

# Предприемачески мениджмънт ©

проф. Деян Пендев, *Икономически институт*, университет “Св.св Кирил и  
Методий”, Скопие

© Авторските права запазени. Нито една част от този текст не може да бъде използвана по  
какъвто и да е начин без разрешението на автора

# **I. Общи рамка на предприемаческия мениджмънт**

проф. Деян Пендев, Икономически институт -  
Скопие, Македония

# Предприемачеството: класически определения (икономика)

1. *Носител на риск*; Cantillon (1755), Mill (1849), Knight (1921)
2. **Ръководител**; Say (1845), Marshall (1920)
3. **Човек, който решава**; Menger (1871), Keynes (1936), Mises (1949)
4. **Организатор на производство**; Say (1845), Cole (1959)
5. **Капиталист**; Smith (1776)
6. **Човек, който разпознава пазарните възможности**; Kirzner (1973), Kirchoff (1994)

# Предприемачеството: класически определения (психология)

1. **Необходимост за постижение; McClelland (1965), Wilken (1979)**
2. **Лични атрибути; Welsh & Little (1981), Hornaday (1982)**
3. **Човек, който поема риск; Palmer (1971), Liles (1974), Colton & Udell (1976)**
4. **Място за контрол; Rotter (1966), Perry (1980), Brockhaus (1982)**
5. **Специфични мотиви; Cole (1969), Timmons (1990)**
6. **Желание за риск; Stepanek (1979)**

**Schumpeter, предприемачество и иновации:  
“нови комбинации” (1)**

1. Въвеждане на нови ценности или ново качество.
2. Въвеждане на нов метод за производство и нов начин на разглеждане на комерческите ценности..
3. Откриване на нов пазар, безразлично от това, дали до този момент е съществувал или не.
4. Въвеждане на нови източници за снабдяване на суровини, безразлично дали източникът вече съществува или сега се създава.
5. Въвеждане на нова организация в индустрия (създаване на монополна позиция).

Schumpeter, **предприемачество и иновации;**  
**“нови комбинации” (2)**

- Класическият стратегически мениджмънт проучва най-вече източника на суровини, технологичните иновации, създаването на нови продукти и форми на организация. Но Шумпетер набляга, че:

**“Не е достатъчно да се произведе нов сапун, необходимо е хората да се научат, че е необходимо да се къпят (търсене).”**

**Предприемачески мениджмънт -  
малка фирма, корпорацията, обществена  
институция**  
(Howerd Stevenson, 1983)

- **Предприемачеството е “безмилостно гонене на възможност** без разлика на контролираните в хода на бизнеса ресурси.
- *Процесът на предприемачество започва с разпознаване на възможността и свършва със събиране на реколтата от собствения труд”.*

# Предприемачески мениджмънт

- “Хората не искат да ги ‘мениджирът’ (управляват), *те искат да ги водят*“

(Ewing M Kauffman, основател на Marion Laboratories Inc.,)



# Предприемачество

- **Предприемачеството е начин на**
- **мислене, градене на философия**
- **Предприемачеството е страстно действие за възползване от наличната възможност**
- **Предприемачеството има цялостен подход и лидерски е балансирано**

*Дефиниция изложена преди две две десетилетия в Бабсон колеж на Харвард - факултет за бизнес*

