



Раздел 1:

Управление и предприемачество в КТИ

Тема 1.4.

Предприемаческо мислене и процес

Автор(и):

**Цветалина Генова, Елена
Костадинова**

Институция(и):

**Висше училище по
мениджмънт, България**



Съфинансиран от програма
„Еразъм+“
на Европейския съюз

Този материал е част от учебното съдържание на програма „Управление и предприемачество в културните и творческите индустрии“ за студенти от бакалавърска и магистърска степен по изкуства и хуманитарни науки, съдържаща общо 10 теми. Той е разработен в рамките на проект „FENICE: Насърчаване на предприемачеството и иновациите в културните и творческите индустрии чрез интердисциплинарно обучение“, който е подкрепен от програма „Еразъм +“ по ключова дейност Стратегически партньорства във висшето образование“.

Учебното съдържание накратко:

Програма ФЕНИС

Раздел 1: Мениджмънт и предприемачество в КТИ

Тема 1.1. Разбиране на КТИ. Междусекторно сътрудничество.

Тема 1.2. Креативност и иновации. Отговорност и етично поведение

Тема 1.3. Културни политики и институции. Интелектуална собственост

Тема 1.4. Предприемаческо мислене и процес

Раздел 2: Предприемаческа практика – Моделиране на предприятие в КТИ

Тема 2.1: Проектиране на бизнес за КТИ: изготвяне на бизнес план и представяне на бизнес

Тема 2.2: Продукт или услуга от икономическа гледна точка. Икономическа стойност. Продукт и услуга в областта на изкуствата. Културна стойност.

Тема 2.3: Пазар, конкуренция, потребление и брендиране в КТИ

Тема 2.4: Бизнес модели, системи, партньорства

Тема 2.5: Управление на екипа и на промените в КТИ

Тема 2.6: Финансиране. Възможности и рискове

Повече информация можете да намерите на уеб страница: <http://www.fenice-project.eu>

Декларация за авторско право:



Тази разработка е лицензирана под международния лиценз Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Вие сте свободни да:

- споделяте - копирате и разпространявате материала на всякакъв носител или формат
- адаптирате - смесвате, трансформирате и надграждате материала

при следните условия:

- Признание - трябва да дадете подходящо признание на приноса, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да направите това по всякакъв разумен начин, но не и по такъв, който да предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност - Не можете да използвате материала с комерсиална цел.
- Сходно Споделяне - Ако добавяте, трансформирате или надграждате материала, трябва да го разпространявате при същите лицензи като оригинала.

1 Общ преглед на темата

Предприемачеството има много важна роля във всяка икономика. То създава иновации и работни места, насърчава икономическото развитие и повишава благосъстоянието на местното население. Потенциалът на културното и творческото предприемачество беше признат в началото на 2000 г. и насърчи появата на нови културни и творчески предприятия, както и концептуалните изследвания на явлениято. Все още, обаче, поради сложността на понятието и липсата на унифицирана дефиниция, е налице значително объркване при използването на термина.

Настоящата тема въвежда концепцията за предприемачеството и неговото интерпретация в контекста на КТИ. Представени са основните понятия в областта на предприемачеството, както и ролята и значението му за икономическото развитие. Обръща се внимание на тълкуването на предприемачеството като състояние на ума и на основния набор от умения, компетенции и знания, които са необходими на един предприемач. Обхванати са и въпроси, като ключови стъпки в разработването на бизнес идея, етапите на предприемаческия процес и ресурсите, необходими за успешното развитие на предприемаческите начинания.

2 Съдържание на темата

I. Понятие за предприемачество

Предприемачеството е общопризнато предвид на важната му роля в много области на съвременния свят. Действително, предприемаческата дейност е утвърдена като един от основните двигатели за иновации и стълб за глобален прогрес, който насърчава икономическото и социално развитие, растеж и благосъстояние.

Предприемаческата дейност датира от древни времена, но все още е развиваща се практика. Тя е навлязла в много под-сфери на човешките дейности и по този начин е станала част от няколко различни дисциплини, като значително е допринесла за тяхното практическо и теоретично обогатяване. И все пак, въпреки че дефинирането на предприемачеството занимава учените от много години, няма консенсус относно точното му значение. Нещо повече, съществува значително объркване в начина, по който хората използват термина „предприемачество“. (Nadim Ahmad, 2008) Това отчасти се дължи на диференцираните подходи и научни перспективи, които са били използвани през годините в опит да се даде дефиниция на феномена предприемачество.

Самият термин „предприемачество“ произлиза от френския глагол „*Entreprendre*“, който означава „*да предприемаш*“, „*да преследваш възможности*“ или „*да задоволяваш нужди и желания чрез иновации и стартиране на бизнеса*“. Думата се появява за първи път във френския речник през 1723 г. Френският икономист Ричард Кантилон (Richard Cantillon) е всеобщо признат за първият, който около 1730 г. въвежда фразата в контекста на това, което днес разглеждаме като предприемачество. (Ahmad & Seymour, Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection,

2008). В свободна форма той определя предприемачеството като самостоятелна заетост от всякакъв вид, а предприемачите - като поемащи риск, предвид че купуват стоки на определени цени в настоящето, за да ги продадат на несигурни цени в бъдещето. (Ahmad & Seymour, *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, 2008). През годините са възникнали и много други дефиниции, фокусиращи се върху различни измерения на феномена. Таблица 1 очертава някои от най-често срещаните концепции в литературата:

Същност на определението	Публикация
Предприемачите купуват на определени цени в настоящето и продават на несигурни цени в бъдещето. Предприемачът е носител на несигурност.	(Кантилон (Cantillon), 1755/1931 г.)
Предприемачите се опитват да предскажат и да действат при промяна на пазарите. Предприемачът понася несигурността на пазарната динамика.	(Найт (Knight), 1921, 1942 г.)
Предприемачът е иноваторът, който прави промяна на пазарите чрез осъществяване на нови комбинации. Те могат да приемат няколко форми: въвеждане на нова стока или нейно качество, въвеждане на нов метод на производство, отваряне на нов пазар, представяне на нов източник на доставка на нови материали или части или обезпечаване на нова организация на някаква индустрия.	(Шумпетер (Schumpeter), 1934г.)
Предприемачеството е акт на иновация, включващ придаване на нов капацитет за създаване на богатство на съществуващи ресурси.	(Дракър (Drucker), 1985 г.)
Основният акт на предприемачеството е новото навлизане. Ново навлизане може да бъде осъществено чрез пробив на нови или установени пазари с новаторски или познати стоки или услуги. Ново навлизане е дейността на стартиране на ново начинание, което може да се извърши от стартираща или съществуваща фирма, а дори посредством „вътрешно корпоративно начинание“.	(Лумпкин & Дес (Lumpkin & Dess), 1996 г.)
Предприемачеството е начин на мислене и процес за създаване и развитие на икономическа дейност чрез смесване на поемането на риск, креативността и/или иновациите със стабилно управление в рамките на нова или съществуваща организация.	(Комисия на Европейските общности, 2003г.)

