

Обучението по корпоративно предприемачество в Университета за национално и световно стопанство

Мария Василска¹

Резюме: Предмет на настоящата статия е натрупаният опит и изградената методика на обучението по корпоративно предприемачество в Университета за национално и световно стопанство.

В статията е разгледана същността и ролята на явлението „корпоративно предприемачество“, като е акцентирано върху неговото значение за успешното развитие на установените на пазара предприятия. Представени са основните предпоставки, довели до въвеждането на такава дисциплина в обучението на студентите от специалност „Предприемачество“ в УНСС, и е направена характеристика на нейния обхват, съдържание и търсени резултати. Анализирани са акумулираният опит от обучението по дисциплината – организация, структура и съдържание на учебния процес, постигнати резултати, съпътстващи трудности и идентифицирани възможности за развитие.

Ключови думи: корпоративно предприемачество, големи предприятия, учебен процес, студентски проекти.

JEL: L26, I23.

Увод

Предприемачеството като изследователски обект и като учебна дис-

циплина се развива интензивно, особено през последните години. Произходът на понятията *предприемачество* и *предприемач* може да се открие във френските думи „entreprendre“ („предприемам“) и „entrepreneur“ („откривател на възможности“, „посредник“). Двете понятия се свързват с поемането на инициатива, риск и реализирането на иновативна идея най-често чрез създаването на нова организация (фирма).

Предприемачеството все повече се налага в обучението на учениците и студентите и се очертава като важна² и интегрираща (изискваща и предлагаща широки познания и умения) бизнес дисциплина. През последното десетилетие и в България училищата и университетите активно въвеждат учебни модули и дисциплини по предприемачество, подготвяйки бъдещите основатели на собствен бизнес или предприемчиво ориентирани експерти, служители и мениджъри на институции или бизнес организации. Понастоящем почти половината висши учебни заведения у нас предлагат в някаква форма обучение по предприемачество чрез различни програми и дисциплини. УНСС е пионер в това отношение, въвеждайки системно обучение по предприемачество още през 1991 г. с дис-

¹ Мария Василска е доктор, асистент в катедра „Предприемачество“ на УНСС, e-mail: maria@unwe.bg

² По думите на проф. Кен О'Нийл, Президент (1994-1995 г.) на Международния съвет по малък и среден бизнес (ICSB), „предприемачеството е *бизнес дисциплината на XXI век*“ (из неговия доклад по случай удостояването му с почетната титла „Доктор хонорис кауза“ на УНСС през 1998 година).

циплината „Основи на предприемачеството“ – една от първите подобни в Източна Европа. През 2006 г. е основана и самостоятелна катедра „Предприемачество“, ръководеща създадената през 2007 г. едноименна специалност в ОКС „бакалавър“.

Като специфичен вид предприемачество корпоративното (вътрешнофирменото) предприемачество не е ново явление, но в България сравнително отскоро се заговори за него и неговата роля за развитието предимно на по-големите компании. *Корпоративното предприемачество (КП) най-общо представлява предприемачески процес, който протича в рамките на действащи предприятия и води до създаването на нови продукти, услуги, процеси, структурни единици, нови бизнеси и други.* КП е проявление на предприемаческия дух в съществуващите предприятия, което им помага да оцеляват и се развиват успешно в съвременната силно динамична и конкурентна среда.

В УНСС тематиката за предприемаческите инициативи в/на установените на пазара компании се разглежда в някои дисциплини, преподавани пред студенти от различни специалности. Като самостоятелна дисциплина „Корпоративно предприемачество“ се въвежда през 2011 г. за целите на учебния процес на студентите от IV курс от бакалавърската степен на специалност „Предприемачество“ в УНСС и е резултат на акумулирани изследователски резултати и преподавателски опит. В дисциплината се изучава същността и ролята на КП за успешното функциониране и развитие най-вече на големите по размер предприятия. Учебният процес осигурява сравнителен анализ и паралел между корпоративното и индивидуалното предприемачество (свързано с дейността основно на микро- и малките предприятия); очертава връзката между особеностите на корпоративното управление и възможностите за проявление на КП; акцентира върху основните фактори и възможностите за активизиране на КП в предприятията.

