

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ “СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ, Катедра “Стопанско управление”

Рая Николова Каназирева

**КОРПОРАТИВНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО.
ИЗСЛЕДВАНЕ НА БЪЛГАРСКИ СОФТУЕРНИ ФИРМИ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на
образователната и научна степен „доктор“ по
професионално направление 3.7 Администрация и управление
Научна специалност „Социално управление“

Научен ръководител:

професор д.с.н. Цветан Първанов Давидков

СОФИЯ, 2014

Дисертационният труд „Корпоративно предприемачество. Изследване на български софтуерни фирми” се състои от 178 страници, които включват 38 таблици и 19 фигури. Текстът се състои от увод, три глави, заключение и 3 приложения (74 страници). Цитирани са 314 информационни източници. Публикации на автора по темата да дисертацията – 3 бр.

Дисертационният труд е представен и обсъден на редовно заседание на Катедра „Стопанско управление” към Стопански факултет на СУ "Св. Климент Охридски" на 16 декември 2014 и след доклад за отразени по целесъобразност бележки, на редовно заседание на Катедра "Стопанско управление" на 6 януари 2015 г. е взето решение за насочване към официална защита по професионално направление 3.7 Администрация и Управление, научна специалност „Социално управление“.

Съдържание на автореферата

I. Съдържание на дисертационния труд	1
II. Увод	2
1. Цел и задачи на изследването	3
2. Обект и предмет на изследването	4
III. Изследване на научната литература в областта на КП.....	4
1. Предприемачеството като научна област	4
2. Връзка между предприемачество и корпоративно предприемачество	5
3. Същност на корпоративното предприемачество	8
3.1 Дефиниции на корпоративно предприемачество	8
3.2 Стратегически подход към КП	11
4. Десет модела за корпоративно предприемачество	12
IV. Методология на изследването.....	16
1. Модел за изследване на корпоративно предприемачество	16
2. Инструмент на изследването	19
3. Софтуерната индустрия като обект на изследването	25
4. Вид на изследването и извадката	25
4.1. Критерии за извадка на изследването	26
5. Процедура по подготовка на инструмента и набиране на първичната емпирична информация и данните	28
6. Пилотно изследване	29
6.1 Валидност на използвания инструмент на изследването	30
6.2 Надежност на инструмента на изследването.....	31
7. Изчисляване на параметрите и интерпретация на резултатите	32
7.1 Изчисляване на ПИ.....	32
7.2 Изчисляване на стойността на факторите на климата за КП	33
7.3 Интерпретация на резултатите	33
8. Хипотези на изследването	34
9. Анализ на данните	35
V. Проверка на хипотезите. Анализ на резултатите.....	37
1. Социално-демографския профил на респондентите	37
2. Проверка на хипотезите	40
Обобщение на постигнатите цел и задачи в дисертационния труд.....	53
Приноси	56

<i>Публикации, свързани с темата на дисертацията</i>	<i>57</i>
<i>Използвана литература.....</i>	<i>58</i>

I. Съдържание на дисертационния труд

Увод	1
1. Актуалност на темата	2
2. Обществена и научна значимост	3-4
3. Състояние на разработката на научния проблем	5-12
4. Цел на изследването	12
5. Задачи на изследването	12-13
6. Предмет и обект на изследване	13-14
6 Основни източници на информация	14
7 Хипотези на изследването	14-15
8 Логика на изследването	15
9 Структура на дисертацията	15-16
I. Глава първа – Изследване на научната литература в областта на КП	17
1. Предприемачеството като научна област	18
1.1. Научни течения и дефиниции на предприемачеството	19-20
1.2 Исторически обзор	21-28
1.3 Икономическа роля на предприемачеството	29
1.4 Процесът на предприемачество	30-33
2. Връзка между предприемачество и корпоративно предприемачество	34-37
3. Същност на корпоративното предприемачество	38
3.1 Дефиниции на корпоративно предприемачество	38-47
3.2 Корпоративно предприемачество и иновации	48-51
3.3 Стратегически подход към КП	51-56
4. Десет модела за корпоративно предприемачество	56-85
Обобщение	85-86
II. Глава втора - Методология на изследването	87-89
1. Модел за изследване на корпоративно предприемачество	89-92
2. Инструмент на изследването	92-96
3. Софтуерната индустрия като обект на изследването	97-99
4. Вид на изследването и извадката	100-102
4.1. Критерии за извадка на изследването	102-103
5. Процедура по подготовка на инструмента и набиране на първичната емпирична информация и данните	103-105
6. Пилотно изследване	105-106
6.1 Валидност на използвания инструмент на изследването	107
6.2 Надежност на инструмента на изследването	107-109
7. Изчисляване на параметрите и интерпретация на резултатите	109
7.1 Изчисляване на ПИ	109
7.2 Изчисляване на стойността на факторите на климата за КП	109-110
7.3 Интерпретация на резултатите	110
8. Хипотези на изследването	111-116
9. Групиране на променливите от инструмента на изследването	116-118
10. Анализ на данните	118
10.1 Описателен анализ	118-119
10.2 Статистически тестове за проверка на хипотезите на изследването	119-121
III. Глава трета – Анализ на резултатите и проверка на хипотезите	122
1. Социално-демографския профил на респондентите	122-127
2. Проверка на хипотезите	127-151
Заклучение	152
1. Роля на корпоративното предприемачество в икономическия живот	152-153
2. Обобщение на постигнатите цел и задачи в настоящата работа	154-157
Приноси	158-159
Използвана литература	160-178