Таблица 1: Преглед на съществуващата дефиниция на „предприемачество“, Източник: (Ahmad & Seymore, *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, 2008, p. 7), адаптиран

Един задълбочен преглед на дефинициите, дадени в таблица 1, предлага наличието на (поне) три основни идеи, които обясняват появата на предприемаческата дейност.

Първата се фокусира върху **индивида**, с други думи, предприемаческото действие се разбира като човешко поведение, като желание да се срещне с някаква несигурност, да поеме рискове, с нуждата от постижения, които разграничават предприемачите от останалата част от обществото. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008) Втората основна идея набляга на **икономическите фактори на околната среда**, които мотивират и разгръщат предприемаческата дейност, като размерите на пазарите, динамиката на технологичните промени, структурата на пазара – нормативна и демографска или просто индустриалната динамика. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008) Третият фактор е свързан с **функционирането на институциите, културата и обществените ценности**. (Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2008).

От друга страна, неакадемичните и неекспертните среди обикновено свързват предприемачеството с процесите на:

- (a) Създаване на стопански субект или подновяване на дейността на съществуващ такъв;
- (б) Реализиране на иновативна идея, вкл. производство на нов продукт, услуга или концептуална реорганизация на процес или модел на производство
- (c) По-добро (по-стойностно) използване на ресурсите;
- (d) Преследване на възможности;
- (e) Поемане на рискове и използване на възможности.

Ясно е, че поради многоаспектния профил на явлениято дебатите около неговото единно дефиниране ще продължат поне през следващите години. Безспорно е, обаче, че вече има някои дефиниции, които успяха да обхванат повечето от спецификите на предприемачеството. Ахмад и Сиймор (Ahmad & Seymour), например, са предложили определение за предприемачество, което да подпомогне създателите на политики. То е възприето от утвърдени организации (например OECD¹) и различни експерти в тази област. Това са дефиниции, към които се придържаме и за целите на настоящия документ.

Предприемачите са тези лица (собственици на бизнес), които се стремят да генерират стойност чрез създаване или разширяване на икономическа дейност, чрез идентифициране и използване на нови продукти, процеси или пазари.

Предприемаческата дейност е решително човешко действие, подтиквано от стремежа към генериране на стойност чрез създаване или разширяване на икономическа дейност, чрез идентифициране и използване на нови продукти, процеси или пазари.

¹ Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР, на англ Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD)) е международна организация, която работи за изграждането на по-добри политики за по-добър живот. Заедно с правителствата, политиците и гражданите, тя предоставя уникален форум и център („хъб“) за данни и анализи, обмен на опит, споделяне на най-добри практики и съвети относно публичните политики и определянето на международни стандарти. <https://www.oecd.org/>

Предприемачеството е явлението, свързано с предприемаческата дейност.

- **Елементи на предприемачеството**

Предприемачеството се формира от много елементи, но най-важните от тях включват:

1. Иновация	<p>Предприемачеството е ключов източник на иновации и продуктова диференциация във всяка икономика. Всъщност това е едно от най-важните средства и в същото време ефект на предприемаческия успех. Иновациите се използват за експлоатиране на наличните възможности на пазара и за преодоляване на всякакви заплахи.</p> <p>Тази иновация може да бъде нов продукт, услуга, технология, производствена техника, маркетингова стратегия и т.н. Иновацията може дори да включва правене на нещо по подобър, по-ефективен или икономичен начин. Така или иначе, иновацията е ключов фактор в концепцията за предприемачество и носи други промени със себе си – за клиентите, конкурентите и дори за пазара.</p>
2. Поемане на риск	<p>Предприемачеството е свързано с риск. Първо, резултатите и ефектите от иновациите, заложи в предприемаческата дейност, трудно могат да бъдат напълно предвидими. Винаги има риск нещо да не се случи по план и резултатите да не са желаните. Тогава идва рискът от факторите на външната среда, които изобщо не могат да бъдат контролирани.</p> <p>Отказът от поемане на рискове може да доведе до стагнация на бизнеса, а прекомерното импулсивно предприемане на действия може да доведе до загуби. Добрият предприемач знае как да поема и управлява рисковете на своя бизнес. Именно способността на предприемача да рискува му помага да използва възможностите, които предлага пазарът.</p>
3. Визия	<p>Визията или предвидливостта е една от основните движещи сили зад всеки предприемач. Това е енергията, която движи бизнеса напред, като използва далновидността на предприемача. Това е, което дава на бизнеса очертания за бъдещето – задачата за изпълнение, риска за поемане, културата за установяване и т.н.</p> <p>Много велики предприемачи се наричат „визионери“ заради ясната визия, която имат и която им помага да поставят краткосрочни и дългосрочни цели за своя бизнес, но също така и да планират начините за постигане на тези цели.</p>

<p>4. Организация</p>	<p>В общия случай предприемачеството се изпълнява от едно лице. Предприемачът поема всички рискове и се получава всички блага. Понякога има помощта на служителите и ръководството на средно ниво, но той е този, който контролира всичко. Това изисква много организация и безупречни организационни умения.</p> <p>Предприемачът трябва да може да управлява и организира своите финанси, своите служители, своите ресурси и т.н. Така че неговите организационни способности са един от най-важните елементи на предприемачеството.</p>
------------------------------	--

Таблица 2 : Основни елементи на предприемачеството

- **Предприемачеството в КТИ**

Предприятията от КТИ, по-специално малките и средните, имат специфични характеристики, които могат да ги отделят от „обикновеното“ предприемачество. Те често работят в специфични пазарни условия, произвеждат стоки, които по своята същност са "културни", работят с хора, които често са по-скоро ориентирани към съдържанието, отколкото към търговията, и обикновено създават много малки предприятия (микро-МСП), които могат да съществуват на базата на постоянни мрежи. (Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Comission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Концепцията за културно предприемачество е въведена за първи път от Пол Ди Маджио (Paul DiMaggio) през 1982 г. Тогава не е обърнато съществено внимание на фигурата на културния капиталист - „човек, който инвестира печалбите, получени чрез управлението на индустриално предприятие, за основаването и поддържането на културна институция“ – какъвто е представен в доклада му. Въпреки това както академичното, така и пазарното любопитство по отношение на културното предприемачество бързо се повишиха, след като потенциала на културните и творческите индустрии като икономически важни сектори беше признат от създателите на политики в началото на 2000-те години.

Логично, дефинирането на културно или творческо предприемачество е затруднено първо от ясната представа за предприемаческата дейност като такава, а след това от многообразието от специфики, които всяка една от културните и творчески индустрии обхваща. Изследванията обаче процъфтяват, предоставяйки различно разбиране по отношение на феномена.