1. Същност и роля на корпоративното предприемачество

Широко споделяно е разбирането, че предприемачеството е един от двигателите както на високо индустриализираните развити страни, така и на развиващите се страни. В България отдавна е призната ролята, особеностите и проявленията на индивидуалното предприемачество, водещо до стартирането и развитието на собствен малък бизнес, прилагащ някакъв вид иновация – продуктова, пазарна, организационна или друга. Много по-малко е познато явлението корпоративно (вътрешнофирмено) предприемачество, наричано още интрапредприемство, отнасящо се до предприемчивото поведение на мениджъри и служители в по-големи и комплексни фирми (в които собствеността е отделена от управлението/контрола).

Разбира се, двата вида предприемачество, въпреки принципната разлика между тях, имат много общи черти, най-важните от които се изразяват в това, че са налице *предприемач* – „човек, който се опитва да постигне печалба³, поемайки риск и инициатива“ (Oxford English Dictionary, цитиран от Burns, 2008, с. 7), откриващ възможности и възползващ се от тях, организиращ и обединяващ хора около себе си; *уникална идея* (иновативна концепция) и „материализиране“ на идеята под формата на *нов бизнес, нов продукт, нова организация* и др.

В чуждестранната литература концепцията за КП се развива интензивно най-вече през последните тридесет години. Термините „вътрешно предприемачество“ и „вътрешен предприемач“ се появяват за пръв път през 1978 г.⁴, въпреки че научни трудове, засягащи проблема, има още

³ За себе си или за организацията (б.а.).

⁴ В разработка на Джифърд и Елизабет Пинчът от времето, когато са посещавали школа за предприемачи в Ню Йорк.

от средата на 60-те години на миналия век. В началото на 80-те години Д. Милър разграничава консерватизма от предприемчивостта в установените фирми. За него предприемаческите бизнеси са проактивни инициатори, които се стремят да постигнат превъзходство над конкурентите си (Miller, Friesen, 1982. Цитиран в Bridge, O'Neill, Martin, 2009, с. 299). През 1985 година Дж. Пинчът публикува първата книга в тази област, станала бестселър – „Вътрешно предприемачество: защо не е необходимо да напускаш корпорацията, за да станеш предприемач“ (Pinchot, 1985). В нея той развива концепцията за интрапренъора – служител на голяма корпорация, на когото е дадена свободата и ресурсите да разработва нови продукти, без да бъде ограничен от бюрократични процедури. Според модела на Пинчът всеки служител, който иска да развие вътрешно-корпоративен предприемачески проект, основан на иновативна идея, би следвало да е готов да рискува и то да рискува нещо ценно за самия него, например част от собствената си заплата. Следователно, иновативността и поемането на риск са специфични характеристики на всеки предприемачески процес, независимо къде се осъществява той – в малки или големи бизнес организации. Разликата е в това, че докато в по-малките фирми предприемачът е и собственик, то при КП става дума за проактивно и мотивирано поведение у наети мениджъри и служители, което често е съпътствано с редица трудности.

През 80-те години на миналия век и други автори като Норман Макре (Macrae, 1982), Джон Нейсбит и Патриша Абърдийн (Нейсбит, Абърдийн, 1990) дават своя принос към разкриването на характеристиките на новооформящия се тип предприемачески организации и хората, които ги движат напред – корпоративните (вътрешните) предприемачи. През 1992 г. терминът „интрапренъор“ е добавен към *The American*

Heritage Dictionary of the English Language, където Пинчът е посочен като автор на концепцията.

Последните двадесет години се характеризират с възникването на множество дефиниции, модели и практически проявления на корпоративното (вътрешнофирменото) предприемачество. Всъщност двете понятия в повечето случаи се разглеждат като синоними, но някои от занимаващите се в тази област изследователи правят разлика между корпоративното („corporate“) и вътрешнофирменото предприемачество („intrapreneurship“), разглеждайки първото като по-широк термин. Те определят КП като процес, обхващащ всички аспекти на създаването на иновации в една фирма и тяхното капитализиране (в нови продукти, нови бизнеси и т.н.), докато вътрешнофирменото предприемачество се отнася най-вече до насърчаването и управлението на инициативността и изобретателността на служителите.

Редица автори през последните две десетилетия в своите научни трудове разработват идеите на „пионерите“ в тази област, като дават свои виждания, определения и концепции за основните характеристики и проявления на корпоративното предприемачество. Сред тях са повече или по-малко популярни имена като Р. Хисрич, К. Веспер, П. Дракър, Д. Куратко, Г. Лъмкин, Г. Дес и много други.

