

2.1. Общо представяне

Няколко месеца преди присъединяването на България към Европейския съюз бизнесът гледа като цяло оптимистично към бъдещето: за 2005 г. едва 3% от фирмите са заявили влошаване на състоянието си, а 72% очакват да повишат износа си⁷. В същото време предприемачите са една от най-скептично гледащите на ЕС социални групи в България – 69% от българите са „за“ европейска интеграция на страната⁸, но само 31% от бизнесмените смятат бързото присъединяване за много полезно.

При условие, че именно частният сектор трябва да изнесе на гърба си модернизационния процес на България, на пръв поглед несъответствието между оптимизма за бъдещето и скептицизма към ЕС е неразбираемо. Европейският съюз дава много повече шансове като единен общ пазар, уеднаквяване на правила и по-модерна среда за правене на бизнес. Сравнението с останалите източноевропейски страни обаче показва, че този път София не е изключение, а по-скоро потвърждение на правилото. С малки изключения като Чехия, на практика навсякъде в страните от Източна Европа, които се присъединиха към ЕС през 2004 г., фирмите гледаха с известно подозрение на него по няколко причини. Той се възприемаше най-вече като носител на изисквания и стандарти за покриване, конкуренция и неизвестност. В същото време в Евросъюза не се виждаха възможности (примерно за износ), защото те се възприемаха по-скоро като даденост. Финансирането от предприемачите от фондовете беше по-скоро гразнител, до който имат достъп неправителствените организации и гържавната адми-

нистрация. Основните проблеми – високо осигурително бреме, тежка бюрокрация, нелоялна конкуренция – така или иначе, не можеха да бъдат разрешени с инструментариума на съюза.

Значението на това недоверие се подсилва и от факта, че заетите във фирмите в България са 2740 хил. души⁹, т.е. те многократно надвишават тези в обществените сектор и НПО и ще бъдат основните адресати на ползите и предизвикателствата от членството на България в ЕС.

Този парадокс определя и отношението на бизнеса към европейските фондове. Предприемачите гледат положително на възможностите, които те биха им предоставили, но все пак са по-скептично настроени към тези инструменти в сравнение с администрацията и НПО. Първо, защото не ги познават. Второ, защото досега фондовете на ЕС са разглеждани само като привилегия на администрацията и НПО.

Каре 12

ГОТВИ ЛИ СЕ БИЗНЕСЪТ ЗА ЕС?

Присъединяването към Европейския съюз предполага постигане на определени производствени стандарти в областта на опазване на околната среда, безопасните и здравословни условия на труд и санитарно-хигиенните изисквания. Около една четвърт от анкетираните (27%) декларират, че пред тях подобни проблеми не стоят, едва 6% вече са инвестирали в покриване на изисквания, а една трета (между 24 и 34%) заявяват, че им предстои да решават тези предизвикателства. През 2006 г. 30% възнамеряват да инвестират в мерки за опазване на околната среда, 18% – в мерки за санитарно-хигиенни изисквания, и 34% – в мерки за безопасност и здраве при работа. Що се отнася до осъществените към момента инвестиции, едва 6% декларират, че са вложили достатъчно средства в опазване на околната среда, 18% – в условия на труд, и 27% – за постигане на санитарно-хигиенните изисквания. Всичко това предопределя интереса на бизнеса към възможни инвестиции чрез участие в структурните фондове¹⁰.

⁷ 2005 година през погледа на бизнеса (<http://www.bia-bg.com>).

⁸ Алфа Рисърч, 31 май 2006 г.

⁹ През 2005 г.

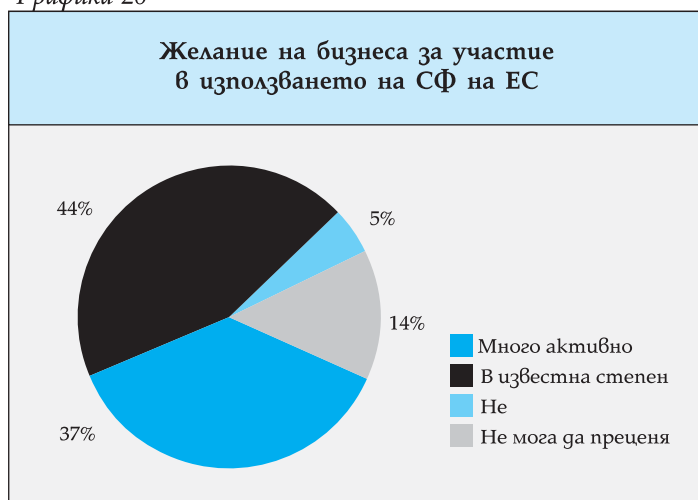
¹⁰ Според резултатите от анкетното проучване на БСК, проведено през декември 2005 г. сред 300 мениджъри и собственици на фирми, членове на камарата от всички сектори на икономиката и различни по големина предприятия – големи, средни и малки.

2.2. Самооценка на желанието и готовността за участие в усвояването на структурните фондове

Желание и мотиви за участие

Възможността за участие в проекти, финансирани от СФ, е един от важните елементи в положителното отношение на бизнеса към ЕС. Всички фирми, които искат да участват активно в използването на фондовете, смятат бързото присъединяване за много полезно. Като цяло обаче желанието на бизнеса да участва в използването на фондовете на ЕС не е толкова категорично: 37% от анкетираните фирми смятат, че трябва да участват много активно, а 44% – в известна степен (виж графика 20). Значителен е дялът на отговорите „не мога да преценя“, което е знак за недостатъчно познаване на възможностите.

Графика 20



Данните показват, че най-активно искат да участват големите фирми (47%) и фирмите с наднационален обхват на дейност (54%). По отрасли това са селско стопанство (56%), енергетика, комунални услуги, туризъм, консултантски и образователни услуги (42%).

Най-ниско желание за активно участие се отчита сред фирмите от големите градове без София (27%), фирмите с местен обхват на дейност (22%), микрофирмите без наети служители (30%), строителните фирми (28%), търговските фирми. Тези про-

центи се обуславят от повишения дял на отговори „не мога да преценя“, който за тези фирми е от порядъка на 19–29% (или с 5 до 15 пункта над средното).

Потенциално избираемите като бенефициенти сектори са сред по-категорично желаещите да участват в използването на СФ (селско стопанство, енергетика, комунални услуги, туризъм, консултантски и образователни услуги). Неблагоприятни изключения са строителната индустрия, където фирмите би трябвало да са пряко заинтересовани от изпълнението на проекти по СФ, както и най-малките и средните фирми, които са потенциални кандидати за пряка подкрепа.

Наред с аргументи като подобряване на дейността, достъп до средства и създаване на обществени ползи, много висока тежест имат мотивите за преодоляване на предизвикателствата на присъединяването чрез фондовете на ЕС: повишаване на конкурентоспособността и постигане на съответствие с европейските изисквания и в по-малка степен – подобряване на достъпа до пазари (виж каре 13).

Макар само 3% (13% в малките градове) от фирмите да гледат на СФ просто като на възможност за подпомагане на бизнеса си, над 50% от тях виждат структурните фондове основно като възможност за инвестиции в тяхната дейност. В София много повече се смята, че само организациите с добър капацитет могат да участват, докато в малките общини и сред търговските фирми СФ значително повече се разглеждат като „социални помощи“ за бизнеса. Като цяло наличието на капацитет за участие в използването на фондовете не се разглежда сериозно от бизнеса – едва 5% го смятат за значителен фактор.

Бизнесът настоява проектите да се изпълняват предимно от български фирми, което предполага желание за избягване на конкуренцията и въвеждане на протекционизъм. Този факт за пореден път потвърждава съмнението, че бизнесът продължава да се притеснява от конкретните измерения на присъединяването към ЕС.

Възможността за постигане на обществени ползи – като развитие на района или страната и решаване на социални проблеми – е слаба мотивация за бизнеса. Едва 14% от фирмите гледат на СФ като на възможност за „развитие на страната“, или с други думи, за подобряване на цялостната бизнес среда и възможности – каквото е основното предназначение на европейските фондове. Подпомагането, подходящото насочване, повишаването на ефективността и прозрачността на използване на фондовете е мотив от значение за едва 3% от анкетираните. По-високи стойности се отчитат в София (18%), при фирмите за консултантски и образователни услуги (15%) и при тези за финансови услуги (10%).

Повечето бизнесмени гледат на СФ като на възможност за преки инвестиции в своята дейност, което в повечето случаи е несъвместимо с философията на СФ. Скоро това незнание за целта на структурните инструменти на ЕС ще доведе до разочарование и обвинения към администрацията, че „национализира“ средствата. Затова трябва да се създаде политика, която да информира предприемачите и да им обясни как със средствата за развитие на цялата общност те могат да повишат своята конкурентоспособност.

Желани роли в използването на структурните фондове

Логично е, че след като на европейските структурни фондове се гледа основно като на средство за инвестиции, най-„масово“ желаният начин на участие в СФ е изпълнението на собствени проекти. Желанието за разработване и изпълнение на собствени проекти е водещо за почти всички типове фирми (с изключение на фирмите за финансови услуги), като в по-големите е значително по-силно от това в малките (виж графика 21). Значително по-слабо е то в отраслите търговия, хранително-вкусова промишленост и финансови услуги.

Участието на фирмите в планирането на общинско ниво (и в по-малка степен на регионално), в избора на проекти или като подизпълнители на проекти на други организации се определя като важ-

ЖЕЛАНИЕ И МОТИВИ ЗА УЧАСТИЕ

- *Подобряване на дейността (37%)*, формулирано като „разширяване и подобряване на дейността“, или по-конкретно, като „модернизация, обновяване на оборудването и технологиите“. Тези два мотива са значително по-силно проявени при фирмите с местен обхват на дейност, транспортните фирми и фирмите за комунални услуги, а по-слабо – в София, малките фирми с 50–99 служители, енергетиката, консултантските фирми.
- *Пряко свързани с присъединяването причини (37%)* – повишаване на конкурентоспособността, постигане на съответствие с европейските стандарти и законодателство (екологични стандарти, стандарти за храните и др.), и в по-малка степен – подобряване на достъпа до пазари. Първите две причини от тази група са по-силно проявени при фирмите от средните общини, малките градове, средните фирми и експортно ориентирани фирми, по отрасли – в промишлеността, хранително-вкусовата промишленост и туризма, а по-слабо – при фирмите от малките общини, София, микрофирмите без наети служители, фирмите в енергетиката, в сферата на комуналните услуги, транспорта, фирмите, предоставящи консултантски и образователни услуги, и тези, които предлагат финансови услуги. Подобреният достъп до пазари е по-характерен за фирмите от малките общини, малките фирми с 50–99 служители и туризма.
- *Обществени ползи (14%)* – „развитие на страната, района, решаване на регионални и социални проблеми“ и „създаване на допълнителна заетост, подобряване на условията за труд, обучение на персонала“. Първият мотив е с повишена важност за фирмите от селата, микрофирмите и особено за фирмите от някои отрасли – комунални услуги и туризъм. Допълнителната заетост, подобряването на условията за труд и обучение са със силно значение при микрофирмите без наети служители и фирмите с наднационален обхват на дейност, а по-отрасли – в енергетиката, туризма и консултантските и образователни услуги.
- *Достъп до средства* за осъществяване на значителни инвестиции (10%).

но, но второстепенно. В същото време бизнесът е по-силно ориентиран към изпълнение на проекти като подизпълнител в сравнение с НПО и по-слабо ориентиран към предоставяне на платена консултантска помощ или безвъзмездна подкрепа за други организации (виж карта 14). Въпреки това 43% от фирмите не виждат роля в използването на СФ.

Особено притеснително е, че нагласата за участие със собствени проекти е най-слаба при мнозинството от класическите бенефициенти, каквито са малките и средните фирми – по-специално микрофирмите без наети служители, малките фир-

Желани роли на бизнеса при използване на СФ



ми с 50–99 служители и средните фирми. Това крие риск за много слаба усвояемост на средства от бизнеса в първите години от членството в ЕС.

Бизнесът е фокусиран в своите нагласи за участие в СФ, като си представя да играе в сравнително малко роли – близо половината от фирмите посочват между 1 и 3 роли, 31% – 4–6, 13% – 7–10, и 8% – над 10 роли. Фирмите, които имат представа как работят СФ и искат да участват в тяхното използване (малко по-малко от половината фирми), имат съвсем определени идеи как ще се включат в използването на фондовете. Най-много роли в процеса има при големите фирми (3,5 от общо 18), фирмите с наднационален обхват (3,4) и фирмите за консултантски, счетоводни и образователни услуги.