Разликата между културното предприемачество и това при който и да е друг сектор е „в контекстуалните и секторни характеристики, характера на художествената работа и специфичните културни ценности, използвани от културните предприемачи. Най-отличителната характеристика на културните предприемачи изглежда е личното участие в творческия процес“ (Добрева и Иванов, 2020 г.)

Европейската комисия (2013 г.) представя културните предприемачи като хора, които създават или пускат на пазара културен или творчески продукт или услуга и които използват предприемачески принципи, за да организират и управляват тази творческа дейност по търговски начин. Постигането на баланс между творчеството и предприемачеството обаче не е лесно и предприемачите се различават според мотивацията си и секторите, в които работят. (Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Comission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Терминът културно и творческо предприемачество ще се опита да обедини двата свята на предприемачите и твореца: разпознаване на невидимия предприемачески дух на твореца и латентния творчески дух на предприемача. (Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Comission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Учените описват културните предприемачи като хора, които нарушават правилата и прекрочват границите (Spilling, 1991), преодоляват препятствия (Amolo & Beharry-Ramraj, 2015), размиват границите между работа и личен живот (Bridgstock, 2013; Werthes et al., 2018), показващи страст и отдаденост на творческото съдържание, убедителни, благоразумни и проявяващи смелост, надежда и вяра в това, което правят (Klamer, 2011), поемащи риск (Wardani et al., 2017), показващи висока толерантност към неяснотата, постоянство, самоувереност, автономност и креативност (Bhansing et al., 2018; Werthes et al., 2018). (Добрева и Иванов, 2020 г.)

Сблъсъкът между създателя на културно произведение и предприемача, типично за много културни и творчески предприятия, често се вижда в желанието да се даде приоритет на културната стойност на творението при малка мотивация за генериране на икономическа стойност (ориентиран към творчеството), докато предприемачът ще даде приоритет на икономическата експлоатация пред културната си стойност (ориентиран към растеж). (Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Comission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Следователно е разбираемо защо практиците наблягат на културната стойност на предприемачеството в опитите си да опишат какво точно е културното такова. Сред разнообразието от определения, които могат да бъдат намерени, ние се придържаме към следното:

Предприемачеството в изкуствата и културата е икономическа и социокултурна дейност, основана на иновации, използване на възможности и рисково поведение. Това е визионерска, стратегическа, иновативна и социална дейност. (Върбанова, 2013 г.)

Културните предприемачи са агенти на културната промяна и изобретателни визионери, които организират културен, финансов, социален и човешки капитал, за да генерират приходи от културна дейност. Техните иновативни решения водят до икономически устойчиви културни предприятия, които подобряват поминъка и създават културна

стойност и богатство както за творчески създатели, така и за потребители на културни услуги и продукти. (Temblay, n.d.) (Anheier & Isar, 2008)

- ***Роля и значение на предприемачеството за икономическото развитие***

Предприемачеството, независимо от неговия вид, има много важна роля за всяка общност, държава и регион. То създава множество преки и непреки въздействия върху местната икономика и по този начин се превръща в един от ключовите двигатели за растеж и богатство.

Значението на предприемачеството може да се очертае в следните аспекти:

1. *Създаване на организации*

Предприемачеството води до създаване на организации, когато предприемачите събират и координират физически, човешки и финансови ресурси и ги насочват към постигане на целите чрез управленски умения. (Selvan & Vivek, 2020)

2. *Подобряване качеството на живот*

Създавайки продуктивни организации, предприемачеството помага за предоставянето на голямо разнообразие от стоки и услуги за обществото, което води до по-висок стандарт на живот за хората. (Selvan & Vivek, 2020)

3. *Развитие на (управленски) способности*

Предприемачеството набляга на идентифицирането и развитието на различни важни умения на предприемачите, но също и на техния екип. Предприемачът изучава проблем, идентифицира неговите алтернативи, сравнява възможностите по отношение на разходите и ползите и накрая избира най-добрата опция. (Selvan & Vivek, 2020) Всичко това подпомага изострянето на аналитичното мислене и уменията за вземане на решения от предприемача.

Най-често предприемачеството започва да функционира чрез малък, но гъвкав екип, в който на членовете са поверени различни (дори много нетипични за позицията) операции в условията на ограничено време и ресурси. Следователно предприемачеството косвено насърчава членовете на екипа да развиват нови организационни и професионални умения и способности.

4. *Средства за икономическо развитие*

Предприемачеството включва създаване и използване на иновативни идеи, максимизиране на дадените ресурси, развитие на нови умения. То носи иновации и нови възможности, като същевременно привлича инвестиции и финанси. Всичко това са основни фактори, които стимулират икономическото развитие на всяка страна.

Следователно предприемачеството има важна роля за икономическото развитие.



Фигура 2: Роли на предприемачеството

Икономически растеж

Предприемачеството насърчава формирането на капитал. За да създадат своите предприятия, предприемачите използват собствения си капитал, заемат ресурси от семейството и роднините си, и привличат инвестиции от банки и други организации. Този тип дейности добавят стойност към неупотребените спестявания, водят до създаване на богатство и подпомагат индустриалното и икономическо развитие на страната.

Предприемачеството увеличава brutния национален продукт и дохода на глава от населението. За да гарантират жизнеспособността на своите предприятия, предприемачите правят иновации и по този начин – предлагат нови продукти и услуги, развиват нови пазари и формират ново отношение към клиентите. По този начин те помагат за увеличаване на brutния вътрешен продукт (БВП) и дохода на глава от населението, които наистина са ключови показатели за икономическия растеж на дадена страна или регион.

Предприемачеството насърчава износа и вноса. Предприемачите произвеждат стоки и услуги, които в много случаи се насочват към други страни или региони или се изнасят. От друга страна, за нуждите на производствения процес може да се нуждаят от стоки или суровини, които трябва да бъдат внесени. Косвено дейностите по внос и износ добавят стойност за икономиката, тъй като първо предполагат диверсификация на бизнес дейностите и на субектите, които предлагат ресурси, а след това – намаляват зависимостта от конкретни оператори, които произвеждат стоки.

Иновации

Предприемачеството е тясно свързано с иновациите. Именно идеята за напълно нов продукт или услуга, дори технологична иновация, насърчава предприемача да

инициира предприятието. Иновациите понякога се раждат в хода на работа на организацията и могат да имат формата на нов бизнес модел или процес. Каквато и да е точната форма, иновациите имат много важна роля в развитието на бизнеса. Те също допринасят значително за социалното развитие на региона, тъй като предлагат решения на съществуващи проблеми или предизвикателства и подобряват качеството на съществуващите услуги/продукти или предлагат нови.

