, 2001, с. 11).

<sup>10</sup> Самостоятелното изследване на предприемаческите субкултури би било полезно в множество практически аспекти. Така например, предвид съществените (в някои случаи – драстични) различия в ценностните нагласи на предприемачите от различните типове населени места (и като познаваме ценностната обусловеност на предприемаческия успех), самостоятелен научен и практически интерес представлява създаването на „предприемаческа карта“ на България. Тя би предоставила надеждни ориентири за вземане на решения

Проблемен и интересен е въпросът за работоспособността на дилемите (формулирани чрез двойки противоположни твърдения) като начин за разпознаване на отношението на предприемачите към ключови явления – труда, богатството, социалната справедливост, държавата, иновативното поведение и др. Проблемът е в това, че от формалнологическа гледна точка тези алтернативи са логически изключващи се. Резултатът, обаче, е различен – те не функционират като взаимно изключващи се алтернативи. Остава актуален въпросът да се покаже в каква степен резултатът е породен от характеристиките на изследваното явление и в каква степен той е предпоставен от особености на модела и инструментариума.

Предвид указанието на Б. Бъргър, че определен тип културен подход към предприемачеството дава възможност да се „... разкрие как икономическият растеж се развива в посока „от долу на горе“, а не „от горе на долу.“ (Бъргър, 1994, с. 28), самостоятелен обект на внимание може да бъде институционализирането на социалните елементи, които се създават „стъпка по стъпка“ при реализацията на предприемаческия процес. Те създават една нова културна реалност, която е съществена за стабилизирането и промяната на социалните структури.<sup>11</sup>

Заслужават внимание част от идеите, възникнали в хода на обсъждане на настоящия текст. Така например, А. Николов постави въпроса за периодизацията в развитието на предприемаческата култура при изследване на съвременното българско предприемачество. Можем ли въз основа на изследване на динамиката в ценностните нагласи на предприемачите, *вече* да обособим етапи (фази) в развитието на тази култура? Имаме ли основание да наричаме изследваната култура предприемаческа или – като я сравняваме със зрели образци на предприемаческа култура – по-скоро трябва да я квалифицираме като *до-* или *пред-*предприемаческа?<sup>12</sup>

При насочване на вниманието към различни страни на предприемаческия процес и в зависимост от познавателните възможности на определен категориален апарат, познавателният резултат се отличава с различна достоверност, адекватност, евристичност и пр. Във връзка с това може ли да се твърди, че при изследване на предприемаческия процес това, което не

---

за потенциалните инвеститори, новосъздаващите се предприятия, централната и местната власт и др.

<sup>11</sup> Във връзка с това вж. интерпретациите, свързани с модернизацията в (Ракаджийска, 2007).

<sup>12</sup> Да си припомним, че част от изследователите на съвременното българско предприемачество твърдят, че за „самосъздаващия“ се, „автентичен“, „иновативен“ съвременен български предприемач са характерни същите ценности, както за класическия предприемач (М. Вебер) – вж. (Манолов, 1995, 2000, 2002, 2006), (Чалъков, 2004, 2008) и др.

може да бъде регистрирано чрез собствено икономически инструментариум, е достъпно на равнището на изследване на ценностните нагласи на предприемачите?<sup>13</sup> По какъв начин изграденият ценностен профил на съвременния български предприемач може да се трансформира в полезно за икономическите анализи на предприемачеството познание?

---

<sup>13</sup> Тук се позовавам на забележката на А. Николов, че на равнището на ценностите могат да бъдат уловени такива интимни страни на предприемаческия процес, които са недостъпни на равнището на икономическата статистика, вкл. поради това, че последната е „в светлината на прожекторите“ и върху статистическите публикации влияят множество разнопосочни интереси.