Приложения:

Приложение 1А: Превод и обратен превод на инструмента на изследването	стр.1-14
Приложение 1Б: Разлики във въпросите между пилотно и същинско изследване	стр.1-2
Приложение 1В: Въпросник за пилотното изследване	стр.1-21
Приложение 1Г: Въпросник за същинското изследване	стр.1-22
Приложение 2: Профил на фирмите участвали в същинското изследване	стр.1-4
Приложение 3: Резултати от обработка на данните в SPSS	стр.1-11

II. Увод

Организациите, които работят в днешната постоянно променяща се, доминирана от информационните технологии глобална среда, изпитват постоянна необходимост от доказване и обновяване на конкурентните предимства, които притежават. Високото ниво на несигурност и промените във външната среда са всекидневно предизвикателство за бизнеса. Фирмите са в постоянен процес на търсене на иновации и нови стратегии, които да ги направят по-конкурентни в среда, в която за клиентите са достъпни продукти и услуги от цял свят.

Предпоставките на средата тласкат бизнеса към по-бързо разработване на нови продукти с повече и по-добри характеристики, със стандартизирано качество и на по-ниски цени. Този парадокс от взаимно изключващи се изисквания от страна на пазара води до остра нужда от въвеждане на вътрешни предприемачески практики и иновации в организацията.

Много фирми, които са достигнали определена големина и/или зрелост, изпитват трудности да интегрират своевременно предприемачески практики в прекалено бюрократични и йерархични фирмени структури. Именно такъв тип фирми е малко вероятно да оцелеят в дългосрочен план във все по-конкурентната, динамична и агресивна глобална среда. Необходимостта от изследване на корпоративното предприемачество в научната литература възниква именно от наблюдавани проблеми при големите корпорации, включително стагнацията и фалита на организации по време на кризи и реструктуриране на пазарната среда.

Корпоративното предприемачество (КП) е практически осъществим начин за трансформиране на бизнеса за намиране на устойчиви конкурентни предимства и възможности за иновации, които да носят ползи на организацията.

Налице е недостиг на емпирични изследвания в големи и/или установени организации, които да оценяват ефекта от прилагането на корпоративното предприемачество. Този факт дава основание за провеждане на нови емпирични изследвания в областта на КП – това е една от задачите на настоящата работа.

1. Цел и задачи на изследването

Целта на настоящето изследване е да се установят: **а)** нивата на предприемаческа интензивност и вътрешно-организационния климат за корпоративно предприемачество сред установени български софтуерни фирми и **б)** връзката между факторите на организационния климат за КП и предприемаческата интензивност сред изследваните фирми.

Задачите на изследването са обособени в три групи:

1) Въз основа изследване на научната литература в областта на корпоративното предприемачество:

- да се изследва връзката между предприемачеството и корпоративното предприемачество;
- да се анализират различни възгледи за КП, за да се стигне до синтез и обосноваване на работна дефиниция на КП;
- да се проследи връзката между корпоративното предприемачество и иновациите;
- да се изследва и аргументира необходимостта от стратегически подход към КП;
- да се извърши критичен преглед на основни модели на КП и да се обоснове избор на модел за настоящето изследване.

2) На методическо равнище:

- да се представи и аргументира изборът на модел и инструмент на изследването и да се анализират връзките между тях;
- да се опише методологията на емпиричното изследване;
- да се валидира и установи надеждността на избрания инструмент - въпросник за емпиричното изследване (чрез пилотно изследване); при необходимост – да се обосноват подобрения;
- да се установи текущото състояние на българската софтуерна индустрия;
- да се формулират изследователски хипотези, които да бъдат проверени чрез емпиричното изследване.

3) На емпирично и аналитично равнище:

- да се анализират и представят резултатите от проведеното изследване;
- да се проверят изследователските хипотези;

- да се оценят и анализират нивата на предприемаческа интензивност и факторите на климата за КП сред установени български софтуерни фирми;
- въз основа на получените резултати да се предложат мерки за подобряване на нивата на предприемаческа интензивност и климата за КП в установени български софтуерни фирми.

2. Обект и предмет на изследването

Обект на настоящото изследване са служителите на установени български софтуерни фирми.

Предметът на изследване е нивото на предприемаческа интензивност и климатът за корпоративно предприемачество сред служителите на изследваните фирми.

III. Изследване на научната литература в областта на КП

1. Предприемачеството като научна област

Според Венкатараман (*Venkataraman, 1997: 119*) „предприемачеството като научна област се стреми да разбере как са открити възможностите за предлагане на „бъдещите“ стоки и услуги, как са създадени и експлоатирани, от кого и какви са последиците от този процес“. Истинското проявление на предприемачеството води до създаването на богатство за икономическите агенти и на социални ползи (*Schumpeter, 1975; Venkataraman 1997*).

