

Изследване на особеностите на стартиращите фирми с висок потенциал за растеж (СТАРТ-ъп бизнес) в България¹

**Николай Щерев, Димитър Благоев,
Диана Копева, Петя Биолчева,
Зорница Йорданова,
Вероника Димитрова***

Резюме: Безспорен е приоритетът на иновациите и предприемачеството за насърчаване и постигане на устойчив растеж в условията на глобализация на икономиката. Приоритетността на проблема е заложена в редица европейски и национални (респ. български) стратегически документи, като на преден план се извежда необходимостта от разработване и прилагане на подходящи оперативни мерки за насърчаване на инвестициите в новосъздадени предприятия с потенциал за растеж.

Към момента в българската научна и икономическа общност може да се говори за изследвания, чийто обект са или иновациите, или предприемаческите фирми, като пред-

мет на изследване и анализ. Обединяването на двата обекта обаче под шапката на проблематиката със създаване, развитие и насърчаване на СТАРТ-ъп бизнеси многократно би повишило фокуса и ефективността от постигнатите резултати в областта на икономическите политики и стратегии. Изследванията на тази така важна проблематика не са нещо ново за световната икономическа мисъл, като могат да се посочат редица изследователи като Джерард Грьоневеген и Франк де Ланген през 2008 г., Шилинг през 2008 г., Зандберг през 2008 г., Раух през 2000 г., Берм през 2008 г., Де Мел през 2009 г., Абети през 2000 г., Верганти през 2008 г., Бринк през 2005 г., Сонг през 2008 г. и други, изследващи отделни и единични фактори, които са счестени за успешни или ограничаващи стартиращите фирми с висок потенциал за растеж (СТАРТ-ъп) в тяхната дейност, развитие и разрастване.

Използвайки горните съображения, основната цел на статията е да се идентифицират особеностите и характеристиките на стартиращите фирми с висок потенциал за растеж (СТАРТ-ъп), които са свързани с реализиране на ограничаващи или стимулиращи фактори на бизнес средата към този специфичен иновационен и предприемачески тип бизнес.

В структурно отношение статията е изградена в следните основни параграфи:

¹ Статията обобщава теоретични, методически и приложни резултати на научно изследване, финансирано от Фонд НИД на УНСС с № НИ 5/2014 – б.а.

* Николай Щерев е доктор, професор в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС; Димитър Благоев е доктор, доцент в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС; Диана Копева е доктор, професор в катедра „Икономика на природните ресурси“ на УНСС; Петя Биолчева е доктор, главен асистент в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС; Зорница Йорданова, е доктор, главен асистент в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС; Вероника Димитрова е доктор в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС.

1. Постановка, в която чрез синтез на проведен литературен обзор за състоянието на науката и практиката в областта на създаването, насърчаването и развитието на СТАРТ-ъп бизнес в България, се дават основните теоретични постановки на изследователите, работещи в областта; 2. Методически бележки, в които, на базата на синтез на познанието от литературния обзор, са изведени основни направления за наблюдение и анализ на СТАРТ-ъп компании в България; 3. Практически резултати, в които са обобщени резултатите от приложно изследване на конкретни СТАРТ-ъп бизнеси чрез метода на дълбочинното интервю.

JEL: M21.

Постановка

Иновациите са считани от редица учени, изследователи, политици и анализатори за най-мощния лост, влияещ и управляващ развитието на човешката и икономическа дейност. Те пряко допринасят за по-бързото изпълнение на приоритетните за човечеството и глобалната икономика цели: създаване на зелена икономика, ограничаване използването на изчерпаемите ресурси, намаляване на бедността и социалното изключване, ориентиране към високо технологизиране на обществото и производството, подобряване на образованието, стабилизиране на регионалните икономики, усъвършенстване на организацията и управлението на всички равнища.

Стартиращите фирми с висок потенциал за растеж (СТАРТ-ъп) са новосъздадени компании, които навлизат в изключително конкурентен пазар, каквито са глобализираните пазари през 21-ви век. Изследвания сочат, че над 90% от тези фирми обявяват фалит още през първата година от своята дейност. Именно в лицето на стартиращите фирми с висок потенциал за растеж (СТАРТ-ъп), България може да търси така желаните стимул за съвземане и стабилизи-

ране на икономиката. За да имат шанс за успех, обаче, те трябва да предложат новост, иновативност, уникалност и да бъдат достатъчно умели, за да устоят на тежките условия на бизнес средата. Ето защо от изключително голямо значение е проучването на стимулиращите и ограничаващите фактори за тяхното създаване и развитие.