В същото време фирмите искат не само бъдат информирани и консултирани, а желаят да имат достъп до ресурсите на програмите и да участват във вземането на решения за насочването и използването на тези ресурси. Това обаче до голяма степен излиза извън нормалното за функционирането на СФ, т.е. налице е съществено разминаване в очакванията и нагласите, а освен това може да доведе до конфликт на интереси (виж каре 15).

Каре 14

КАК БИЗНЕСЪТ СИ ПРЕДСТАВЯ СВОЕТО УЧАСТИЕ В ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ ЧРЕЗ ПРОЕКТИ

Желанието за участие чрез собствени проекти е:

- *най-силно* изразено при фирмите с наднационален обхват, големите фирми, тези в енергетиката, туризма, селското стопанство, предоставящите консултантски, счетоводни, образователни и комунални услуги;
- *най-слабо* изразено при фирмите с местен обхват, микрофирмите без наети служители, малките – с 50–99 служители, и средните фирми, тези в сектора на търговията и финансовите услуги.

Желанието за участие като подизпълнител е:

- *най-силно* при фирмите с национален и наднационален обхват, малките фирми с 10–49 служители, фирмите от строителството, предоставящите консултантски и образователни услуги;
- *най-слабо* при фирмите с местен обхват на дейност, микрофирмите без наети служители и малките фирми с 50–99 служители, фирмите от хранително-вкусовата промишленост, комуналните услуги, съобщенията и финансовите услуги.

Планирането – колкото по-близо до хората, толкова по-добре. Колкото по-близо е до местното ниво, толкова по-голямо значение за бизнеса има участието му в планирането и програмирането в различните му форми (участие в работни групи, участие чрез представителни организации и участие в публични дискусии). Най-активни в желанието си да участват в планирането са фирмите с местен и с регионален обхват на дейност, както и тези в малките населени места. В същото време колкото повече се повишава плановете ниво – от местно към национално, толкова повече спада интересът. На общинско ниво участието в планирането се смята за много важно от 21–27% от фирмите, на регионално – от 12–17%, а на национално – само от 10–13%.

Към участие в националното планиране имат интерес големите фирми, фирмите от енергетиката, туризма и финансовите услуги, а към участие в регионалното – тези, които предоставят кому-

нални, консултантски, счетоводни и образователни услуги. Дори за фирмите с национален и наднационален обхват на дейност участието в общинското планиране остава доминиращо. В София значението на участието в националното планиране е равно по значение с това на участието в общинското. Това е валидно за всички видове фирми по размер и отрасъл, с изключение на тези за консултантски и финансови услуги.

На местно ниво фирмите предпочитат да участват в планирането пряко, докато на национално – повече чрез представителни организации с национален обхват. Бизнесът е по-малко склонен да участва в публични дискусии, особено на местно и регионално ниво. На местно и регионално ниво се предпочита участието в работни групи, а на национално – участието в публични обсъждания и срещи за консултиране и чрез представителни организации.

Силното желание за участие на фирмите в процеса на планиране до голяма степен е свързано с представата, че това ще подпомогне участието със собствени проекти. Това е особено силно изразено при планирането на общинско ниво. 40–50% от фирмите, които смятат за много важно включването си в планиране на общинско ниво, смятат за много важно и участието си чрез собствени проекти (виж каре 16). Тази връзка се засилва от местното към националното равнище: 60% от фирмите, които смятат за много важно участието си в националното планиране, смятат за много важно и участието в избора на проекти. Това желание, което не може да се смята за обосновано и нормално, до известна степен е насърчено и от разпространяваната информация във връзка с планирането в последните 2 години. То може да се обясни с няколко възможни причини: недостатъчно ясното разграничаване между избор (вземане на решение) на проектите, които да бъдат финансирани, и идентифициране на проекти; съществуващите проблеми и недоверие към оценката и селекцията на проекти.

Участие в управлението на програмите и в избора на проектите. В сравнение с участието чрез проекти и планиране значението на участието в

Каре 15

КОНФЛИКТНИТЕ РОЛИ

От фирмите, които искат да участват в избора на проекти, 66% желаят да имат собствени проекти, 30% – да участват като подизпълнители, и 24% – като консултанти.

От фирмите, желаещи пряко участие в управлението на програмите, 76% искат да участват чрез собствени проекти, 52% – като подизпълнители, и 48% – като консултанти.

От фирмите, които гържат да участват в мониторинга и оценката на програмите, 82% искат да имат собствени проекти, 56% – да са подизпълнители, и 59% – консултанти.

Каре 16

ЖЕЛАНИЕТО ЗА УЧАСТИЕ

Желанието за участие в избора на проекти е:

- *най-силно* при фирмите с наднационален обхват, големите фирми, фирмите от София, тези от енергетиката, туризма, промишлеността, предоставящите консултантски услуги;
- *най-слабо* при фирмите с местен обхват на дейност, микрофирмите без наети служители и малките фирми с 50–99 служители, фирмите от малките общини и големите градове, от хранително-вкусовата промишленост, строителството и търговията.

Желанието за пряко участие в управлението на програмите е:

- *най-силно* при фирмите от София, от енергетиката, от сектора на съобщенията, предоставящите консултантски, счетоводни, образователни и финансови услуги.

Желанието за участие в мониторинга и оценката е:

- *най-силно* при фирмите с наднационален обхват, тези от София, микрофирмите с до 10 служители, консултантските, финансовите и туристическите фирми.

управлението на програмите е ограничено. То би било още по-ниско, ако не е желанието за включване в избора на проекти за финансиране, което е много важно за 1/4 от фирмите. Само 7–8% от фирмите смятат за много важно участието си в управлението или в мониторинга и оценката на програмите. При различните видове стопански организации тежестта на тази област на участие се колебае между 20 и 29% и тя в повечето случаи е на трето място. При фирмите за финансови услуги това е водеща роля, а при консултантските, тези от горското стопанство и микрофирмите с до 10 служители се изравнява по значение с желанието за участие в планирането или го надминава.

Погкрена – да, но ако е платена. Желанието за

участие чрез подкрепа за други организации е минимално. В тази област най-голямо значение има предоставянето на платена консултантска помощ – много важно за 9%. Според 6–7% от фирмите много важно е предоставянето на безвъзмездна подкрепа за други организации или участието в обсъждането и разработването на техни проекти. За бизнеса желанието за (неформално) участие в обсъждане на проекти на други организации е свързано до голяма степен с евентуални бъдещи икономически ползи (участие като подизпълнител, участие като консултант). (Виж каре 17.)

В повечето случаи тази роля е на последно място, но за някои фирми тя излиза на по-предна позиция. Това са предоставящите консултантски, счетоводни и образователни услуги, фирмите в енергетиката, както и тези от сферата на финансовите услуги (наравно с участието чрез изпълнение на проекти).

Каре 17

НАЧИНИ ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ПОДКРЕПА

Желанието за предоставяне на консултантска помощ е характерно за фирмите от София, микрофирмите с до 10 служители, фирмите за консултантски, образователни и счетоводни услуги и в по-малка степен – за фирмите от съобщенията и туризма.

Желанието за участие чрез обсъждане и подпомагане на разработването на проекти, които ще се изпълняват от други организации, е по-голямо при фирмите от София, от енергетиката и предлагащите консултантски, образователни и финансови услуги.

Желанието за предоставяне на безвъзмездна подкрепа за обучение, разработване на проекти и пр. е с повишени стойности при фирмите от туризма и фирмите за консултантски, счетоводни и образователни услуги.

В София са свикнали да управляват и планират. Стопанските организации в София се отличават съществено с повишено желание за пряко участие в планирането на национално ниво чрез работни групи и публични дискусии или срещи (около два пъти по-често от средното), за участие в мониторинга и оценката на програми (2,5 пъти) и в управлението на програми (1,7 пъти) и с по-ниско желание за участие в планирането на регионално и общинско ниво. Само при фирмите в София се наблюдава повишен интерес към участие в избора

на проекти (1,5 пъти над средното), предоставяне на платена консултантска помощ (3 пъти над средното) и участие в обсъждането и подпомагането на разработването на проекти на други организации (4 пъти над средното).

На пръв поглед позицията на софийските организации е проблем, но тя може и трябва да се използва за засилване на представянето на интересите и подобряване на управлението и мониторинга на програмите, в т.ч. чрез предоставянето на консултантска помощ (доколкото софийските организации са „по-близо“ до управляващите органи), за подкрепа за развитие на капацитета на други организации от други части на страната (в т.ч. и от публичния сектор).

Къде е бизнесът в местната общност на развитието? Преобладаващата част от фирмите са по-близо до местната общност за развитие. Тази картина би била съвсем изчистена, ако не беше изразеното желание за участие в избора на проекти, което е присъщо по-скоро за общността на управляващите програмите.

Най-важните роли за тази голяма група са участието в общинското планиране и чрез собствени проекти. Специфични са фирмите от строителството, за които много важно е участието като подизпълнител (еднакво важно със собствените проекти), фирмите за комунални услуги, които се отличават с особено високи стойности на отговорите „много важно“ за участието в общинското планиране, както и туристическите фирми, при които броят на приоритетните роли е най-голям и включва и дейности, типични за общността на управляващите програмите.

На този фон силно се открояват две групи фирми:

- a) фирмите за финансови услуги (банки, финансови къщи и пр.), които са по-скоро свързани с общността на управляващите програмите и са ориентирани към дейности на управлението на програмите и оказването на подкрепа, както и към планиране на национално ниво, а собствените проекти не са сред техните приоритетите;

б) фирмите за консултантски, счетоводни и финансови услуги, при които е силно повишено (макар и недоминиращо) оказването на подкрепа (платена) и участието в дейности, свързани с управлението на програмите.

На базата на профила на конкретните начини на участие фирмите изглеждат „по-близки“ до местното ниво и общините в сравнение с неправителствените организации.

Самооценка на готовността за участие

Бизнесът разглежда себе си като значително по-неподготвен в сравнение с другите заинтересовани в използването на СФ: около 16% от фирмите се обявяват за напълно готови (виж графика 22), 34% – за отчасти готови.

Самооценката на готовността зависи от няколко фактора. Първият е свързан с предишно участие в проекти, което се отразява на подготвеността. На второ място е възможността за съфинансиране на проектите. На трето е географското разположение – в София фирмите се чувстват най-подготвени, макар и не много повече, отколкото другите в страната. Любопитното в случая е, че бизнесът в Северозападния регион за планиране, който иначе изостава по всички показатели, също се смята за по-подготвен. Четвъртият фактор, който влияе на самочувствието на фирмите, е тяхната големина – тези с под 10 служители отговарят, че са най-неподготвени. Последният, пети, фактор засяга принадлежността към определен бизнес сектор (виж каре 18 и 19).

При малко по-детайлно вглеждане в количествените показатели на отделните елементи в критериите за готовност може да се заключи, че сред бизнеса има надценяване на готовността. Когато се разглеждат по обективни критерии, фирмите се оказват с недостатъчен капацитет за участие в проекти и програми по СФ. За нивото на подготовка най-добре говори самооценката на фирмите, желаещи активно да участват в използването на СФ: 34% от тях се смятат за напълно подготвени, 30% са неподготвени, а 36% са отчасти под-

Графика 22



готвени. Това е изключително тревожно, тъй като именно тези компании би трябвало да бъдат най-добре подготвени.

И бизнесът има проблем с кадрите. Бизнесът като цяло е в по-неблагоприятно положение спря-

Каре 18

ХИПОТЕТИЧНИЯТ ПРОФИЛ НА НАЙ-НЕПОДГОТВЕНАТА ФИРМА БИ ИЗГЛЕЖДАЛ ПО СЛЕДНИЯ НАЧИН:

- община от селски район;
- оперира само на местен или общински пазар;
- няма средства за съфинансиране;
- до 10 служители;
- от комуналните услуги, горското стопанство, търговията или транспорта.

Каре 19

РЕАЛНАТА КАРТИНА НА НЕПОДГОТВЕНОСТТА

- 86% от фирмите нямат обучени хора за СФ.
- 73% от фирмите нямат обучени хора за разработване и изпълнение на проекти.
- 27% от фирмите нямат служители или сътрудници с английски език.
- 58% от фирмите нямат специални структури за разработване и изпълнение на проекти.
- 32% от фирмите нямат възможности за съфинансиране на проекти.
- 27% от фирмите нямат възможности за финансиране на разработването на проекти.
- 35% от фирмите се смятат за недостатъчно информирани за СФ, а 15–30% от тях познават ограничено дори актуалните възможности за финансиране.