Нови възможности за инвестиции и бизнес

Успешното предприемачество привлича нови инвестиции и внимание. Естествената посока за всяко успешно начинание е да расте, а при това създава все повече и повече възможности. Много често предприемаческият продукт предлага възможности за създаване на нови услуги или продукти – такива, които или допълват предприемаческия продукт или услуга, или го заместват.

Благосъстояние и качество на живот

Предприемачеството насърчава балансираното регионално развитие. Предприемачите помагат за премахване на регионалните различия чрез създаване на индустрии в по-слабо развити и изостанали райони. (Selvan & Vivek, 2020) Растежът на индустриите и бизнеса в тези области води до голям брой обществени ползи като пътен транспорт, здравеопазване, образование, развлечения и др. (пак там) Създаването на повече индустрии води до по-голямо развитие на изостаналите региони и по този начин насърчава балансираното регионално развитие. (пак там)

Предприемачеството предлага нови продукти и услуги, които решават съществуващ проблем на индивидите или обществото и по този начин като цяло подобряват благосъстоянието в общността. Тази нова единица ще генерира търсене на различни видове единици, изисквани от нея и ще има толкова много други единици, които изискват продукцията на тази единица. Това води до цялостно развитие на района поради увеличаване на търсенето и създаване на все повече и повече единици. По този начин предприемачите умножават своята предприемаческа дейност, като по този начин създават среда на ентузиазъм и дават тласък за цялостно развитие на района. (Selvan & Vivek, 2020)

Предприемачеството допринася за благосъстоянието на населението, тъй като предлага работни места и доходи.

Възможности за работа

Предприемачеството създава разнообразие от възможности за заетост: с възникването на все повече и повече звена от предприемачи както в малък, така и в голям мащаб, се създават множество възможности за работа за други. Тези предприятия растат с времето, съответно осигурявайки все повече и повече работни места.

Личностно израстване

Предприемачеството е процес, който се развива според средата, с която взаимодейства. Следователно от предприемачите се изисква непрекъснато да развиват уменията си – организационни, технологични, управленски – за да поддържат ефективността и жизнеспособността на своето предприятие. Това изискване се разпростира върху екипа на предприемача, неговите/нейните конкуренти и други заинтересовани страни, които желаят да бъдат в крак с най-новите иновации на пазара.

II. Основни характеристики на предприемачеството

- **Предприемачески процес**

Предприемачеството е динамичен процес на действията на човек (предприемач), който винаги е в търсене на нещо ново и който използва иновативни и странни идеи в печеливши възможности, като приема риска и несигурността с предприятието. Това е процес на стартиране на бизнес, стартираща компания или друга организация и начина на действие включва различни стъпки или етапи, които обикновено се извършват по определен модел.

Този „предприемачески процес“ се тълкува по различен начин според разглеждания етап или специфика на предприемачеството. Етапите се отнасят до генерирането на предприемаческата идея или концепция за бизнеса, събитието, което задейства операциите, внедряването и растежа.

Един добър модел на предприемачески процес е предложен от Университета на Претория и е илюстриран на фигурата по-долу:



Фигура 3 : Предприемачески модел, Източник: (Barazza, n.d.) адаптиран от Университета на Претория

Етап 1:

На най-първата стъпка стои *концептуализирането на идеята и идентифицирането на възможността*. Често се казва, че предприемачите виждат ситуациите по различен начин и така са в състояние да идентифицират възможности и решения там, където обикновения човек вижда само препятствия и предизвикателства. Предприемачите могат да осигурят нови решения на съществуващи нужди и проблеми, но и да предвидят появата на потребности. В един момент или в рамките на определена ситуация, предприемачът идва с идея за услуга, продукт или нов процес.

Тогава той/тя започва да се пита защо няма наличен продукт или услуга, защо определени неща не са подобрени, за да покрият разглежданата нужда, а след това търси как да генерира приходи, за да покрие разходите и т.н. Може да възникнат хиляди въпроси, провокирани от редица ежедневни ситуации и по този начин да му/й помогне да идентифицира възможности за посрещане на нуждите на пазара.

Предишни години нямаше толкова много стоки и услуги и затова беше малко по-лесно да се позиционира бизнес. Сега това изисква задълбочено проучване и анализ – търсенето на информация ще потвърди дали няма други услуги или продукти като тези или ще се определи конкретната нужда и т.н. Следва критична оценка на идеята, най-често направена от семейството и приятели, от които се очаква да проверят идеята и да предоставят обратна връзка като потенциални клиенти. Добрият скрининг на пазара ще осигури добра основа за концептуализиране на характеристиките на продукта/услугата, които да помогнат за по-лесното му усвояване от пазара. И накрая, трябва да се извърши анализ на пазара или проучване на осъществимостта, за да се провери възможността за успех. На този етап от предприемаческия процес следва да се привлекат повече хора, предвид че генерирането на идеи може да бъде много по-лесно от критичното обмисляне на детайлите. (Barazza, n.d.) Въпреки това, етапът на вземане на решение е мястото, където мнозина могат да спрат и може би дори да се откажат от идеята за започване на бизнес.

Етап 2:

Критичен момент от предприемаческия процес е етапът на *вземане на решения и бизнес планирането*. Ентузиазирани от идеята си, бъдещият предприемач започва да проучва и планира какви ресурси са необходими за нейното реализиране. Тук често се изготвя бизнес план, но въпреки че процесът има много важна роля за всеки бизнес, разработения план на този етап с оскъдната налична информация ще маркира само насока, която може да се използва като справка.

Проектът се провежда, когато предприемачът реши да търси и получи ресурси. Първо и най-важно е осигуряването на финансовите средства (инвестиции), но също и развитието на съответните структури, информационни системи, финансова мощ, оперативен капацитет и човешки капитал.

Етап 3:

На този етап предприемачът трябва да изпълни някои законови изисквания, свързани с регистрацията на фирма, клон или подразделение. Това е важен крайъгълен камък, но

и момент за освобождаване от стреса, предвид, че вече се вижда моментът, в който компанията най-накрая ще заработи.

Пътят напред обаче не е много по-лесен. Трябва да се разработят много ясни и целенасочени стратегии, които също така трябва да се следват – това са пазарните стратегии, които предлагат как новият субект да навлезе на пазара и какво да предложи, за да успее.

Етап 4:

След като премине през първите месеци на работа, компанията ще види дали намалява, поддържа или увеличава продажбите. Предприемачът вероятно ще се стреми да поддържа ръст на приходите, което освен финансова стойност ще му донесе лично удовлетворение от добрата работа. Управлението на бизнес не е лесно – това е процес с възходи и падения. Въпреки това, опитът, който предприемачът придобива с времето, ще го улесни в ефективното прилагане на планирането, организацията и контрола на всички ресурси. Тъй като промяната е станала неизбежна в съвременната бизнес среда, от предприемачите се изисква да преразглеждат и променят/адаптират своите бизнес процеси, за да отговорят на текущите и възникващи проблеми на компанията, но също и на динамиката на средата.

