

Въведение

Това е кратък наръчник от текстове за всички, които се опитват да изградят мост между университетската скамейка, от една страна, и перото на журналиста, мястото на предприемача и службата на политика - от друга. Представени са основните икономически феномени от гледна точка на предприемача, т.е. на човека, който взема решения в среда на несигурно бъдеще.

За момент авторите се поставиха в обувките на предприемача и огледаха заобикалящата ги действителност. А тя е наситена с информация от най-различен характер: постоянно изменяща се стопанска среда, изпращаща пазарни сигнали към дейността на фирмата, всекидневни политически събития и законодателни промени, периодични "порции" от статистически данни с най-различен характер, и не на последно място - академични и експертни дебати, засягащи по един или друг начин разбирането за пазара и конкуренцията, а понякога и на конкретното занятие на предприемача. Отчаяно се опитахме да свържем различните краища на това информационно поле, както съществува в момента, и не успяхме. Текстовете, които следват, са опит за внасяне на ред в понятията и употребата на термините, в логическата последователност на стопанските ефекти и в допусканията за икономическите принципи, които предопределят действията на всички в процеса на задоволяване на неограничените потребности в един свят на ограничени ресурси. Съвсем не маловажен е фактът, че подобен ред в различна степен липсва и в други страни; в този смисъл, българската икономическа наука (академична и приложна) не е някакво изключение.

Това, което сме описали, има два фокуса. Първият е решението на предприемача; това включва избора на стратегия за поведение спрямо потребителите и конкурентите; това се отнася до несигурността на бъдещето и извличането на поуки от миналия опит; това е преди всичко търсене на откритие, което да направи въпросния предприемач победител.

Вторият фокус са нещата, които не са продукт на решение на отделен човек, а са резултат от взаимодействието на отделни решения; това е цялостният процес на пазарен подбор на победители и губещи; "разливането" на знание и възможностите за имитация; търсенето на пазара; правилата, доверието и стабилността на бизнес отношенията.

Между конкретното решение и случването на пазара има зависимост, която сме описали с помощта на някои примери от Теория на играта - наука, която търси равновесието във взаимоотношенията между рационални индивиди. В този смисъл са въведени понятията за очаквания към решенията на другите играчи, повтаряне на играта и стратегиите и др., които участват в обяснението на икономическите отношения. Вярваме, че елементите от теорията обогатяват възможните предприемачески решения и в някакъв смисъл спестяват разходи от процеса на научаване чрез опит и грешки.

Всъщност, ние не сме направили нищо повече от критичен прочит на някои от най-разпространените митове и заблуди относно пазарния процес, ролята на предприемача и ефектите от размяната.

Първата заблуда е относително обща. Тя се състои във вярата, че икономиката е процес на търсене на най-добро използване на дадени ресурси за задоволяване на дадени потребности при наличните технологии. Но всъщност нито ресурсите, нито нуждите, нито технологиите са предварително известни; именно тяхното откриване наричаме "предприемачество", "конкуренция", "пазарно състезание", "иновация".

Оттам и втората стопанска заблуда, според която предприемачите са хора, които седят на кожените си кресла, преглеждат някакъв списък с различни възможни дейности, избират най-оптималната (с най-много печалба), инвестират собствени средства и после "прибират" спечеленото.

Третата заблуда е относно същността на пазарното състезание, на конкуренцията. Според нея те се състоят в това да се определи, кой от действащите на пазара предприемачи може най-добре да задоволи съществуващите нужди. Но ако това е така, защо един експертен съвет да не подреди всички действащи фирми по някакви обективни критерии, и не определи кой какво да произвежда?

Четвъртата заблуда се основава на вярата, че бъдещето е функция на миналото. Това мислене предполага, че вземането на решения се състои единствено в изследване на минали събития. Продължаваме да се питаме тогава защо най-добрите предприемачи не са професорите по история и икономика.

Според петата заблуда, при размяната неизбежно един губи, за да спечели друг. Това създава нагласата за пазара като за постоянен процес на грабеж, а правителството - като благороден надзорник, който въздава справедливост за ограбените.

Списъкът може да бъде продължен. Не може да пропуснем и странните и понякога безсмислени употреби на думите в стопанските дебати и най-разнообразните стратегии, които излизат в политическото пространство, като: "нелоялен внос", "несправедлива конкуренция", "безработни работници", "нереални цени", "структуроопределящ отрасъл", "спекулативен пазар", "прекомерна печалба", "пазарно-ориентирана регулация" и т.н.