Дефинициите за предприемачеството варират в широк диапазон. Изследователите признават, че отсъства обща дефиниция; границите на явлениято са размити (*Morris, 1998*). Предприемач е този, който разпознава възможността и използва нужните ресурси, за да се възползва от тази възможност (*Chung & Gibbons, 1997*). Други изследователи се опитват да дадат по-обща определения, чрез които да обхванат както предприемаческия процес, така също дейността и личността на предприемача (*Bygrave & Hofer, 1991*). Трети приемат гледната точка на Шумпетер, че предприемачеството вместо да предлага заетост, изисква въвеждането на променящи съществуващата парадигма иновации. В бизнес средите често се приема, че предприемачът „разпознава възможността и създава организация, чрез която се стреми да я

оползотвори“ (Bygrave & Hofer, 1991:14). В този смисъл предприемачеството предполага създаването на ново предприятие.

Част от различията в подхода на икономическите и бизнес изследванията се дължи на различните дефиниции на предприемачеството, от които се тръгва. Икономистите често са склонни да определят като предприемачи собствениците на предприятия - в индустриалните организации и на макроикономическо равнище, самонаетите лица, собствениците на малки фирми. Тези дефиниции се основават върху риска като водещ аспект на предприемачеството - съответно база на анализа са стимулите, инвестициите, решенията за разпределяне на ресурсите и професионалните решения. Друг подход използват много от изследователите от областта на бизнес дисциплините – те разграничават предприемача от собственика на дребен бизнес и изучават преди всичко *поведението*, свързано със започването на нов бизнес; интересуват се от познавателните конструкции, свързани с това поведение. Икономистите избягват този подход като прекалено субективен – те се ориентират към изводи въз основа на действително наблюдавано поведение. Това е принципът на т. нар. „разкрито предпочитание“¹.

Ние приемаме като изходно следното определение (според формулировката на Хауард Стивънсън от Howard Stevenson, Harvard Business school): предприемачеството е преследване на възможност отвъд контролираните ресурси (Stevenson, 1983).

2. Връзка между предприемачество и корпоративно предприемачество

Концепцията за предприемачеството в рамките на съществуващите организации се развива особено бурно през последните две десетилетия. Тя битува чрез множество различни етикети: корпоративно предприемачество (*corporate entrepreneurship*: Burgelman, 1983; Hornsby, Kuratko & Zahra, 2002; Morris & Kuratko, 2002), вътрешно корпоративно предприемачество (*internal corporate entrepreneurship*: Lumpkin & Dess, 1996), вътрешно предприемачество (*intrapreneurship*: Pinchot, 1985; Antoncic & Hisrich, 2001), предприемачески мениджмънт (*entrepreneurship management*: Stevenson & Jarillo, 1990); стратегическо предприемачество (*strategic entrepreneurship*: Hitt, Ireland, Camp & Sexton, 2001).

¹ Revealed reference principle: http://en.wikipedia.org/wiki/Revealed_preference

Хорнсби, Куратко и Зара (*Hornsby, Kuratko & Zahra, 2002*) подчертават, че тези понятия често се използват като взаимозаменяеми, въпреки че зад различните наименования на концепцията са налице различни дефиниции и обхват. Връзката между предприемачеството и корпоративното предприемачество е обусловена от контекста, в който се разглеждат двете понятия. Морис и Куратко твърдят следното: използването на термина „корпоративно предприемачество подсказва, че фундаменталните променливи не се променят, а единствено техният контекст“ (*Morris & Kuratko, 2002*).

*Независимото*² (или *индивидуално*) *предприемачество* е процесът, чрез който едно лице или група лица проявяват **независимо** предприемаческо поведение и създават нова организация. *Корпоративното предприемачество* е процесът, чрез който едно лице или група лица, в **условията на съществуваща организация**, създават нова организация, предизвикват обновяване на процесите или въвеждат иновации в тази организация (*Sharma & Chrisman, 1999*).

Според П. Дръкър, предприемаческото поведение е присъщо не само за малките новоучредени фирми, „предприемачеството се практикува и в големи и често стари предприятия“ (*Drucker, 1985*). Морис, Куратко и Ковин (*Morris, Kuratko & Covin, 2008*) също приемат тази постановка. Те твърдят, че предприемаческата дейност в големите компании се описва чрез термина „корпоративно предприемачество“.

Изясняването на връзката между предприемачеството и корпоративното предприемачество е отправна точка за по-нататъшни изследвания на КП. Разликата произтича основно от контекста (контекстът на корпоративното предприемачество е вътрешната среда на установената организация).

В конкретните си измерения КП се различава от предприемачеството изобщо. Основните разлики са обобщени в Таблица 1:

Таблица 1: Основни разлики между индивидуалното и корпоративно предприемачество

Индивидуално предприемачество	Корпоративно предприемачество
<ul style="list-style-type: none"> • Предприемачът поема риска 	<ul style="list-style-type: none"> • Фирмата поема риск, различен от този, свързан с кариерата на вътрешния

² Независимо (индивидуално) предприемачество – предприемачество в класическия смисъл, т.е. предприемачество извън установена фирма.