Донякъде е възможно да се каже, че предприемаческият процес приключва тук, но истината е, че това не е съвсем вярно. По-скоро процесът продължава, но главното лице вече не е предприемач, а той/тя става бизнесмен или бизнесдама. Друг факт е, че много предприемачи не завършват само с една идея, а започват предприемаческия процес отново и отново.

- **Предприемаческа екосистема**

Както всеки друг процес, предприемачеството не се развива във „вакуум“, а в много динамична среда. Следователно то взаимодейства с голям брой участници – клиенти, доставчици, инвеститори – и фактори от вътрешната и външната среда, които влияят върху предприемаческата дейност. На свой ред предприемачеството влияе върху тези фактори, като ги кара да се съчетават по различен начин, постоянно да променят и разнообразяват бизнес възможностите в региона. Всъщност това е, което научната литература нарича „предприемаческа екосистема“: *„...набор от взаимосвързани предприемачески участници (както потенциални, така и съществуващи), предприемачески организации (напр. фирми, рискови капиталисти, бизнес ангели, банки), институции (университети, агенции от публичния сектор, финансови органи) и предприемачески процеси (напр. процент на раждаемост на бизнеса, брой фирми с висок растеж, нива на „блокбъстър предприемачество“, брой серийни предприемачи, степен на манталитет на разпродажба във фирмите и нива на предприемаческа амбиция), които формално и неформално се обединяват, за да свързват, посредничат и управляват представянето в рамките на местната предприемаческа среда“* (Mason & Brown, 2014)

Концепцията за такава екосистема първоначално е предложена от Джеймс Мур (James Moor) в една от неговите статии, публикувана през 90-те години. По-късно са

разработени редица модели за предприемачески екосистеми. През последните години един особено въздействащ подход беше разработен от Даниел Айзенберг (Daniel Isenberg) от Колежът „Бабсън“ (Babson College) който формулира това, което нарича „стратегия на предприемаческата екосистема за икономическо развитие“. (Mason & Brown, 2014) Той идентифицира шест области в рамките на предприемаческата система: благоприятна култура, благоприятни политики и лидерство, наличие на подходящо финансиране, качествен човешки капитал, благоприятни пазари за продукти и набор от институционална подкрепа (пак там). Тези обширни области се състоят от стотици елементи, взаимодействащи по много сложни начини, което затруднява идентифицирането на каквито и да са общи причинно-следствени връзки. Ето защо той подчертава важността на контекста: всяка екосистема възниква при уникален набор от условия и обстоятелства. (пак там).



Фигура 3: Моделът на Айзенберг за предприемаческа екосистема

По-конкретно тези области се състоят от следните елементи:

ПОЛИТИКА	Лидерството и политиката предоставят стратегия и легитимност на предприемачите и предприемаческата екосистема чрез популяризиране и подкрепа, решаване на проблеми и благоприятни	ЛИДЕРСТВО
		<ul style="list-style-type: none"> - Категорична подкрепа - Социална легитимност - Отворена възможност за застъпничество - Предприемаческа стратегия - Спешност, криза и предизвикателство

	за предприятията законодателство и стимули.	ПРАВИТЕЛСТВО <ul style="list-style-type: none"> - Институции, например инвестиции, подкрепа - Финансова подкрепа, например за научноизследователска и развойна дейност, средства за летищ старт - Стимули от регулаторната рамка, например данъчни облекчения
ФИНАНСИ	Финансите осигуряват горивото за предприятия на ранен етап, които са ориентирани към растеж, както и развитие на предприемаческата екосистема чрез достъп до микро-заеми, инвеститори-„ангели“ и рисков капитал. Необходима е подкрепа за за набиране на капитал и възможности за представяне.	<ul style="list-style-type: none"> - Микрокредити - Ангелски инвеститори, приятели и семейство - Рисков капитал на нулев етап
КУЛТУРА	Културните вярвания влияят върху приемането и насърчаването на предприемачите и екосистемата на предприемачеството. Историите за успех и моделите за подражание трябва да се популяризират от влиятелни лидери чрез медиите и социалните медийни канали.	ИСТОРИИ НА УСПЕХА <ul style="list-style-type: none"> - Видими правоприменици - Генериране на богатство за основатели - Международна репутация ОБЩЕСТВЕНИ НОРМИ <ul style="list-style-type: none"> - Толерантност към риск, грешки, провал - Иновация, креативност, експериментиране - Социален статус на предприемача - Създаване на богатство - Амбиция, стремеж, глад
ПОДКРЕПА	Системите за подкрепа трябва да включват широка гама от поддържаща инфраструктура (енергия, телекомуникации, транспорт) и мрежи за	ИНФРАСТРУКТУРА <ul style="list-style-type: none"> - Телекомуникации - Транспорт и логистика - Енергия

	<p>предприемачество и мрежови платформи и събития. Опитни тренъори и ментори и професионални услуги за подкрепа помагат да се гарантира успех.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Зони, инкубационни центрове, клъстери <p>ПОДКРЕПЯЩИ ПРОФЕСИОНАЛИСТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Юридически лица - Счетоводство - Инвестиционни банкери - Технически експерти, съветници <p>НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИ ИНСТИТУЦИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Насърчаване на предприемачеството в нестопански организации - Състезания за бизнес планове - Конференции - Дружелюбни предприемачески асоциации
<p>ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ</p>	<p>Човешкият капитал под формата на опитен управленски и технически талант е необходим за да се осигури предприемачески успех. Институциите за обучение и подкрепата за външни изпълнители трябва да отговорят на нарастващите потребности от умения на пазара.</p>	<p>РАБОТНА СИЛА</p> <ul style="list-style-type: none"> - Квалифицирани и неквалифицирани - Социални предприемачи - Семейство от по-старо поколение <p>ОБРАЗОВАТЕЛНИ ИНСТИТУЦИИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Общи степени (професионални и академични) - Специфично обучение по предприемачество
<p>ПАЗАРИ</p>	<p>Пазарите и пазарният достъп предоставят възможности за доказване на концепция, продажби и разпространение. Клиентите включват вътрешни и външни пазари, големи и малки компании и държавни поръчки.</p>	<p>ПЪРВИ КЛИЕНТИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ранни осинователи за добра концепция - Експертиза в производството - Референтни клиенти - Първи отзиви - Канали за дистрибуция <p>МРЕЖИ</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Мрежи на предприемача - Мрежи на диаспората - Многонационални корпорации
--	--	--

Таблица 3: Елементи в предприемаческата екосистема

Предприемаческите екосистеми не възникват от нищото. Те се развиват на места, които имат специфични предимства и по този начин са утвърдени като желани места за живеене. Като такива, те обикновено предлагат разнообразие от културни забележителности или физически характеристики, които предоставят възможности за дейности на открито. Естествено, това открива много възможности за бизнес, тъй като местното население има голяма нужда от различни продукти или услуги за своя живот. Инфраструктурата и управлението на мястото също са добре уредени. И накрая, човешкият капитал е концентриран, осигурявайки лесен достъп до квалифициран персонал. Всички те, представляващи комбинация от благоприятни условия за предприемаческа дейност, задвижват предприемаческата екосистема. И както икономическата дейност има тенденция да се клъстерира, така предприемаческата екосистема засилва интензивната поява на нови начинания и услуги.

