

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ОТНОШЕНИЕТО КЪМ ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО И НАГЛАСАТА ЗА СТАРТИРАНЕ НА СОБСТВЕН БИЗНЕС НА СТУДЕНТИТЕ ОТ СА „Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ, УНСС – СОФИЯ И ИУ – ВАРНА¹

Доц. д-р Искра Пантелеева
Проф. д-р Любчо Варамезов
Доц. д-р Сергей Найденов
Доц. д-р Йордан Иванов
Гл. ас. д-р Емил Николов
Гл. ас. д-р Явор Станев
Гл. ас. д-р Ивайло Иванов
Гл. ас. д-р Петя Биолчева
Гл. ас. д-р Стефан Калпачев
Ас. д-р Ивайло Костов
Докторант Борислав Боев
Докторант Айтен Сабри
Докторант Кармен Вранчев
Докторант Боян Вранчев
Студент Деница Николова

Резюме

Целта на студията е, въз основа на резултати от емпирично проучване да се установят съвременните измерения на предприемаческото поведение на студентите, обучаващи се в СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС –

¹ Авторският принос е, както следва: доц. д-р И. Пантелеева – Увод съвместно с проф. д-р Л. Варамезов; ч. II (мнение), ч. II (позитиви), ч. IV (обобщения и изводи, възможности); проф. д-р Л. Варамезов – Увод съвместно с доц. д-р И. Пантелеева; ч. III (вродени дарчи, качества, подготвеност); заключение; доц. д-р С. Найденов – ч. III (отрасъл, правна форма, регистрация на фирма); доц. д-р Й. Иванов – ч. IV (процедури, регистрация, предприемачески план); гл. ас. д-р Е. Николов – ч. I (профил респонденти), ч. IV (пречки); гл. ас. д-р Я. Станев – ч. I (методика) и ч. II (мотиви, причини, влияние, среда); гл. ас. д-р П. Биолчева – ч. III (знания и умения); гл. ас. д-р И. Иванов – ч. IV (регистрация фирма, Център за обучение); гл. ас. д-р С. Калпачев – ч. IV (финансиране, институции); ас. д-р И. Костов – ч. II (семејство, партньорство, стартиране в съдружие), ч. III (влияние върху желание предприем. кариера, влияние решение стартиране на бизнес); докт. Б. Боев – ч. III (рестартиране на същия бизнес); докт. К. Вранчев – ч. IV (дисциплини); докт. Б. Вранчев – ч. III (рестартиране на бизнес); докт. А. Сабри – ч. IV (значение вид образование); студ. Д. Николова – ч. III (начин на реализиране на бизнеса).

София и ИУ – Варна, на чиято основа да се идентифицират пречките и възможностите за стимулиране на предприемаческото поведение на младите хора в България. За реализиране на посочената цел са формулирани няколко **задачи**: *Първо*. Проучване мнението на студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна. *Второ*. Установяване основните параметри на предприемаческите намерения и поведение на студентите от трите висши училища. *Трето*. Идентифициране на пречките и възможностите за повишаване на предприемаческата активност на младите хора. Основната *научноизследователска теза*, която се защитава, е, чрез идентифициране параметрите на предприемаческите намерения и поведение на студентите, както и на техните образователно-квалификационни характеристики, се съдейства за повишаване на съответствието между налично и необходимо предприемаческо познание и се създават възможности за формиране на образователна среда, насочена към стимулиране на предприемаческата активност на младите хора. Въз основа на изследването са постигнати следните основни **резултати**: проучено е мнението на респондентите, установени са параметрите на предприемаческите намерения и поведение на студентите, идентифицирани са пречките и възможностите за повишаване на предприемаческата активност на студентите.

Ключови думи: бизнес, предприемачество, предприемачески нагласи, предприемаческо поведение, знания и умения, компетентности, студенти.

JEL: A22, A23, L26.

**RESEARCH OF THE ATTITUDE TOWARDS
ENTREPRENEURSHIP AND THE ATTITUDE
TO START OWN BUSINESS OF THE STUDENTS
FROM D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS
(SVISHTOV), UNWE (SOFIA) AND UE (VARNA)**

Assoc. Prof. Iskra Panteleeva, PhD
Prof. Lyubcho Varamezov, PhD
Assoc. Prof. Sergey Naydenov, PhD
Assoc. Prof. Yordan Ivanov, PhD
Head Assist. Prof. Emil Nikolov, PhD
Head Assist. Prof. Yavor Stanev, Ph.D
Head Assist. Prof. Ivaylo Ivanov, PhD
Head Assist. Prof. Petya Biolcheva, PhD
Head Assist. Prof. Stefan Kalpachev, PhD
Assist. Prof. Ivaylo Kostov, PhD
PhD Student Borislav Boev
PhD Student Ayten Sabri
PhD Student Karmen Vrancev
PhD Student Boyan Vranchev
Student Denica Nikolova

Abstract

The aim of the study is based on the results of an empirical study to establish the contemporary dimensions of entrepreneurial behaviour of students studying at Tsenov Academy of Economics (Svishtov), UNWE (Sofia) and UE (Varna), on the basis of which to identify obstacles and opportunities to stimulate entrepreneurial behaviour of young people in Bulgaria. To achieve this goal, several **tasks** are formulated: *First*. Survey of the opinion of the students from Tsenov Academy of Economics (Svishtov), UNWE (Sofia) and UE (Varna). *Second*. Establishing the main parameters of entrepreneurial intentions and behaviour of students from the three universities. *Third*. Identification of obstacles and opportunities for increasing the entrepreneurial activity of young people. The main **research thesis**, which is defended, is by identifying the parameters of entrepreneurial intentions and behaviour of students, as well as their educational and qualification characteristics, to assist in increasing the correspondence between available and necessary entrepreneurial knowledge and to create opportunities for the formation of an educational environment aimed at stimulating the entrepreneurial activity of young people. Based on the research, the following main **results** have been achieved: the opinion of the respondents has been studied, the parameters of the entrepreneurial intentions and behaviour of the students

have been established, the obstacles and opportunities for increasing the entrepreneurial activity of the students have been identified.

Keywords: business; entrepreneurship, entrepreneurial attitudes, entrepreneurial behaviour, knowledge and skills, competencies; students.

JEL: A22, A23, L26.

Увод

Студията е посветена на актуален проблем, широко дискутиран в научните и бизнес средите – заетостта на младите хора, насърчаване на предприемачеството, успоредно с придобиването на икономически познания в рамките на образователната система, създаването на благоприятната бизнес среда и доброто управление на бизнеса едновременно с получаването на по-висок образователен ценз.

Обект на изследване са студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна в ОКС „бакалавър” и ОКС „магистър”, а *предмет* – предприемаческото им поведение.

Целта на студията е, въз основа на резултати от емпирично проучване да се установят съвременните измерения на предприемаческото поведение на студентите, обучаващи се в СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна, на чиято основа да се идентифицират пречките и възможностите за стимулиране на предприемаческото поведение на младите хора в България.

За реализиране на целта са формулирани няколко *задачи*: *Първо*. Проучване мнението на студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна. *Второ*. Установяване основните параметри на предприемаческите намерения и поведение на студентите от трите висши училища. *Трето*. Идентифициране на пречките и възможностите за повишаване на предприемаческата активност на младите хора.

Основната *научноизследователска теза*, която се защитава, е, чрез идентифициране параметрите на предприемаческите намерения и поведение на студентите, както и на техните образователно-квалификационни характеристики, се съдейства за повишаване на съответствието между налично и необходимо предприемаческо познание и се създават възможности за формиране на образователна среда, насочена към стимулиране на предприемаческата активност на младите хора.

При осъществяване на проучването са ползвани системният и интегрираният подход, индуктивният и дедуктивният метод, индексният и сравнителният метод, анкетният метод и други статистически методи. Използван е трансфер на добри практики на база проведени проучвания сред студенти, особено в областта на предприемаческото поведение. Изслед-

ването е направено чрез възможностите на Google Forms, обработката на резултатите – чрез Microsoft Excel.

1. Методико-организационни аспекти на изследването Методика и организация на емпиричното проучване

Организацията и провеждането на изследването премина през следните етапи (вж. фиг. 1).



Фигура 1. Организация на методологията на изследването

▪ Проучване на литературни и интернет източници (Tamizharasi & Panchanatham, 2011; Butler, 2004; Caputo & Pellegrini, 2019; Scheiner, 2009; Ponmani & Annapoorani, 2016; Farrell, 2018); (Ries, 2017; Mathieu, 2018; Mariotti & Glackin, 2016); Niklas, Henrekson, & Sanders, 2020; Blackburn & Schaper, 2016; Burns, 2016; Barringer & Ireland, 2019; Lowe & Marriott, 2006); Hisrich & Kearney, 2013; Burns, 2012; Bessant & Tidd, 2015; Zucchella, Hagen, & Serapio, 2018; Kuratko, 2016; Aulet, 2017; Иванова & Попова, 2017; Investor.bg, 2016; Инвестиционна дестинация Пловдив, 2020; Audretsch & Link, 2019 и др.), свързани с теоретични и емпирични изследвания на предприемаческото поведение и намеренията на студентите да стартират собствен бизнес, както и на факторите, които оказват влияние върху техните решения:

▪ Определяне, на база на набраната информация, на съдържателния обхват на проучването; структурата на анкетната карта; броя, логическата последователност и формулировката на въпросите.

▪ Разработване на пилотен проект на анкетна карта, която включва основните въпроси, свързани с изследваната област. Тя бе предоставена на ограничен брой студенти за проверка разбирането и отношението на студентите към отделните въпроси. Анкетната карта бе предоставена и на действащи предприемачи за консултиране, сортиране на мнения и анализ.

▪ Включване, на база пилотния проект, на нови въпроси, отпадане на някои въпроси, прецизиране на трети с цел по-доброто възприемане и разбиране от страна на студентите. Окончателният вариант на анкетната карта включва 42 въпроса. Те са поместени в един основен раздел и четири подраздела, като респондентите попадат в отделни групи според това, дали имат намерения да реализират бизнес идея, дали към момента са предприемачи, дали са имали в минал период реален бизнес, или не смятат да се занимават с предприемаческа дейност.

▪ Провеждане на емпиричното изследване. Проучването е проведено през месеците април–юни на текущата година. Използван е случаен, неповторен метод на подбор на респондентите. В изследването се включиха 911 студенти от СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, ИУ– Варна и УНСС – София. За предоставяне анкетата на респондентите е използвано приложението Google Forms. По-големият брой анкетирани студенти от определени специалности съответства на по-голямата им обвързаност с изучаването на дисциплини в областта на предприемачеството.