Често разисквани в литературата въпроси са тези за основните фактори, влияещи върху развитието на корпоративното предприемачество, както и за бариерите, които го възпрепятстват. Сред най-важните фактори, от които зависи дали в една организация има благоприятни възможности за вътрешни предприемачески инициативи, са: наемането, задържането и мотивирането на мениджъри и служители с необходимите за това качества; наличието на организационна култура, насърчаваща творчеството и предприемаческия дух; фирмена

Икономика на предприятията

стратегия, насочена към развитие и постигане на конкурентни предимства посредством иновации; организационна структура на управление, създаваща предпоставки и способстваща за протичането на предприемачески процеси; динамична външна среда, изискваща иновативно и гъвкаво поведение, и други. Основните бариери за развитието на КП в предприятията са пряко свързани с изброените фактори и могат да се разделят на две основни групи – управленски и организационни.

КП най-често се разглежда в контекста на корпорациите (т.е. акционерните дружества), като според редица автори този тип бизнес организации е в състояние да създаде най-подходящи условия за развитие на вътрешно предприемачество. Това до голяма степен се дължи на специфичните характеристики на корпорацията: функцията „собственост“ е отделена от функцията „управление“; налице е ограничена отговорност на акционерите; правото на собственост свободно и лесно се прехвърля чрез покупко-продажба на акции на капиталовия пазар; корпорацията разкрива информация и подsigурява прозрачност на своето управление; тя е социално отговорна институция, която се съобразява с приноса и интересите на всички заинтересовани страни и работи за осигуряване на тяхното благосъстояние, като отговаря пред обществото за своята дейност (Георгиев, Георгиева, 2012, с. 16-17).

Корпоративното управление се отнася до управлението на публичните компании (Боева, 2013). Доброто корпоративно управление означава лоялни и отговорни корпоративни ръководства, прозрачност и независимост, както и отговорност на дружеството пред обществото (Национален кодекс за корпоративно управление, 2012). Корпоративното управление се свързва с общото ръководство, осъществявано от най-високото управленско равнище на корпорацията, което от своя страна избира,

контролира, мотивира и освобождава мениджърите, занимаващи се с оперативното ръководство на корпорацията. В този контекст може да се заключи, че предпоставки за проявление на КП има в организации, чието висше ръководство създава необходимите за това условия.

2. Обща характеристика на обучението по корпоративно предприемачество в УНСС

КП се преподава в редица университети и бизнес школи като Anglia Ruskin University, University of Glasgow, University of South Australia, University of Arizona, University of Liechtenstein, KU Leuven, MIT Sloan School of Management, Baylor University, Babson College, UCLA Anderson School of Management и други.

Пионер в България е УНСС, където от началото на 2011 г. започва обучението по такава самостоятелна дисциплина с първия випуск от бакалавърската специалност „Предприемачество“. Основа за разработването на дисциплината са следните натрупвания и обстоятелства:

1. През 1997-1998 г. е изпълнен университетски изследователски проект на тема „Корпоративно предприемачество“ (Тодоров и колектив, 1998). В първия етап на проекта са синтезирани, анализирани и обогатени наличните готови литературни и научни достижения в тази област, а във втория са изследвани големи предприятия, включително с държавно участие, занимаващи се предимно с производство и търговия. Основни резултати от изпълнението на проекта са анализирани тенденции в развитието на явлението КП в развитите индустриални страни, както и неговата поява и специфични характеристики в българските бизнес условия; изведените основни фактори, влияещи върху развитието на КП в българските фирми, и изследваните посоки на тяхното въздействие; очертаният профил на българския корпо-

ративен предприемач и неговата важна роля в извършваните в българските фирми промени.

2. Екип на Института за развитие на предприемачеството при УНСС периодично извършва анкетно проучване на български холдингови структури, с което наред с други въпроси се изследват и такива, свързани със средата и факторите за развитие на КП в най-големите български предприятия. До настоящия момент са направени пет проучвания – първото през 2001 г., а последното (с 30 изследвани холдингови структури) – през 2011 г. Междувременно са направени и редица индивидуални анкетирания, когато обстоятелствата са изисквали и позволявали това. Резултатите са обобщени и анализирани с помощта на подходящите за такъв род изследване методи.