Актуалността на изследването по проблема се обуславя и от факта, че за стартиращи своята дейност фирми, особено насочени към иновативна дейност, страната ни предлага ограничено малко консултантска помощ и добрите практики са непряко приложими. От всичко това следва, че крайно необходимо, в контекста на важността на иновациите и стартиращите фирми за общото благосъстояние и икономически растеж на страната, е провеждането на конкретно изследване върху факторите, които биха го насърчили или ограничили. Неотложността на обобщаване на приложените резултати от провеждането на такова изследване се обосновава и със старта през 2014 г. на новия програмен период, в който България трябва да подобри своята позиция по критерий, по който понастоящем се намира на последно място в ЕС: иновационната активност на бизнеса.

1. Дефиниране на понятието СТАРТ-ъп

През последните години все по-често се говори за необходимостта от създаване и развитие на бизнеси (респ. фирми, предприятия), носители на потенциал за ускорен растеж. Основните причини за това могат да се сведат до няколко основни такива:

- Съвременната икономика, особено след 2008 г., се нуждае от голям брой практически реализирани иновативни бизнес идеи, за да се осигури и гарантира един „нормален“ и, разбира се, очакван растеж на националната и световната икономика.

Управление на ресурси и разходи

- Разграничаването на „предприемачески базиран бизнес“ с ограничен, респ. малък, потенциал за икономически растеж от „иновативно предприемаческия бизнес“ с голям потенциал за растеж изисква да се въведат подходящи понятия.
- Насочването на политиките, стратегиите и мерките на национално, европейско или световно равнище към най-перспективните бизнес идеи също е предпоставка различните предприемачески бизнес инициативи да бъдат разграничени.

При търсене на подходящо понятие за **СТАРТ-ъп бизнес** трябва да се направи и следното ограничение: обособяването на една отделна група стартиращ бизнес в никакъв случай не противоречи на Шумпетеровата предприемаческа теория. Но за последните 50 години създаването на нов, предимно малък, дребен или среден бизнес значително се различава от концептуалната рамка на Йозеф Шумпетер, че предприемачът, носител на иновацията, е движещата сила на една съвременна икономика от отворен пазарен тип.

Бързата експанзия на фирмите, опериращи в интернет пространството и скоростта, с която една част от тях се развиват (известни като „dot ком – .com“ компании – б.а.) позволяват като **стартираща фирма с висок потенциал за растеж (респ. СТАРТ-ъп бизнес)** да се определи:

Ново стартираща бизнес компания, сдружение или временна бизнес организация, чиято основна цел е да търси бизнес решение на повторяем, цикличен проблем, чрез иновативни методи и средства.

Тази дефиниция предполага, че като **СТАРТ-ъп бизнес** се определя само предприемаческа бизнес инициатива, която е на ранен етап от своето развитие и предприемачът/ите създава/т определена бизнес организация, структура, която да подси-

гури финансиране и реализация на първоначалната иновационна предприемаческа идея. Това предполага, че едно предприятие (независимо дали е останало да съществува като малко или средно, или се е развило до голям бизнес) в даден момент престава да се определя като **стартираща фирма с висок потенциал за растеж (респ. СТАРТ-ъп бизнес)**. Този момент настъпва когато:

- Предприемаческата бизнес идея се провали, независимо дали бизнесът продължава да съществува или настъпва прекратяване, фалит на предприемаческата организация, структура.
- Предприемаческата бизнес идея се развие и тя стане привлекателен обект за провеждане на сливане или изкупуване на бизнеса от други бизнес агенти (компани).

Но първата стъпка при идентифициране на **СТАРТ-ъп бизнес идеите** е да се попълни следният чек-лист (таблица 1).

За да се оценят ефектите на новостартираните иновационни компании, е необходимо да се предложи подходяща методическа схема, която да отговори на въпроса: **Как може да се определи и класифицира една компания дали е иновативна компания, стартираща компания или обикновена компания?**

Методическата схема следва да отразява **основните характеристики**, вкл. общи и различни елементи от бизнеса на иновативните и на **СТАРТ-ъп компаниите**.

Първата характеристика се свързва с **типа на иновациите**: по дефиниция и иновативните компании и СТАРТ-ъп компаниите произвеждат иновации като предоставят услуги и/или произвеждат продукти по един новаторски (нов за тях и/или нов за обществото) начин. При това, иновативността на продуктите е свързана с нов начин на организация на производството и от тук: тяхната организационна структура е иновативна или организацията на продажбите на своя продукт е по новаторски за пазара начин.