мо НПО и администрацията по отношение на човешките ресурси. Последните целенасочено отделият средства за наемане и обучение на персонал, способен да борава с терминологията на ЕС, тъй като съществуването им отчасти зависи от това: най-голямото разрастване на администрацията през последните години се дължи именно на необходимостта от нови структури, свързани с присъединяването към Евросъюза. След оттеглянето на другите донори ЕС става голямата надежда на НПО за тяхното заместване. Фирмите нямат такава възможност, а и много малко от тях директно зависят от структурите и програмите на съюза, за да напрегнат своите сили в достатъчна степен.

Сред бизнес структурите обаче съществуват големи различия, които отново вървят по линията малки – големи фирми, от страната – от София, с местен обхват на дейност – с наднационален обхват на дейност.

В областта на човешките ресурси има два основни фактора, които определят готовността за участие в европейските фондове. Първият е владеенето на английски език. Макар че основната информация вече е налична на български, а за структурните фондове от 2007 г. ще се кандидатства на родния език, придобиването на по-обща компетентност, както и разбирането в детайли зависи от достъпа до по-обширна информация, основно на английски. Вторият фактор е обучението за участие в структурните фондове на ЕС, без което доста трудно може да се разработи проект за кандидатстване. Бизнесът отново е в по-неблагоп-

риятно положение, тъй като средствата за обучение до момента основно се получаваха от публични институции или НПО и много малка част от тях стигаше до предприемачите.

Средно 4,8 души във фирмите ползват свободно английски, което на пръв поглед не е лош резултат, дори като се има предвид разликата между микрофирмите и големите фирми. Неприятният за бизнеса факт е, че цели 37% процента от компаниите не разполагат със служител, който ползва английски, а дори 13% от големите фирми с над 250 служители също нямат такива работници. Последното е доста тревожно, тъй като показва, че бизнесът е доста интровертен и засилената интеграция в рамките на ЕС наистина може да се окаже проблем за него.

Най-висок е броят на ползващите английски в софийските фирми и в тези от сектора на съобщенията (който обхваща интернет компаниите).

Целът на фирмите, които са преминали обучение, е близо три пъти по-малък от НПО. 77% от анкетиранияте фирми заявяват, че нямат обучени служители в нито една от петте посочени във въпросника области на обучение¹¹, 11% имат такива само в една област, а само 8% имат обучени служители в 3 или повече области. Фирмите без обучени служители в нито една от петте области варират между различните групи главно в диапазона 60–90% без особено ясна зависимост от местоположението, отрасъла или размера на предприятието. С малко по-благоприятни, но все пак ниски показатели (без обучени специалисти между 55–65% и с обучени в 3 и повече области – между 16 и 21%) се отличават фирмите с наднационален обхват на дейност, големите фирми, туристическите и консултантските фирми. Логично най-добре обучени се чувстват фирмите от консултантския бранш (виж каре 20 и 21).

Очевиден проблем е ниското ниво на обученост в областта на стратегическото планиране – това е не само заплаха за дългосрочните възможности за

¹¹ Разработване и изпълнение на проекти, стратегическо планиране на развитието, структурни фондове на ЕС, предприемачески инструменти на ЕС, гражданско участие, работа в партньорство, публично-частно партньорство.

Каре 20

ОБУЧЕНИЕТО

Най-голям е броят на обучените в разработване на проекти – в 18% от фирмите. В останалите четири области (стратегическо планиране на развитието, предприемачески инструменти, структурни фондове, партньорство) обучени служители има само в 8–11% от фирмите. Данните обаче може реално да са по-ниски, тъй като в отговорите си голяма част от фирмите смесват различните видове проекти: тези от сега съществуващите предприемачески фондове и тези, които са налични от българския бюджет – микрокредити, малки демонстрационни проекти, както и кандидатстване по отворени програми, които обаче се управляват от държавната администрация.

растеж, но и пречка да се видят възможностите за участие в СФ, които биха подобрили конкурентоспособността на бизнеса.

Отговорности за СФ – „като му гойде времето, ще мислим“. В сравнение с гържавната администрация и НПО бизнесът не развива специализирани структури за работа със структурните фондове – в 72% от анкетираните фирми няма служители, които да имат отговорности за предприемаческите инструменти и СФ. В останалите случаи преобладава определянето на отделен служител, който изпълнява и други функции (22%). Рядко се оформя обособено звено (3%) или това се възлага като единствена функция на служител (2%). С по-развити организационни структури се отличават преди всичко големите фирми (16% от тях са посочили наличието на обособено звено и 19% – служител, който изпълнява и други функции), фирмите за финансови услуги, за консултантски, счетоводни и образователни услуги, строителните фирми и тези за комунални услуги, фирмите от енергетиката. По-развити организационни структури на фирмите във връзка с предприемаческите инструменти се наблюдават в София, големите и средни градове, но дори в тях картината не се отклонява съществено от средното.

Причината най-вероятно се крие в това, че участието в използването на предприемаческите инструменти и СФ не е основна дейност на бизнеса, съчетано с разбирането, че не могат да се отделят ресурси за дейност, която няма сигурна възвращаемост, както и със схващането, че всеки служител, който разбира добре от работата си, би бил в състояние да изготви подходящ проект.

Вече приемаме и пари, и съвети. 34% от фирмите са готови да отделят средства за разработването на проекти, а едва 28% от тях казват, че не могат да направят това. Този показател е трудно проследим във времето, тъй като няма адекватна статистическа информация, но много добре показва състоянието на бизнеса. Съдейки по анекдотични данни, може да се каже, че допреди няколко години фирмите избягваха търсенето на консултантски услуги на принципа „пари ми дай, а не акъл“. Увеличаването на броя на пред-

Карта 21

ПРОФИЛЪТ НА НАЙ-НЕПОДГОТВЕНИТЕ ФИРМИ С ОГЛЕД НА ОБУЧЕНИЕТО Е СЛЕДНИЯТ:

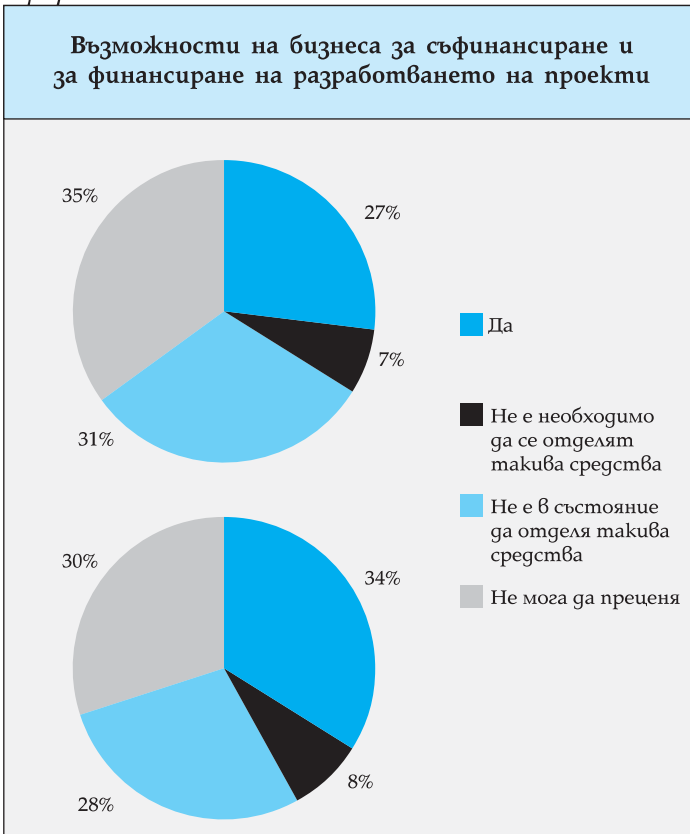
- от селата;
- микро-, малки и средни;
- с местен обхват на дейност;
- фирми от хранително-вкусовата промишленост, селското и горското стопанство, строителството, транспорта, финансовите услуги или търговията.

приемачите, търсеци външна помощ, е възможност, която трябва да се използва за преодоляване на трудностите с усвояването на структурните фондове.

При комбиниране на отговорите на двата въпроса относно финансовия капацитет на бизнеса се очертава следната картина:

- 39% от фирмите могат да отделят средства и за съфинансиране, и за разработване на проекти;
- 7% от фирмите могат да отделят средства за

Графика 23



разработване на проекти, но не и за съфинансирането им;

- 38% от фирмите не могат да отделят средства нито за съфинансиране, нито за разработване на проекти.

Информация – ако може, по-конкретна. Информацията е ключовият фактор в готовността за работа с европейските фондове. Тя не само трябва да подготви различните участници, но и да разсее илюзиите относно европейските пари. За бизнеса наличието на качествена и общодостъпна информация е много важно, тъй като за него рядко са предвидени средства за обучение по публични или донорски програми.

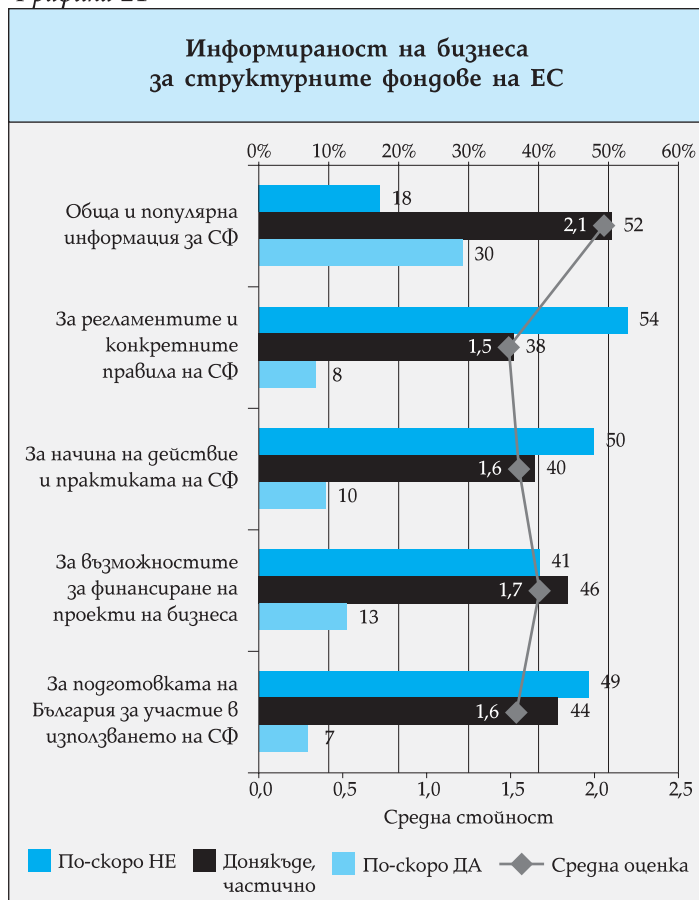
Бизнесът е слабо информиран за структурните фондове на ЕС – 64% от фирмите попадат в групата на незнаещите. Най-висока е информираността по по-общи въпроси – 30% от фирмите смятат, че имат такава информация. Но по отношение на информацията за конкретни аспекти дялът на

добре информираниите фирми варира между 8 и 13%, а дялът на напълно неинформираниите – между 41 и 54% (виж графика 24).

При сравнение с останалите фактори на капацитета, по отношение на информацията не се забелязват обичайните различия между фирмите. С висока информираност се отличават единствено големите фирми, фирмите за комунални, за консултантски, образователни, счетоводни и за финансови услуги. Но и при тях доминира общата и популярна информация. Като най-слабо информирани могат да се определят фирмите от хранително-вкусовата промишленост, от горското стопанство и фирмите с местен обхват на дейност – точно тези, които би трябвало да се възползват най-много от структурните фондове.

Информация – да е ясна и чрез медиите. Предприемачите искат проста и лесно смилаема информация. Поради тази причина фирмите използват в много по-голяма степен като източници телевизията, радиото и вестниците и в много по-малка степен – семинари и преки контакти с областната администрация. По степен на важност за бизнеса се открояват следните групи източници на информация:

Графика 24



- най-интензивно използвани – телевизия (53%) и вестници (48%);
- сравнително интензивно използвани – интернет страници на правителството и министерствата (38%) и на ЕС (22%);
- обичайни – общодостъпни печатни материали (18%), разпространявани по служебен път печатни или електронни материали (15%), радио (15%), семинари и други форми на обучение (12%), интернет страници на браншови организации (11%), преки контакти и кореспонденция със служители на централни ведомства (11%), преки контакти и кореспонденция със служители на общинската администрация (10%);
- всички останали (4–10%).