▪ Обработване, систематизиране и анализиране на резултатите². Информацията от анкетните карти е обработена чрез IT приложения на Google (Google Forms – за създаване на онлайн анкетна карта), Google Disk (за обработване и съхраняване на информацията) и Microsoft Excel (за анализ на резултатите от емпиричното проучване).

▪ Оценка на резултатите, извеждане на обобщения и изводи. Въз основа на обработените резултати са направени съответни оценки, обобщения и изводи – основа за анализ на поведението и разширяване на знанията, уменията и компетенциите на студентите от трите висши учебни заведения.

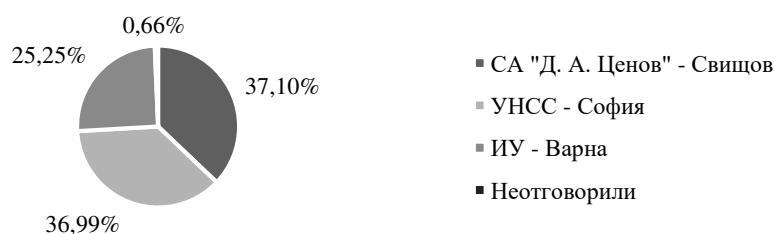
Профилът на респондентите е конструиран въз основа на признаците: висше училище (СА „Д. А. Ценов“ – Свищов, УНСС – София или ИУ – Варна), образователно-квалификационна степен (бакалавър или магистър), форма на обучение (редовна, задочна или дистанционна), година на обучение (първа, втора, трета, четвърта или дипломирани), възраст, пол, семеен статус, местоживеене и район на планиране³. Разграничаването на анкетираните лица по посочените признаци има важно значение при анализа на резултатите и позволява търсене, съответно – идентифи-

² В изследването броят на отговорилите на отделните въпроси е различен. Налице е и определен брой неотговорили. В настоящата разработка са посочени най-високите резултати или няколко сред най-високите резултати в числов формат. На някои въпроси е възможен един отговор, на други – повече от един, което сумарно процентното разпределение надвишава 100 %.

³ Локализацията на местоживеене е идентифицирана на база райони на планиране (статистически райони NUTS-2 според Класификацията на териториалните единици за статистически цели).

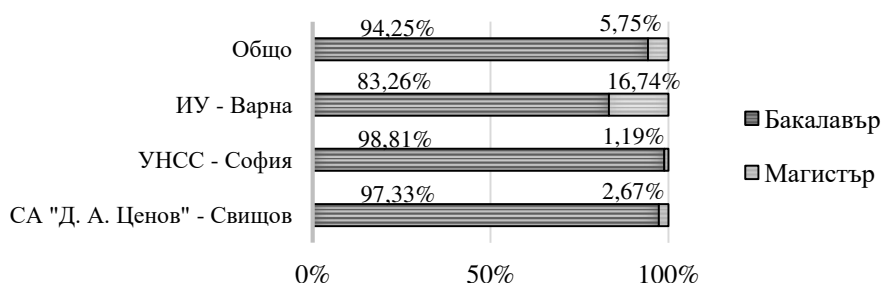
циране, на зависимости между отделните групи и техните предприемачески знания, умения, нагласи и поведение.

Анкетното проучване е проведено сред студенти, обучаващи се в 3 водещи държавни висши училища в областта на икономиката и управлението: СА „Д. А. Ценов“ (Свищов), УНСС (София) и ИУ (Варна). **Общо анкетирани са 911 лица**, от които 338 – обучаващи в СА „Д. А. Ценов“ (Свищов), 337 – в УНСС (София) и 230 – в ИУ (Варна). Шест лица не са посочили висшето училище, в което се обучават. Въз основа на получените данни структурата на включените в изследването студенти придобива следния вид (вж. фиг. 2):



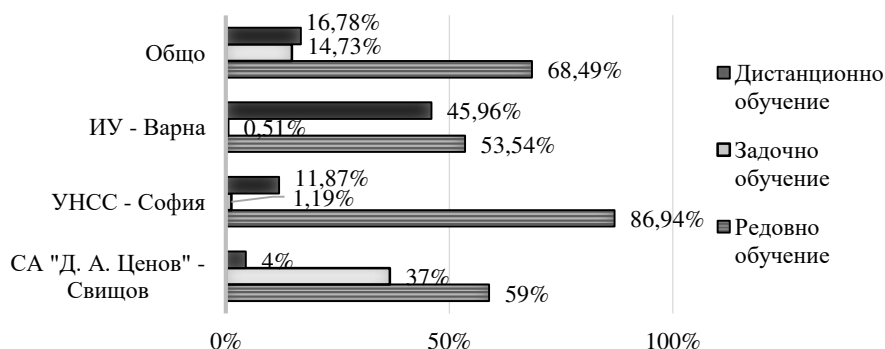
Фигура 2. Разпределение на респондентите според висшето училище, в което се обучават (бр.)

В проучването са обхванати студенти от широк спектър специалности (29 на брой), в две образователно-квалификационни степени – бакалавър и магистър, както и от всички форми на обучение – редовна, задочна и дистанционна. Преобладаваща част от респондентите се обучават в специалности в ОКС „бакалавър“ (94,25%). Много по-малък е дялът на анкетираните студенти, които се обучават в магистърски програми (5,75%) (вж. фиг. 3). На ниво висши училища данните показват, че дялът на анкетираните магистри от СА и УНСС е много малък спрямо общата съвкупност, докато при ИУ те съставляват значителна част от анкетираните – 16,74%.



Фигура 3. Разпределение на респондентите според висшето училище и образователно-квалификационната степен, в която се обучават

В общата структура на респондентите преобладават редовните студенти, следвани от тези, които се обучават в дистанционна и задочна форма (вж. фиг. 4). Делът на анкетираните студенти в дистанционна форма е по-голям от този в задочна, което е в унисон с тенденцията, дистанционното обучение да се превръща във все по-привлекателна алтернатива за кандидат-студентите. Структурата на анкетираните по форма на обучение на ниво висше училище е хетерогенна. Така например при ИУ делът на анкетираните студенти, обучаващи се в дистанционна форма, е много голям за сметка на задочната форма, която на практика липсва. Това се дължи на факта, че висшето училище не предлага бакалавърски специалности в задочна форма на обучение, а при магистърските програми преобладават тези, които са в редовна и дистанционна форма. При УНСС акцентът е върху студентите в редовна форма на обучение. Те съставляват почти 87% от всички анкетирани. Анкетираните студенти, които се обучават в задочна форма, са почти изцяло от СА – от 129 анкетирани задочни студента 124 се обучават в СА.



Фигура 4. Разпределение на респондентите според формата на обучение

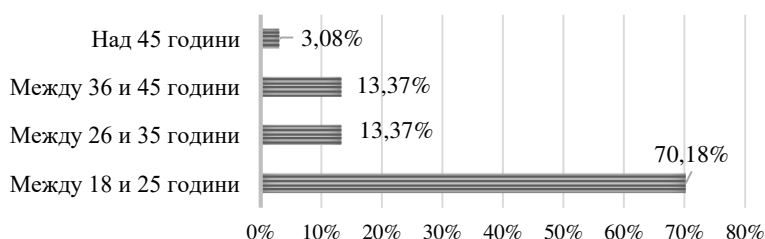
Разпределението на анкетираните студенти според годината на обучение трябва да бъде разгледано в зависимост от образователно-квалификационната степен, в която се обучават. В ОКС „магистър” 21,95% от анкетираните се обучават първа година, а 78,05% са дипломирани. Важно е да се отбележи, че по-голяма част от магистърските програми са едногодишни, което обяснява факта, че липсват анкетирани студенти от втори курс в ОКС „магистър”. При анкетираните студенти от ОКС „бакалавър” превес имат първокурсниците, съставляващи 39,41% от всички респонденти, обучаващи се в бакалавърски специалности.

Това се дължи на факта, че 76,51% от анкетираните лица, които се обучават в УНСС, са първи курс. По отношение на втори, трети и четвър-

ти курс съществува известна балансираност, а делът на вече дипломираните студенти е относително малък – 2,82%.

На ниво висши училища структурата на анкетираните студенти според годината на обучение е диферентна. В ИУ над половината от анкетираните студенти са във втори курс, докато при УНСС такива не са включени в изследването. При СА се наблюдава относителна балансираност между респондентите според годината им на обучение.

Макар сред респондентите да преобладават първокурсниците, средната възраст на анкетираните е лица е 25,22 г. Тя варира от 18 до 56 г. Очаквано най-голям е делът на лицата във възрастовата група между 18 и 25 г. Те съставляват 70,18% от всички анкетирани. Другите две възрастови групи – между 26 и 35 г. и между 36 и 45 г., обхващат по 13,37% от изследваните, а над 45 г. – 3,08% от съвкупността (вж. фиг. 5).



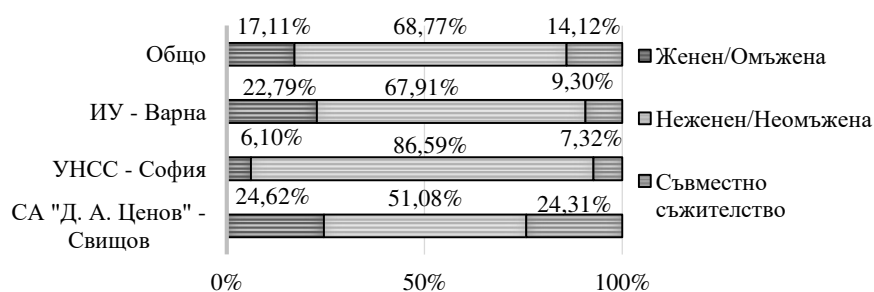
Фигура 5. Разпределение на респондентите според възрастовата структура на анкетираните лица (%)

На ниво висши училища най-ниска е средната възраст на респондентите от УНСС, което се обяснява с факта, че 76,51% от тях са първокурсници от ОКС „бакалавър”. Малко по-висока е средната възраст на анкетираните от ИУ. Обяснението е аналогично – там над 50% от анкетираните лица са второкурсници в ОКС „бакалавър”. Най-висока е средната възраст на респондентите от Стопанската академия, дължащо се на преобладаващия дял студенти от трети и четвърти курс, както и на големия дял на вече дипломираните.