Взаимодействието на предприемачеството с елементите на екосистемата, в която расте, обаче не е нито статично, нито еднопосочно. Предприемачеството стимулира и развитието на екосистемата като такава.

В сърцето на една предприемаческа екосистема обикновено има поне един и обикновено няколко „големи установени предприятия“ със значителни управленски функции (напр. централен офис или подразделение/дъщерен офис), както и приемане на научноизследователска и развойна дейност, и производствени дейности. (Mason & Brown, 2014) Тези бизнеси трябва да разчитат на най-новите технологии. Те имат много важна роля в развитието на екосистемата. Първо, те са „магнити за таланти“, набиращи голям брой квалифицирани работници, много от които наскоро завършили, извън района (Feldman et al, 2005) (пак там). Второ, те осигуряват бизнес обучение за своите служители и им позволяват да напредват в корпоративната йерархия. Именно чрез този процес персоналът, който първоначално е бил назначен заради тяхното технологично ноу-хау придобива управленски умения, за да станат технологични мениджъри (пак там). Това представлява ценен ресурс за малки фирми. Трето, те са източник на нов бизнес, тъй като някои служители ще напуснат, за да създадат свои собствени компании (пак там).

Съответно, политиците започват да признават предимствата на по-системно базираната форма на подкрепа за предприемачески растеж. Те търсят ефективни решения, за да подобрят средата, която заобикаля фирмите и насърчава предприемачеството. Въпреки това, тъй като всяка екосистема е уникален, но динамичен, сложен организъм, властимащите изпитват много трудности при намирането и прилагането на ефективни подходи. Все пак има мерки, които подкрепят различни аспекти на предприемачеството.

- **Форми на предприемачество**

Предприемачеството може да приеме много форми и да се появи в различни контексти. Неговите основни принципи са същите: планиране, стартиране и управление на бизнес (целящ печалба или с нестопанска цел). Традиционно предприемаческите проекти и практики водят до една от следните категории:

Категория	Основни функции
Дребно бизнес предприемачество	<p>Този вид предприемачество се отнася до всякакъв вид малък бизнес, който е създаден от един или максимум двама души с цел просто да превърнат идеята си в реалност. Малките предприятия традиционно са концентрирани в работата на един обект и първоначалните планове не предвиждат разширяване. Категорията не изключва непременно голям екип и големи приходи. Ако този бизнес се окаже успешен, тогава той може да премине между другите категории.</p> <p>В този вид бизнес, има печалба само, ако компанията прави печалба, което означава, че предприемачът трябва да е много мотивиран, отговорен и отдаден на визията си.</p>
Мащабируемо стартиращо предприемачество	<p>Мащабируемите стартиращи фирми се фокусират върху това как да създадат бизнес модел, който е едновременно повторим и мащабируем (повече продажби с повече ресурси). Често този тип бизнеси използват технологии или създават технологии в бизнеса. Те започват с проста идея, която се реализира благодарение на упоритостта на предприемачите и подкрепата на инвеститорите. Бизнесът попада в пространство с голям размер на пазара и съществува потенциал за бърз растеж и скоростно развитие.</p> <p>Ключът към стартирането на този тип бизнес модел е познаването на дългосрочните планове за рентабилност и начините, по които съответната компания ще се разраства, както заради инвеститорите, така и заради самите предприемачи.</p>
Предприемачество с голяма компания	<p>Предприемачеството на големи компании не е свързано със започване на нов бизнес, а по-скоро със създаване на нови продукти или дъщерни дружества в рамките на съществуваща компания или придобиване на по-малки компании. По-конкретно, тези подразделения са</p>

	<p>фокусирани върху достигане на нови пазари, разширяване на клиентската база и разрастване на бизнеса. Те осигуряват гъвкавост за въвеждане на иновации и предлагане на нови продукти на потребителите, които са варианти на основната им продуктова линия.</p> <p>Важен компонент на тази категория предприемачество е фирмената култура, която гарантира, че с разширяването на компанията всички служители са част от растежа.</p>
Социално предприемачество	<p>Социалното предприемачество е работа, ръководена от мисия. Неговата основна цел е да създава продукти и услуги, които са и от полза за света, и правят пари. Социалното предприемачество може да се осъществява от компании с нестопанска цел, от такива търсеци печалба или хибридни компании, които се ангажират със социална или екологична промяна. Някои примери включват образователни програми, институции за микрофинансиране и компании, които предоставят банкови услуги в слабо развити страни.</p>

Таблица 4 : Основни категории предприемачество

Разнообразието от културни и творчески индустрии се отразява на обхвата на бизнеса. Това включва всеки тип предприятие от мултинационални корпорации до сектори, характеризиращи се с висок дял на МСП (например архитектура, мода, занаяти) и други, които включват по-широко разпространение на големи и малки предприятия (по-конкретно софтуер, издателство и медии). Повечето културни и творчески сектори обаче се състоят от много малки предприятия. Около 80% от предприятията в КТИ са МСП с много еднолични търговци или микро-МСП, в които работят само шепа хора. (Directorte-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Comission); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M, 2013)

Светът продължава да се променя, а с него и бизнеса. Иновации се появяват ежедневно, предоставяйки нови възможности за поемане на риск и растеж и като по този начин предлагат няколко нови категории предприемачество, които се срещат все по-често в практиката.