Проучването обхваща състоянието, управлението и развитието на холдинговите структури през последните две години от тяхното функциониране. В изследователските извадки преобладава управленският тип холдинг, при който фирмата-майка притежава контролен пакет от дъщерните фирми и участва активно в управлението им, като има разделяне на стратегически, тактически и оперативни функции. Резултатите от обобщените отговори на въпросите от секцията на анкетната карта „Персонал и фирмена култура“ (най-тясно кореспондиращи с тематиката за КП) показват, че за реализирането на предприемачески инициативи в част от холдинговите структури се разчита предимно на мениджърите от „шапката“, а в други – по-скоро на мениджърите от средно ниво и на ключовите специалисти. Също така, на мотивацията на служителите (като предпоставка не само за изпълнение на задълженията, но и за проявяване на творчество и инициативност) също се отделя необходимото зна-

чение, като най-често използваните за това средства са паричните стимули, възможността за растеж в йерархията и демонстрацията на уважение от ръководството. Въпреки това, положителните резултати в тази насока все още са малко, което се дължи на редица проблеми и обстоятелства, сред които на първо място стои изразената бюрократичност на изследваните структури.

3. С течение на годините тематиката за предприемаческите проекти и „енергизирането“ на персонала в рамките на установени компании постепенно е включвана и „апробирана“ в отделни предприемачески дисциплини в УНСС и е установен интересът и възприемчивостта на студентите към тази сравнително нова материя. Освен това, темата за вътрешното предприемачество вече е включена в учебната програма и учебните помагала за средните професионални училища по икономика (виж напр. „Предприемачество и мениджмънт“, част I, изд. „Дионис“, 2007).

Важен е и фактът, че след 2000 г. силно нараства интересът към корпоративното предприемачество сред изследователи и практики, както и сред институциите и организациите, ангажирани с регулирането на дейността и подкрепата за бизнеса на национално, европейско и международно ниво. Появяват се нови изследвания и публикации, сред които от началото на настоящото десетилетие има и български автори. На корпоративното предприемачество все повече се разчита за „раздвижване“ на големите структури с оглед тяхната конкурентоспособност в днешната силно динамична среда, в която успешно се справят само бързите, гъвкавите и иновативните бизнес единици.

На фона на всичко това неизбежно нагрява необходимостта за включването на обучението по КП като самостоятелна

Икономика на предприятията

учебна дисциплина, част от учебната програма на специалност „Предприемачество“ в УНСС, което, както беше посочено, се реализира вече четвърта година. Имайки предвид целевата аудитория (студентите от IV курс, 8-ми семестър от специалността), дисциплината е замислена и реализирана като избираема. Това е продиктувано от факта, че до последната година от обучението си студентите са натрупали критична маса от знания и умения и вече имат ясно оформени научни и практически интереси. Това им помага да преценят дали обучението по КП ще обогати тяхната икономическа подготовка и би довело до по-успешната им практическа реализация. Всяка година интересът на студентите е различен и дисциплината бива избрана от между една трета и всички студенти от специалността.

Предвид факта, че студентите имат широки познания за почти всички аспекти и характеристики на гребния бизнес и неговите представители – групата на малките и средните предприятия, обектна учебната дисциплина КП са големите (в определени случаи и някои средни) по размер предприятия, в които собствеността е отделена от контрола. Има се предвид, че между тези големи предприятия и МСП често възникват субконтракторни и други типове отношения, което изисква познаване на техните взаимоотношения. Добра основа за постигане на желаните резултати от обучението по КП са получените от студентите знания и входно-изходни връзки по изучавани до четвърти курс дисциплини като „Основи на управлението“, „Основи на предприемачеството“, „Иновации в бизнеса“, „Бизнес предприемачество“, „Стратегически мениджмънт“, „Предприемачески мениджмънт“, „Управление на растежа“ и други.

Обучението по КП е обезпечено с литература, включваща на първо място лекционния курс и книгата „Бизнес предприемачество“ (Тодоров, 2011), чиято втора глава

е посветена на КП и включва теоретични достижения, анализи, методични бележки и практически примери за български и чужди компании. Важни литературни източници са и други книги на български език в областта на КП и корпоративното управление с автори Б. Боева, Ил. Георгиев, Х. Висема, П. Дракър и други. Не по-малко ценна за студентите е и наличната на чужди езици литература с автори като П. Бърнс, Пиншо, Дракър, Сател, Куратко, Морис, Ковин и други.