Като резултат и причина за всичко посочено дотук, в началото на 21 век настроеността към предприемачеството в България са между подозрението, завистта и приемането като необходимо зло. С упоритото постоянство се поддържа вярата, че бедността на бедните се дължи на богатството на богатите.

Това, с което всеки от нас се сблъсква в ежедневието, са видимите белези на просперитета. Те предизвикват донякъде завист, донякъде упрек, че някои хора разхищават, докато други гладуват. Оттук и разделянето на бизнесмените на "добри", т.е. които инвестират в предприятието, дават пари на другите и нямат Мерцедес, и "лоши" - които харчат печалбата за

Предприемачът като откривател, Лъчезар Богданов и Георги Стоев

Въведение

себе си и живеят нашироко. Подобни мнения отразяват неразбирането на същността на стопанската дейност, и оттам - на ролята на предприемача.

Всичко започва с въпроса: "С какво този бизнесмен е заслужил тази печалба?". За съжаление, препратката в учебниците по микроикономикс не помага. Собственикът (управителят) търсят решението, което максимизира печалбата. Ресурсите, технологиите, потреблението са "дадени", и това, което остава да се направи, е да се оптимизира размерът на печалбата в рамките на ограниченията на средата. В този смисъл, предприемачът е възнаграден за управленските си качества. Но - продължаваме нататък - той е инвестирал собствени средства, и трябва да получи

възвръщаемост на капитала. Освен това, много предприемачи имат успешен бизнес, защото са изобретили нова технология; това също трябва да бъде възнаградено.

Ако се ограничим до горните три разбираня за дейността на предприемача, то печалбата би трябвало да е сбор от дохода от управленския труд, дохода от капитала и "наградата" да бъдеш пръв в използването на новата технология.

Но какво да кажем за тези, които печелят, без да са направили нищо или малко от трите? В българския език за такива хора се използва думата "спекулант", носеща в речевия контекст нюанса на обидата.

Обяснението е в неразбирането на може би най-важната функция на предприемача - вземането на решения в несигурна среда и при непълна информация. В действителност ресурсите и потребностите не са известни, нито пък са "дадени". Никой не притежава цялото знание за всички съществуващи технологии, всички възможни употреби на всички ресурси и всички предпочитания на потребителите. Още повече, бъдещето е несигурно, т.е. не знаем какво ще се търси утре и каква технология ще бъде изобретена. Няма как да измерим вероятността (риска) да се случат дадени промени на пазара, така че да използваме математическите инструменти на рисковия анализ. Стопанските решения се взимат в среда на непълна информация и неизвестност за бъдещето.

Всъщност представените различни теми са обединени около едно основополагащо схващане за ролята на предприемача - той е откривател на ново знание, което носи печалба за него и повече стойност за потребителите. Знанието заема ключово място в разсъжденията в следващите редове; това е основната разлика между този наръчник и конвенционалните икономически учебници. Знанието не е ограничено а priori и откривателският процес доказва това непрекъснато. Новото знание има икономически смисъл, когато носи повече стойност и/или по-малко разход. Конкуренцията между предприемачите е състезание за ново знание, което да им даде (поне временно) предимство на пазара. Търсенето е оценката на потребителите за успеха на откритията. Когато се срещнат търсенето и предлагането на новото знание на пазара, се разбира кой предприемач ще получи наградата.

В мисленето на предприемача от друга страна битуват също най-различни митове. Четейки множеството социологически изследвания за нагласите на бизнеса и стратегиите за развитие на различни отрасли, авторите на тези редове откриват какви ли не икономически и чисто логически абсурди. Достатъчно е да споменем парадокса на вярата, че "основна пречка пред предприемачеството е липсата на предприемачески умения (!?)", че "основна пречка пред дейността на фирмата е липсата на търсене за продуктите (!?)", че "потребителите трябва да бъдат защитени от внос на ниски цени (!?)", и стигайки до заключението, че трябва да се ограничи достъпът на фирми до даден пазар, за да се защити конкуренцията!

Следващите текстове имат скромната задача да разсеят мъглявите определения и противоречивите теории, стъпвайки на здравия разум и основните принципи на икономическата логика.