Колкото са по-малки общините, толкова повече нараства значението на личния контакт с представителите на местната власт, на семинарите и информацията, разпространявана по служебен път –

електронен или традиционен. В по-големите градове нараства значението на интернет страниците на ЕС, като в София те изпреварват телевизията и вестниците. Големите фирми търсят информация основно от сайтовете на правителството и вестниците, а едва на трето и четвърто място от сайтовете на ЕС и телевизията. За разлика от тях фирмите с местен обхват използват основно телевизия, следвана от вестниците, сайтове на министерства, преки контакти с местната администрация.

От всичко това може да се направи извод, че колкото е по-малка фирмата, толкова повече предпочита да получава информация лично. Това може да е свързано с желанието да се получи информация, която може да се използва директно, или с представата, че така тя би била ексклузивна и ще даде предимства при кандидатстването с проекти. Друга причина може да бъде ограниченото умение за намиране и анализ на информацията, съчетано с неясното и непълно представяне на общодостъпната информация, която при всички случаи се нуждае от разяснение. Големите фирми, които имат възможности за по-сериозен анализ на данните, могат да си позволяят да черпят директно от източника – сайтовете на ЕС.

Информацията – навременна и разбираема. Бизнесът се отнася най-критично към количеството на информацията (само 9% от анкетираните я намират за напълно достатъчна или достатъчна) и към нейната актуалност (24% от анкетираните я намират за напълно актуална). Проблематична освен това изглежда достъпността (разбираемостта) на получаваната информация (само 16% от фирмите я оценяват като разбираема).

Различията в зависимост от местоположението, размера, сферата и обхвата на дейност са минимални, но все пак малко по-високи оценки (общо и за повечето аспекти) дават фирмите от селата, най-малките и най-големите фирми, фирмите от горското стопанство, предоставящите комунални, консултантски, образователни и счетоводни услуги.

По-добре информирани и смятащите се за по-подготвени организации и от двете групи оценя-

ват количеството и качеството на информацията за СФ с около половин единица по-високо от слабо информирани и слабо подготвени. Разликите са малко по-големи по отношение на количеството и разбираемостта на информацията, отколкото по отношение на нейната актуалност.

Опитът учи най-добре. За разлика от структурните фондове бизнесът има по-добра информация за сега действащите програми – ФАР, САПАРД или национални източници. В същото време той познава действащите източници на финансиране по-слабо от общините, областните администрации и НПО. Причината за това е, че по институционални причини (неуспеха на няколко проекта за подкрепа) фирмите не успяха да се включат достатъчно интензивно в използването на възможностите по ФАР в предприемаческия период.

Информираността за различните източници на финансиране е свързана – познаващите добре един източник обикновено познават и повечето от останалите източници. Наред с това има редица групи фирми, които познават сравнително добре само отделни източници – фирмите от селата – общински центрове, и особено от селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост се отличават със значително по-добро от средното познаване на САПАРД, а специално фирмите от селското стопанство познават значително по-добре от средното и националните източници. Фирмите в сферата на комуналните услуги и енергетиката познават значително по-добре от средното ИСПА. Фирмите от туризма познават значително по-добре от средното другите външни източници на финансиране.

2.3. Опит в разработване и изпълнение на проекти

Липса на готовност за работа на проектен принцип. Проектният опит на бизнеса е притеснително малък. За последните 5 години средно на 1 фирма се падат 1 проектна идея, 0,8 изготвени проектни предложения и 0,6 одобрени проекта.

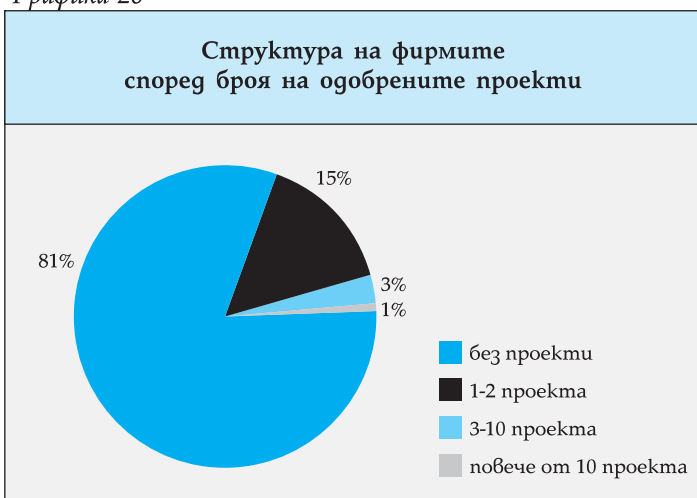
Значителна част от опита е свързана с проекти

извън предприеждинителните инструменти, а именно те (особено ФАР и САПАРД) са голямото предизвикателство като инструмент за учене за СФ. Това означава, че реалната готовност на бизнеса за СФ е слаба. Преобладаващи източници на

Графика 25



Графика 26



Карта 22

НИКАКЪВ ОПИТ ЗА РАБОТА НА ПРОЕКТЕН ПРИНЦИП НЯМАТ:

76% от фирмите, желаещи да участват чрез собствени проекти;

81% от фирмите, желаещи да участват като подизпълнители;

87% от фирмите, желаещи да участват като консултанти;

81% от фирмите, желаещи да участват чрез безвъзмездна подкрепа за други организации за обучение, разработване на проекти и гр;

72% от фирмите, желаещи да участват в управлението на програмите.

финансиране за проекти на бизнеса са националните програми и схеми (48%) и едва след тях се нареждат предприеждинителните инструменти (40%), главно САПАРД и ФАР (виж графика 25).

Опитът с проекти не е равномерно разпределен – 82% от фирмите нямат никакъв опит с проекти, а 15% имат само 1–2 проекта. В същото време 4% от фирмите концентрират близо 2/3 от всички отчетени при проучването проекти (виж графика 26 и карта 22). Проектният опит зависи от размера, отрасъла и териториалния обхват на дейността на фирмите – най-ограничен е опитът на най-малките фирми (микрофирми без наети служители), тези от малки населени места, фирмите с местен обхват/пазар, от сектора на комуналните услуги, транспорта, съобщенията.

Съществува тясна връзка между опита с проекти и равнището на информираност за източниците на финансиране. Фирмите, които познават достатъчно добре източниците на финансиране, имат много повече успешни проекти, особено при предприеждинителните инструменти и други програми на ЕС. Макар и по-слабо, този фактор се проявява и при националните източници на финансиране. Това показва, че успехът при достъпа до проекти зависи от операционализираното знание (умения), което е остър проблем от гледна точка на структурните фондове. Не е задължително всички кандидати да познават изискванията на фондовете, но е необходимо те да бъдат достатъчно добре интерпретирани за тях от отговорните за управлението на оперативните програми и/или от организациите за подкрепа.

Обективност, прозрачност и обратна връзка.

На преден план се извеждат три проблема при разработването, кандидатстването и изпълнението на проекти: обективността, прозрачността и обратната връзка при селекцията на проекти, дефицитът на финансови ресурси (или високите изисквания към финансовите ресурси) и изискванията и процедурите при кандидатстване, които се оценяват като сложни и бюрократични. На втори план са изискванията за съфинансиране, респ. липсата на ресурси за съфинансиране, липсата на информация за възможностите за финансиране, бавните разпла-

щания при изпълнението на проекта, липсата на подходящи програми и високата конкурентност на достъпа до проектно финансиране. Със сравнително голямо значение са също липсата на предпроектни проучвания и финансовите ресурси за разработването на проекта, както и кратките срокове за представяне на проектни предложения.

Проблем при ниските нива на собствен капацитет и опит е подценяването на собствените слабости и търсене на причините за неуспех изцяло навън. Факт е, че понякога процедурите са ненужно усложнени и бюрократизирани, но е факт и че именно чрез тях се търси по-ефективното и правилно използване на парите на данъкоплатците и че кандидатите трябва да могат да се справят с тежките процедури. Поне в някои отношения СФ ще означават и по-труден процес на кандидатстване и изпълнение в сравнение с предприемаческите инструментариуми (виж каре 23).

Обичайните съмнения за корупция. Корупцията е също често изтъквана като основен проблем, но доказателствата са анекдотични, още повече че бизнесът далеч по-малко се оплаква от НПО – дали за да не ограничи евентуалния си бъдещ достъп до средства, дали поради друга причина. Трудно е да се прецени дали корупцията реално съществува или пък е субективно възприятие, дължащо се на ниската прозрачност и обратна връзка или пък на лошата подготовка на кандидатствалите фирми. Основните аргументи са, че подготвените не печелят проекти по предприемаческите фондове, а неподготвените – печелят. Освен това много често собствените слабости и недостатъци са обяснявани с корупционни практики сред конкурентите. В медиите също има много примери, но те рядко са доказани.

Консултантската помощ – спорна, но необходима. Фирмите използват в голяма степен консултантска помощ за разработване на проекти – общо 50% от отговорилите (виж графика 27). Ползването на консултантски услуги не се влияе от местоположението, а преди всичко от размера и обхвата на фирмената дейност. Само 20% от микрофирмите без наети служители ползват консултантска помощ (и то само понякога). Най-интен-

Каре 23

ПРИ НАЙ-ВАЖНИТЕ ТРУДНОСТИ СЕ НАБЛЮДАВАТ СЛЕДНИТЕ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ФИРМИТЕ:

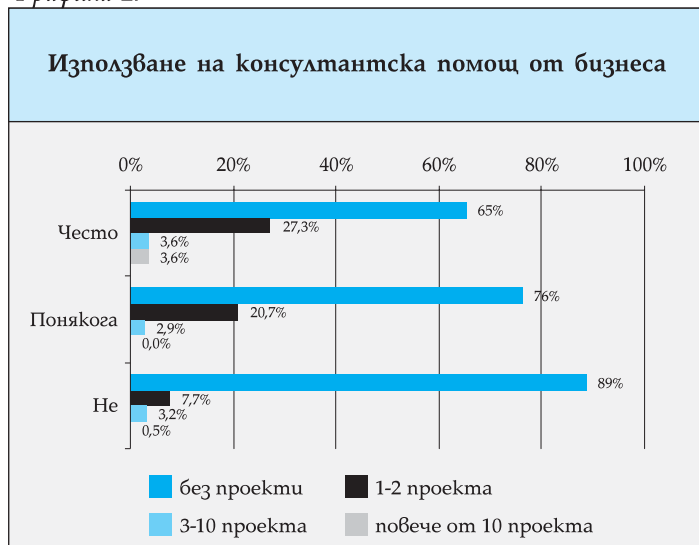
- *Сложните и бюрократични изисквания* се оценяват значително над средното от фирмите от средни общини, селата, със сфера на дейност в селското стопанство и значително под средното – от фирмите от малките общини, селата – общински центрове, големите фирми, работещите в енергетиката, в сектора на комуналните услуги и в туризма.
- *Липсата на прозрачност* на оценяването и на обратна информация се оценява значително над средното от малките фирми с до 50 служители, транспортните и туристическите фирми, а най-ниско – от фирмите от малките общини, големите градове, селата – общински центрове, фирмите от енергетиката.
- *Необективната оценка на проектите* се оценява значително над средното от фирмите от София, малките фирми с 50–99 служители, фирмите от туризма и търговията, а значително под средното – от фирмите от големи градове без София и села – общински центрове, микрофирмите без наети служители и големите фирми, фирмите за комунални услуги, консултантските фирми, фирмите с регионален обхват на дейност (пазар).
- *Липсата на ресурси за съфинансиране, респ. високите изисквания към съфинансирането* се оценяват по-високо от фирмите от малките общини и селата, микрофирмите без наети служители, фирмите от хранителната промишленост, селското и горското стопанство, а значително по-ниско – от средните и големите фирми, промишлените фирми, тези в сферата на съобщенията, предоставящите консултантски, образователни и финансови услуги, както и от фирмите с наднационален обхват на дейността.
- *Липсата на информация за възможностите за финансиране* се оценява най-високо от фирмите в София, селата – общински центрове, фирмите от горското стопанство, транспорта, търговията, а най-ниско – от фирмите в големите градове, селскостопанските фирми, фирмите за комунални услуги и консултантските фирми.