Обучението по КП дава на студентите основни **знания** относно⁵: същността, специфичните характеристики, теориите, концепциите и моделите на КП; предимствата и недостатъците на КП и предприемачеството в микро- и малките предприятия; същността на корпорациите и видовете корпорации; основните принципи и отличителни характеристики на съвременното корпоративно управление; обвързаността между корпоративното управление и КП; проблемите и бариерите пред развитието на КП; характеристиките, специфичните черти и особеностите в управлението на основните видове обекти на КП; бариерите за развитие на КП в средните и големите несъставни фирми, холдинговите структури и естествените монополи; основните фактори, влияещи върху КП, и тяхната посока и сила на въздействие; необходимите качества на интрапренъора и на агентите на промяната в подкрепа на КП; основните форми и механизми за реализация на КП и тяхното приложение от известни световни компании; състоянието на КП в България, в т.ч. за неговите тенденции, движещи сили и добри практики.

Заедно с това, след преминаването на обучителния курс студентите следва да са

⁵ Из учебната програма на дисциплината „Корпоративно предприемачество“, Бизнес факултет, катедра „Предприемачество“, УНСС. Съставил: проф. д.и.к.н. Кирил Тодоров, титуляр на дисциплината. Авторът на настоящата статия води семинарните занятия и част от лекциите по дисциплината.

изградили базови **умения** за⁶: анализиране на концепциите, стратегиите, управленските подходи и практики в КП, в зависимост от големината на фирмите и характеристиките на икономиките, в които те функционират; сравнителен анализ на особеностите на КП в средните и големите несъставни фирми, холдинговите структури и естествените монополи на основата на практически примери; анализиране на факторите, влияещи върху КП, и даване на аргументирани предложения за промяна в тях с цел внедряване или интензифициране на КП; моделиране на процесите на КП; откриване и анализиране на проблеми в конкретни обекти и разработване на планове за тяхното преодоляване чрез механизмите на КП; разработване на проекти с висока практическа приложимост и значимост, съдържащи стратегии за внедряване или активизиране на КП в избрани български предприятия.

3. Методика и постигнати резултати от обучението по дисциплината „Корпоративно предприемачество“

Лекционният учебен материал обхваща основните въпроси, свързани със същността, предпоставките и бариерите за възникване и активизиране на КП, неговите основни предимства за прилагащите го предприятия, качествата на успешния корпоративен предприемач и други. Специално внимание се обръща на състоянието, тенденциите и движещите сили на КП в България. Може да се обобщи, че цялостното съдържание и начин на провеждане на курса са иновативни не само поради голямата актуалност и значимост на тематиката, но и поради самата организация на учебния процес.

Лекциите се водят от преподаватели от катедра „Предприемачество“, като ос-

новна част от тях изнася проф. д.ик.н. Кирил Тодоров, който има подчертан интерес и богат опит в областта на КП, придобит от практиката и от научното ръководство на посочените по-горе и други изследвания, на бакалавърски и магистърски тези, както и от индивидуални литературни търсения и публикации на тази тема.

За изнасянето на част от лекциите се привличат специалисти по корпоративно управление от Института за икономически изследвания на БАН, имайки предвид, че сред основните приоритети за изследователска дейност на Института е развитието на корпоративното управление в съответствие с принципите и критериите на ОИСР. Според получената от преминалите обучението по дисциплината студенти обратна връзка, експертизата, която привличаните от ИИИ при БАН лектори⁷ при тежават и предоставят на студентите, е ценна и полезна, защото им открива един по-различен и допълващ хоризонт най-вече към българския корпоративен бизнес.

В рамките на курса представяне правят един или повече ръководители на големи предприятия, в повечето случаи – (част от) държавен монопол. Лекторът представя своя опит в управлението на подобна сложна, бюрократична и – когато става въпрос за държавна фирма – зависеща от политическата конюнктура структура. Студентите имат възможност да задават своите въпроси и правят коментари, свързани с (не)възможността в такива компании успешно да се прилагат механизмите на корпоративното предприемачество.

Когато тематиката на преподавания материал изисква и позволява това, по време лекциите се провеждат интерактивни дискусии със студентите. Това е предпоставка за повишаване на техния интерес, голямяване на по-сложни концепции и дори за споделяне на тяхна информация относно

⁶ Пак там.