Таблица 1. Чек-лист на СТАРТ-ъп бизнес идеите

ОСНОВНО НАПРАВЛЕНИЕ	ОСНОВЕН ВЪПРОС ЗА ПРОВЕРКА
Възможност	Откъде произтича бизнес идеята?
Иновация	В какво се изразява иновацията на бизнес идеята?
Клиенти	Кой е клиентът?
Конкуренция	Кой е пазарният противник – конкурентът?
Продажби	Чрез какъв продажбен канал може да се достигне до клиента?
Маркетинг	Как се създава и използва потребителското търсене на пазара?
Какво се прави за бизнес развитие на идеята?	Сделки? Партньорства? Продажби?
Същност на бизнес модела за печалба	Какво прави носителят на идеята, за да спечели пари?
Интелектуална собственост/придобиване на патенти	Съществуват ли и колко дълго могат да се загържат правата върху интелектуалната/индустриалната собственост?
Време до пазара	Колко време е необходимо, за да се излезе на пазара?
Модел на продуктово развитие	Как се гарантира развитието от приносителите на идеята?
Производство	Какво струва, за да се произведе продуктът?
Целево първоначално финансиране	Колко? Кога?
Последващо финансиране	Колко? Кога?
Ликвидност	Колко? Кога?

Основната разлика е, че СТАРТ-ъп компаниите обикновено са ориентирани към иновации в технологиите, т.е. новаторският подход е свързан с разработване на иновативна техника и/или нов начин на производството, което от своя страна се свързва с наличие на голям потенциал за растеж. В допълнение, СТАРТ-ъп компаниите се описват като предприемачески предприятия, които обикновено поради технологичната новост се създават на нововъзникващ и бързо развиващ се пазар, който има за цел да отговори на нова или съществуваща пазарна нужда.

Втората особеност се свързва с **(финансовата) устойчивост на бизнеса**: като се измерва с реални резултати, предимно финансови, от развитието или предлагания иновативен продукт, процес или услуга. СТАРТ-ъп е компания, която е в начален етап от дейността си, се финансира първоначално от създателите си до момента, в който се разработят продуктът или услугата, за които се смята, че има търсене. Именно поради липсата на ясно обозрими финансови

резултати и по-скоро се реализира загуба при разработването и внедряването в практиката на иновационен продукт, СТАРТ-ъп компаниите не са устойчиви в дългосрочен план и трябва да бъдат трансформирани в устойчив бизнес. Това е моментът, в което СТАРТ-ъп етапът завършва и компанията се превръща от СТАРТ-ъп в иновативна или обикновена компания.

Третата особеност се идентифицира от **основните цели** на съществуване на бизнеса: като иновативна компания се определя тази организация, която действа иновативно, включително цели да разработва и да произвежда вече доказани продукти, пазарни и/или технологични иновации. СТАРТ-ъп е нова компания, която има за основна бизнес цел да създава и да развива иновации или да извършва дейности по новаторски начин с мащаб, който има потенциал за растеж. По този начин СТАРТ-ъп фирмите концентрират усилията си в търсене на бизнес решение на проблем или нужда чрез иновативни инструменти и ме-

Управление на ресурси и разходи

тоги. Според това определение, СТАРТ-ъп компаниите са вид иновативни компании.

Необходимостта от ясно разграничение между иновативни компании и СТАРТ-ъп компании произтича от наличието на разнообразни фондове за тяхното финансиране. В практиката повечето правителства предоставят различни стимули на иновативни компании и съвсем различни проектни и/или финансови стимули за СТАРТ-ъп фирмите. Сред различните проектни и/

или финансови стимули се отнасят разнообразни целеви програми за финансиращи фондове; освобождаване или намаление от данъците; предоставяне на специфични консултантски услуги и др.

Независимо от посочените особености на иновативните и на СТАРТ-ъп фирмите, поради многоаспектността на всеки един от двата типа компании е необходимо да се дадат основни техни описателни характеристики както следва (таблица 2).