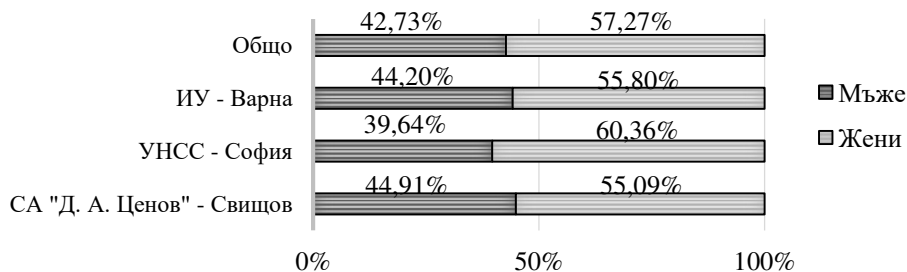
Отчитайки относително ниската средна възраст на респондентите (25, 22 г.), не е изненада, че по-голямата част от тях (68,77%) не са семейни (вж. фиг. 6). Техният дял е най-голям при студентите от УНСС, които са и с най-ниска средна възраст и най-голяма – при студентите от СА, които са с най-висока средна възраст. В общата структура делът на лицата, които са женени/омъжени е по-голям от тези, които живеят на семейни начала, но при анкетираните студенти от УНСС е точно обратното. Причината за това отново може да бъде търсена в по-ниската средна възраст на респондентите от УНСС.

Половата структура на респондентите не е балансирана. В нея преобладават жените, които съставляват 57,27% от всички анкетирани лица

(вж. фиг. 7). Причината за този дисбаланс произтича от това, че броят на обучаваните в българските висши училища жени е по-голям от този на мъжете. Според данни на НСИ през учебната 2019–2020 г. броят на обучаваните в системата на висшето образование мъже е 101 179 (45,96%), а на жените – 118 989 (54,04%) (НСИ, 2020). Това означава, че в много голяма степен половата структура на анкетираните студенти съответства на половата структура на студентите, обучавани в българските висши училища. И в трите висши училища преобладават анкетираните жени.



Фигура 6. Разпределение на респондентите според семейния им статус



Фигура 7. Разпределение на респондентите по пол (%)

Разпределението на анкетираните лица по признака „местоживее-не“ е относително равномерно между големите областни градове (44,53%) и градовете – общински центрове (47,18%). В съответствие с негативната тенденция на обезлюдяване на селата, особено от младото население, респондентите, които живеят в села, съставляват само 8,29% от изследваната съвкупност. От гледна точка на националната статистика много важно е разпределението на анкетираните лица според района на планиране, в който те живеят. Структурата на респондентите според района на планиране, в който те живеят, не съответства на общото разпределение на населението. Така например, макар по-голямата част от населението на страната да живее в Южна България, делът на анкетираните лица от Северна България (60,5%) е по-голям от този от Южна България (39,5%).

Причината за това е свързана с локализацията на висшите училища, участващи в изследването, две от които са в Северна България. Получените данни от анкетното проучване дават основание за извода, че студентите избират да учат в близост до своето местоживееене. Особено отчетливо това се забелязва при ИУ, където 60% от анкетираните лица живеят в Североизточния район, в рамките на който е локализирано и самото висше училище. Същото се отнася и за СА – най-голям е дялът на анкетираните, живеещи в Северен централен район (34.62%), както и в съседния Северозападен район (33.14%). УНСС не прави изключение от тази тенденция – най-голям е дялът на студентите, живеещи в Югозападния регион (32.94%) и съседните Северозападен (19.88%) и Южен централен район (16.32%).

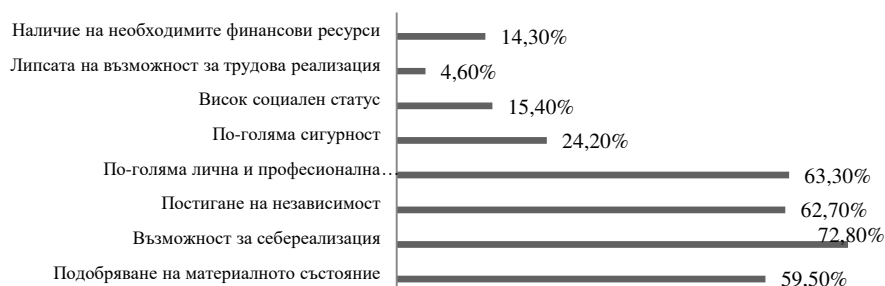
2. Студентски нагласи и планове

Отношението към предприемачеството и **нагласата** за стартиране на собствен бизнес се предопределят от голям брой фактори, оказващи въздействие върху възприятията на човек от най-ранна възраст. При всички случаи решението за реализиране на личностни и кариерни цели младите хора вземат не само под влияние на семейната, образователната и приятелската среда, но и на база общите им представи за фигурата на предприемача и за неговия статус в обществото. Над половината от участвалите в изследването студенти (491 или 53,89%) заявяват позитивно отношение към фигурата на предприемача, реализиращ стопанска инициатива в България. За 259 респонденти (28,43% от анкетираните) българският предприемач не се ползва с добро име в обществото, а един от всеки седем анкетиран студент няма мнение или не може да заяви ясна позиция.

Вътрешноструктурното разпределение по висши училища показва най-висок дял с позитивно отношение към предприемачите в България при студентите от СА – 44,6%, следвани от УНСС – 36,6 % и ИУ – 20,4% (100 студента). Негативно мнение за предприемачите имат най-много студенти от ИУ – 34,4%. За СА броят на студентите с негативно отношение е три пъти по-малък спрямо броя на анкетираните с позитивно отношение – 70:219 студенти. За УНСС съотношението е 60:170 студенти. Най-неблагоприятна пропорция се отчита за ИУ – с почти изравнени стойности (89:100). Може да се обобщи, че в районите на висока икономическа активност и по-голяма концентрация на бизнеса отношението към предприемача, изразено посредством негативно възприемане на неговите личност и бизнес поведение, стават по-ясно изразени, и обратно – при локализационен аспект на ниска активност и концентрация на бизнес и население – отношението към предприемача добива в по-голяма степен позитивни измерения. Вероятно към него се отправят много по-големи очаквания за разрешаването на значими местни проблеми, а чрез реализирането на ре-

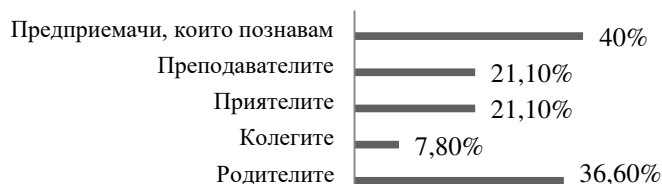
лица бизнес инициативи – да се съдейства за развитие на регионалната икономиката.

Основните **мотиви** за стартиране на собствен бизнес са възможност за себerealизация, постигане на независимост, по-голяма лична и професионална удовлетвореност, както и подобряване на материалното състояние (вж. фиг. 8).



Фигура 8. Разпределение на респондентите според мотивите за стартиране на собствен бизнес (%)

В процентно изражение никой от по-горе посочените отговори не контрастира с голяма разлика, т.е. може да приемем, че първите четири отговора са с еднаква важност за респондентите. Тези отговори се припокриват както с очакванията на екипа, провел изследването, така и с други изследвания на този въпрос. В проучването участват много голям процент млади хора, които след завършване на своето висше образование очакват да се реализират (като личности и професионалисти) чрез постигане на добро финансово състояние и в същото време на независимост (чрез стартиране на собствен бизнес). Според глобално изследване на Amway основният мотив за реализиране на предприемаческа идея (в България) е постигането на независимост, а на следващо място е себerealизацията (което се припокрива с резултатите от настоящото изследване). Според същото проучване позитивното отношение към предприемачеството в България бележи по-ниски стойности от това в другите страни. Стартирането на собствен бизнес често се свързва с гореизброените мотиви, но не трябва да се счита, че това изисква пълно себеотдаване, способност да се работи по неговото изграждане и не на последно място отговорността, която се поема за бизнес делата.



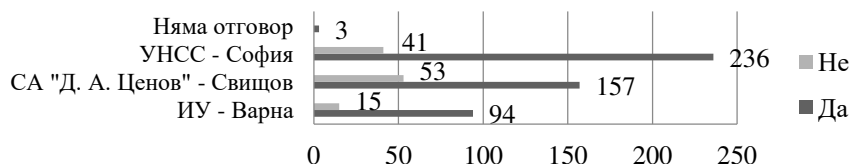
Фигура 9. Фактори, оказващи влияние върху желанието за създаване на собствен бизнес

Открояват се два фактора, които влияят върху избора на респондентите да се реализират като предприемачи. Първият е примерът на познати предприемачи, а вторият са родителите. Познатите предприемачи често вдъхновяват младите хора, а семейната среда, в която израства и се оформя дадена личност, оказва съществено влияние върху бъдещите решения и избора на професия. Предходно проучване на предприемаческите нагласи и поведение на студентите показва, че само 10% от тях посочват преподавателите като фактор, който оказва влияние върху техните намерения да се реализират като предприемачи. В настоящото проучване делът на тези студенти се е удвоил. Това показва, че промените в учебните планове и програми, увеличаването на учебните дисциплини и темите, свързани с предприемачеството, посещенията в реална работна среда, множеството срещи на студентите с реални предприемачи по различни форуми оказват положително въздействие върху техните намерения за стартиране на собствен бизнес.

Семейният бизнес е едно от важните условия за създаване на благоприятна предприемаческа среда. В тази връзка общо 78% от далите отговор студенти споделят, че **родителите** им не притежават собствен бизнес в момента, като 55% от тях заявяват, че нямат намерение да създадат такъв на по-късен етап. Най-много са те от Стопанската академия – 200 човека, следвани от УНСС и ИУ – Варна, съответно със 145 и 144 човека. Тези тревожно ниски стойности несъмнено могат да окажат негативно влияние върху бъдещите предприемачески амбиции на студентите. Въпреки това тези, чиито родители притежават някакъв бизнес (22%), имат необходимата основа за предприемаческо развитие, познават рисковете и възможностите на средата и имат по-силно изразено предприемаческо поведение. Притежанието на семеен бизнес е по-силно изразено сред студентите от УНСС – 106 човека, а най-слабо – в СА (42 човека).

Запитани дали биха стартирали **бизнес в съдружие**, 82% (490 студенти) от респондентите отговарят положително на този въпрос (вж. фиг. 10). Най-голямо желание за съвместен бизнес имат студентите от УНСС – 236 души, а най-малко: от ИУ (94 души). При по-задълбочен анализ на този въпрос можем да отбележим, че желанието за стартиране на съвместни предприемачески инициативи е характерно за студентите:

- в ОКС „бакалавър“ – 474 души, от които в I курс – 224 души;
- в редовна форма на обучение – 371 души;
- във възрастовата група между 18 и 25 г. – 394 души, което е обяснимо с това, че преобладаващата част от отговорилите студенти в съответните висши училища попадат именно в тази възрастова група;
- жените студенти – 275 души.