⁷ Ил. Георгиев, М. Димитров и други.

Икономика на предприятията

дейността на български и чужди мащабни компании – информация, почерпена от публикации в пресата, в специализираната литература или от практическия трудов опит на студентите.

Много важна съставна част от обучението по КП е съдържанието и начина на провеждане на семинарните занятия. По тази дисциплина студентите получават много и разнообразни задачи, но едновременно с това имат възможност да се изясвяват индивидуално и в екип многократно през семестъра.

Семинарните занятия по дисциплината са организирани в три основни направления. *Първото* се състои в дискусии и разяснения по материала, преподаван на лекции, допълвано с решаване на практически казуси по съответните теми. *Второто* направление е свързано със самостоятелна индивидуална работа на всички студенти, в резултат на която те правят писмени разработки по различни зададени теми от областта на КП. Целта на тези разработки е студентите, с консултиращата помощ на водещия семинарните занятия, да разучат задълбочено конкретен проблем и да положат основата за последващо разработване на проекти по дисциплината. За изготвянето на индивидуалните разработки студентите трябва да се запознаят с основни литературни източници и да направят синтез по конкретно зададената им тема, след което те представят своите разработки пред колегите си по време на семинарните занятия.

Третото направление е свързано с екипната работа на студентите по проекти с обекти от реалната практика. Разработваните проекти са основният „продукт“ от обучителния процес по дисциплината КП. Студентите формират екипи от до трима души и избират български големи предприятия за разработване на проекти. В научното ръководство и консултацията на студентите в това направление се включват

всички ангажирани по дисциплината преподаватели.

В зависимост от спецификата на избраните обект и предмет на студентските проекти, те могат да имат различна структура и съдържание, но лекторският екип препоръчва разработките да съдържат следните елементи: увод с обосновка на актуалността и значимостта на темата, предмет, обект и ограничения на разработката; основна информация за избрания обект; анализ на състоянието на фирмата – външна среда, производство, конкурентни предимства, стратегия, ОСУ, човешки ресурси, организационна култура, финанси и т.н.; анализ на проблемите по нива и по съдържателна насоченост, групиране на проблемите; оценка на КП и връзката му с корпоративното управление; стратегия и план за активизиране на КП с включване на необходимите ресурси за промените; енергизиране на агентите на промяната; обобщение на резултатите и изводи; препоръки към заинтересованите лица и институции; заключение. Не се поставят изисквания за обема на разработките, стига той да е достатъчен за постигане на заложените цели. Основно изискване е в проекта да са използвани в най-голяма степен получените знания и умения от обучението по дисциплината.

Изброените по-горе елементи на студентските проекти свидетелстват за поставяните към тях високи изисквания. Опитът от трите завършени курса на обучение по дисциплината КП показва значими постигнати с проектите резултати. При голяма част от разработките авторите са съумели да „навлъзат“ дълбоко във вътрешнофирмените особености на избраните за обекти предприятия и от позицията си на външни анализатори да открият проблеми (с техните причинно-следствени връзки), както и неоползотворени възможности, и да предложат за тях работещи решения, които да се осъществят чрез механизмите на КП. Впоследствие, обикновено няколко

от проектите изцяло или частично се реализират в предприятията-обекти.

Важна завършваща част от курса на обучение е защитата на разработените проекти, на която се канят всички студенти и лектори. Всеки екип, използвайки презентационна техника, представя структурата, основните акценти и резултати от своя проект, след което отговаря на въпроси на лекторите и на студентите от останалите екипи. По време на защитата от студентите се очаква не само успешно да отстояват направените в проектите анализи и предложения, но и да изявят придобитите по време на обучението си по дисциплината знания и умения в областта на КП. Много се държи на доброто представяне, аргументиране, поставяне на приоритети и управление на времето по време на презентацията, като основно изискване при защитата е отделните членове на екипите да се представят сравнително равностойно. Лекторите и студентите от останалите екипи имат възможност да направят коментари, конструктивен анализ и препоръки.