зивно се ползват консултантски услуги от малките фирми с 50–99 служители – 78%, в т.ч. 28% – често. Влияние оказва и обхватът на дейността (пазарът) на фирмите – 40% от тези с местен обхват ползват консултантска помощ, в т.ч. 7% – често, докато за останалите групи тези стойности са съответно 55–60% и 13–16%. По отрасли с по-интензивно ползване на консултантски услуги се отличават фирмите от хранително-вкусовата промишленост, селското стопанство, строителството, енергетиката, съобщенията. Най-малко такива услуги ползват фирмите за консултантски, счетоводни, образователни и финансови услуги, както и тези от сектора на транспорта. От гру-

за страна, ефективността на консултантската помощ изглежда спорна – 66% от тези, които ползват често, и 75% от тези, които ползват понякога консултантска помощ, нямат успешни проекти.

Качеството на самите консултанти може да се постави под съмнение. Например 47% от фирмите, предоставящи консултантски услуги за разработване на проекти, признават, че са слабо информирани за СФ, 40% се оценяват като неготови за СФ, 74% са слабо информирани за съвременните възможности за финансиране, 80% нямат собствени проекти.

Графика 27



В същото време 20% от анкетираните фирми са предоставяли консултантска помощ за разработване на проекти, в т.ч. 4% често. Основно това са специализираните консултантски компании, чиито основни клиенти са бизнес организации и в по-малка степен неправителствени организации, а дялът на общинската и държавната администрация е незначителен. По-висок дял на услугите за НПО се отчита от фирмите в големите градове, а за общинските администрации – от фирмите в селата, големите фирми, фирмите за комунални услуги, търговските фирми.

2.4. Опит от участие в планиране и програмиране

В търсене на директната полза от планирането. Отношението на бизнеса към участието в

процесите на планиране е позитивно, което съответства и на изявеното желание за участие в използването на СФ чрез включване в процеси на планиране. Близко 70% от фирмите категорично смятат участието на фирмите в планирането за важно заради доброто познаване на реалните нужди и интереси на бизнеса, възможността за експертен принос и намирането на приемливи решения. 63% са напълно съгласни с твърдението, че участието в планирането може да осигури по-добър достъп до финансиране в бъдеще, т.е. на този процес основно се гледа като на още една възможност за придобиване на конкурентни предимства при достъпа до СФ.

53% отхвърлят категорично твърдението, че фирмите не са достатъчно компетентни, за да участват в процесите на планиране, но 10% са напълно съгласни, а 37% са донякъде съгласни с него. 1/3 от фирмите отхвърлят твърденията, че планирането е отговорност единствено на властите и че участието е безсмислено, тъй като мнението на бизнеса не се отчита, но около 20% приемат напълно тези твърдения.

Различията в отговорите на различните групи фирми са като цяло малки, като е характерно следното:

- Фирмите от селата в по-голяма степен споделят мнението, че планирането е работа на гържавата или на общините, и в по-голяма степен смятат, че фирмите трябва да участват в планирането, защото отразяват по-добре реалните проблеми и нужди и за да си осигурят по-добър достъп до бъдещо финансиране.
- Големите фирми и фирмите за финансови услуги най-малко приемат негативните твърдения по отношение на тяхното участие в планирането и особено това, че планирането е отговорност единствено на властите.
- Фирмите от туризма и горското стопанство са по-скептически към нуждата и ползите от участието в процесите на планиране. Ако при фирмите от горското стопанство това се проявява само в по-високо съгласие с негативните твърдения, при туристическите фирми има и по-малко съгласие с позитивните твърдения за участието.

Бизнесът е все още далеч от планирането. Бизнесът участва значително по-слабо в процесите на планиране на развитието, като декларираното участие намалява от общинско (11%) към национално ниво (4%). Трябва да се има предвид, че фирмите са много повече на брой от останалите участници в развитието, така че по-ниските стойности са до известна степен обясними. Освен това участието в планирането и програмирането е една от иманентните функции на администрацията и НПО, докато при бизнеса то представлява само второстепенен интерес.

Фирмите, които са включени в процеса на планирането и програмирането, участват като правило по няколко начина. Най-търсени са публичните дискусии, следва участието в работни групи и накрая са писмените становища. Значителна част от фирмите са подпомогали процесите на планиране с технически и човешки ресурси, като в това отношение има значителна разлика между равнищата: подкрепа с технически ресурси на общинско ниво са оказвали 28% от фирмите, участващи в процеса, а на национално – 20%, съответно подкрепа с човешки ресурси на общинско ниво са оказвали 24% от фирмите, а на национално – 13%. На областно и регионално ниво стойностите и по двата показателя са по-ниски. Значителна част от участието на бизнеса в процесите на планиране се изразява и в предоставянето на платена експертна помощ (от 17% от участващите фирми на общинско ниво до 27% на национално ниво).

Участието на бизнеса в процеси на планиране не съответства на декларираното позитивно отношение – реално то е 2 до 3 пъти по-ниско. Причината за това вероятно се дължи на мненията, че:

- участието няма смисъл, тъй като е формално и предложенията не се отчитат;
- участието няма смисъл, тъй като фирмите не са достатъчно компетентни; както и на:
- недостатъчно включващ процес на планиране: публичната администрация, отговорна за планирането на различни равнища, не включва в достатъчна степен НПО и бизнеса въпреки тяхното желание;
- бягство от отговорност: участието в плани-

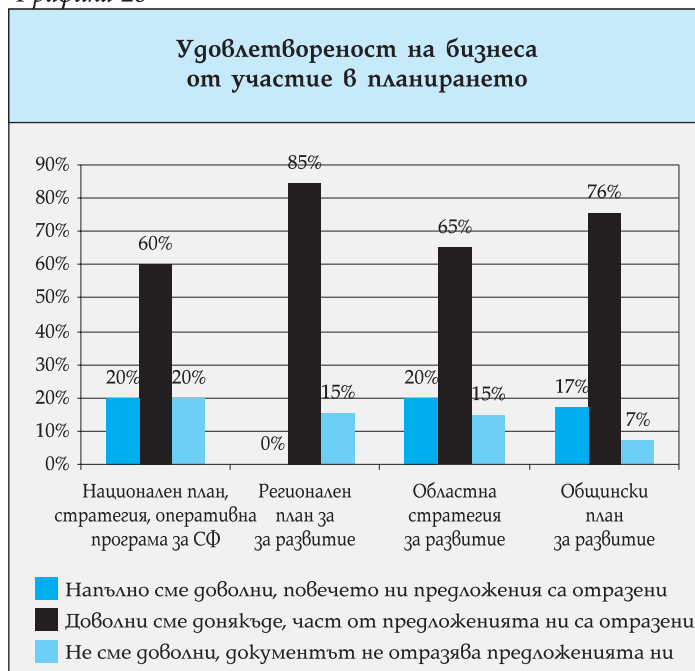
рането се смята за необходимо, важно и полезно, но „по-добре да участват другите“.

Любопитна подробност е, че бизнесът предпочита да участва чрез публични дискусии – форма, която иначе много се критикува, тъй като често се превръща в говорилня. Тази настройка може би се дължи на по-свободния характер на дискусиите, в които рядко се влагат особени усилия и ресурси.

Цената на участието в планирането може да се понижи чрез представителни организации, особено за участие над общинското равнище. Проблем обаче е недоверието, което като цяло бизнесът изпитва към тях.

Удовлетвореността от участието на бизнеса в процеси на планиране е също задоволителна. Макар че разликите не са големи, по-високо се оценяват резултатите от участието в планирането на по-ниските равнища: общинско и областно. Участието в планиране на национално ниво също се оценява сравнително високо, но на това ниво е леко по-вишен дялът на недоволните от резултатите. Най-ниско се оценяват резултатите от участието на бизнеса в планирането на регионално ниво. На всички равнища доминиращ е дялът на доволните само донякъде (60–85%). (Виж графика 28.)

Графика 28



2.5. Взаимодействия и партньорства

Сътрудничество и взаимодействие с публичните власти

Колкото повече информираност, толкова повече желание за сътрудничество. Желанието за сътрудничество на бизнеса с публичния сектор във връзка с планирането и разработването на проекти зависи силно от нивото на информираност и подготвеност, както и от реалния опит – по-доброто познание е мотив за търсене на партньорство. Оценката на бизнеса за важността на сътрудничеството с публичната администрация при използването на СФ е сравнително висока, но по-сдържана в сравнение с НПО – 54% от фирмите го смятат за много важно и 37% за важно. По-голямо значение на това взаимодействие придават фирмите от София, големите фирми, фирмите от строителството и тези за консултантски и образователни услуги. То се смята за по-важно от желаните активно участие в използването на СФ и от смятащите се за по-добре информирани и подготвени за такова участие.

Реалните взаимодействия на бизнеса с публичната администрация показват тенденция на намаляване от местното към националното ниво: 70%

Карта 24

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО БИЗНЕС – ПУБЛИЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ

От фирмите, които оценяват взаимодействието с публичната администрация във връзка с планирането и разработването на проекти като много важно:

- Само 36% оценяват взаимодействието с общинската администрация като добро; 46% не взаимодействат с общинската администрация или оценяват това взаимодействие като незадоволително.
- Само 19 % оценяват взаимодействието с областната администрация като добро; 54% не взаимодействат с областната администрация или оценяват това взаимодействие като незадоволително.
- Само 17% оценяват взаимодействието с децентрализираните служби като добро; 55% не взаимодействат с децентрализираните структури или оценяват това взаимодействие като незадоволително.
- Само 13% оценяват взаимодействието с министерствата и агенциите като добро; 58% не взаимодействат с министерствата или агенциите или оценяват това взаимодействие като незадоволително.

от фирмите отчитат взаимодействие с общинската администрация, около 55% – с областните администрации и регионалните служби на централните ведомства, и 48% – с министерства и агенции.

Публичната администрация обръща повече внимание на големите фирми. По-големите фирми (големи и средни) имат повишени оценки за взаимодействието с администрацията на всички равнища. Вероятно причината е, че по-мащабните организации имат по-голям интерес, но и повече ресурси за това да си сътрудничат с публичния сектор. По-информирани и по-подготвени групи организации са по-критични към съществуващото взаимодействие с администрацията. Това може да се обясни с факта, че публичната администрация предпочита да обръща внимание на по-големите фирми, които са по-добре организирани и имат по-голяма възможност да издигат своите претенции поради по-големите си ресурси. Също така фирмите с по-голям проектен опит придават по-голямо значение на взаимодействието с властите и го оценяват по-високо на всички равнища.

Колкото по-високо в йерархията на държавното управление се намира дадена институция, толкова по-слабо е взаимодействието ѝ с частния сектор и толкова по-негативна е оценката на бизнеса за нея (виж карта 24). Бизнесът оценява като най-добро взаимодействието и сътрудничеството с общинската администрация и изразява особено негативно отношение към централната. Сравнително сдържаната оценка на бизнеса за важността на взаимодействията с администрацията е причина и за по-малко разминаване между очаквания и реалност, макар че има индикации за разочарование (виж графика 29).

Характерно е, че съществуват нереално високи очаквания от сътрудничеството. Пример за прекомерните очаквания е, че само 10% от фирмите са могли да посочат реалната роля на общините като получател на средства от СФ, много висок е дялът на отговорите „не знам“ (43%). Проблематично е, че структурата на отговорите на информираниите не се различава съществено от тази на неинформираниите, което поражда съмнения за собствената оценка на информираността (наг-

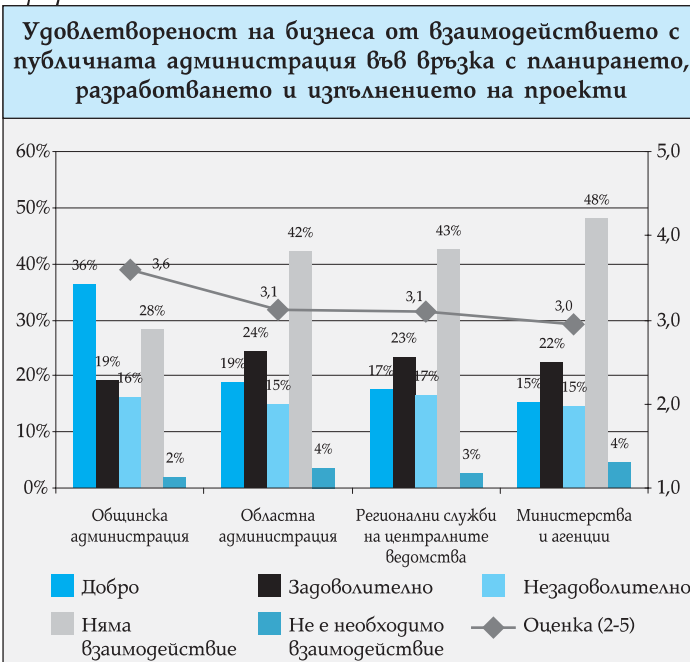
ценяване) и реализма на организациите или за качеството на информацията и обучението. Вроденият скептицизъм на бизнеса към администрацията до известна степен го предпазва от по-големи разочарования. Въпреки това натрупаните искри може да се превърнат в бъдеще в значително по-голям проблем, дори с политически измерения.