	предприемач
<ul style="list-style-type: none"> • Предприемачът „притежава“ концепцията или иновативната идея 	<ul style="list-style-type: none"> • Фирмата притежава концепцията, както и интелектуалната собственост, свързана с концепцията
<ul style="list-style-type: none"> • Предприемачът притежава целия или голяма част от бизнеса 	<ul style="list-style-type: none"> • Предприемачът може да няма никакво участие в компанията или то да е незначително
<ul style="list-style-type: none"> • Потенциалните изгоди за предприемача са теоретически неограничени 	<ul style="list-style-type: none"> • Финансовите изгоди, от които предприемачът може да се възползва, са ограничени и ясно определени
<ul style="list-style-type: none"> • Една грешна стъпка може да означава провал 	<ul style="list-style-type: none"> • Повече възможности да се греши; организацията може да превъзмogne провала
<ul style="list-style-type: none"> • Уязвимост към външно влияние 	<ul style="list-style-type: none"> • По-голяма изолираност от външни влияния
<ul style="list-style-type: none"> • Независимост на предприемача, въпреки че успешният предприемач обикновено е подкрепен от силен екип 	<ul style="list-style-type: none"> • Зависимост на човека новатор (champion) от много други; възможно е споделяне на признанието с други
<ul style="list-style-type: none"> • Гъвкавост в промяната на курса, експериментирането и опитването на нови посоки на развитие 	<ul style="list-style-type: none"> • Правилата, процедурите и бюрокрацията намаляват възможностите на предприемача да маневрира
<ul style="list-style-type: none"> • Бързо вземането на решения 	<ul style="list-style-type: none"> • По-дълги цикли на одобрение
<ul style="list-style-type: none"> • Малка степен на сигурност 	<ul style="list-style-type: none"> • Сигурност на работата (службата)
<ul style="list-style-type: none"> • Без мрежа на сигурност 	<ul style="list-style-type: none"> • Сигурен пакет от придобивки
<ul style="list-style-type: none"> • Малко хора, с които да се обсъжда 	<ul style="list-style-type: none"> • Разширена мрежа за обсъждане на идеи
<ul style="list-style-type: none"> • Ограничени начални мащаб и обхват на дейността 	<ul style="list-style-type: none"> • Относително бърз достъп до разширен мащаб и обхват на дейността
<ul style="list-style-type: none"> • Силно ограничени ресурси 	<ul style="list-style-type: none"> • Достъп до финансиране, научноизследователска и развойна дейност, производствени съоръжения за пробни периоди, установен търговски екип, съществуващ бизнес, изградени дистрибуционни канали, създадени бази данни заедно с ресурси от маркетингови изследвания и установена клиентска база
<ul style="list-style-type: none"> • Личностните характеристики и култура на предприемача са даденост, която трудно и бавно се променя 	<ul style="list-style-type: none"> • Организацията може целенасочено да се „моделира“ към желаните предприемачески характеристики (например чрез подбор на персонала)
<ul style="list-style-type: none"> • Ограничен достъп до ноу-хау; ограничен личен капацитет за усвояване на нови знания 	<ul style="list-style-type: none"> • Почти неограничен достъп до ноу-хау, нови знания и възможности за увеличаване на организационния капацитет за знание

Източник: разширено и адаптирано от Морис, Куратко и Ковин (Morris, Kuratko & Covin, 2008)

Явлението предприемачество може да се среща навсякъде - в новоучредени предприятия, малки фирми, бизнес организации от среден размер, огромни конгломерати; в организации с нестопанска цел; в организации от публичния сектор. Дейностите, чрез които се реализира корпоративното предприемачество могат да бъдат насочени *навътре* или *навън* от корпорацията. Според Зара (*Zahra, 1991*) „външните усилия водят до сливания, придобивания и създаване на съвместни предприятия“, докато вътрешните мерки включват дейности като интеграция, нови подразделения, нови дъщерни фирми (*Sharman & Chrisman, 1999*). В крайна сметка, очакваните резултати остават същите: нови свързани предприятия, нови продукти, подобрени процеси, подобрена организация, нови стратегии и т.н. (*Antoncic & Zorn, 2004*).

3. Същност на корпоративното предприемачество

3.1 Дефиниции на корпоративно предприемачество

В научната литература корпоративното предприемачество се разглежда най-вече като процес, който поддържа и насърчава предприемаческото поведение в самата организация (*Echols & Neck, 1998*). То използва основите на мениджмънта като поведенчески стил, който предизвиква бюрокрацията и насърчава иновацията (*Barringer & Bluedorn, 1999*). КП отговаря и за стимулиране на иновациите в организацията чрез изследването на потенциални нови възможности, придобиване на ресурси, въвеждане, експлоатация и комерсиализация на нови продукти и услуги (*Guth & Ginsburg, 1990; Kuratko, Hornsby & Montagno, 1990*). Зара (*Zahra, 1991*) твърди, че КП включва най-различни начини на мислене и действия, които увеличават възможностите на организацията да поема рискове, да се възползва от възможности и да иновира. Сат (*Sathe, 1989*) дефинира КП като процес на стратегическо обновяване.

КП може да действа в многообразни аспекти в рамките на организацията, което е голямо предизвикателство за даването на точно и еднозначно определение за него.

От изследваните и систематизирани определения за КП³ може да се заключи следното: при все че се очертава относително общо поле, няма консенсус между различните автори за единен подход към КП. Гут и Джинсберг (*Guth & Ginsburg, 1990*)

³ Вж. Глава I, т.3.1, таблица 1.2 от дисертационния труд където е представено актуално изследване на дефинициите на КП и свързаните понятия; там ясно може да се проследи развитието на разбирането на различни автори за КП.