Критичен анализ, изводи и препоръки

За трите завършени курса на обучение по дисциплината „Корпоративно предприемачество“ в УНСС могат да бъдат изведени няколко основни **положителни резултати**:

- Тематиката е актуална и с нарастващо значение за българската наука и икономика. Последното се потвърждава не само от увеличаващия се брой публикации в областта, но и от интереса на студентите, избиращи този курс в УНСС.
- Лекторският екип по дисциплината нагледно допълнителен опит, който резултира в непрекъснато обогатяване на материалите за лекции и семинарни занятия и съответно – във възможност за допълващо консултиране на студентите по интересувачи ги въпроси, вкл. от българската практика.

- Привличането на външни лектори и специалисти от практиката дава на студентите възможност за усвояване на широки познания в тази обхватна научна област.
- Работата по студентските проекти е „учене чрез правене“. Изискванията на научните ръководители на проектите (членове на лекторския екип) са давани от студентите предложения, намиращи израз във формиране на стратегия и план за активизиране на КП, да са ресурсно обосновани и реално приложими. Ето защо не е изненадващо, че ръководителите на някои от фирмите-обекти на проектите са взели предвид предложените на студентите, намирайки в тяхно лице своите корпоративни предприемачи (макар и формално необвързани с договори като служители).
- Публичната защита на проектите развива у студентите умения, необходими не само за получаване на справедлива оценка за вложените от тях усилия, но и за успешното им представяне в предстоящи подобни „изпитания“ в техния житейски и професионален път.

Разбира се, като всяко ново начало, обучението по КП е свързано с различни **трудности** и има своите **слаби страни**. На първо място те произтичат от това, че тематиката на курса изисква добър „Вход“ за студентите, които го избират – задълбочени знания и умения, придобити по други дисциплини. В началото това създава трудности за студентите, които имат пропуски в своята подготовка и те трябва бързо да бъдат запълнени. На второ място са трудностите, свързани с намирането на подходящи обекти за разработване на студентските проекти и подсигурирането на съдействието на техни представители – мениджъри и специалисти на съответните позиции. Въпреки нарастващата публичност и прозрачност на дейността на големите предприятия в България, голяма част от техните мениджъри не са склонни да

Икономика на предприятията

разкриват на външни лица информация, различна от тази, която е публично достъпна. Още повече, когато задачата на външните лица (студентите) е да открият проблеми и неоползотворени възможности, които могат да се окажат резултат от (собствената, на мениджърите) недовре свършена работа. Ето защо на студентите се налага (понякога с помощта на своите научни ръководители) да преодоляват скептичността и недоверчивостта на такъв род мениджъри, за да постигнат целите си.

Проучване на опита на водещи чужди университети и бизнес школи показва много голяма изборност на изучаваните профилиращи дисциплини. В това отношение възможността за избиране на дисциплини като „Корпоративно предприемачество“ в УНСС е удачно решение, но ако се направи паралел с чуждите учебни заведения, може да се заключи, че има върху какво да се работи по отношение на достъпа на студентите до информация относно съдържанието и организацията на учебния процес и учебните материали по дисциплината.

Почти всички американски университети, в които има курсове по „Корпоративно предприемачество“, като Northwestern University, Portland State University, Indiana University, University of Florida и други, предлагат много голяма възможност за предварително информиране и дори подготовка на студентите преди записването за съответния курс. Учебните програми обикновено са подробно разписани от водещия дисциплината лектор и публикувани на интернет страниците на университетите, което дава яснота на студентите относно: целите и характеристиките на дисциплината; съдържанието и планираните за всеки учебен час задачи, изискващата се за него литература и къде тя може да бъде намерена; предвижданите домашни работи, самостоятелни и екипни разработки; начина на образуване на оценката по дисциплината и тежестта на всеки

компонент в нея; професионалният опит на водещия лектор и други. Българските университети, вкл. УНСС, по логични причини в много по-малка степен предлагат такава предварителна информация за изучаваните дисциплини.

Въпреки увеличаващата се литература в тази област на български език, основни литературни източници и примери на световно известни компании, прилагащи механизмите на КП, са налични най-вече на английски език. Това създава трудност за студентите, които желаят да ползват допълнителна литература, но не владеят английски език на необходимото ниво (въпреки че те са единици). Ето защо за трите завършени курса на обучение по дисциплината лекторският екип е подсигурил достатъчно преведени на български език материали и практически примери, но те се нуждаят от непрекъснато осъвременяване поради изключително динамично развиващите се процеси най-вече в компаниите, които се разглеждат като хистоматийни примери за успешно прилагане на КП като ЗМ, Гугъл, Върджин и други. Заедно с това постоянно се актуализират и българските примери.