Категория	Основни функции
Имитативно предприемачество	Имитацията е най-добрата форма на ласкателство, а имитирацията предприемач (наричан още осиновяващ предприемач) е този, който копира това, което успешните

	<p>иновативни предприемачи са правили преди, най-често с по-ниски финансови рискове и ограничени ресурси.</p> <p>При имитацията стил на предприемачество, по същество се копира идея, но с малки подобрения. Предвид, че се откриват грешките на другите, то се намират креативни начини да се подобри бизнеса, а оттам – имитацията предприемач да притежател на по-доходоносен бизнес.</p>
Иновативно предприемачество	<p>Иновативните предприемачи, както подсказва името, постоянно се опитват да измислят следващото голямо нещо. Те са носители на новаторски идеи за стартиране на бизнес или за конкретни услуги и продукти, които могат да се превърнат в бизнес начинания.</p> <p>Новаторите винаги трябва да са наясно с текущите пазарни условия, за да намерят оригинални и креативни начини да ги променят. Иновациите се отнасят не само до идеите за продукти, но и до начините, по които се води бизнес. Иновативното предприемачество променя статуквото и разширява границите.</p>
Предприемачество на купувача	<p>Вместо да се главоболи как да събере пари за да стартира бизнес, купувачът-предприемач придобива или развиваща се, или добре разработена компания и ѝ помага да просперира.</p> <p>За разлика от инвеститорите, купувачът предприемач участва както финансово, така и лично в бизнеса като остава активен и пряко помага на инвестицията да расте. Не е необичайно купувачите-предприемачи да предадат лидерството си на някой друг в даден момент, но те винаги поддържат активно участие в бизнеса, който купуват.</p>
Изследователско предприемачество	<p>Изследователите предприемачи разчитат на факти, данни и вярата, че с правилната подготовка и знания е по-вероятно да успеят. Изследователското предприемачество съчетава страхотна бизнес идея с академични изследвания и разбиране как максимално ограничените ресурси да бъдат разширени.</p>
„Настървено“ предприемачество	<p>Името звучи малко подвеждащо, но в бизнеса „настървено“ се отнася за човек, който започва сам, за силно мотивиран човек, който се стреми към успех. Този тип предприемачески стил се развива директно от</p>

предприемача, който трябва да е уверен, безстрашен и да има строга работна етика.

Таблица 5 : Нови категории предприемачество въз основа на степента на иновация и типа поведение на предприемача, Източник:(WIX blog, n.d.)

Тези категории бизнес са важни, тъй като точният тип бизнес определя наличните възможности, финансиране и програми. Той също така влияе върху решенията и насочва пътя на функционирането на бизнеса.

III. Предприемачески начин на мислене

Предприемачът е лицето, отговорно за създаването на нова стойност (под формата на нов продукт/услуга или нова организация). Съответно, предприемачът е създател, индивид, който притежава бизнес идеята, създава организацията, пази бизнес риска от провал или се възползва от успеха на дейността. В известен смисъл предприемачите са едни от най-мощните създатели на промяна.

Фигурата на предприемача е сложна. Много често в литературата се посочва устойчивостта на предприемаческия дух, предприемаческото мислене или предприемаческата култура. Независимо от термина, всички те показват, че предприемачите имат нещо общо. Нещо, което ги прави „... различни от другите хора като поведение, гледна точка и някои основни качества.“ (Melek & Kaugusuz, 2014).

Предприемаческото мислене е много позитивно и устойчиво мислене. Успешните предприемачи имат амбицията да искат живо да направят промяна, след което имат увереността, страстта и мотивацията да го постигнат.²

Често предприемачите се смятат за по-смели и дръзки, по-толерантни и много по-ефективни в справянето със стреса. Тези хора възприемат света по различен начин, като са способни да видят възможности и решения там, където обикновеният човек не вижда. Барон (2000 г.) заявява, че успешните предприемачи са хора, които силно вярват в собствените си преценки и имат високи социални възприятия и способност за успешно взаимодействие. Казва още, че те са хора, които бързо се приспособяват към новите обстоятелства. (Melek & Kaugusuz, 2014) Успешните предприемачи имат амбицията да искат живо да направят промяна, след което имат увереността, страстта и мотивацията да го постигнат. Тези хора също имат качества като управление на риска, креативност, перфекционизъм и толерантност към несигурността.

² Ludwin , A., Природа, възпитание или знание: какво е необходимо, за да станеш предприемач?

Авторите все още спорят дали предприемачите са такива по природа, или се формират в резултат на полученото възпитание и знание. Несъмнено има редица лични черти, които успешните предприемачи споделят:

1. Самоувереност	22. Надеждност
2. Постоянство	23. Предчувствие
3. Активност и енергичност	24. Честност
4. Сръчност	25. Общност
5. Умение за поемане на риск	26. Ориентираност към печалбата
6. Динамизъм и лидерство	27. Способност да се учи от грешките
7. Оптимизъм	28. Желание за власт
8. Амбиция	29. Добра личност
9. Многогранност	30. Егоцентричност
10. Креативност	31. Смелост
11. Способност за манипулация	32. Въображение
12. Умението да общуване с хората	33. Разбиране/ Емпатия
13. Инициативност	34. Толерантност към несигурността
14. Гъвкавост	35. Агресия
15. Интелигентност	36. Удовлетворение
16. Фокусиране върху ясни цели	37. Предимство
17. Конкурентоспособност	38. Перспективен
18. Независимост	39. Способност да разчита на служителите
19. Чувствителност към критични ситуации	40. Чувствителност
20. Ефективност	41. Почтеност
21. Решителност	42. Зрялост

Таблица 6: Често срещани предприемачески качества, Източник: Kuratko & Hodgetts (1998) (Melek & Kaugusuz, 2014)

Преглеждайки отново таблицата, можем да видим, че от предприемачите се очаква да имат социално приети ценности, които включват честност, доверие, надеждност, зрялост, почтеност, емпатия и социално приети емоции като чувствителност, удовлетворение, оптимизъм. Наред с това от тях се очаква да имат и междуличностни комуникационни умения, като например добри взаимоотношения, които включват общуване и влияние върху други хора. По този начин те могат да ръководят и разчитат на служителите.

Въпреки това, основните умения, тези, които правят предприемачите такива, каквито са, включват:

- ➔ **Способност за поемане на риск:** Способността на предприемача да поема рискове е двигател за откриване на нещо уникално, например генериране на предприемаческа идея. Предприемачите, които използват диференциран подход към рисковете, обикновено постигат успех. Добрите предприемачи винаги са готови да инвестират времето и парите си, но обикновено знаят своите ограничения. Следователно предприемачите не поемат ненужни рискове. Те могат да контролират емоциите си и приемат риск, само ако печалбата е равна или по-висока от нея (Tan & Pazarciк, 1984). Според Low и MacMillan (1988), предприемачите имат склонност да поемат рискове, както всеки друг; но те са много добри мениджъри на риска. (Melek & Kaygusuz, 2014) Така те имат резерв за всеки риск, който поемат въз основа на предварителна оценка и информираност относно възможните последствия.
- ➔ **Иновации и креативност:** креативността произвежда иновативната идея – факторът за създаване/обновяване на бизнеса. За предприемачите е почти необходимост да представят оригинални, нови и изненадващи идеи или да действат по различен начин; всички тези идеи и действия обаче трябва да допринесат за живота на предприемача или за този на другите по положителен начин (Peterson & Seligman, 2004). (Melek & Kaygusuz, 2014) Креативността също е фактор за бизнес успех, тъй като предприемачите трябва да се адаптират към ежедневните предизвикателства и да намерят готови решения, които да доведат до растеж на бизнеса.
- ➔ **Самоувереност:** Този човек вярва, че може да преодолее всички трудности, които среща чрез своята самоувереност. Самоувереността се изразява в смелост, ентузиазъм и способността да ръководи, представя и преговаря. Самоувереността ускорява развитието на положителни чувства чрез увеличаване на вътрешния мир. Самоуверените хора имат страст да учат и са отворени към търсене и критика. (Melek & Kaygusuz, 2014). Известно е, че креативността, самоувереността и оптимизмът въздействат интерактивно на предприемачите. (пак там). Успешните предприемачи не само разчитат на своята увереност, но и са повлияни от нея през цялостния си бизнес път.
- ➔ **Инициативност и вземане на решения:** Едно от най-ценните качества на предприемачите е способността им да вземат решения и да предприемат инициативи. Може да има страхотни идеи, но само решението да ги реализират е това, което ще създаде разликата.
- ➔ **Постоянство:** Предприемаческата дисциплина се отнася до способността да се продължи въпреки препятствията и да се развива както личността, така и бизнес начинанието. То помага на предприемачите да планират ефективно бъдещето,