Таблица 2. Сравнение между иновационния бизнес и СТАРТ-ъп бизнеса

ИНОВАТИВЕН БИЗНЕС	СТАРТ-ЪП БИЗНЕС
Целят разработване на иновации. Тяхната дейност обещава бърз растеж на пазара.	Сред основните бизнес цели е поемането на инвестиционен/бизнес риск; експериментиране на пазара; производствена гъвкавост и бизнес адаптиране.
Организирант бизнеса си по новаторски начин.	Възникват с ясно изразени и постоянни структури на тяхната организация.
Използват уникална за пазара и в много случаи подходяща бизнес и/или пазарна стратегия. Използват предимството на бизнес лидерите. За мениджърите им неуспехът е една от възможните стратегически бизнес опции.	Много често се създават в резултат от установяване на привлекателно поле на иновативен бизнес в резултат от изпълнение на поръчки от реномиран и скалируем бизнес модел.
Създават се в икономическа и технологична среда, характеризираща се с високо доверие.	Оперират в непрегвдима и нестабилна бизнес среда.
Основна характеристика на бизнеса е динамиката на тяхното бизнес усъвършенстване.	Не полагат допълнителни усилия да направят средата по-стабилна или да могат да я повлияят.
Иновативността им се основава на развитието на един-единствен продукт/услуга.	Иновативността им се основава на развитието на една-единствена иновационна бизнес идея.
Бизнес структурата е характерна за малката фирма, като разполагат с ограничен екип, структуриран линейно без необходимите йерархични равнища. Дейността им е организационно-производствено ориентирана и се характеризира с отсъствие на ясно изразена и обособена административна част. Иновативността им се основава на съчетание на хора и идеи.	Те не са по-малки версии на големите компании.
Финансовите специфики на бизнеса се характеризират с висок инвестиционен/бизнес риск.	Обикновено не разполагат с необходимите ресурси.
Основна стратегия е бързата комерсиализация на основния иновационен продукт/услуга.	
Основният проблем се свързва с търсене и намиране на финансиране за бързата комерсиализация и пазарен растеж.	

2. Методически бележки

Основната цел на провеждане на приложно изследване на успешни **СТАРТ-ъп компании** в България е да се установят тези специфични условия, които са довели до реализация на идеята за бързо растящ високотехнологичен бизнес в конкретните икономически, социални и политически условия в страната.

Основните опорни точки, свързани с изучаване на реалните предпоставки за създаване и развитие на СТАРТ-ъп бизнеси в България, са изведени в резултат от теоретичното дефиниране на този тип иновационен бизнес (вж. Таблица 1 и Таблица 2), както и от идентифицираната роля на СТАРТ-ъп компаниите за растежа на българската икономика.

1. **Възникване на идеята за бизнеса:** необходимо е да се установи начинът на зараждане на иновационната идея, доколкото са налице различия между възникването на СТАРТ-ъп компании и иновационни компании. Изучаваните въпроси се отнасят не само за източника на иновационната идея, а и до въпроси, определящи продължителността на възприемане, осмисляне и въвеждане на идеята в практиката.
 - как се е зародила идеята:
 - сред приятели: набързо нахвърлени идеи на салфетка в ресторант/бар;
 - сред колеги: обсъдени възможности за разрешаване на служебна задача/проблем;
 - сред непознати: обединени на форум за обсъждане на конкретна задача или идея.
 - колко време е било необходимо от възникването на идеята до „началото“ на нейната бизнес реализация: 1-2 месеца; ½ година; 1 година; повече от година.
 - как оценихте, че идеята е иновативна?
 - кое е спомогнало/попречило за бързото реализиране на иновационната бизнес

идея (Например: липса на опит, липса на финанси, липса на доверие; друго).

2. **Финансиране на СТАРТ-ъп бизнеса:** необходимо е да се установи от какви източници се финансира иновативният бизнес от възникването на идеята до пазарното развитие. Много често именно източникът на първоначално финансиране разграничава основните типове иновационни компании. Необходимата информация включва следните въпроси:
 - откъде/кой фонд е финансирал първоначално СТАРТ-ъп бизнеса;
 - каква е историята на финансирането: (интересни случки, описващи сложността/простотата на ползване на бизнеса)
 - в каква степен първоначалното финансиране е било достатъчно за растежа на СТАРТ-ъп бизнеса:
 - напълно достатъчно;
 - достатъчно за пазарно развитие на продукта;
 - достатъчно за разработване на първи модел/образец/прототип на иновационния продукт;
 - недостатъчно.
3. **Бизнес култура на СТАРТ-ъп бизнеса:** безспорно иновационната бизнес култура може да помогне да се разграничат успешните СТАРТ-ъп компании от неуспешните такива, доколкото в типичния СТАРТ-ъп бизнес всички ангажирани съ-учредители и нает персонал се „мотивират“ от самата идея за иновационен продукт, което е прието и за основен елемент на СТАРТ-ъп бизнес културата.