Фигура 10. Готовност за стартиране на собствен бизнес в съдружие – разпределение на студентите по висши училища (бр.)

Стартирането на предприемаческа инициатива често е инспирирано от други, много близки или познати предприемачи. Добрият предприемачески климат и наличието на предприемачи в конкретното населено място са стимул за започването на бизнес в родния регион. Ето защо не е учудващ фактът, че голяма част от студентите от трите висши училища (261 човека) предпочитат да **осъществяват съвместна дейност най-вече с предприемачи**, които те познават и вече са се реализирали, и които могат да им дадат съответните насоки и препоръки. Не изненадва и фактът, че 40,3% от **имащите бизнес студенти** са се **повлияли** именно от предприемачи, които познават.

На следващо място студентите посочват, че биха започнали **съвместна дейност заедно с приятели** – 248 човека, което е логично с оглед на това, че както приятелството, така и съвместните взаимоотношения в бизнеса се градят и крепят на взаимното доверие. Анкетираният поставят на трето място съдружието с родители като предпочитание за съвместен бизнес – 158 човека, а на четвърто – това с роднини (95 човека). Сумирани заедно (общо 253 човека), резултатите от последните два отговора показват, че студентите търсят сигурност, по-малък риск и подкрепа (морална и финансова) от близък до тях човек за съвместни бизнес начинания. Тези данни показват ролята и значението на социалния капитал в лицето на приятели, семейство, роднини за предстартовата предприемаческа дейност в партньорство.

Възможностите, които съвместната предприемаческа дейност предоставя, обясняват високия брой желаещи за сдружаване. Близко 60% от отговорилите споделят, че стартирането на **бизнес в съдружие е добра идея**. Сътрудничеството в бизнеса винаги е комплекс или комбинация от мотиви и предпоставки, които подтикват хората към партньорски взаимоотношения.

Само 18% (109 души) от отговорилите студенти заявяват, че не биха искали да са съдружници в евентуално бизнес начинание. Най-силно нежеланието е изразено сред студентите от СА – 53 човека, следвани от УНСС – 41 човека и ИУ – 15 човека. Това може да се дължи на редица причини, сред които основните са:

➤ **недобрата среда за бизнес в страната** – 289 човека посочват, че средата за бизнес в България е лоша, а 436 – задоволителна;

➤ неблагоприятното влияние на факторите, произтичащи от външната среда за бизнес – икономически, политически, административни, демографски, технологични, социални;

➤ страхът от неуспех поради наличието на корупция, бюрокрация, нелоялна конкуренция, данъчна и осигурителна тежест и др.

Други причини за нежеланието за сдружаване са свързани с желанието за самостоятелност и независимост, необходимостта от себеизява и самореализация, недостатъчната мотивация, недостатъчното доверие при споделянето на знания, умения, ресурси и др., културни и личностни различия и т.н.

Според анкетираните студенти влиянието на посочените **фактори** относно бизнес климата не може да се определи еднозначно. По отношение на икономика, администрация и нормативна база, демография и политическа система преобладават отговори като неблагоприятно и много неблагоприятно, особено във връзка с политическата система. За разлика от гореизброените относно технологичната и социалната среда преобладават положителните отговори. Тук е мястото да се отбележи, че върху бизнес средата негативно влияние оказва пандемията, свързана с COVID-19. БВП намали своите стойности, а икономическите анализатори прогнозираят през 2022 г. да се възстанови до предкризисното си ниво.

Едва 19,8% от анкетираните студенти отбелязват, че средата за стартиране на бизнес в страната е добра и много добра. Това не ни изненадва, като се има предвид настоящата световно-икономическа криза, породена от Covid 19. Според Eurostat (НСИ, 2019) страната ни е втора в Европейския съюз по най-нисък държавен дълг с 20,4% от БВП, с 2,1% излишък (трети най-висок в ЕС) и 3,1% инфлация, но това са данни до преди настъпването на световната пандемия. Надяваме се, че след отминаването на икономическата криза и възстановяването на националната икономика при бъдещи наши изследвания отговорите на този въпрос ще са в положителна посока. Тези песимистични отговори ни накараха да потърсим отговора на въпроса, кои са тези фактори на средата, които имат най-голямо влияние относно горепосочените отговори. Според анкетираните студенти влиянието на посочените фактори относно бизнес климата не може да се определи еднозначно. По отношение на икономика, администрация и нормативна база, демография и политическата система преобладават отговорите като неблагоприятно и много неблагоприятно, особено във връзка с политическата система. За разлика от гореизброените относно технологичната и социалната среда преобладават положителните отговори. Тук е мястото да се отбележи, че върху бизнес средата негативно влияние оказва пандемията, свързана с Covid 19. Брутният вътрешен продукт намали своите стойности, а икономическите анализатори прогнозираят през 2022 г. да се възстанови до предкризисното си ниво.

За екипа представлява интерес, как са отговорили студентите от различните университети по два от ключовите фактори, които оказват влия-

ние върху развитието на предприемачеството, а именно икономика и демография, това са и факторите, които в най-голяма степен диференцират в отделните региони на страната. По отношение на икономиката 68% от респондентите на ИУВ посочват неблагоприятно и много неблагоприятно, докато при останалите два университета процентите за тези отговори са 55% за СА и 36% за УНСС, а отговорите с благоприятно и много благоприятно затвърдиха предишните като само 21% са посочили от ИУВ, 37% от СА и 56% от УНСС. Екипът ни с изненада установи, че студентите от ИУВ дават значително повече отговори в неблагоприятна посока от тези в СА, тъй като се има предвид развитието и възможностите, които се предлагат в двата града, чиято съпоставка е излишна. С любопитство подхожихме към втория ключов фактор – демографията, а отговорите отново предизвикаха интерес, като неблагоприятно и много неблагоприятно въздействие са отговорили цели 62% от ИУВ, за СА 43% и за столичния университет 41%. Като се има предвид, че по данни на НСИ естественият прираст на община Варна е с по-високи показатели от този в столицата, съответно -1,6% и -1,9%, отговорите на анкетираните студенти бяха алогични, но това ни накара да се замислим какво би мотивирало младите хора да се захванат с предприемачество.

На база данните от изследването се открояват два резултата, които влияят върху избора на респондентите да се реализират в предприемаческата сфера. Първият и най-логичен е предприемачи, които познавам, тъй като, когато човек има възможност да черпи знания и опит от успешен пример, е най-ползотворно и често се повлиява от него. Вторият най-предпочитан отговор е родителите. Този отговор едновременно ни изненада, но и потвърди тенденцията, че средата, в която израства и се оформя дадена личност, оказва съществено влияние върху бъдещи решения и избор на професия. Посочваме, че сме изненадани, тъй като родителите в значителна степен насочват своите наследници към сигурност, безопасност и спокойствие, които контрастират на предприемаческата дейност. От друга страна, това затвърди представата, че семейството и средата, в която се формира даденият човек, въздействат в голяма степен за неговото последващо развитие, тъй като, ако погледнем въпроса „Вашите родители притежават ли собствен бизнес?“, ще видим, че над 38% са имали такъв или имат в момента. Това ни дава основание да смятаме, че оказва значително влияние върху отговорите на студентите. Останалите отговори не се открояват с високи проценти, но тук е мястото да се отбележи, че при предходно допитване на студентите по същия въпрос само 10% посочват преподавателите като фактор, който оказва влияние върху техните намерения да се реализират като предприемачи, а тук този процент се е удвоил. Надяваме се, тази стойност да продължи да се покачва в последващи проучвания, тъй като това ни показва, че обвързването на дисциплините с темата за предприемачеството, посещенията в реална работна среда, множеството срещи на наши студенти с реални предприемачи по различни фору-

ми оказва положително въздействие върху техните намерения за стартиране на собствен бизнес. При по-детайлен поглед и разслояване на отговорите по университети, отнесени към двата фактора с най-голяма тежест върху желанието за собствен бизнес, се вижда, че няма диспропорции при отговорите, а именно: предприемачи, които познавам СА – 36%, ИУВ – 38% и 46% за УНСС. По отношение на втория ключов фактор (родителите) отговорите са сходни. Анализирайки останалите отговори, може да се твърди, че колегите, приятелите, преподавателите могат да насочат младия човек, да го накарат да се интересува от предприемаческата сфера, да мисли по дадена идея, но нямат тази сила и този тласък, който има човек, занимаващ се с предприемачество. Само действащият предприемач може на практика да разкрие ключовите моменти в осъществяването на бизнес идеята, показвайки пътя от началното хрумване до бюрократичните пречки и да спомогне за пречупване на психологическата бариера пред един млад човек без опит. По отношение на втория фактор приемаме, че в голяма степен това са родители, които вече имат изграден бизнес и са „проправили“ пътя към успешния бизнес за своите наследници. От една страна, факторите, оказващи влияние върху желанието за създаване на собствен бизнес, насочват, подготвят и подтикват бъдещия предприемач да проучва различни възможности, но, от друга страна, за да се стартира реализацията на реален бизнес, трябва да има мотив, именно с това е свързан и следващият ни въпрос, който поставихме на анкетираните студенти.

От организираното и проведено мащабно проучване сред студенти резултатите сочат, че най-големи шансове за успешна предприемаческа дейност има в секторите от нематериалната сфера. На **първо** място анкетираните (384 студенти) или 64.9% от тях поставят **търговията**. Несъмнено при нея цикълът на възстановяване на инвестирания капитал е най-кратък, рискът е сведен до минимум, а организационният момент е в стандартните регулации. На **второ** място анкетираните студенти (233) или 39,4% са поставили **услугите**. И тук практиката е доказала, че при тези дейности, от една страна, не се изисква сериозен капитал за инвестиране, организацията на процеса, колкото и да е специфична, е стандартна, а успехът зависи главно от субекта – от неговите умения и инициативност. На **трето** място като добри възможности за предприемачество студентите (186) или 31,4% залагат на **туризма**. Тази опция на предприемачеството, дадена от респондентите, не може да не провокира мисли у професионалния читател, от една страна, за съгласуване на дейности между администрация, нестопански организации и бизнес, а от друга – търсенето на възможности за развитие на дестинацията чрез услуги, добавящи стойност. В този контекст вероятно върху отговорите на студентите е повлияла и непрекъснато доусъвършенстващата се туристическа политика на страната с оглед позиционирането на България като целогодишна туристическа дестинация.