да управляват по-добре времето и ресурсите си и им помага да подобрят вътрешната си сила.

В заключение, характеристиките свързани с предприемачите, не следва да означават, че те са егоистични и егоцентрични хора, които мислят само за себе си. Един от най-важните фактори, които мотивират предприемачите, е, че те вземат предвид не само личните си ползи, но и социалните такива. Индивидуалният предприемач намира предимствата за себе си, докато работи в производствената сфера, но в същото време обмисля предимствата и недостатъците на тази ситуация за обществото. (Melek & Kaygusuz, 2014)

Известно е, че мотивацията има важна роля във формирането на предприемаческата култура. Мотивацията включва троен цикъл, който е или стимул отвеждащ предприемача до определена цел или е поведението, което се има за да се постигне целта и накрая това е процеса на достигане на целта (Sabar, 2006). Много е трудно да се разработи мотивационен модел за всеки човек или предприемач, въпреки че се признава, че има някои инструменти за стимулиране на мотивационни цели. Финансови, психологически и социални инструменти могат да се ползват като стимули. Има също организационни и административни инструменти за стимулиране, които трябва да бъдат добавени към списъка (Sabar, 2006). (Melek & Kaygusuz, 2014)

Вече беше споменато, че предприемаческата дейност в КТИ е различна от останалите. Предприемачите в областта на културата се ръководят от сложни мотиви. Тяхната мотивация, желание и опит са определящи за започване на предприемаческа или самоуправляваща се кариера (Amolo & Beharry-Ramraj, 2015). Мотивацията за повечето културни предприемачи е в това да имат приличен живот (Phillips, 2010; Coulson, 2012), в изграждането на социална репутация и кариерни постижения (Chen, Chang & Lo, 2015), отколкото единствено финансов успех. Те предпочитат да участват в дейности, които са в съответствие с техните кариерни стремежи и идентичности (Scott, 2012). Културните предприемачи с артистичен опит се ръководят от вътрешна мотивация като артистична реализация и развитие, създаване на красота, предизвикателство да се създаде нещо ново (Bridgstock, 2013) и страст към работата (Bhansing et al., 2018; Gregory & Rogerson, 2018). Някои културни предприемачи решават да започнат бизнес поради разочарованието в своя сектор и идентифицират пазарната ниша като възможност за иновации (Gregory & Rogerson, 2018). Културните и творчески предприемачи са страстни в работата си и нетърпеливи да постигнат себerealization (Wright, Marsh & McArdle, 2019), което може да доведе до нерентабилна самоексплоатация (Oakley, 2014; Werthes et al., 2018). Те непрекъснато се опитват да намерят баланс между артистично, финансово развитие (Добрева и Иванов, 2020 г.).

IV. Предложена литература:

Alvaro, C., Domingo, R., and Roig, S. (2000) *'Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction'*

Loots, E., Neiva, M., Carvalho, L. Lavanga, M. `The entrepreneurial ecosystem of cultural and creative industries in Porto: A sub-ecosystem approach`, Growth and Change, vol. 5, issue 2

Mishra, C. S. and Zachary, R. K. (2015) 'The Theory of Entrepreneurship', Entrepreneurship Research Journal, Vol. 5

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented entrepreneurship.

Sanches, J. C., Ahmed, I., Ramzan, M., Singer, A. E. et all., *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*

Върбанова, Л. (2013). Стратегическо управление в изкуствата.

3 Цитирана литература:

Ahmad, N., & Seymore, R. G. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. Retrieved March 2022, from <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/243164686763.pdf?expires=1663656016&id=id&accname=guest&checksum=4CD62553BD135E6740085DC75EDE8621>

Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. Извлечено от OECD: <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/39651330.pdf>

Anheier, H. K., & Isar, Y. R. (2008). *Cultures and Globalization: The cultural Economy*. Sage publications.

Barazza, C. (n.d.). *Carlos Barazza*. Извлечено от <https://barrazacarlos.com/entrepreneurial-process-stages/>

Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2008). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspectives*. Извлечено от <https://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf>

Генерална дирекция за образование, младеж, спорт и култура (Европейска комисия); Eurokleis; HKU Utrecht School of Arts; K2M. (2013). *Предприемаческото измерение на културните и творческите индустрии*. Взето от <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/dcac4767-0daf-4fd5-8d8a-4bb502823723>

Добрева, Н., & Иванов, С. (2020). Културно предприемачество: преглед на литературата. *Изследвания на туризма и управлението*, 16(4), 2020, 23-34. Извлечено от <https://doi.org/10.18089/tms.2020.1604>

Hur, J. (n.d.). <https://bebusinessed.com/>. Извлечено от <https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/>

Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented entrepreneurship.

Melek, K., & Kaygusuz, C. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. In J. C. Sanches, I. Ahmed, M. Ramzan, A. E. Singer, & e. all., *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*. Извлечено от <https://www.researchgate.net/publication/230634533>

Nadim Ahmad, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for data collection (DRAFT)*. Извлечено март 2022 г. от Selvan, S. S., & Vivek, N. (2020). Importance and Role of Entrepreneurship in Economic Development. *Novel International Journal of Multidisciplinary Arts and Humanities*. Извлечено от https://www.researchgate.net/publication/351224386_Importance_and_Role_of_Entrepreneurship_in_Economic_Development

Temblay, G. (n.d.). *Cultural Entrepreneurs*. Извлечено от <https://culturalentrepreneurs.wordpress.com/>

Върбанова, Л. (2013). Стратегическо управление в изкуствата. Лондон/ Нью Йорк. Извлечено от <http://www.routledge.com/books/details/9780203117170/>

WIX blog. (n.d.). Извлечено от <https://www.wix.com/blog/2021/07/types-of-entrepreneurship/#viewer-31pqj>