Това налага да се разграничат основните възприятия на съ-учредителите, които се изразяват в приемане на различни типове поведение:

 - кое отличава компанията от другите:
 - динамичност Vs инерционност;
 - иновативност Vs традиционализъм;
 - ефективност Vs финансови резултати;

Управление на ресурси и разходи

- индивидуалност Vs групово мислене;
- процесна ориентация Vs функционална ориентация
- друго:.....Vs:.....
- коя е основната цел на СТАРТ-ъп бизнеса:
 - Основната цел е:.....
 - Визията на компанията е:.....
- как определят създателите себе си, като се асоциират с поведението на едно от следните животни:
 - **динозавър**: изразява се идеята за големина на бизнеса. Динозавърът се свързва с характеристики като мудност, трупноподвижност и малка адаптивност, характеристики, които са подходящи за големите предприятия;
 - **дракон**: изразява се идеята за яростна реакция, проявена от големия бизнес. В този случай драконът олицетворява бизнес, носещ опасност и страх към останалите участници на пазара, и за разлика от динозавъра, се притаява и е готов всяка минута да ни препречи пътя към прогреса;
 - Тези първи два асоциативни поведенчески модела са типични за съществуващия бизнес и не се свързват с иновативния бизнес и особено със СТАРТ-ъп бизнеса.**
 - **лъв**: изразява се идеята за силата на управлението. Лъвът изразява едновременно физическа и емоционална сила, което го прави много оптимизиран участник на пазара. Лъвът избира кога и колко енергия е необходима, за да бъде спечелена една битка. Въпреки че лъвът като психологически профил на корпоративно поведение е характерен за средните и големи иновационни предприятия, най-често от този типаж фирми се раждат типичните корпоративни Старт-ъпи и СПИН-ОФ бизнеси;
 - **вълк**: изразява се идеята за оцеляване на пазара. Вълкът се определя като носител на прагматично рационален подход

на поведение на бизнеса, използващ симулативното поведение като ефективно средство за оцеляване на пазара. Много често типичен предприемач и/или семеен Старт-ъп се определя с този поведенчески профил;

- **лисица**: изразява се идеята за „хитър“ бизнес. Поведението на лисиците успява не защото са много умни, а защото са много хитри. За тях всичко, което води към целта, е позволено. Тяхната борба е успешна, особено когато имат възможност да експлоатират слабите места на останалите. Най-често от този поведенчески типаж бизнеси се раждат типичните скалируеми и мащабируеми Старт-ъпи;
- **бухал**: изразява идеята за „умен“ бизнес. Мъдрите представители на този тип поведение обикновено залагат на дългосрочната полза от създаването на добри и искрени взаимоотношения. Бухалите печелят уважение заради делата си. Към този тип поведение можем да отнесем типичните СТАРТ-ъпи, погени от хобитата или опита.

4. Добавена стойност на СТАРТ-ъп бизнеса: една от характеристиките на компанията, които могат да се отличат с висок потенциал за растеж, е високата добавена стойност. Обикновено тя се реализира в „преподреждане“ на особеностите на продукта по начин, който го прави „нов“ за потребителите или пазара.

Основните области на създаване/идентифициране на добавената стойност могат да се открият както следва:

- В кое се намира/открива/определя високата добавена стойност СТАРТ-ъп бизнеса:
- В СТАРТ-ъп бизнеса се минимизира:
.....;
- В СТАРТ-ъп бизнеса се максимизира:
.....;

Управление на ресурси и разходи

- В каква степен се използват електронни канали на правене на бизнес (дигитален бизнес):
 - електронна поща да / не
 - интернет страница да / не
 - страница в социални мрежи да / не
 - интерактивен сайт за управление на клиентите и поръчките да / не
 - В каква степен СТАРТ-ъп бизнеса си сътрудничи с други фирми в сектора:
 - Въобще не си сътрудничи;
 - сътрудничи чрез взаимни консултации и събиране на информация;
 - сътрудничи чрез споделени поръчки/гоставки;
 - сътрудничи чрез споделени процеси и персонал.
- 5. Техническа и технологична инфраструктура, спомогнала за реализиране на идеята:** много често успешните СТАРТ-ъп компании се нуждаят от определена технологична помощ, която може да бъде извършена в изследователски лаборатории. Възможната техническа и технологична инфраструктура може да е собственост на: университети; научни организации и институти (например: БАН, Селскостопанска академия и пр.); държавата (София Тех Парк).
- Доколкото ползването на университетски и/или изследователски лаборатории може да бъде безвъзмездно или възмездно (по ценоразпис на лабораторията), важен е въпросът за държавната подкрепа при създаване и развитие на високотехнологични предприятия с потенциал за растеж. Поради тази причина следващите въпроси изучават дали и доколко е възможна държавната подкрепа за новопрохождащия СТАРТ-ъп бизнес чрез техническата и технологична инфраструктура на София Тех Парк АД.
- при реализиране на иновационната идея потърсихте ли помощ от София Тех Парк АД? да / не
- Ако отговорът Ви е положителен на горния въпрос, то:

Старт-ъп бизнес

- при реализиране на иновационната идея станяхте ли част от СТАРТ-ъп компаниите, опериращи с инфраструктурата на София Тех Парк АД?
Ако отговорът Ви е положителен на горния въпрос, то:
 - В какво се изразяваше помощта от София Тех Парк АД? /какви услуги Ви предложиха/:
 - Как оценявате техническата и технологичната помощ за реализация на иновационната ви идея чрез инфраструктурата на София Тех Парк АД?: напълно недостатъчна; сравнително добра; добра; много добра; отлична.
 - Какво считате, че още следва да предложи София Тех Парк АД като услуга на стартиращи предприятия?
 - Колко време смятате да останете в рамките на инфраструктурата, предоставяна за ползване от иновационни високо технологични фирми от София Тех Парк АД?: месеца
- 6. Обобщение:** дава се обобщена оценка за иновационния бизнес, като примерите от практиката включват повече от един въпрос, включен в дълбочинното интервю по-горе. Отговорите на тези въпроси дават възможност да се конструира методическата рамка на SWOT анализа на СТАРТ-ъп идеята.
- обобщение на най-трудните моменти от **СТАРТ-ъп бизнеса** до момента.
 - обобщение на най-забавните моменти **СТАРТ-ъп бизнеса** до момента.
 - кои са най-големите пречки за реализиране на една **СТАРТ-ъп идея** до **СТАРТ-ъп бизнес**?
 - от какви мерки имат нужда, за да бъде още по-успешен един **СТАРТ-ъп бизнес**?
 - кои са най-големите Ви постижения до момента като **СТАРТ-ъп бизнес**?
 - какво не бихте повторили в процеса на своето развитие до момента?

Управление на ресурси и разходи

- бихте ли се определили като: „Успешен иновативен бизнес“?
 - 1. Твърдо ДА;
 - 2. Несигурно ДА;
 - 3. Твърдо НЕ.
- 7. Кои, според Вас, са основните ограничаващи фактори за развитие на дейността на **СТАРТ-ЪП** фирмите в страната? Моля, оценете ги с оценки от 1 до 5 по степен на значимост за възпрепятстване на дейността на **СТАРТ-ЪП** фирмите, където 1 няма съществено значение, до 5 – много съществено значение.

ние, непрекъснато самоусъвършенстване и не на последно място – голяма доза късмет.

При обобщаване на примерите за реализирани се СТАРТ-ЪП компании могат да се открият по-значимите предизвикателства:

1. Възникване на идеята за бизнеса: примерите от различни СТАРТ-ЪП компании са за спонтанно възникване на иновационната идея, независимо от средствата за нейната поява. Иновационната бизнес идея може да възникне както сред приятели, така и по време на участие на различни форуми и срещи

Таблица 3. Карта за наблюдение поведението на СТАРТ-ЪП фирми

ФАКТОРИ, ОГРАНИЧАВАЩИ РАЗВИТИЕТО НА СТАРТ-ЪП БИЗНЕСА	1	2	3	4	5
Наличие/липса на достатъчно добри иновативни идеи в предприемачите	1	2	3	4	5
Наличие/липса на достъп до източници за финансиране	1	2	3	4	5
Наличие/липса на държавна политика в областта на стимулиране на фирми, произвеждащи продукти/услуги с висока добавена стойност	1	2	3	4	5
Наличие/липса на правителствени програми за стимулиране на предприемачеството	1	2	3	4	5
Наличие/липса на образование и обучение в областта на предприемачеството	1	2	3	4	5
Възможност или липса на такава за трансфер на технологии	1	2	3	4	5
Отвореността на местния пазар към световните пазари	1	2	3	4	5
Наличие/липса на изградена подходяща инфраструктура за развитие на дейността на СТАРТ-ЪП фирмите	1	2	3	4	5
Наличие/липса на законодателна и нормативна рамка за предприемачество	1	2	3	4	5
Културните и социалните норми и традиции в областта на предприемачеството в страната	1	2	3	4	5

3. Практически резултати

Безспорно, създаването и развитието на една високотехнологична компания с потенциал за растеж (СТАРТ-ЪП компания) не е лесно начинание и изисква голямо търпе-

или дори при разрешаване на текущи работни задачи.

Времето, което е необходимо от възникване на идеята до „началото“ на нейната бизнес реализация, е значително малко – не повече от 1 година. Добрите идеи трябва да се реализират на момента, пре-

ди някой друг да е оценил възможността от реализация на подобна идея. Много често неуспешните иноватори казват: и аз имах такава идея, но не я осъществих!

2. Финансиране на СТАРТ-ъп бизнеса: най-често в България иновационните идеи се финансират от самите съ-учредители на СТАРТ-ъп компанията. Независимо, че в страната оперират достатъчно на брой компании и бизнес ангели, които да финансират привлекателни бизнес иновационни идеи, все още носителите на такива идеи нямат достатъчно възможности за финансиране.