Впоследствие студентите са отчели и възможностите за предприемачество и на отраслите от материалната сфера. На **четвърто** място анкетираните (131) или 22,1 % са отредили на **селското стопанство**. Резултатът е подвластен на Общата селскостопанска политика на Европейския съюз относно стабилността на доходите, гарантирани чрез икономически лостове, включващи директни плащания, специфични инструменти за предотвратяване и управление на рисковете и кризите и стабилизиращи мерки при възникване на значителни затруднения. На **пето** място (113) или с 19,1 % е класирано **строителството**. За някои анализатори това място може да е незавидна позиция, но интересът на студентите към отрасъла е продиктуван от разнообразните възможности за реализация, включващи дейности по проучване на пазара, организация на доставките, правното им регулиране, транспортирането и съхраняването на материално-техническите ресурси, логистиката и контролът на процесите. На **шесто** място като възможност за предприемачество (100) или с 16,9 % се подрежда **промишлеността**. Реално по време на процеса на изследването тя е в незавидна позиция поради пандемията и липсата на достатъчно адекватни и работещи мерки за подпомагането ѝ. Вглеждайки се обаче и в профила на анкетираните студенти, ще се забележи високият процент анкетираните първокурсници и второкурсници. При тях по учебен план все още не са преподавани специализирани дисциплини, разкриващи същността, големината, структурните звена, особеностите, организацията и екологията на предприятието (отрасъла). Тези студенти в предстоящите семестри, изкачвайки се по стълбицата на обучението си и срещайки се с тази проблематика, ще установят, че промишлеността (индустрията) като гръбнак на икономиката на всяка развита страна е предизвикателна за изучаване, иновативна в разработването си, атрактивна за реализиране на предприемачески идеи и заслужава по-достойно място в класацията. На **седмо** място (77) или с 13% е **транспортът**. Дори и малобройна в сравнение с първенците в класацията студенти, даващи предпочитанията си за реализиране на предприемачески възможности по сектори (отрасли), тази група е отчела, че глобализацията на производството, пазарите и конкуренцията е само част от икономическите тенденции, дефиниращи високото равнище на приложна активност на транспорта. С отчитането на тези перспективи студентите открояват значението на транспорта за подпомагане на общия процес на стабилизация и икономически растеж в условията на световна криза.

Наред с тази класация за предпочитания на студентите за реализиране на предприемачество по отрасли, обхващаща масовия им брой, анкетирана група студенти, дори и малобройна, е посочила и предприемачески инициативи и в други сектори и звена, като: автосервиз, спорт, игри, фармация, образование, IT сектор, социални дейности, занаяти. Може да се предположи, че част от тази малобройна група студенти е водена от родови шовинизъм и стоящата пред тях отговорност да продължат семейната традиция. Друга част са провокирани от приятелски кръг или при-

мери за лидерство, а трети са прозрели, че глобалната мрежа днес е предпочитан способ за делови комуникации и осъществяване на свой бизнес.

Извършването на всяка стопанска дейност се регламентира чрез определени от законодателните органи правни норми. Конкретизацията на тези юридически норми и изисквания за организацията на предприемаческата дейност се съдържа в Търговския закон (ТЗ). Преди обаче да пристъпи към оценката на преимуществата и недостатъците на конкретната правна форма на организация, регламентирана в ТЗ, предприемачът трябва да изясни за себе си следното: сам или в съдружие ще осъществява новата дейност; каква ще бъде отговорността му за последиците от дейността; с какъв стартов капитал ще разполага за дейността; как ще участва в управлението на дейността; какво данъчно облагане предпочита; има ли нужда от привличане на допълнителен капитал; юридическо лице ли желае да бъде или не.

По този начин предприемачът ще формира за себе си критериите за избор и ще ги прилага при оценката на възможностите, които предлага всяка една конкретна **правна форма на организация** на предприемаческата дейност. Изяснявайки тези основни за конкретния избор решения, предприемачът може да пристъпи към търсенето на онази правна форма, която в най-голяма степен ще отговаря на неговите изисквания. Нещо повече, законодателят е предвидил, че с развитието на дейността и с промяната на икономическите условия предприемачът може да осъществява промяна в правната форма и е създал такава възможност.

Предвид този анонс резултатите от анкетирването на студентите отчитат, че (322) или 55 % предпочитат формата Едноличен търговец (ЕТ), т.е. желаят сами да управляват дейността и съответно носят неограничена отговорност. Следващата форма, предпочитана от (202) или 34,5 % е Дружество с ограничена отговорност (ООД), т.е. форма, осигуряваща съдружие в дейността и носене на ограничена отговорност. Следваща позиция, отредена от (92) или 15,7 %, е на Акционерното дружество (АД), т.е. студентите, сравнително добре запознати с възможностите на формите, са заложили на най-разпространената форма на организация на капитала, а именно възможност за съдружие с други акционери и отговорност, ограничена до размера на притежавания акционерен капитал. Идва ред в класацията, отредена от (59) или 10,1% на Събирателно дружество (СД), позволяваща съдружие на две и повече лица и носене на солидарна и неограничена отговорност. Поредното място в класацията, дадено от (39) или 6,7% е на Кооперация. Регламентирана е чрез специален закон. Изисква минимален брой учредители, носещи ограничена отговорност при минимален дялов капитал. Следващите позиции заемат дружествата, отредени от (18) или 3,1% – Командитното дружество с акции (КДА) и отредени от (9) или 1,5% – Командитно дружество (КД), форми в сферата на акционерния капитал, неприложими при първоначална предприемаческа дейност. Последното място в класацията, посочено само от (2) или 0,3%, е на

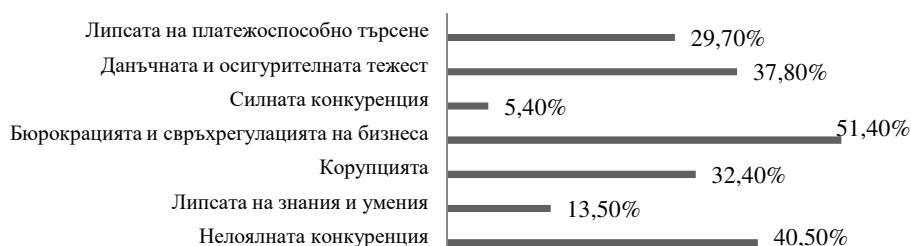
Еднолично дружество с ограничена отговорност (ЕООД). Дори само двама, тези студенти са прозрели възможността на формата, предоставяща им неограничена свобода при ограничена в рамките на капитала на дружеството отговорност. Обобщавайки, трябва да подчертаем, че изборът на правна форма от студентите не е механичен или емоционален. Той е следствие на мисловен процес на юридическа материя, изучавана още в I курс, отчитащ елементи от предприемаческия процес като създаване на предприемачески план за дейността, управление на предприемаческата дейност със съответните вътрешни и външни фактори на въздействие и регламентацията при закриване на предприемаческата дейност.

3. Предприемаческо поведение на студентите

От анкетираните 911 студенти 7% (63 души) притежават собствен бизнес. От тях 54,7% осъществяват икономическа дейност **самостоятелно**, а 45,3% – **в съдружие**. Разрезът по висши училища показва най-висока активност в областта на предприемаческия бизнес сред анкетираните студенти от СА „Д. А. Ценов” – Свищов – 53,4% от всички, реализиращи предприемаческа инициатива. Три четвърти от тях развиват своята дейност самостоятелно. Подобен преобладаващ дял на реализиращите самостоятелно своята дейност се отчита при студентите от УНСС. Почти една трета от респондентите със собствен бизнес се обучават в ИУ – Варна (31,7%). Само при тях данните показват ясното предпочитание за бизнес със съдружници – три четвърти от развиващите собствен бизнес.

Реализирането на бизнес дейности в съчетание с повишаването на образователния ценз е трудно начинание за младите хора. Същевременно, изпълнението на различни социални роли, паралелното усвояване на нови знания и прилагането им в реалния бизнес носят на студентите редица общопризнати **позитиви**. Конкретната комбинация е строго индивидуална и следствие от дългото въздействие в ретроспективен контекст на специфични фактори – най-вече на непосредствената среда на израстване и развитие на младите хора. Участвалите в емпиричното проучване студенти също заявяват различа комбинация на ползите от това – да са действащи предприемачи, успоредно с придобиването на допълнителни знания и умения в сферата на висшето образование.

Причините за своя предприемачески неуспех респондентите виждат в почти всички възможни отговори. От фиг. 11 се вижда, че няма отговор, който ясно да се откроява от останалите, ако изключим тези с най-малък процент, т.е. силната конкуренция и липсата на знания и умения, според анкетираните, са оказали най-малко влияние върху тяхната несполука в предприемачеството. В редица изследвания именно липсата на бизнес план и неспазването му са причините за предприемачески провал.



Фигура 11. Разпределение на респондентите според причините за претърпения от тях предприемаческия неуспех (%)

Професор Димо Димов (Университет Бат - Великобритания) посочва, че основните причини за пропадането на бизнес начинанията са свързани на първо място с липса на търсене, след това следват лош и неконкурентоспособен продукт, неефективен маркетинг, игнориране нуждите на клиентите и т.н. (Investor, 2016). Нашите респонденти също отбелязват неплатежоспособното търсене като една от основните причини за неуспех, но като отговор с най-голяма тежест посочват бюрокрацията и свръхрегулацията на бизнеса. Безспорно, в страната ни, това създава големи затруднения за предприемачите, особено за тези, които тепърва се опитват да реализират своята идея. Според друго проучване (Иванова & Попова, 2017), направено от Института за пазарна икономика, времето, което поглъща бюрокрацията в България, е 175 часа на годишна база или иначе казано това са 22 работни дни. Положителното е, че въпреки причините и трудностите, с които са се сблъскали, 67% от тези, които са претърпели предприемачески неуспех, биха опитали отново да развият собствен бизнес.

Въпреки претърпения неуспех, доминиращата част от студентите, реализирали предприемачески бизнес, не са демотивирани и не са се отказали от желанието да имат собствен бизнес. Данните от изследването ясно показват възприемането на претърпения неуспех като натрупан опит, познание на практиката и нейните подводни камъни. В изследването са участвали общо 63 студенти, като 95% от тях отново биха започнали свой бизнес. Разрезът по висши училища показва, че почти половината от респондентите, отговорили на този въпрос, са обучаеми в СА „Д. А. Ценов“ (52,4% или 33 студенти), като 91% (30 студенти) биха направили **рестарт на същия бизнес**. Само 3 души (9%) са декларирали, че ще се преориентират към трудова реализация извън сферата на предприемаческия бизнес. В проучването са участвали 8 студенти от УНСС (София и Хасково) и 22 студенти от ИУ – Варна. Всички са отговорили положително, че при възможност и осигуряване на необходимите им стартови ресурси, отново биха стартирали същия бизнес. Данните дават основание да се твърди, че като цяло броят на разочарованите, които твърдо са поели към преориен-

тиране в професионалния си жизнен път, е твърде малък. Въпреки разочарованието от бизнес провала, доминиращата част от студентите не са загубили предприемаческия си дух и запазват намерението си за рестартиране на бизнес, дори отново биха избрали да поемат по същия път, независимо от проблемите.