**Предприемач – фирма – фалит**

***За фирмата фалитът е край  
на играта***

***За предприемача фалитът е  
безценен опит при нови  
бизнес начинания***

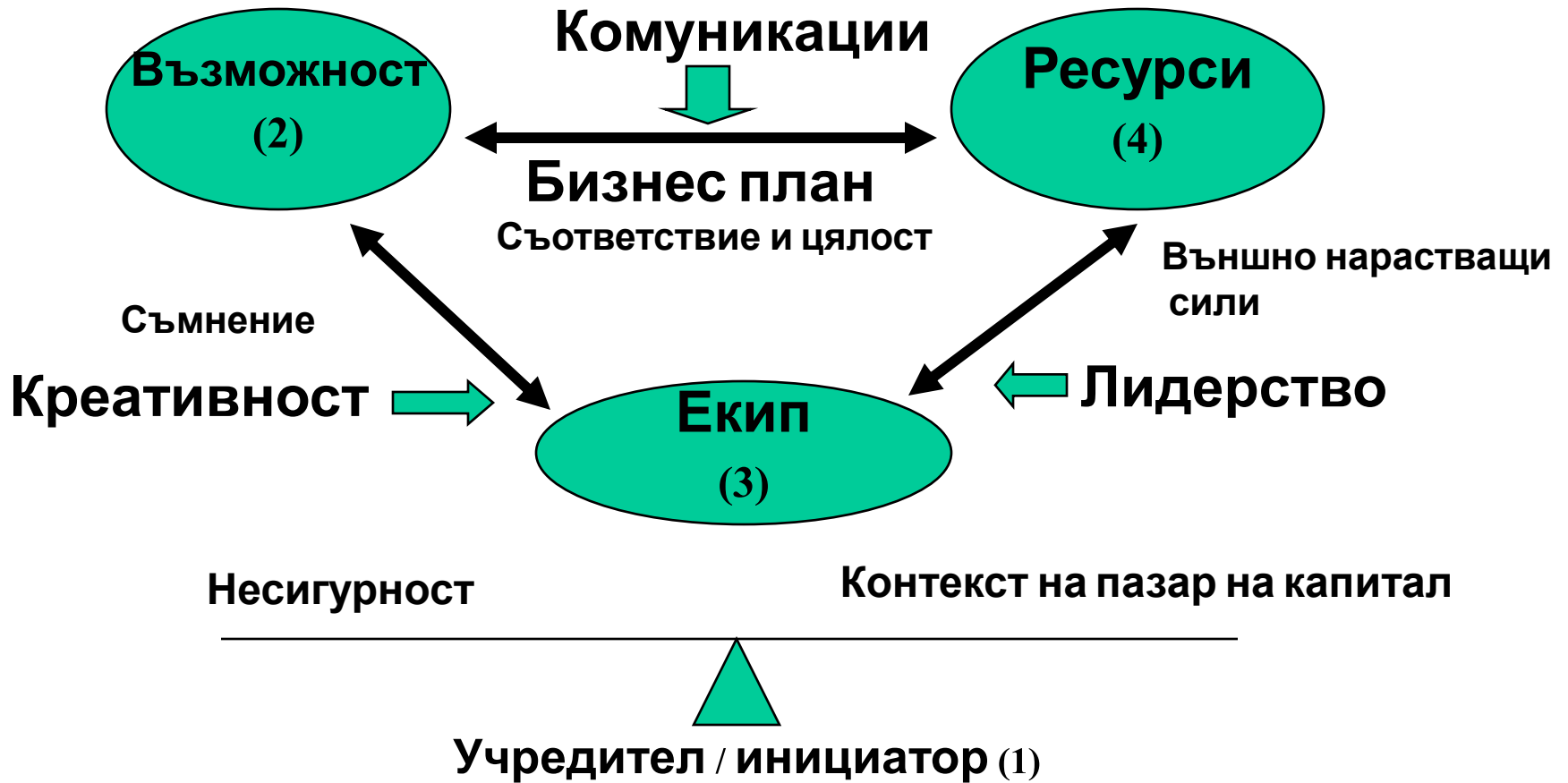
# Предприемачески процес

- ✓ Процесът се движи от възможността
- ✓ Движи се от **водещ предприемач** или **от екип от предприемачи**
- ✓ **Пестелив** на ресурси и **креативен**
- ✓ Зависи от **съответствието и баланса** на горните три елемента
- ✓ Процесът е **интегриран и цялостен**