Още повече, че финансите „никога“ не стигат. Много често предварителните разходи за разработване на бизнес прототип и тестването му на пазара са подценени и реализирането на един СТАРТ-ъп струва повече, отколкото предварителните финанси залагат. Независимо от това, съветите към бъдещите иноватори са непрекъснато да търсят допълнителни източници за финансиране на своята бизнес идея.

3. Бизнес култура на СТАРТ-ъп бизнеса: безспорно иновационната бизнес култура е изключително важна. Различните високотехнологични компании притежават разнообразни поведенчески характеристики, но това, което ги прави успешни иновационни компании, са:

- **ДИНАМИЧНОСТ;**
- **ИНОВАТИВНОСТ;**
- Високи **ФИНАНСОВИ РЕЗУЛТАТИ;**
- **ГРУПОВО МИСЛЕНЕ;**
- **ПРОЦЕСНА ОРИЕНТАЦИЯ**

В допълнение на горното, поведенческите характеристики на СТАРТ-ъп компании не могат да се определят еднозначно, а те трябва да притежават индивидуални поведенчески характеристики, които да проявяват динамично в зависимост от променящата се ситуация. Независимо, че в литературата към различните психологически профили на бизнес поведението следва да се подхожда диференцирано, прави впечатление,

че мнението на практиците е, че високотехнологичните СТАРТ-ъп компании трябва да бъдат: силни като **ДРАКОН**, хитри като **ЛИСИЦА**, самоуверени като **ЛЪВ**, да действат с инстинкта за оцеляване на **ВЪЛК** и да бъдат мъдри като **БУХАЛ**.

Сред основните съвети към бъдещите (млади) иноватори относно културата им на бизнес, които успешните иноватори отправят, са:

- Създаване на гъвкава и променлива структура на СТАРТ-ъп компанията;
- Създаване на условия за добра комуникация и разбирателство в екипа.

Работата в екип е основното предизвикателство пред успеха на СТАРТ-ъп бизнеса. В същото време, екипната работа не означава избягване на отговорност, а поемане на общ ангажимент за справяне с проблемите, които непрекъснато възникват на фазата на осъзнаване на бизнес идеята на компанията.

4. Добавена стойност на СТАРТ-ъп бизнеса: всяка компания намира своята добавена стойност в различни измерения. Това, което ги обединява, е, че добавената стойност се реализира чрез:

- Намалена бюрокрация и ясни комуникационни мрежи, създадени за бърз обмен на информация;
- Непрекъснато намаляване на времето за вземане на решения, доколкото високотехнологичните решения имат много кратък пазарен прозорец и ако фирмата се забави, възможността ще отлети при някой друг СТАРТ-ъп бизнес;
- Ориентация към експериментиране, доколкото съществуващите бизнес модели не работят за иновационни компании. Неуспехът не е изход, а вход към следващия опит.

Обобщение

Най-трудните и в същото време предизвикателни моменти пред всеки един високо-

Управление на ресурси и разходи

технологичен бизнес с потенциал за растеж (СТАРТ-ъп бизнес) в България са свързани с:

- Непрекъснато обучение, особено по предприемачество. Културата на СТАРТ-ъп предприемачите е към непрекъснато търсене на нови решения, което предполага непрекъснат стремеж да повишат своите компетенции в различни сфери.
 - Постоянно адаптиране. Доколкото високотехнологичният бизнес развива иновационни идеи, нови за потребителя и пазара, СТАРТ-ъп компаниите трябва непрекъснато да се променят и адаптират към промяната в средата.
 - Непрекъснати консултации. Всички успешни СТАРТ-ъп компании посочват, че подходящите ментори са от изключителна важност за успеха им.
6. **Основните ограничаващи фактори** за развитие на дейността на **СТАРТ-ъп** фирмите в страната могат да бъдат демонстрирани на следната фигура 1.

От профила се потвърждават значимите фактори за развитие на един успешен СТАРТ-ъп бизнес:

- Създаване на подходяща образователна инфраструктура (предимно извънобразователна, допълнителна или съпътстваща);
 - Създаване на подходяща инфраструктура за трансфер на технологии, особено от научните и образователни институти към бизнеса;
 - Създаване на подходяща култура и традиции за предприемачество, особено в сферата на високите технологии.
- В същото време, профилът на незначителните фактори за успех на СТАРТ-ъп компания включва:
- Държавна политика и съответните ъ мерки и механизми за стимулиране на предприемачеството и на фирмите, произвеждащи продукти/услуги с висока добавена стойност;



Фигура 1. Профил на ограничаващите фактори за развитие на СТАРТ-ъп

- Държавна политика и съответните ѝ мерки и механизми за създаване на отвореност на високотехнологичните компании към чужди пазари.