Проучване мнението на респондентите за **готовността или желанието отново да стартират собствен бизнес**, независимо от предмета на дейност на предходното им бизнес начинание, показва, че от общо 39 студенти на възраст между 21 и 56 г. позитивен отговор са дали 26 студенти (66,67%), от които 22 в ОКС „бакалавър”. Сред далите положителен отговор доминира дялът на жените – 57,7% (15 студентки), докато сред невъзнамеряващите отново да започнат собствен бизнес превес имат мъжете: 64,6% (7 студенти). В междууниверситетски разрез тяхното разпределение е: от СА „Д. А. Ценов“ – 17 студенти (65,38%), от УНСС – 3 (11,54%) и от ИУ – 6 (23,08%). Подобно е дяловото разпределение на отказалите се, отново да стартират собствена икономическа инициатива: 6 от СА „Д. А. Ценов“ – Свищов (50 %), 4 от УНСС (33,33%) и 1 от ИУ (8,33%). Един студент в ОКС „бакалавър” би започнал собствен бизнес, но в по-далечно бъдеще (УНСС – Хасково).

4. Знания, умения и компетенции, необходими за стартирането и управлението на собствен бизнес

За формиране на успешния предприемач доминиращо значение, според 83, 94% от анкетираните, имат придобитите **знания, умения и опит**. Едва за 13,42% от тях решаващи са вродените дарби и генетични способности, а 2,65% от респондентите се затрудняват в своята преценка. Разбирането, че генетично заложеното у човека е предопределящо за формирането му като предприемач, е еднакво изразено и при жените, и при мъжете; при бакалаври и магистри; при студентите от различните форми на обучение (редовна, задочна и дистанционна). Различия се наблюдават при студентите от различните университети и от различните курсове на обучение, както и в зависимост от местожителството на респондентите и тяхната възраст. Например това разбиране е много по-силно изразено при студентите от УНСС и ИУ отколкото при техните колеги от СА. Интерес представлява разпределението на студентите бакалаври според курса на обучение. Тук изненадващо дялът на студентите, според които вродените дарби и генетични способности са тези, които формират успешния предприемач, прогресивно нараства с всеки по-горен курс на обучение. Ако дялът на студентите от първи курс, които защитават подобна теза, е само 9,85%, то този на студентите от четвърти курс надвишава 20%! Интересно е и разпределението на отговорите според местожителството на студенти-

те. Позицията, че придобиването на знания, умения и опит е това, което формира предприемача, е най-силно изразена при живеещите на село студенти и по-слабо – при тези с местожителство областен град или град – общински център. В същото време с увеличаването на възрастта на студентите се налага разбирането, че именно опитът, уменията и знанията са важни за оформянето на предприемача. Логично е да се предположи, че с увеличаване на възрастта на студентите нараства и курсът на обучение и отговорите на най-младите участници в анкетата и на първокурсниците приблизително да съвпадат. Резултатите от изследването обаче опровергават подобно предположение, тъй като е възможно лица, чиято възраст е 30 и повече години, да се първокурсници, а лица на около 22-23 г. – четвъртокурсници.

Стартирането, и особено успешното управление на собствен бизнес, наред с вродените **дарби** и генетично заложените способности, изисква и солидна подготовка. Отчитайки възрастта и степента на придобитото образование на респондентите, е напълно очаквано и разбираемо, че 64,68% от тях се оценяват като „не съм подготвен/а” или „не съм напълно подготвен/а” за предприемаческа дейност. Самооценката „подготвен/а съм” или „подготвен/а съм много добре” се отнася за по-малко от една трета (29,91%) от участниците в анкетното проучване, а 5,41% от тях не могат да преценят своята подготовка. Теоретично може да се предположи, че респондентите с висока самооценка за своята подготвеност е по-вероятно както да стартират собствен бизнес, така и да постигнат успех в предприемаческата си дейност, но за потвърждаване на тази хипотеза са необходими допълнителни изследвания. Разбира се, тук задължително трябва да се каже, че стартирането на предприемаческа дейност само въз основа на самооценката на индивида може да доведе до провал на предприемаческата инициатива и последващи разочарования. Отчитайки факта, че в България преобладават мъжете предприемачи, делът на възприемащите се като „неподготвени”/„не напълно подготвени“ за предприемаческа дейност жени, участвали в настоящото анкетно проучване, е очакван. Докато за мъжете този дял е 58,64%, то за жените е 69,34%. Междууниверситетските сравнения показват, че като неподготвени/не напълно подготвени се възприемат 51,48% от студентите от СА, 66,09% от ИУ и 77,88% от УНСС. Анкетното проучване показва някои очаквани резултати по отношение на самооценката за подготвеността на студентите за предприемаческа дейност (създаване и управление на собствен бизнес):

- делът на студентите на възраст до 25 години, оценяващи се като неподготвени/не напълно подготвени, е доста по-висок (72,61%) от този на студентите на възраст над 25 години (52,02%);
- този на живеещите на село (68,00%) е по-висок от този с местожителство областен град (63,03%) или общински център (65,34%);

● студентите в задочна форма на обучение се възприемат като по-подготвени (47,02%) от тези в редовна (31,23%) и дистанционна форма на обучение (31,03%).

Удовлетворяващо и обнадеждаващо е, за нас преподавателите, че **подготвеността** на студентите (според техните оценки) се увеличава с всеки преминал курс на обучение и с всяка придобита образователно-квалификационна степен. Това е своеобразен атестат за добре свършена работа. Така например, докато делът на студентите първокурсници, оценяващи се като подготвени/напълно подготвени за стартиране и развитие на собствен бизнес, е 27,11%, то във втори курс този дял е 29,08%, в трети – 33,97%, а в четвърти курс достига 49,46%! В същото време усещането за подготвеност нараства от 34,56% при бакалаврите до 42,27% при студентите в ОКС „магистър”.

Според преобладаващата част от студентите **видът на притежаваното образование** има значение за успешния старт в бизнеса. Основно предпочитанието е към притежаването на икономическо, юридическо и инженерно образование. Не е малък и делът на считащите, че не е от съществено значение, какво образование притежава предприемачът, по-важна е способността му да идентифицира възможностите и да прилага на практика ключови за успеха компетенции.

Комбинацията от знания, умения и компетенции има съществен принос за подготовката, добрия старт и последващото развитие на бизнеса. Формирането на позитивни нагласи и предприемаческото поведение се изграждат и развиват с десетилетия, но ключов начален момент за предприемането на реални стъпки е възможността да се предостави и усвои необходимият теоретичен фундамент. Значителна част от участвалите в изследването студенти (79,51% от отговорилите на въпроса или 714 студенти) са **изучавали поне една дисциплина в областта на предприемачеството**. Всеки пети от анкетираните все още не е получил основни предприемачески познания (184 студенти), което е разбираемо предвид големия дял на респондентите от първи курс. Фактът, че анкетираните първокурсници съставляват 38,3% от участвалите в проучването, показва, че един на всеки четири студенти през първата година на обучението си е изучавал допълнително дисциплини и се е включил в обучителен курс от предлаганите в рамките на висшето училище допълнителни възможности в обучителните им центрове. Разрезът по университети показва най-голям брой студенти, изучавали дисциплини, предоставящи знания и умения в областта на предприемачеството, в СА „Д. А. Ценов“ – Свищов (290 студенти). За УНСС – София и неговите филиали броят на респондентите с положителен отговор е 213. Почти същият е и за ИУ – Варна (208 студенти). Вътрешните съпоставки между изучавалите и неизучавалите дисциплини в областта на предприемачеството показва логични стойности в абсолютни числа, но като съотношение „изучавали/неизучавали” най-голям превес на изучавалите се отчита в ИУ – Варна (90,04%:1,73%), след-

вани от СА „Д. А. Ценов“ – Свищов (85,55%:13,57%) и УНСС – София (63,58%:8,23%). Може да се отбележи, че относно вътрешната структура по учебни курсове в рамките на университетите, дялът на първокурсниците, участвали в изследването, е най-голям именно при УНСС.

В изследването е поставен акцент върху въпросите, свързани със **знанията и уменията** на студентите от трите университета. Изучаването на предприемачески дисциплини е застъпено в извадката от изследваните университети поради важността за развитието на бизнес способности и умения. Голяма част от респондентите проявяват значителен интерес от получаването на нови знания и умения в областта на предприемачеството. Те осъзнават потенциалното им приложение и важността им за бъдещото им развитие. От съществена важност са и нагласи, които студентите са развили с изучаването на посочените дисциплини. Въпреки че около 80% от анкетираните са изучавали университетски дисциплини в областта на предприемачеството, само 24,1% от тях считат, че усвоените знания са достатъчни за стартиране и управление на собствен бизнес. Според 60% от респондентите знанията, които са усвоени по време на висшето им обучение, са само част от това, което им е необходимо като знания и способности в света на бизнеса. Големият процент на тези студенти е логичен и той се свързва с факта, че освен теоретико-практични знания е необходим и реален практически опит, който се получава само в реална бизнес среда. Едва 15,8% от студентите не се чувстват подготвени за стартирането на собствен бизнес по време на обучението си.

Логически получените знания трябва да се обвържат с развитите от студентите практически умения. Резултатите от изследването показват корелационна връзка между отговорите, свързани със знанията и уменията на студентите. Процентните отговори също са в сходни граници. 18% от студентите са напълно уверени в добитите от обучението практически умения. Повече от половината изследвани, 51,6% преценяват уменията си, като частично достатъчни за стартиране и управление на собствен бизнес по време на обучението си. Малко по-голям е процентът на тези, които не се чувстват практически подготвени за стартиране на бизнес в посочения период. Техният процент е 23,4%.

В болшинството си – над 90% – от респондентите проявяват интерес към включване в различни курсове за придобиване на знания и практически умения за стартиране и управление на собствен бизнес. Всичко това доказва важността от изучаването на предприемачески дисциплини в обучението на студентите от икономическите университети.