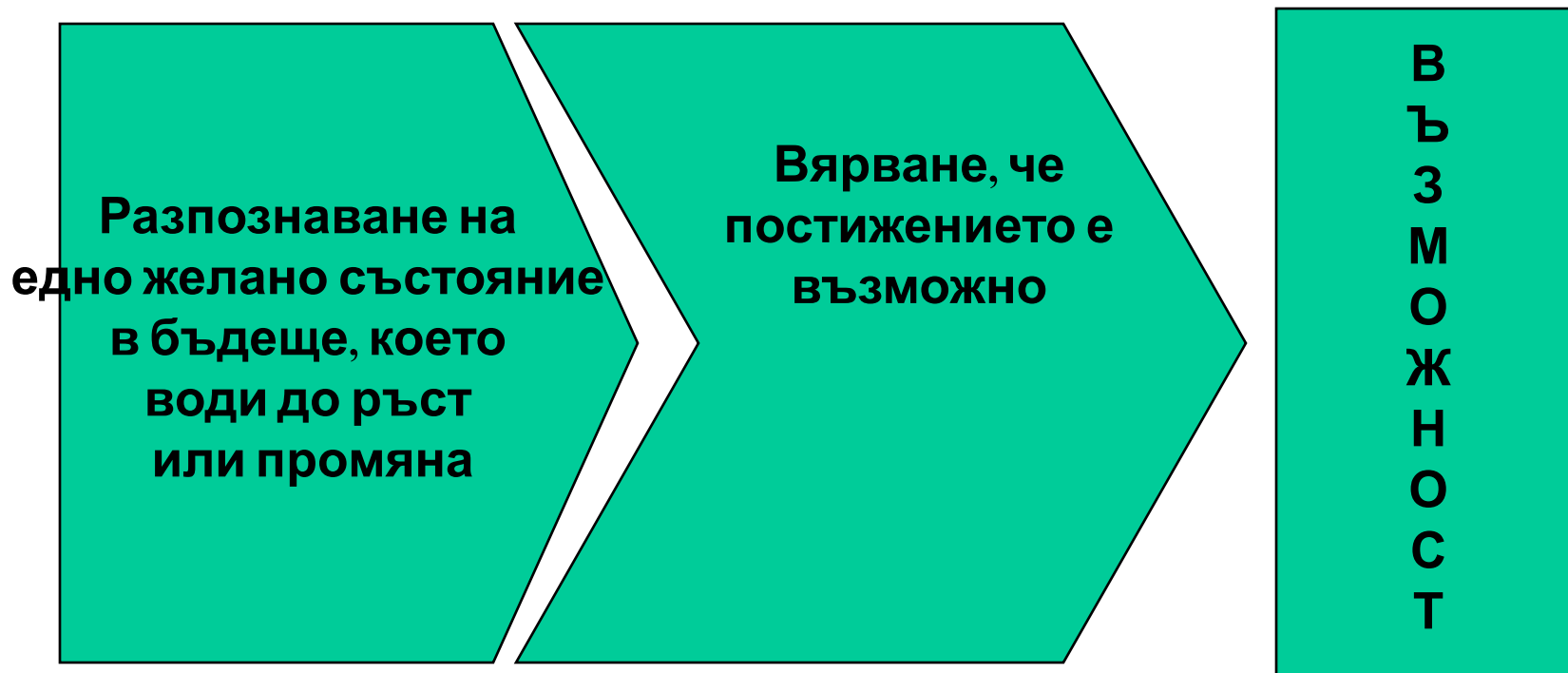
# Кой е предприемач?



# Модел на предприемаческия процес (Timmons)



# Какво е това 'ВЪЗМОЖНОСТ'?



# Типология за тестване на възможности; (Saras D. Sarasvathy)

- Предпоставка: всички възможности са *възможности за действие*.
- Предприемаческите възможности се дефинират като възможности за *действия за създаване на икономическа ценност*. Действията със стремеж да създадат положителна икономическа ценност е множество на предприемачески възможности.
- Стремежът (аспирацията) се случва на ниво на личност, фирма или икономия.

# Типология за тестване на ВЪЗМОЖНОСТИ; Saras D. Sarasvathy

1. **РАЗПОЗНАВАНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТ**: Ако очевидно съществуват два ресурса за снабдяване и за търсене, трябва да се “разпознае” възможността те да се свържат, а след това съчетанието на снабдяването и търсенето трябва да се внедри чрез съществуваща фирма или чрез нова фирма.

Пример: г-н Стефан Попов и фирма “Рефан” – търсене на добра парфюмерия при ниска покупателна способност в началото на 1990-те; наличие на качествени наливни парфюми в Гърция, падане на границите и възможност за внос.



# Типология за тестване на ВЪЗМОЖНОСТИ; Saras D. Sarasvathy

2. ОТКРИВАНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТ : Ако съществува само търсене, а не снабдяване и обратното, тогава трябва да се “открие” несъществуващата страна а това трябва да се случи преди внедряването на кръстосването.

Примери:

Лекуване на болести - съществува търсене; открива се лечение;

Въвеждане на нови технологии - съществува снабдяване, трябва да се открие търсене.

# Типология за тестване на ВЪЗМОЖНОСТИ; Saras D. Sarasvathy

3. СЪЗДАВАНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТ; Ако очевидно не съществува нито снабдяване нито търсене едната или двете трябва да се създадат, а същевременно трябва да се направят няколко икономически **изобретения** в *маркетинга* и *финансирането* с цел реализация на възможността.

Примери: Edison's General electric, Netscape, Космическия туризъм на Virgin Galactic

# **‘кармата’ на предприемача**

- **Да бъдеш на истинското място**
- **Да бъдеш в истинското време**
- **Да разпознаеш възможността и**
- **Да я реализираш чрез съответно *страстно действие*, ръководено ОТ ВЪЗМОЖНОСТТА!**