Най-важните трудности и пречки в сътрудничеството с публичната администрация според повечето фирми са липсата на ясно регламентирани форми и процедури за взаимодействие и консултиране, отношението към бизнеса като партньор от по-нисък ранг, централизираното вземане на решения (докато взаимодействието е по-ефективно на по-ниски нива), рефлексът на администрацията да поставя бизнеса пред свършен факт (да информира за вече взети решения). От съществено значение са и трудности като разминаването в очакванията на фирмите и публичния сектор, неефективността на формите и процедурите за взаимодействие, липсата на опит у бизнеса и у публичната администрация, страхът на администрацията от критика на нейните решения, избягването на прозрачност, за да се прокарат непопулярни или корупционни решения.

От анализа на трудностите може да се заключи, че на преден план се поставят практически, а не принципни проблеми. Диалогът дава възможност за изглаждане на тези противоречия. Положително е и това, че бизнесът признава и ограничеността на собствения си опит като причина за слабото или незадоволително взаимодействие с администрацията.

Няма разлика в оценката на трудностите в зависимост от самооценката за информираността и готовността за участие в използването на СФ. Последното означава, че преобладаващата част от трудностите се дължат на принципно неразбиране за взаимодействието между секторите. Това вероятно се дължи или на липсата на обучение по въпроса, или на факта, че при обичуването с администрацията недостатъците, трудностите и подходите за тяхното преодоляване не са били дискутирани.

Графика 29



Макар да нямат висока тежест при средните стойности, разходите за сътрудничество с администрацията (участие в срещи, заседания и пр.) имат по-голямо значение за фирмите от малките общини и селата, микрофирмите, строителните фирми.

Неосъзнатата полза от публично-частните партньорства. Включването на частния сектор в изпълнението на проекти на публичния сектор – т.нар. публично-частно партньорство (ПЧП) – е важен инструмент за смекчаване на дефицита на публични инвестиции и за повишаване на ефективността и ефикасността въз основа на уменията на частния сектор. България изпитва остра нужда от инвестиции, предимно за развитие на инфраструктурата, която е особено подходяща сфера за осъществяване на ПЧП.

На този фон резултатите от проучването не са окуражаващи и показват, че не може да се разчита на бързо и значимо развитие на публично-частните партньорства, в т.ч. и за проекти, съфинансирани от фондове на ЕС.

Българският бизнес като цяло признава ползите от ПЧП, но не го прави много категорично. Слабо се осъзнават преките ползи за бизнеса. Повече фирми са напълно съгласни с твърдението, че „ПЧП поз-

воляват да се мобилизират повече ресурси (финансови и експертни) за решаване на важни местни и национални проблеми (42%). По-малко са тези, които са на мнение, че „ПЧП допринасят за повишаване печалбата на бизнеса“ (25%). Разбирането за ползите от ПЧП е особено ниско в малките общини и селата, както и при фирмите от някои отрасли, в т.ч. строителството. Положително трябва да се оцени по-доброто разбиране за ползите и специфичните форми на ПЧП сред големите фирми, както и в отрасли като комунални услуги, енергетика и финансови услуги, които са потенциално важни за практическото му прилагане. По-информирани и по-подготвени за участие в използването на СФ фирми осъзнават в по-голяма степен ползите от ПЧП и познават значително по-добре конкретните му форми.

Две трети от фирмите имат опит в съвместна работа с публичния сектор, но предимно чрез „по-елементарни“ форми, като договор за услуга, за доставка, за наем, и в по-малка степен – за строителство. Много по-малък е опитът в по-комплексна съвместна дейност, при която се изисква и споделяне на отговорности за управлението и рисковете (концесия, договор за съвместна дейност, съвместни предприятия). Критично ниско е познаването на специфичните форми на ПЧП като „проектирай и построй“, „построй, експлоатирай и прехвърли“ и др. Делът на познаващите ги добре фирми е между 1 и 7% за отделните форми, а на отговорилите, че не ги познават въобще – около 80%.

Оформянето и осъществяването на ПЧП е трудно. То изисква не само благоприятната нагласа на централната и местната власт, но и подходящо законодателство, свързано е със сложни процедури. ПЧП поставя високи изисквания към капацитета на участниците, поради което се смята за подходящо и ефективно най-вече при големи проекти, които си „струват усилията“. В много случаи регламентите и изискванията на фондовете (по-специално Кохезионния фонд) не насърчават публично-частното партньорство. По принцип се смята, че финансирането на публично-частни партньорства е по-лесно с национални публични средства, отколкото със средства от СФ и Кохезионния фонд. И не на последно място, в много случаи об-

щественият имидж на ПЧП е неблагоприятен: съществуващите публично-частни партньорства са свързани със скандали за корупция (основателни или не) и съмнения относно икономическите ползи за публичния сектор и обществото.

В тази връзка трябва да се формират реалистични очаквания за възможностите на ПЧП и най-вече да се повиши информираността на фирмите за възможностите на публично-частните партньорства при използването на СФ.

Партньорството бизнес – наука: важно, но пренебрегвано. На пръв поглед ситуацията по отношение на партньорството бизнес – наука е по-добра. Повече от половината от фирмите смятат сътрудничеството с научни организации или отделни учени за важно, в т.ч. 13% – за много важно. Българският бизнес обаче не е свикнал да си сътрудничи с научни организации – само 1/3 от фирмите имат опит в такова сътрудничество. При 1/4 от фирмите, които смятат сътрудничеството с научни организации и учени за много важно, и при 1/2 от тези, които го смятат за важно, тази положителна нагласа не е довела до реално сътрудничество. Особено тревожно е, че сътрудничеството с науката по-често не е институционализирано – в 60% от случаите то е с отделни учени, а не с организации. Този модел не създава добри предпоставки за по-големи проекти, в т.ч. и съфинансирани от СФ.

И в тази област добрата новина е, че по-информирани и по-подготвени за СФ фирми смятат сътрудничеството с научни организации за по-важно и имат по-голям опит в такова сътрудничество, което показва, че ситуацията би могла да се промени при осъществяване на целенасочени действия.

Сътрудничество и взаимодействие с други фирми

Фирмите са убедени в нуждата от партньорство помежду си в процеса на участие в структурните фондове – само 2% смятат, че то няма значение.

Най-силно се осъзнава тази нужда в секторите ус-

луги и посредничество – финансовите, консултантските, счетоводните и образователните услуги, туризма, енергетиката. По-благоприятни са съотношенията сред фирмите от София (59% оценяват сътрудничеството помежду си като много важно), от селата, които не са общински център (54%), от фирмите с над 250 заети (50%), фирмите с национален обхват на дейност (51%) и тези, които имат много силно желание да участват в усвояването на СФ (56%). Степената на информираност и готовност влияе слабо на мнението на фирмите по този въпрос.

Основен фактор при съвместните действия е познанството – една фирма би била склонна да си сътрудничи с друга обикновено ако са от една община.

По-скоро конкуренти, отколкото партньори.

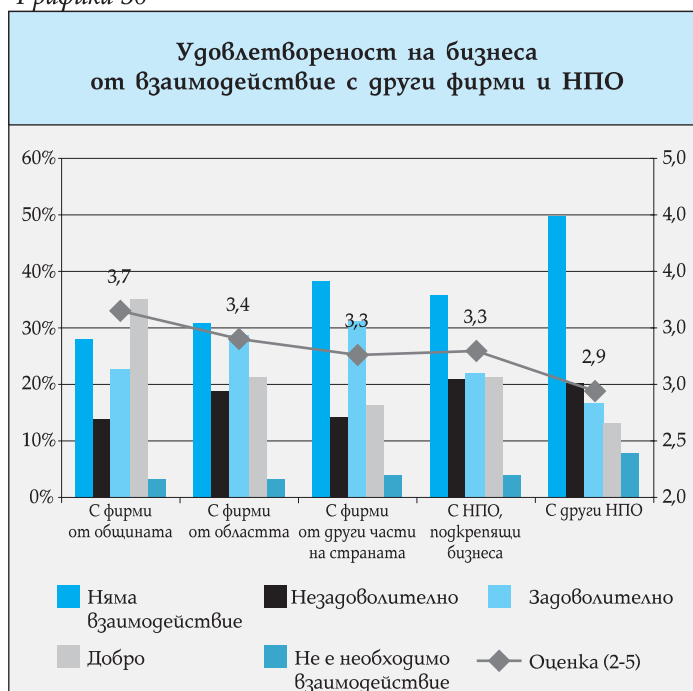
Бизнесът рядко идентифицира партньорството със сродни организации като проблем при кандидатстване за проекти. Реалното сътрудничество между фирмите и неговата оценка са чувствително по-ниски от декларираната важност на сътрудничеството. Така например от тези, които смятат междуфирменото сътрудничество за важно във връзка с използването на СФ, 1/4 не посочват сътрудничество с фирми от общината и само 1/3 оценяват подобно сътрудничество като добро; близо 1/3 не посочват сътрудничество с фирми от други части на страната и по-малко от една пета оценяват съществуващото сътрудничество като добро.

При бизнеса най-сериозната пречка пред сътрудничеството е конкуренцията, след нея се поставя несъобразяването с интересите на другия, което често пъти е свързано с конкуренцията, и провалите в хода на работата (отново често поради съперничество) или липсата на опит в сътрудничеството. На този фон изглеждат подценени техническите пречки за функциониране на партньорствата (как да работим ефективно в партньорство).

На оценката на взаимодействието в сектора не влияе размерът на фирмата. Най-съществени различия в оценките на взаимодействието се наблюдават в зависимост от спецификата на дейността (отрасъла) – организациите, които предлагат

финансови услуги (29% от тях), в много висока степен отхвърлят сътрудничеството при разработване и изпълнение на проекти. Но когато оценяват реалните взаимодействия с фирми, които са имали, те им дават много по-висока оценка от средната. Фирмите от горското стопанство дават по-ниски оценки на сътрудничеството с други фирми от страната и с НПО, подкрепящи бизнеса. Същото се отнася и до тези от сферата на комуналните услуги, когато оценяват взаимодействието с фирми от областта, страната и с НПО, подкрепящи бизнеса, както и въобще с НПО (виж графика 30).

Графика 30



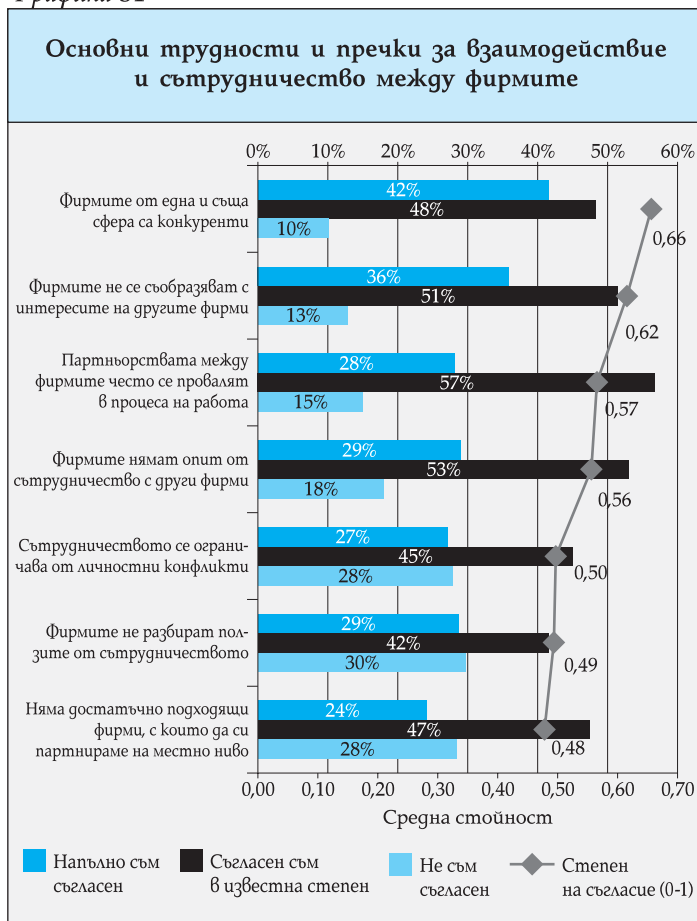
Оценката на взаимодействието не се различава значително според обхвата на дейността на фирмите – тези, които действат на местен пазар, дават малко по-слаба оценка, докато фирмите, които действат на регионални и международни пазари, дават оценки, близки до средните за страната; фирмите, действащи на национално ниво, дават малко по-благоприятни оценки на взаимодействието в сектора.