подчертават, че КП включва два основни феномена: създаването на ново предприятие от съществуващата организация и трансформация на съществуваща организация чрез стратегическо обновление. Зара (*Zahra, 1991:262*) отбелязва, че: „корпоративното предприемачество може да е формална или неформална дейност, целяща създаването на нов бизнес в установени фирми чрез продуктови и процесни иновации и развитие на пазара. Тези дейности могат да се реализират на ниво корпорация, дивизия, на функционално или проектно ниво - обединяващата цел е да се подобри конкурентната позиция и финансовите показатели на фирмата.”

Дръкър (*Drucker, 1985*) прави важен принос към теоретичното изграждане на предприемачеството в големите организации, използвайки термините „корпоративно предприемачество” или „вътрешно предприемачество”. Антонич и Хисрич (*Antonich & Hisrich, 2003*) твърдят, че вътрешното предприемачество (*intrapreneurship*) се реализира във фирмите, независимо от тяхната големина.

През 1999 Шарма и Крисман (*Sharma & Chrisman, 1999*), правят един от първите опити да се систематизират дефинициите и терминологията в областта на КП. Те определят КП като: „...процесът при който индивид или група индивиди, асоциирани в съществуваща организация, създават нова организация или предизвикват обновяване или иновация в съществуващата” (*Sharma & Chrisman, 1999:18*). Авторите структурират различните проявления на корпоративното предприемачество и ги синтезират пирамидално. Във Фигура 1 е представена адаптирана и разширена версия на йерархията в сферата на КП като са отразени основните научни течения в тази област. Важно е да се подчертае, че иновациите са неразделна част от всички разбирания за КП.

Фигура 1: Йерархия на КП



Източник: разширено и адаптирано от Шарма и Крисман (Sharma & Chrisman, 1999) и Бъркиншоу (Birkinshaw, 2003).

Според Шарма и Крисман (Sharma & Chrisman, 1999) *стратегическото обновяване* се отнася до корпоративните предприемачески усилия, които резултат в *значителни промени* в бизнес дейностите на една организация, в нейната стратегия и/или структура на корпоративно равнище. Тези промени модифицират вече съществуващите връзки в организацията или връзките между организацията и външната среда и в повечето случаи включват определена форма на иновация. Тези дейности по обновяване са в рамките на организацията и не се разглеждат като нови бизнес проекти на дружеството (Sharma & Chrisman, 1999).

Корпоративни рискови начинания (корпоративен венчъринг) са тези корпоративни предприемачески усилия, които водят до създаването на нови бизнес организации в рамките на дружеството. Резултатът е основаването на полуавтономни или автономни организационни единици (външни рискови начинания), които се ситуират извън организацията или до основаването на нови организационни единици (вътрешни рискови начинания), опериращи в самата организация (Sharma & Chrisman, 1999).

Торнбери (Thornberry, 2001) „разбива“ корпоративното предприемачество на още повече сегменти, определяйки четири стратегически типа: (1) корпоративни рискови

начинания (*corporate venturing*), (2) вътрешно предприемачество⁴ (*intrapreneuring*), (3) организационна трансформация⁵ и (4) пренаписване правилата на индустрията (*industry rule-breaking*). Това е почти аналогично на категоризацията на Стопфорд и Баден-Фюлер (*Stopford & Baden-Fuller, 1994*), които определят три вида корпоративно предприемачество: (1) вътрешно предприемачество, което те определят като част от *corporate venturing*, (2) преобразуване (*transformation*) и (3) обновяване на съществуващите организации и промяна на правилата на конкурентност за индустрията, както е предположено от Шумпетер (*Schumpeter, 1934*). В сравнение с рамката на Гут и Джинсберг (*Guth & Ginsburg, 1990*), разликите са в разширяване на модела на поведение в индустрията / промяна на правилата за производство на конкуренцията – те се разглеждат извън прякото влияние на компанията, тъй като дружеството не може да ги планира.

Всички форми на КП неизменно са свързани с иновациите. Дръкър (1985) определя иновациите и корпоративното предприемачество като две взаимосвързани явления - иновациите са ключов елемент на КП (заедно със създаването на нови дружества и обновяването на организацията).

Като резултат от систематизирането и обобщаването на проучените научни дирения в сферата на КП, в текста се защитава следната синтезирана дефиниция: ***КП е сбора от стратегическите усилия на фирмата за: иновации, проактивно организационно обновяване и рискови начинания – като всички елементи са важни и неразделни части от концепцията за КП.***

3.2 Стратегически подход към КП

КП може да се интегрира в организационната стратегия на фирмата или да се създаде отделна стратегия за КП. Стратегическият подход към КП предполага целенасоченост и преднамереност по отношение на: предприемаческите инициативи, стимулиране на предприемаческото поведение на служителите и изграждане на вътрешна среда, която подкрепя КП. Прилагането на такава стратегия намалява

⁴ *Вътрешно предприемачество* - по-голям фокус върху индивидуалния служител и неговата склонност да упражнява предприемаческо поведение в рамките на организацията, без фирмата целенасочено да се стреми към КП (например да предизвиква правилата и бюрокрацията)

⁵ *Организационна трансформация* – фокус на КП върху организационната култура и системи; базирана на предположението, че големите организации могат и трябва да се адаптират към постоянно променящата се среда; това най-добре може да се постигне чрез промяна в организационната култура и организационните системи, така че те да стимулират индивидите към предприемаческо поведение.