Анализът на отговорите на въпрос: „Бихте ли се включили в курс за придобиване на знания и практически умения за стартиране и управление на собствен бизнес?“ предоставят отлична изходна точка за последващи изследвания. На въпроса са отговорили 873 от общо 911 респонденти. Не са отговорили едва 4,17% от общо участвалите в анкетата. Над 90% (90,3%) от анкетираните извеждат потребността за придобиване на

нови знания и умения за стартиране и управление на собствен бизнес като приоритетна. Това пряко кореспондира с въпроса: „Чувствате ли се подготвен/а за предприемаческа дейност (създаване и управление на собствен бизнес)?“. От трите университета обект на проучването процентът на положително отговорилите е приблизително еднакъв. От ИУ – Варна положителен отговор на въпроса са дали 89% от анкетиранияте, от Стопанската академия – Свищов 88%, а от УНСС – София – 89 %. Потвърждава се обективната необходимост за провеждане на специализирани предприемачески курсове. Констатира се, че положително отговорилите на въпроса са 778 от респондентите. Интересен е фактът, че радатели на подобно обучение сред първокурсниците са 90,24%, сред второкурсниците – 92,67%, сред третокурсниците – 91,56 %, а сред четвъртокурсниците – 90,39%. Сред дипломираните процентът е 80,76. Наблюдава се устойчива тенденция на запазване на интереса към подобни обучения в рамките на целия период на следване. Средно за студентите в ОКС „бакалавър“ желаещите са 90,85%, а за обучаващите се в ОКС „магистър“ – 78,72%. Нужен е допълнителен анализ относно причините за макар и минималния спад на интереса на обучаемите по време на магистратурата и след дипломирането им. Впечатление прави и фактът, че няма значима разлика в отношението на студентите, предопределена от формата им на обучение. 92,53% от участвалите в анкетата са я посочили. Сред редовните студенти специализираният курс среща подкрепа сред 92,21%, сред задочните процентът е 82,94, а сред дистанционните е 88,23%. Резултатите са независими от пола на участниците в анкетата – от 860 посочили пол, 779 (90,58%) са отговорили положително на въпроса. От тях 449 са жени (91,63%) от общия брой жени и 330 мъже или общо 89,19% от всички мъже.

Интерес представлява отговорът на въпроса: „Запознат ли сте с процедурите, свързани с регистрирането на нова фирма?“ Напълно запознати се оказват малко повече от 1/5 от анкетиранияте, а именно 22%. Отчасти са запознати 64,5%. Това ни показва, че значителна част от обучаващите във висшите училища, участващи в проекта, познават, знаят и могат да регистрират собствена фирма. Разбира се, съществуват и една неголяма част, която не е запозната. За това има обективна причина, а именно в анкетата са участвали значителен процент студенти от първи и втори курс на обучение.

УНСС – отговорите на студентите от този университет на посочения по-горе въпрос са преобладаващо в диапазона „Да, отчасти“ – 71%, но ако прибавим към тях сигурните „Да, напълно“ – 15% се доближаваме до общата тенденция, въпреки че напълно сигурните са най-малко в този университет. Напълно незапознати са едва 15%.

ИУ – Варна – отговорите на студентите от този университет на посочения по-горе въпрос са също преобладаващи в диапазона „Да, отчасти“ – 60 %, но ако прибавим към тях сигурните „Да, напълно“ – 22% се до-

ближаваме до общата тенденция. Само 12% от анкетираните студенти от ИУ – Варна са напълно незапознати.

СА „Д. А. Ценов” – отговорите на студентите от този университет на посочения по-горе въпрос са също преобладаващи в диапазона „Да, отчасти“ – 60 %, но отговорилите с „Да, напълно“ – 29%, са малко повече от тези на ИУ-Варна. Като цяло обаче и тук резултатите са в рамките на общата тенденция. Едва 10 % от студентите не познават процедурите.

Особено интересни са резултатите относно това, дали студентите са разработвали **предприемачески (бизнес) план**. Отговорите са разделени почти наполовина – 49,4% от всички участници в проучването са разработвали бизнес план, а на отсрещния полюс са 50,6 %. Това вероятно се дължи както на предприемаческите дисциплини, изучавани в университетите, така и на опити на студенти да създават и реализират свои предприемачески инициативи. Разрезът на тези резултати по университети показва, че отговорилите от УНСС се разпределят, както следва: 40% са разработвали предприемачески планове, а 60% не са. Това показва значително отклонение от общия резултат. В ИУ отговорилите положително на този въпрос са 60%, което е в пълен противовес на отговорилите студенти от УНСС. 40% от отговорилите не са разработвали предприемачески план. От резултатите на УНСС и ИУ се вижда тенденцията към изравняване на двата отговора. Студентите на СА, които са отговорили положително, са 51%, а отрицателно – 49%.

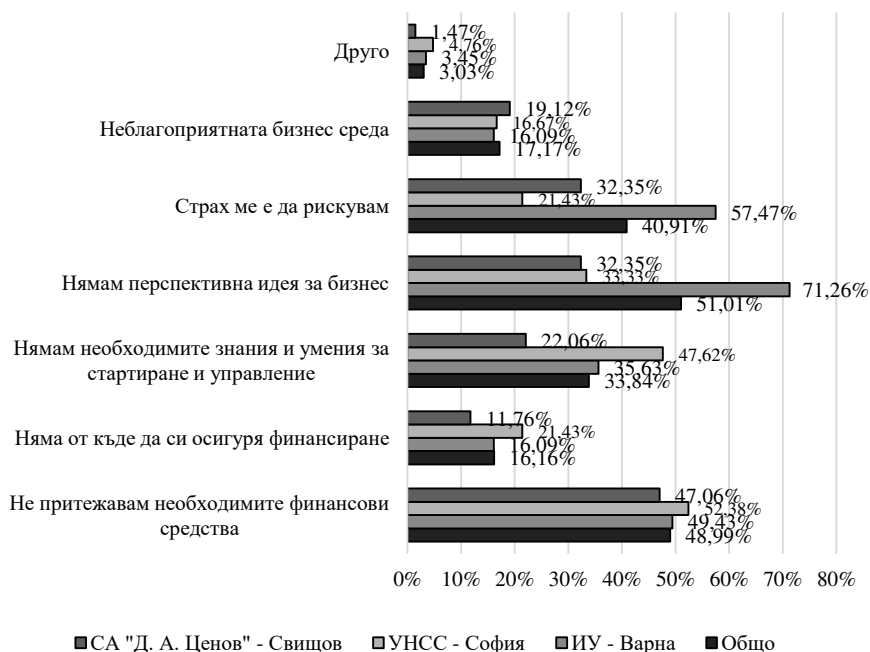
От изследваните общо 911 студенти 890 са посочили отговор на въпроса: „Запознати ли сте с възможностите за **финансиране** на собствен бизнес?“, 153 са отговорили „Да, напълно“, 568 са отговорили „Да, отчасти“ и 169 са отговорили с „Не“. При сравнението на данните между трите университета не са налице значими разлики в резултатите. И при трите университета процентът на отговорилите с „Не“ е 19%, за отговора „Да, отчасти“ разпределението на отговорите е, както следва – при УНСС – 60%, ИУ – 65%, СА – 68 %, а за отговора „Да, напълно“ при УНСС е 21 %, ИУ е с 16%, а студентите и завършилите СА – 13%.

От изследваните студенти 890 са дали отговор на въпроса дали познават **институциите и организациите** в подкрепа стартирането на собствен бизнес. 474 от тях са отговорили с „Да“ и 416 са отговорили с „Не“. При анализирането на данните по университети прави впечатление, че процентът на положително отговорилите е най-висок при ИУ – 63% (135), следван от СА с 58 % (195), а при УНСС относителният дял на запознатите е по-малко от половината отговорили – 42% (144).

5. Пречки и възможности за повишаване на предприемаческата активност на студентите

Пречки

Съществен дял от анкетираните студенти няма и не планира създаването на собствен бизнес. Такова е мнението на 22,4% от респондентите. Този отказ от предприемаческа инициатива извежда на преден план необходимостта от идентифициране на мотивите за подобно решение, т.е. на реално съществуващите или хипотетични пречки пред предприемачеството в България. В тази връзка на фиг. 12 са представени основните пречки пред стартирането на собствен бизнес според анкетираните лица, които към момента на изследването нямат и не планират да създават такъв.



Фигура 12. Пречки пред стартирането на собствен бизнес

Анализът на данните показва, че най-съществената пречка пред стартирането на собствен бизнес, според анкетираните лица, е **липсата на перспективна идея**. Такъв е отговорът на 51,01% от респондентите. Второто по значимост „препятствие“ пред реализирането на предприемаческа инициатива е **липсата на финансови средства**. Това е проблемът на почти половината от респондентите. Същевременно само 16,16% от тях заявяват, че няма откъде да си осигурят финансиране. В този смисъл може да се направи изводът, че по-голямата част от анкетираните лица предпочитат

да стартират бизнес със собствени средства, минимализирайки по този начин кредитния риск.

Като трета по значимост пречка пред стартирането на собствен бизнес резултатите извеждат **страха от поемането на предприемачески риск**. Страхът възпира 40,91% от анкетиранияте студенти да тръгнат по пътя на предприемачеството. Дали приемането на риска е генетично предопределена или е резултат на взаимодействието между лицето и средата, е трудно да се отговори. Факт е обаче, че предприемачите трябва да могат да поемат риск, тъй като той е неизменна част от бизнеса.

На ниво висше училище се наблюдават някои различия между отговорите на респондентите относно пречките пред стартирането на собствен бизнес. Най-голяма е хетерогенността по отношение наличието на перспективна бизнес идея, където размахът е 38,91. Този резултат се получава заради големия процент (71,26%) анкетирани студенти, обучаващи се в ИУ – Варна, които са отговорили, че нямат перспективна идея за собствен бизнес. Между другите две висши училища различието по този показател е незначително. Вторият проблем, по отношение на който съществуват големи различия на ниво висше училище, е страхът от риска, свързан с реализирането на предприемаческа инициатива. Там размахът е 36,04 и се получава като разлика между отговорите на анкетиранияте студенти, обучаващи се в ИУ – Варна и УНСС.

Последният проблеми пред реализирането на предприемаческия потенциал, който се характеризира със съществени различия между отговорите на анкетиранияте на ниво висше училище, е свързан с наличието на знания и умения за стартиране и управление на собствен бизнес. Той обаче е лесно обясним. Дължи се на големия процент респонденти от УНСС, които са първи курс и все още не са изучавали редица дисциплини, свързани с малкия бизнес и предприемачеството. Именно поради това голям процент от тези студенти (47,62%) са посочили като проблем липсата на необходимите за стартиране и управление на собствен бизнес знания и умения.