Слабо информираните и по-неподготвени бизнес организации са малко по-недоволни от сътрудничеството. Като правило те оценяват с между 0,1 и 0,3 по-ниско всеки вид взаимодействие. Желание-

то за участие и предишният опит по програми и проекти на СФ не се отразяват на възгледите за сътрудничеството, нито на оценката на досегашните им взаимодействия при изготвяне на планове и подготовка на проекти. В последния случай единственото изключение е сътрудничеството с фирми от общината – фирмите с най-голям проектен опит оценяват по-често това взаимодействие като добро.

Би могло да се допусне, че финансово по-слабите фирми в по-голяма степен ще се стремят към интензивно и по-добро сътрудничество, но резултатите са обратни, макар и с неголеми разлики – фирмите с възможности за съфинансиране имат малко по-добро взаимодействие с бизнес ориентирани НПО, фирми от областта и от общината (виж графика 31).

Графика 31



Сътрудничество и взаимодействие между бизнеса и НПО.

Организации за подкрепа на бизнеса

Желание за сътрудничество с НПО има, но липсва опит. Почти всички анкетирани представители на фирми декларират, че трябва да си взаимодействат с неправителствения сектор. Повече от половината обаче не са влизали в каквито и да било отношения с неправителствени организации с по-общ профил, а над една трета не взаимодействат с НПО на бизнеса или с НПО, които са създадени специално с цел да подкрепят бизнеса и развитието. За 8% от анкетираните подобно сътрудничество не е необходимо, а като цяло фирмите го оценяват като слабо (средна оценка 2,9). Големите фирми (с над 250 наети) са изключение в това отношение: 14% от анкетираните „големи“ заявяват, че не е необходимо сътрудничество с бизнес ориентирани НПО, и 23% – с останалите НПО (съответно около пет и десет пъти по-високи от средните за страната стойности).

Така отношенията между бизнеса и НПО от гледна точка на бизнеса се явяват по-асиметрични, отколкото обратния случай – за неправителствените организации фирмите са най-отдалечения възможен партньор.

Недоверие към бизнес организациите. Една от причините за ниското желание за участие в СФ е слабият ресурс на отделните фирми. Въпреки това голяма част от фирмите не членуват в общински, регионални или национални съюзи, които биха могли да изпълняват определени функции по подготовката за СФ (виж каре 25). Нещо повече, в някои сфери на земеделската политика на ЕС асоцирането е предварително условие за отпускане на средства.

Тревожно е, че фирмите не се изказват и много положително за неправителствените организации на бизнеса или за подкрепящите бизнеса организации (22% – добра оценка, 38% – липсва взаимодействие). Парадоксално е, че самите бизнес организации дават много по-оптимистична картина на своето сътрудничество с членуващите в тях фирми.

Бизнес асоциациите като цяло, особено на национално ниво, не се ползват с голямо доверие, което силно ще затрудни участието на частния сектор както в управлението на СФ, така и в подготовката му да изпълнява проекти.

Реалните взаимодействия са най-удовлетворяващи на местно и общинско ниво, като с приближаване до националното ниво недоволството от сътрудничеството се увеличава. Подобно на общините и НПО, бизнесът е по-склонен да прескача общинското, областното и регионалното ниво и да търси решения на проблемите си направо в центъра, където обаче взаимодействията са по-трудни, а често и разочароващи (виж графика 32).

Интересът към сътрудничеството, както и при другите елементи от капацитета, се определя от информираността и намерението за участие в СФ. Като цяло сред фирмите има очевидно нежелание за сътрудничество – това може да се обясни с исторически причини, но и с липса на достатъчно стимули и примери. Това е сериозно препятствие за развитието, тъй като пречи за натрупването и обмяната на опит. В тази връзка бизнес асоциациите очевидно са все още длъжници на своите членове.

2.6. Развитие на капацитета

Нужди от развитие на капацитета

Най-важните нужди от развитие на капацитет, посочени от представителите на сектора, са подобряване на информационното осигуряване (при 73% от фирмите) и, с доста по-малка тежест, подобряване на ситуацията с финансовите ресурси (46%). На по-заден план (с 20–30%) са по-добре обученният персонал, връзките с чуждестранни партньори, натрупването на практически опит с проекти и наличието на по-добри и по-достъпни ръководства, наръчници и пр. Подобряването на взаимодействието с публичните власти, НПО и други фирми не е приоритетна нужда (виж графика 33).

Въпреки всички слабости в подготовката на бизнеса за участие в СФ, налице е положителната тенденция, че фирмите придават много по-голя-

Карта 25

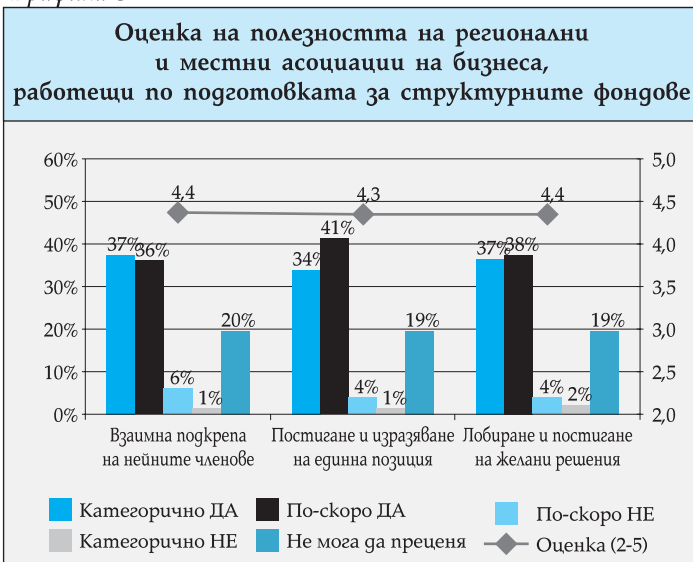
ОРГАНИЗАЦИИ ЗА ПОДКРЕПА НА БИЗНЕСА ЗА СФ

Според 24% от анкетираните съществува организация, която да ги подпомага по въпросите на СФ.

Според 13% – не съществува.

64% не знаят дали съществува.

Графика 32



Карта 26

ПОЛЗИ ОТ СЪТРУДНИЧЕСТВОТО

Взаимната подкрепа се оценява особено високо от фирмите в селата, предоставящите комунални услуги, в туризма, селското стопанство, а най-ниско от фирмите в села – общински центрове, горското стопанство и от сектора на консултантските, образователни и счетоводни услуги.

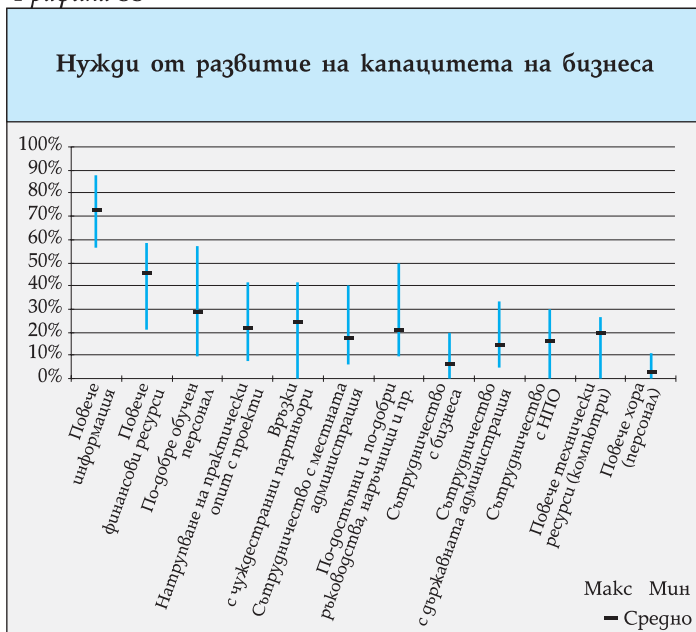
Постигането и изразяването на единна позиция се оценява особено високо от фирмите в големите градове, свързаните с комуналните услуги и с туризма, а най-ниско – от фирмите в села – общински центрове, и в горското стопанство.

Лобирането се оценява най-високо от фирмите в селата, селското стопанство, транспорта, туризма, а най-ниско от фирмите от София, в селата – общински центрове, горското стопанство, съобщенията.

мо значение на подобряването на информацията, отколкото на финансовите ресурси. Това може да означава, че те изобщо нямат информация или са излезли от матрицата „съвет не искам, а пари“. Курioзно изключение са фирмите от селата, за които информацията не е толкова важна. Освен това те смятат за по-важно подобряването на сътрудничеството с НПО, отколкото с други фирми, как-

то и подобряването на техническите ресурси. Добре е, че както неправителственият, така и частният сектор усещат асиметрията на взаимодействието помежду си и смятат това за дефицит, макар и не най-важния.

Графика 33



Характерни са значителни различия в нуждите на отделните фирми, което затруднява тяхното обединяване в големи групи със сходни проблеми. Тази диференциация е по-силно изразена в зависимост от отрасловата принадлежност и териториалния обхват на дейността, отколкото в зависимост от местоположението на фирмите, макар че и териториалните различия са значителни – най-голямата разлика е между малките общини и селата, от една страна, и големите общини и особено София, от друга. Независимо от това за всички групи на първо място се поставя подобряването на информираността, а на второ – повишаването на финансовия капацитет. Следствието от разнообразието на нуждите е, че програмите за развитие на капацитет трябва да са диференцирани и да бъдат предхождани от по-детайлен анализ на нуждите на конкретните целеви групи.

Обучение

Фирмите преценяват, че броят на нуждаещите се от обучение е около 5 пъти по-голям от обучени-

те до момента. Този недостиг е по-осезаем в селата (около 1,6 пъти), но главните различия са в зависимост от размера и обхвата на дейност на фирмите – при микрофирмите без наети служители (2,5 пъти повече от средното), малките фирми с 50–99 наети (2 пъти) и средните фирми (близо 4 пъти) и особено сред фирмите с местен обхват на дейност (6 пъти). По отрасли най-остри (повече от 2 пъти) са нуждите в хранително-вкусовата промишленост, горското стопанство, строителството, финансовите услуги.

Бизнесът търси по-прагматична информация, докато досегашната е по-скоро общообразователна (виж графика 34). Достъпните форми на обучение не дават знания, ориентирани към конкретните действия, а наблягат на общата информация – така голяма част от бъдещите проектни мениджъри имат най-обща представа за целите и фондовете на ЕС, но нямат представа как да разпишат интересите на своята фирма в този контекст. Обучение по изготвяне на проекти по конкретна програма или грантова схема е преобладаващият предпочитан тип за по-голямата част от стопанските организации – 78% при големите фирми, 68% при средните, 70% при фирмите с наднационален обхват на дейност, 83% в сферата на енергетиката, 86% в съобщенията и 70% в хранително-вкусовата промишленост.

Често при обучението се подава неподходяща информация. Така например все още продължават курсовете по предприемачеството, които вече са на път да приключат своята дейност, за сметка на тези по структурните фондове, за които има огромен дефицит на познание.

На второ място, относително ниската готовност за СФ се дължи на липсата на специализирани звена и подготвени хора. Като се има предвид цялостният глад за средства, малко фирми могат да си позволят лукса да имат „европейско звено“ по модела на администрацията или дори на НПО.

Фирмите са склонни да плащат за обучението си, като в същото време декларират отвореност към консултантска помощ. Само около 30% от тях заявяват, че не са готови да плащат за обучение във

връзка със СФ. Съществени отклонения в тази обща картина има от гледна точка на отрасъла – в най-голяма степен не смятат, че трябва да финансират обучението си, фирмите в сферата на комуналните услуги (53%) и промишлеността (38%). В същото време само 8% от фирмите в енергетиката, 12% в туризма и 18% в горското стопанство споделят това мнение.

Като най-вероятен размер на собствено участие в образователни инициативи бизнесът определя диапазона от 1/4 до 1/2 от общите разходи. Общо 62% от респондентите са посочили готовност за това. Почти невъзможно е да се очаква фирмите да покриват по-голямата или цялата част от необходимите разходи за обучение – само 2% са заявили готовност за съфинансиране на 3/4 от разходите, а 6% – да ги заплащат напълно.