пречките пред КП и води до изграждане на устойчиво конкурентно предимство за организацията.

Според Кетчен, Айрланд и Сноу (*Ketchen, Ireland & Snow, 2008*) реалността на организационното поведение е изключително комплексна. Затова ръководителите трябва да се справят както с предизвикателствата на стратегията, така и на предприемачеството - в противен случай те не биха могли да осигурят ефективни организационни усилия за създаване на богатство. Ако усилията се насочат само към стратегията или само към предприемачеството, се увеличава вероятността от неефективност или дори за провал на компанията (*Ketchen, Ireland & Snow, 2008*).

Ако в една организация са налице и/или са разпространени предприемачески инициативи, това все още не означава, че организацията има стратегически подход към корпоративното предприемачество. Стратегическият подход към КП предполага ниво на целенасоченост и преднамереност по отношение на предприемаческите инициативи (*Ireland, Covin & Kuratko, 2009*).

4. Десет модела за корпоративно предприемачество

Разгледаните модели за КП илюстрират надграждащото развитие на теоретичните и емпирични изследвания на факторите, които влияят върху КП. Ролята на моделите е да се изяснят причините и следствията от предприемаческото поведение и действия във фирмата и да се идентифицират областите, от които то произтича. Всеки от разгледаните модели дава принос към разбирането на процеса и предпоставките за КП и е стимул за по-нататъшни изследвания (вж. глава I, т.4 от дисертационния труд).

В таблица 2 са представени основните характеристики на разгледаните модели - променливи, научен принос, потенциални слабости.

Таблица 2: Обобщение на десет основни модела за КП

Автор и година	Основни характеристики на модела	Основни променливи	Добавена стойност/принос	Потенциални слабости
Милър и Фрисън (Miller & Friesen,	Разглежда променливи на средата, обработването на информация,	Сканиране Концентрация на власт Кръгзор на планиране	Развити уравнения за предприемаческа дейност в консервативна и	Отделя малко внимание на поведенческите променливи

1982)	структурата и взимането на решения	Ресурси Контрол	иновативна фирма	
Бъргелман (Burgelman, 1983)	Въвежда две форми на поведение във фирмата – автономно стратегическо (неформално) поведение и предизвикано (формално) поведение	Висше ръководство Корпоративна структура	Принос за признаване на културата, стратегията и структурата на фирмата за предпоставки за автономно стратегическо поведение	Малък брой променливи Не се изследва обратната връзка от резултатите на КП Не е емпирично тестван
Зара (Zahra, 1991)	Обобщава факторите, които влияят върху КП: външна среда, фирмена стратегия, организация	Динамичност Враждебност Хетерогенност Стратегия за ръст Стратегия за стабилност Комуникация Наблюдение Интеграция Диференциация Контрол Счетоводна и финансова производителност	Разкрива връзката между факторите за корпоративно предприемачество и крайния резултат от КП – повишената производителност на компанията	Необходима е възможност за изследване на изолираното влияние на всяка от групите фактори. Липсва измерител за растежа на фирмите
Ковин и Слевин (Covin & Slevin, 1991)	Фокусира се върху организационното поведение като взема предвид както контекста, така и индивида	Външни променливи: жизнен цикъл на сектора, усъвършенстваност на технологиите Стратегически променливи: мисия, стратегия, бизнес практики, конкурентна тактика Вътрешни променливи: култура, ресурси Представяне/резултати на фирмата	Взема предвид финансовото представяне/резултати на фирмата	Взема предвид само поведенческата страна на предприемачеството Използваните променливи са доста общи (комплексни, сложни)
Хорнсби, Нафцигър, Куратко и Монтаньо (Hornsby, Naffziger,	Фокус върху организационни и индивидуални характеристики, ускоряващо/катализиращо събитие,	Бизнес приложимост Умение за преодоляване на пречките Решение да се действа предприемачески	Набляга върху многоизмерността на вътрешното предприемачество; разглежда го като взаимодействие	Няма оценка на цялостния предприемачески процес Включва прекалено

Kuratko & Montagno, 1993)	решение да се действа като вътрешен предприемач, планиране на бизнеса/ приложимост, наличие на ресурси, способност за преодоляване на пречките, изпълнение на идеята	Катализиращо събитие		много фактори
Нафцигър, Хорнсби и Куратко (Naffziger, Hornsby & Kuratko, 1994)	Изцяло фокусиран върху предприемаческия процес от гледна точка на мотивацията на предприемача	Индивидуални характеристики на предприемача Индивидуална среда на предприемача Лични цели на предприемача Бизнес среда	Моделът съчетава актуалните тогава концепции за създаване на нови дъщерни дружества с факторите, влияещи върху производителността на малките фирми	Необходимо е емпирично тестване на връзките и формираните хипотези
Лъмпкин и Дес (Lumpkin & Dess, 1996)	Изследва връзката между предприемаческата ориентация и производителността на фирмата	Динамичност Щедрост Комплексност Характеристики на индустрията Автономност Иновативност Поемане на риск Проактивност Размер Структура Стратегия Процес на изготвяне на стратегия Ресурси на компанията Култура Производителност Ръст на продажбите Рентабилност Цялостна производителност Удовлетворение на акционерите	Задълбочава изследванията на връзката между предприемаческата ориентация и производителността на фирмата.	Липсва обратна връзка между производителността и предприемаческата ориентация на фирмата
МакФадзън, О'Лохлин и	Разглежда различните	Организационна подкрепа	Покрива цялостния процес	Използва многобройни