Цитирани източници:

Щерев, Н., Д. Благоев и Д. Копева, 2016. Принос на новосъздаващите се START-UP фирми за индустриалния растеж на България, Международна научна конференция: „ВИСОКИ ТЕХНОЛОГИИ. БИЗНЕС. ОБЩЕСТВО 2016“, 14-17.03.2016, Боровец, https://mpr.ub.uni-muenchen.de/74970/1/MPRA_paper_74970.pdf

(Shterev, N., D. Blagoev i D. Kopeva, 2016. Pri nos na novosazdavashtite se START-UP firmi za industrialniya rastezha na Balgaria, Mezhdunarodna nauchna konferentsia: "VISOKI TEHNOLOGII. BIZNES. OBSHTESTVO 2016", 14-17.03.2016, Borovets, https://mpr.ub.uni-muenchen.de/74970/1/MPRA_paper_74970.pdf)

Allis, R., 2014. 100 Startup Steps in Review, available at: <http://startupguide.com/entrepreneurship/steps-in-review/>

Blagoev, D., D. Kopeva, N. Sterev, N., Z. Jordanova, 2013. START-UP FOR SUSTAINABLE GROWTH IN BULGARIA, *Trakia Journal of Sciences*, Volume 13, Issue 1, pp. 318-322, <http://www.uni-sz.bg/tsj/Vol.%2013,%202015,%20Suppl.%201,%20Series%20Social%20Sciences/SF/SF/Predpriem.%20i%20biznes/D.Blagoev.pdf>

Blanc, S., 2013. Steve Blank: The 6 Types of Startups, available at: <http://blogs.wsj.com/accelerators/2013/06/24/steve-blank-the-6-types-of-startups-2/>

Carree M., R. Thurick, 2005. Understanding the role of entrepreneurship for economic growth, Working paper No 1005, Max Plank Institute

Driscoll, P., N. Grando, 2014. What are the characteristics of a startup company?, available at: <https://www.quora.com/What-are-the-characteristics-of-a-startup-company>

Eich, D., 2014. Innovation Step-by-Step: How to Create and Develop Ideas for your Challenge, CreateSpace Independent Publishing Platform

Khanh Le, 2012. What define a startup?, available at: <https://agilevietnam.com/2012/12/12/what-define-a-startup/>

Kos, B., 2015. Different types of startups, markets and whys (Presentation), available at: <http://www.slideshare.net/blazk/different-types-of-startups-markets-and-whys-48978006>

Politis D., 2008. Business angels and value added: what do we know and where do we go?, *Venture Capital* Vol. 10, No. 2, April 2008, 127-147, www.angelresourceinstitute.org/resource-center/~media/ARI/Files/Research/Business_Angels_and_Value_Added--What_do_We_Know_and_Where_do_We_go.pdf

Schoof U., 2006. Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people, available on-line on: <http://www.ilo.org/youthmakingithappen/PDF/WP76-2006-Rev.pdf>

Shontell, A., 2014. This Is The Definitive Definition Of A Startup, *Business Insider*, available at: <http://www.businessinsider.com/what-is-a-startup-definition-2014-12>.

Stereov N., D. Kopeva, D. Blagoev, 2014. Reindustrialization by encouraging Start-ups, XIV International Conference of Eurasian Business and Economic Society – EBES, Barcelona, 22-25 October 2014.

Stereov N., D. Kopeva, D. Blagoev, 2015. DOES NEWBORN BUSINESS DO MATTERS TO THE INDUSTRIAL GROWTH?, Summer Global Business Conference 2015 – GBC, 30 Sept – 03 Oct 2015, Sibenik, Croatia.

Управление на ресурси и разходи

Stereov N., D. Kopeva, D. Blagoev, 2017. DOES BUSINESS CYCLE HAVE AN IMPACT ON ENTRANTS AND EXITS?, IJEBESAR Journal, Volume 10, Issue 1, pp 49-54, 2017.

Zwilling, M., 2013. 10 Tips For Building The Most Scalable Startup, Forbes/Entrepreneurs, available at: <http://www.forbes.com/sites/martinzwilling/2013/09/06/10->

[tips-for-building-the-most-scalable-startup/#5b34dd254521](http://www.forbes.com/sites/martinzwilling/2013/09/06/10-tips-for-building-the-most-scalable-startup/#5b34dd254521)

The new SME definition: User guide and model declaration, 2003, ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf 2014.startup.bg/

World startup report, available on-line on <http://www.worldstartupreport.com/>