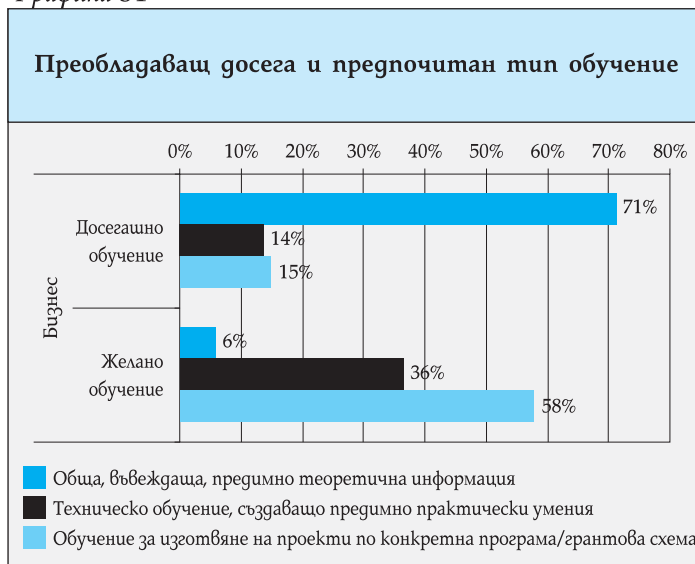
Бизнесът схваща сериозното изоставане в подготовката си и иска целенасочени усилия за неговото преодоляване. Едва 1% от фирмите не са съгласни, че е необходима организация, която да осигурява информация, обучение и друга подкрепа във връзка с използването на структурните фондове. Като водещи доставчици на подобна информация се разглеждат консултантските фирми (виж графика 35).

Трябва да се отбележи ниското доверие на фирмите към висшите учебни заведения като потенциален партньор в процеса на изграждане на капацитет. Въпреки стартиралите през последните години многобройни програми за повишаване на квалификацията и придобиване на образователна степен в различни университети и колежи, само 3% от бизнеса ги определят като подходящи помощници за повишаване на знанията и информираността.

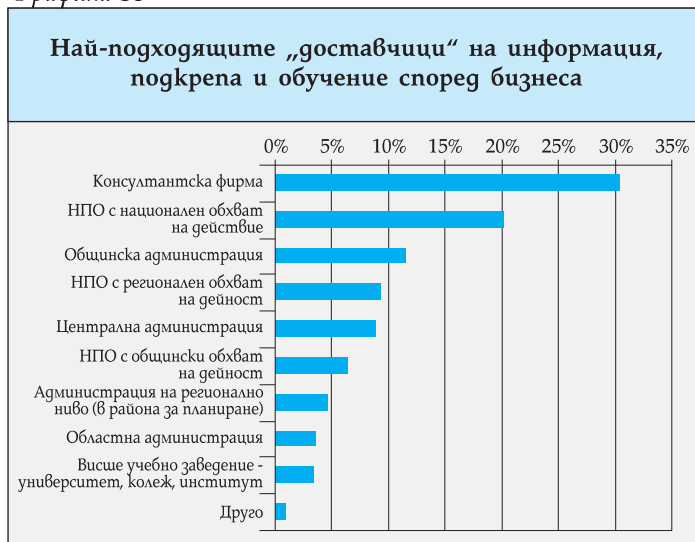
Финансови ресурси

Макар бизнесът очевидно да е излязъл от представата за СФ като за лесни пари и съзнава, че трябва да съфинансира проектите, той има малка готовност за това. Фирмите не могат да финансират собственото си участие, подготовката на евентуалните проекти и най-неприятното – развитието на собствения си капацитет. За по-мал-

Графика 34



Графика 35



ките фирми е проблематично осигуряването на средства за първоначално изпълнение на проектите и продължителния и често угължаван по различни причини период между осъществяването на разходите и тяхното възстановяване. Този проблем ще се окаже още по-остър, тъй като при СФ сумата се възстановява едва след цялостното изпълнение на проекта.

Ролята на бизнеса в местното развитие

Много често ролята на бизнеса в развитието се подценява. В едната крайност презумпцията в България е, че правителството прави планове, а граж-

ганите ги изпълняват. В другата, че от планиране изобщо няма нужда, защото невидимата ръка на пазара ще свърши тази работа. Така фирмите често биват просто информирани, а не се търси реално тяхната помощ. Логиката обаче показва, че предприемачите, които имат реален досег с проблемите, често могат да дадат по-добри решения. Така вместо политически ръководени проекти полесно може да се формулират икономически ефективни и ефикасни дейности.

За да се получи тази обратна връзка, фирмите също би трябвало да бъдат активни. Бизнесът очевидно не е разбрал все още своята роля на фактор в местното развитие, особено когато става въпрос за принос отвъд конкретните печалби за отделните фирми. Желанието за участие в СФ основно със собствени проекти говори за пренебрегване

на обществените ползи. Намеренията за участие в планирането или управлението на структурните фондове са водени основно от представата, че така ще се облекчи достъпът до финансов ресурс. Това обаче е очевиден конфликт на интереси, който между другото се осъзнава от представителите на бизнеса. В тази връзка по-често трябва да се изтъква опитът на туристическия бранш, в който пренебрегването на законите на устойчивото развитие и преследването на бърза възвращаемост ще донесат дългосрочни трудности.

За последното обаче трябва да има активна роля на държавната администрация, която „невидимо“ да подготви бенефициентите на СФ за важната роля, която те могат да играят в процеса на планирането и управлението на фондовете.

Мнение

Развитието на човека и теорията на възможностите

Стандартът на живот се определя от живота, а не от притежанието на предмети (Сен, 1987). Това е основното разбиране в парадигмата на човешкото развитие, залегнала в настоящия доклад за развитието на човека. Стъпвайки върху десетилетия на научни разработки по темата за равномерно разпределение рът, основните потребности и икономиката на благосъстоянието, теорията за развитието на човека се появява през 90-те години и формира в оценката на благосъстоянието едно пространство, алтернативно на доходите и потреблението. Работите на Нобеловия лауреат, икономиста Амартия Сен, имат особен пионерски принос за разработването на нови критерии за оценка на човешкото благосъстояние. По своята същност неговият подход на „възможностите“ в определянето на благосъстоянието е изумително прост – при човешкото благосъстояние става дума за това какви са или какво правят хората, например да бъдат здрави, да четат и да пишат, да участват в живота на своето общество. Това Сен определя като представяне. Само по себе си обаче представянето е непълно, защото изключва свободата, която Сен счита за един от най-основните аспекти на човешкия живот. Ето защо парадигмата на човешкото развитие оценява благосъстоянието не ка-

то представяне – онова което хората са или вършат, а като онова, което хората са способни да бъдат или да вършат. Това Сен нарича възможности. Примери за възможности биха били *способността* да бъдеш здрав, да можеш да четеш и да пишеш и да можеш да участваш в живота на обществото. Възможността е способността на човека да извършва ценни за него действия или да постига ценни за него състояния (Сен, 1993). Докато представянето отразява постиженията на човека, възможностите са отражение на действителните шансове хората да водят или постигат определен тип живот. Обявеният гладна стачка в израз на протест срещу начина, по който ЕС третира имигрантите, може да показва същите нища на недохранване като нелегалния имигрант, току-що влязъл на територията на ЕС след пътуване в нечовешки условия. Стачкуващият обаче има възможността да бъде адекватно нахранен. Той или тя имат свободата да избират между това да ядат и да не ядат, докато имигрантът няма такава свобода. Да караме стачкуващия да се храни, за да постигне някакво нищо на калориен прием, би било нарушение на човешките свободи. Следователно цел в развитието на човека е да бъдат разширени възможностите на хората да бъдат или да вършат това, което ценят.

Въпреки че доходите са често от полза или от същностно значение, за да се дадат на хората възможности да бъдат или да правят това, което ценят, в парадигмата на човешкото развитие се посочва, че увеличението на доходите не е *достатъчно*. Сен посочва пет причини за това (1999): разликата между отделните хора (за да бъде добре нахранена, една бременна жена има различни изисквания от една старица), разликата в околната среда (в сравнение с пенсионерите от Сицилия пенсионерите от Шотландия ще се нуждаят от различна сума, за да си осигурят отоплението през зимата), различията в социалния климат (родителите в държава с безплатна публична образователна система с добро качество имат потребност от различен доход, за да образуват децата си, в сравнение с родителите в държава, която няма безплатно образование или то е с лошо качество), различните схващания за взаимоотношенията в обществото (разликите в обичаите и традициите определят различен необходим доход, за да може един човек да посрещне гости без притеснение) и разпределението на доходите в семейството (семейният доход може да не отива за добра храна за децата, а за алкохол за родителите). За да оценим възможностите, следователно се нуждаем от информация и за други аспекти – здраве, образование, задоволе-

ност с храна, достойнство, автономност и т. н.

От горните примери става твърде ясно, че подходът на човешкото развитие е адекватен не само на контекста на развиващите се страни, а и на Европейския съюз. Успехът на икономическия прогрес в крайна сметка трябва да се оцени по това дали възможностите на хората да бъдат или да вършат това, което ценят, са се увеличили. Ако в една страна се отчита 5% ръст в икономиката, но ако нейните жители са заети най-вече без официални договори, без здравни или социални осигуровки, ако нивата на вредни вещества, емитувани от производствата, са се увеличили така, че са довели и до увеличени случаи на астма и алергии, ако възрастните хора се разболяват, защото не могат да си плащат отоплението, този икономически напредък е илюзорен. Теорията за развитието на човека поглежда оттамък икономическия ръст и изследва живота на хората.

*Северин Денюлен, Изследователски център по развитието,
Университет Бат, Великобритания*

*Ингрид Робейнс, Сабина Алкире,
Асоциация „Човешко развитие и възможности за развитие“*

Общи изводи

Европейските фондове са от ключово значение за бизнеса не толкова поради възможностите за инвестиции (търговските кредити често може да се окажат по-достъпна алтернатива), колкото поради шанса да бъдат използвани за цялостно подобрене на бизнес средата, а и на цялостната социална среда в България. За да се случи това обаче, бизнесът трябва да бъде подготвен не само да пише проекти, но и цялостно да разбира философията на европейските фондове – устойчивото развитие, подпомагане на групи в неравностойно положение, създаване на възможности за преквалификация, сближаване. Целта не е просто икономически растеж, а даване на възможности на всички да участват в процеса на развитие. Това ще бъде от решаващо значение за по-малките фирми, които със средствата на фондовете могат да получат достъп както до пазари, така и до модерни бизнес практики.

Именно затова най-важният извод относно готовността на бизнеса е много тревожен – най-избираемите стопански организации са по-неподготвени от тези, на които правилата отреждат по-ограничена роля за пряко използване на структурните фондове. Причината за този парадокс е в характера на стопанските организации, които иначе би трябвало да са основни получатели на средства от СФ – основно микро-, малки и средни фирми, често от по-малки населени места, такива, които имат най-малки възможности за развитие. Секторите, в които се издвигат (например хранително-вкусова промишленост, горско стопанство), са характерни за по-изостаналите региони на страната. Именно тези стопански организации имат най-сериозен дефицит на ресурси и информация.

Подготвеността на организациите се определя от четири фактора: големината на фирмите, обхвата на дейността им, териториалното разположение и опита за участие в проекти. Любопитен

момент е, че разликите не са значителни. Сред стопанските организации не се открояват отрасли, които да са значително по-подготвени във всички аспекти, с изключение на фирмите за консултантски, образователни и счетоводни услуги. Като най-подготвени се очертават организациите и фирмите от големите общини като цяло, но особено в София и големите градове. Относително близо до тях се разполагат и организациите от средните градове, като по този начин на практика по-високият капацитет е съсредоточен в областните центрове на страната. Големите фирми също са по-подготвени от малките, както и тези с национален и наднационален обхват на дейност.

Сред бизнеса има силни очаквания не само за голямо участие със собствени проекти, но за включване в процеса на избор и отчасти на управление на

проектите. Това обаче е явен конфликт на интереси, нещо, което фирмите като че ли предпочитат да не забележат. Прекалено високите очаквания за участие на всички нива и по-всякакъв начин ще се окажат сериозен проблем в бъдеще.

По-подготвените фирми нямат особено желание за сътрудничество с други фирми, с НПО и с администрацията. Това, от една страна, може да ограничи достъпа им до финансовия ресурс на СФ, а от друга страна, сериозно ще намали шансовете за качествени проекти, тъй като останалите участници в развитието ще бъдат лишени от техния опит и умения. Намерението за участие в процеса по управлението на СФ сред бизнеса е също слабо. Ниската активност в търсенето на информация, както и нежеланието да се участва в сътрудничество при планирането и програмирането, ще създадат трудности за ефективното управление на СФ.