На основата на представените дотук същност и значение на явлението „корпоративно предприемачество“, направената характеристика и показаната методика на обучение по едноименната дисциплина в УНСС, както и на отчетените от нейното въвеждане досега постигнати резултати и съществуващи трудности, могат да бъдат направени някои **изводи** и **препоръки** към заинтересованите от тази научна област и от обучението по КП лица и институции:

1. Корпоративното предприемачество е научна област, която тепърва ще се развива в България и по тази причина представлява благодатно поле за извършване на литературни търсения, емпирични изследвания и публикации.
2. По-задълбоченото изучаване на тематиката, свързана с КП, би следвало да стане

елемент от учебната програма на по-голям кръг студенти, най-вече от икономическите и техническите специалности – бъдещи предприемачи, мениджъри и ключови специалисти в предприятията.

3. Курсове по КП биха били много полезни за ръководители и служители на български предприятия, които се стремят да повишат своята гъвкавост и конкурентоспособност. Преминването на ключовите служители на кратки (онлайн) курсове, акцентирани върху ползите и механизмите за стимулиране на вътрешното предприемачество, ще доведе до осъзнаване на значението и стимулиране на иновативността на всички нива в българските фирми, превръщайки ги от бюрократични в предприемачески.

Цитирани източници:

Боева, Б., 2013. Европейската перспектива на корпоративното управление, публикация на Investor.BG. Налична на <http://www.investor.bg/strategii/127/a/evropeiskata-perspektiva-na-korporativnoto-upravlenie,154894/?page=2>, посетена на 07.03.2014.

(Boeva, B., 2013. Evropeyskata perspektiva na korporativnoto upravlenie, publikatsia na Investor.BG. Nalichna na <http://www.investor.bg/strategii/127/a/evropeiskata-perspektiva-na-korporativnoto-upravlenie,154894/?page=2>, posetena na 07.03.2014)

Георгиев, Ил., Георгиева, Ил., 2012. Корпоративно управление, издателство на ЕПУ. Национален кодекс за корпоративно управление, 2012. Наличен на http://nkku.bg/documents/CGCode_Bg_February_2012.pdf, посетена на 10.03.2014.

(Georgiev, Il., Georgieva, Il., 2012. Korporativno upravlenie, izdatelstvo na EPU, Natsionalen kodeks za korporativno upravlenie, 2012. Nalichen na http://nkku.bg/documents/CGCode_Bg_February_2012.pdf, posetena na 10.03.2014)

Нейсбит, Дж., П. Абърдийн, 1990. Преоткриване на корпорацията, София, ИК „Пею К. Яворов“.

(Neysbit, Dzh., P. Abardiyn, 1990. Preotkrivane na korporatsiata, Sofia, IK "Peyo K. Yavorov")

Тодоров, К. и колектив, 1998. Корпоративно предприемачество. Краен отчет на изследователски проект, финансиран от фонд НИД на УНСС.

(Todorov, K. i kolektiv, 1998. Korporativno predpriemachestvo. Kraen otchet na izsledovatel'ski projekt, finansiran ot fond NID na UNSS)

Тодоров, К., 2011. Бизнес предприемачество, София, БАРМП.

(Todorov, K., 2011. Biznes predpriemachestvo, Sofia, BARMP)

Учебна програма на дисциплината „Корпоративно предприемачество“, Бизнес факултет, катедра „Предприемачество“, УНСС.

(Uchebna programa na distsiplinata "Korporativno predpriemachestvo", Biznes fakultet, katedra "Predpriemachestvo", UNSS)

Bridge, S., K. O'Neill, F. Martin, 2009. Understanding Enterprise. Entrepreneurship & Small Business, UK., Palgrave Macmillan.

Burns, P., 2008. Corporate Entrepreneurship. Building the Entrepreneurial Organization, New York, Palgrave Macmillan.

Macrae, N., 1982. Intrapreneurial now, The economist, April 17, 1982. Налична на <http://www.intrapreneur.com/MainPages/History/Economist.html>, посетена на 15.01.2014.

(Macrae, N., 1982. Intrapreneurial now, The economist, April 17, 1982. Nalichna na <http://www.intrapreneur.com/MainPages/History/Economist.html>, posetena na 15.01.2014)

Pinchot, G., 1985. Intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur, New York, Harper & Row Publishers.