Шоу (McFadzean, O'Laughlin & Shaw, 2005)	елементи на КП, които влияят върху способностите за иновации на организацията	Предприемаческа лупа Входни променливи Предприемачески катализатор Социално взаимодействие Ресурси Стимулиране на промяна Резултати Успех/Провал/Учене Обратна връзка	на корпоративно предприемачество и иновации	променливи от различни величини Не е тестван емпирично Не са разгледани променливите на индивидуално ниво
Айрланд, Куратко и Морис (Ireland, Kuratko & Morris, 2006a)	Описва възможните препятствия при формирането на стратегия за КП Разглежда ключовите фактори за сформиранието на вътрешна корпоративна среда, благоприятстваща КП	Структура Контрол Управление на човешките ресурси Култура	Разкрива стъпките, по които установените фирми могат да въведат КП като ключов елемент от стратегията и управлението на фирмата	Липсва обратна връзка за влиянието и резултатите от предприемаческото действие върху вътрешната среда
Айрланд, Ковин и Куратко (Ireland, Covin & Kuratko, 2009)	Разглежда факторите, елементите и последиците от корпоративната предприемаческа стратегия на различните нива в организацията	Интензивност на конкуренцията Технологична промяна Продуктово-пазарна фрагментация Продуктово-пазарна проява Интензивност на конкуренцията Технологична промяна Продуктово-пазарна фрагментация Продуктово-пазарна проява Предприемаческа вяра Предприемаческо отношение Предприемачески ценности Разпознаване на възможност Продуктово-пазарна фрагментация Продуктово-пазарна проява	Моделът показва, че за пълноценното функциониране на стратегията за КП е нужно процесът да произтича от всички нива на организацията. Моделът обединява дискутираните в теорията елементи на КП. Моделът предполага, че възможна липса на устойчивост е ключова слабост на стратегията за КП	Не е тестван емпирично

IV. Методология на изследването

1. Модел за изследване на корпоративно предприемачество

След внимателно проучване на основни модели на КП⁶, за целите на настоящата работа е избран моделът на КП на Айрланд, Куратко и Морис (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a*). Причините за избора на този модел са следните:

а. Моделът обединява най-съществените и утвърдени в теорията характеристики на явлението корпоративно предприемачество.

б. Съпътстващият този модел *Инструмент за одит на корпоративно предприемачество* е тестван емпирично⁷. *Инструментът* е използван в изследвания в различни страни и култури, превеждан е на различни езици. При всяко негово използване, за което имаме данни, неговата надеждност и валидност се препотвърждават. Това го прави подходящ за целите на настоящата работа.

Чрез модела е възможно:

- 1) да се идентифицират проблемите, с които се сблъскват фирмите при изготвянето на корпоративна предприемаческа стратегия;
- 2) да се посочат детерминантите (причините), влияещи върху корпоративното предприемачество в установените фирми;
- 3) да се опишат компонентите на вътрешната работна среда, чрез които се подкрепя КП.

Айрланд, Куратко и Морис (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a*) обобщават шест основни критерии, които фирмата трябва да вземе предвид при формулиране на *стратегия* за КП:

- 1) **Предприемаческа интензивност (ПИ)**: комбинация от *честота* и *степен* на предприемачество. *Честотата* показва броя на предприемаческите инициативи от страна на фирмата. *Степента* показва степента на иновативност, риск и проактивност на всяка предприемаческа инициатива. От комбинацията на тези

⁶ Вж. разгледаните десет модела на КП в глава I, т. 4 от дисертационния труд.

⁷ Надеждността и валидността на инструмента са доказани в множество изследвания според авторите му (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a, b*).

две характеристики организацията може да постигне различна степен на ПИ, както следва:

- висока честота и ниска степен на ПИ;
- висока степен и ниска честота на ПИ;
- друга комбинация.

2) **Посока на развитие** на предприемаческите усилия при следните алтернативни възможности:

- а. нови бизнеси чрез нови дъщерни дружества;
- б. трансформация на съществуващата организация с цел разработване на нови продукти и/или навлизане на нови пазари.

3) **Иновационно позициониране:**

- а. области в икономическия сектор, в които фирмата се стреми да бъде *иновационен лидер*;
- б. области в икономическия сектор, в които фирмата се стреми да бъде *иновационен последовател*.

4) **Иновативност по сфери на дейност във фирмата:** в този критерий се разглежда в кои сфери / функции / отдели от установената фирма мениджърите търсят високи нива на предприемаческо поведение и в кои ниски⁸.