Възможности

Реализирането на предприемаческа кариера е отговорно начинание, което не всеки човек решава да осъществи. Възможностите и ползите, които носи, провокират интереса и задържат вниманието на младите хора. Именно подобна отправна точка предоставя поле за идеи и предложения, насочени към стимулиране интереса към предприемачеството, за повишаване на предприемаческата активност и предприемаческата заетост.

Въздействията могат да се реализират в няколко направления:

- Възпитаване на младите хора от най-ранна възраст, формиране на интерес и качества, благоприятстващи създаването на позитивни нагласи към предприемача и предприемаческия бизнес.

- Разработване и въвеждане на програми за обучение по предприемачество с по-широк обхват на покритие на студентската аудитория, като

се постави акцент върху интегрирането (включването) на специфични методи, особено включването на успешни предприемачески модели и предоставянето на среда за интерактивна комуникация с тях, с цел развитие на предприемаческия капацитет на студентите, повишаване на техните предприемачески намерения и желание за създаване на бизнес.

▪ Интегрирано и съгласувано реализиране на дейности и инициативи по веригата: студенти – висше училище – бизнес – образователни институции.

▪ Създаване на среда и изграждане на инфраструктура в рамките на висшите училища за формирането и развитието на предприемачески знания, умения и компетенции.

Обобщения и изводи:

Предприемачеството има особен статут в сферата на икономиката. Наред с редицата трудности при реализирането на предприемаческия бизнес и независимо от големия брой личностни и професионални изисквания, ограничения и „жертви” то носи своите позитиви и предоставя възможности за реализиране на професионална удовлетвореност. Решението на младите хора да изберат пътя на предприемача се предпоставя от сложилите се характеристики и параметри на средата, в която израства и се развива младият човек, професионалните желания за придобиване на образователен ценз и общото възприятие за предприемачеството, предприемаческата кариера, предприемаческия бизнес и всички съпътстващи го позитиви/негативи.

На фона на общоприетите схващания за личностни решения и сигнали на средата предприемачеството има особено измерение за младите хора, предопределящо и особеното им отношение към него. Проведеното проучване сред студентите от трите водещи висши училища в областта на икономиката и управлението: СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна, показва: *на първо място*, потвърждаване на мнението за разнородност във вижданията, отношението и нагласите на младите хора към предприемачеството и фигурата на предприемача, спецификата в начина и момента на професионалното включване на студентите в предприемаческия бизнес. *На второ място*, осигури информационна среда за задълбочени разсъждения, анализи и идентифициране на възможности за моделиране профила и параметрите на предприемаческия бизнес през погледа на младите хора и участието им в него. *На трето място*, предостави възможност за идентифициране на образователно-квалификационните характеристики на студентите от гледна точка степен на подготвеност за стартиране на предприемачески бизнес и необходимост от предоставяне на специфични допълнителни знания, умения и компетенции за определяне на място и роля на образователния процес за стимулиране предприемчивостта и предприемаческия дух на студентите, възможностите за оптимизиране на процесите паралелно обучение и професионална реализация.

На база получените резултати могат да се направят няколко съществени констатации и изводи:

- Студентите имат определени резерви относно предприемачеството и възможностите за реализиране на трудовата кариера като предприемачи, резултат от сложилите се в обществото мнения и нагласи, споделен опит на представители на бизнеса и тяхната непосредствена среда, информационната картина в медиите. Същевременно присъщите за младите хора амбиции за доказване и постигане на лична и професионална удовлетвореност, по-голямата им склонност да поемат рискове, в сравнение с другите поколения, съдействат за възприемането на предприемаческия дух като благодатен за реализирането на множество позитиви. Желанието за постигане на лична удовлетвореност и себerealизация, възможността за по-голяма свобода, самостоятелност и независимост в икономическия си избор, социалният статус, към който се стремят, подтиква студентите към стартирането на собствен бизнес или оформя в професионалните им планове в близко бъдеще започването на такъв бизнес.

- Съчетаването на статута на студент и действащ предприемач е трудно за реализиране на практика. Поради тази причина делът на студентите, които развиват предприемачески бизнеси и същевременно учат, е малък, но и достатъчно голям, за да се идентифицира ясно изразена съвкупност на учещи млади предприемачи. Позитивна е констатацията, че значителна част от студентите, които са имали предприемачески бизнес, но по различни причини са претърпели фалит или просто са прекратили бизнеса си, заявяват готовност за започване отново на предприемачески бизнеси и дори за рестарт на бизнеса, който са прекратили.

- Младите хора, които по време на своето обучение са поели риска да реализират предприемачески бизнес, получават редица позитиви: актуално икономическо познание, експертиза и консултации от своите преподаватели, усъвършенстване на знанията и уменията, своевременно прилагане на наученото на практика. Студентите в доминиращата си част оценяват своята подготовка като недостатъчна, осъзнават необходимостта от придобиване на допълнително знания и умения в областта на предприемачеството и заявяват готовност за изучаването на повече учебни дисциплини и за включването си в специализирани курсове към различни центрове за обучение.

- За формирането на конкретни отношения и нагласи към предприемачеството и предприемаческата кариера, върху намеренията и решението да се стартира предприемачески бизнес влияние оказват редица фактори, част от които се потвърждават и от предходни изследвания както на авторския колектив, така и от проучвания на други изследователи – семейната и образователната среда, приятелският кръг, финансово-икономическият статус на студентите и представата за него по примера на предприемачи, които познават. Ясно се откроява желанието на младите за постигане на лична и професионална удовлетвореност, които според тях в мно-

го по-голяма степен могат да постигнат, ако са самозаети, отколкото да предлагат наемен труд.

▪ Независимо от многото сходства и общи параметри, изследването показва и редица различия в мнението и оценките на студентите, обучаващи се в отделните висши училища. Специфичните локализационни демографски и икономически характеристики на населените места, в които са позиционирани висшите училища, водят до идентифицирането и на различия, особено в няколко аспекта: мнение и отношение към предприемача и предприемаческия бизнес, готовност за стартиране на собствено бизнес начинание, готовност за рестарт на бизнеса и др.

▪ Въпреки консерватизма в мисленето и наложилите се негативни тенденции, проучването показва, че младите хора, независимо от проблемната среда, са оптимисти и немалка част са склонни да рискуват, да започнат собствени бизнес и да се реализират като предприемачи.

Заклучение

Предприемачеството и предприемаческото поведение са атрактивна област за теоретични изследвания и апробиране на тяхната валидност в практиката. Възприятията на младите хора са особено поле за изследователска дейност. Резултатите от изследването на предприемаческото поведение на студентите от трите водещи икономически висши училища са окуражаващи. Голяма част от младите хора у нас демонстрира завидни познания в областта на стартирането и управлението на собствен бизнес, има предприемачески нагласи и намерения, които, в зависимост от посоката на влияние на обкръжаващата среда, преминават в предприемаческо поведение. Сравнителният анализ на резултатите от предходното проучване на предприемаческите нагласи на студентите и резултатите от настоящото проучване показват, че висшите икономически училища играят все по-важна роля в изграждането на благоприятна среда за разгръщането на предприемаческото поведение на студентите.

Използвани източници

- Lowe , R., & Marriott , S. (2006). *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation*. London: Routledge.
- Zucchella, A., Hagen, B., & Serapio, M. (2018). *International Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Audretsch, D., & Link , A. (2019). *Sources of Knowledge and Entrepreneurial Behavior*. Toronto: UNIV OF TORONTO PR.
- Aulet, B. (2017). *Disciplined Entrepreneurship Workbook*. Hoboken: Wiley.

- Barringer, B., & Ireland, D. (2019). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Harlow: Pearson.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc.
- Blackburn, R., & Schaper, M. (2016). *Government, SMEs and Entrepreneurship Development: Policy, Practice and Challenges* (1st изд.). London: Routledge.
- Burns, P. (2012). *Corporate Entrepreneurship: Innovation and Strategy in Large Organizations*. London: Red Globe Press.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and Small Business: Start-up, Growth and Maturity* (4th изд.). Red Globe Press.
- Butler, J. (2004). *Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior (RESEARCH IN ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT)*. Greenwich: Information Age Publishing.
- Caputo, A., & Pellegrini, M. (2019). *The Anatomy of Entrepreneurial Decisions: Past, Present and Future Research Directions*. Cham: Springer.
- Farrell, L. (2018). *Entrepreneurial Attitude: Lessons From Junior Ac: Lessons from Junior Achievement's 100 Years of Developing Young Entrepreneurs*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R., & Kearney, C. (2013). *Managing Innovation and Entrepreneurship*. London: Thousand Oaks : SAGE Publications.
- Investor.bg. (02 09 2016 г.). Проф. Димо Димов: Търсенето в бизнеса не се намира, а се създава. Свалено от Investor.bg: <https://www.investor.bg/na-fokus/441/a/prof-dimo-dimov-tyrseneto-v-biznesa-ne-se-namira-a-se-syzdava-223858/>
- Kuratko, D. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Bloomington: Cengage Learning.
- Mariotti, S., & Glackin, C. (2016). *Entrepreneurship: Starting and Operating A Small Business*. Harlow, England: Pearson International.
- Mathieu, T. (2018). *Entrepreneurship: A Guide To Success For Entrepreneurs And Aspiring Entrepreneurs*. Torrazza Piemonte: Independently published.
- Niklas, E., Henrekson, M., & Sanders, M. (2020). *The Entrepreneurial Society: A Reform Strategy for the European Union*. Berlin: Springer.
- Ponmani, R., & Annappoorani, R. (2016). *Entrepreneurial Attitude Orientation and Intention among Students*. Tamilnadu: LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Ries, E. (2017). *The Startup Way: How Entrepreneurial Management Transforms Culture and Drives Growth*. London: Portfolio Penguin.
- Scheiner, C. (2009). *Fundamental Determinants of Entrepreneurial Behaviour*. Wiesbaden: Gabler Verlag.

- Tamizharasi , G., & Panchanatham , N. (2011). *Impact of creative personality on entrepreneurial attitudes: Entrepreneurial attitudes and creative personality*. Tamilnadu: VDM Verlag Dr. Müller.
- Иванова, М., & Попова, Д. (29 07 2017 г.). *Бюрократията в България отнема около 22 работни дни на бизнеса годишно*. Свалено от Investor.bg: <https://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/biurokraciata-v-bylgariia-otnema-okolo-22-rabotni-dni-na-biznesa-godishno-247523/>
- Инвестиционна дестинация Пловдив. (30 10 2020 г.). *Бизнес среда в България*. Свалено от invest.plovdiv.bg: <https://invest.plovdiv.bg/content/business-bulgaria/>
- НСИ. (2020). *Студенти по образователно-квалификационна степен, гражданство, форма на обучение и пол във висшите училища по форма на собственост*.