5) **Видове иновация:** в този критерий се определя относителната значимост на продуктовата (представяне на нови продукти) спрямо процесната иновация (разработването на по-ефикасни и ефективни процеси за производството на стоки и доставянето на услугите на фирмата).

6) **Предприемаческа инициатива:** в рамките на този критерий се установява:

- а. в каква степен различните мениджърски равнища са източник и проводник на иновации (висш, среден, оперативен мениджмънт);
- б. дали ясно са комуникирани очакванията на фирмата спрямо всички мениджъри по отношение на стимулирането на предприемаческото поведение.

⁸ Примерно: в отдел *Счетоводство и контрол* би било логично да не се търси висока степен на иновативност, докато в отделите *Маркетинг, Продажби и Развой на нови продукти* би следвало да се търсят високи нива на иновативност.

Айрланд, Куратко и Морис (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a*) подчертават, че за да се създаде ефективна стратегия за КП, организацията трябва да се позиционира спрямо посочените критерии.

Факторите, които влияят върху предприемаческо поведение на фирмата, могат да произлизат в различна степен от вътрешната или от външната среда. Някои от най-големите стимули за предприемаческо поведение са свързани с външната среда: намаляващи възможности, резки промени в технологиите, недостиг на работна сила, агресивни действия от страна на конкурентите, промяна в структурата на индустрията и пазара; заплахи, произтичащи от законовата рамка. Влиянието на външните фактори се опосредства от вътрешната среда, разгледана в категориите на вътрешните фактори⁹. Факторите на вътрешната среда не само стимулират предприемаческо поведение, но и определят начина и степента на влияние на външната среда върху поведението на фирмата. Именно поради тази причина в предложения модел се разглеждат само вътрешно-организационните фактори, които насърчават предприемаческото поведение (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a*) и могат да бъдат повлияни от конкретни мерки в стратегията на фирмата за КП.

Създадената стратегия за устойчиво корпоративно предприемачество е с най-голям потенциал в благоприятна за КП вътрешна среда. Благоприятни за КП фактори на вътрешната среда са *определен тип* структура, контрол, системи за управление на човешките ресурси, култура (вж. фигура 2):

а) Структура с малък брой йерархични равнища; децентрализация на властта и отговорностите; засилва се вероятността за ефективна и честа комуникация между служителите; улеснява се споделянето на знания и идеи, което - в крайна сметка - води до иновации, поемане на риск и проактивно поведение;

б) Контролът е гъвкав – служителите имат възможност да поемат инициатива; баланс между насърчаване на индивидуалните действия чрез гъвкав контрол и

⁹ Примерно: резки промени в технологиите (като фактор на външната среда) може да влияе по различен начин върху фирми от един и същи сектор, в зависимост от факторите на вътрешната среда на всяка фирма.

осигуряване на координация, постоянство и отчетност¹⁰ в звената и функциите, където това е необходимо чрез твърд контрол;

в) *Системите за управление на човешките ресурси*, свързани с подбор, обучение, развитие и възнаграждаване на персонала окуражават предприемаческото поведение и процеси;

г) *Културата* на организацията осигурява социалната енергия и мотивацията на служителите за творческа дейност и пълноценно използване на потенциала (*Ireland, Kuratko & Morris, 2006a*).

2 Инструмент на изследването

Инструментът, създаден от Айрланд, Куратко и Морис през 2006 като *“Инструмент за одит на корпоративно предприемачество”*, е резултат на многогодишни изследвания на авторите в областта на КП. Инструментът се състои от два въпросника: 1) инструмент за измерване на предприемаческата интензивност (ПИ); 2) инструмент за измерване на климата за КП.

Одитът на КП въз основа на този инструмент се осъществява в три стъпки:

(1) Първа стъпка: измерване на предприемаческата интензивност (ПИ) на фирмата:

ПИ е свързана със степента и честотата на предприемачески дейности във фирмата. За да се установи стойността на ПИ, са необходими измерители на иновативността, склонността към поемане на риск и проактивността (като елементи на предприемаческото поведение). Инструментът за измерване на ПИ се състои от 21 променливи (индикатори) и може да се използва както за измерване на ПИ в различни отдели и функции на организацията, така и за различни стопански сектори. При интерпретацията на резултатите е важно да се знае, че средните стойности на ПИ се различават за различните сектори.¹¹

(2) Втора стъпка: диагностика на вътрешната среда чрез инструмент за измерване на климата за КП

¹⁰ Пример за областите на твърд контрол са отдели, длъжности и процеси като: счетоводство – контрол на парични потоци и законова отчетност; логистика – контрол на процеси за транспорт и доставка на продуктите на фирмата; снабдяване – контрол на процеси за прозрачност при избор на доставчици, навременно и качествено обезпечаване с материали и т.н.

¹¹ Например в ИКТ сектора средните равнища на ПИ са по-високи от тези при бързооборотните стоки.

Завършването на първата стъпка от одита на КП позволява на фирмата да разбере предприемаческата си интензивност в даден времеви период. Целта на втората стъпка е да се установят вътрешно-организационните причини за установеното равнище на ПИ. Инструментът за измерване на климата за КП се използва за определяне, оценяване и управление на вътрешната среда на организацията, така че тя да подкрепя предприемаческото поведение и да се създаде адекватна стратегия за КП. Мениджърите могат да идентифицират части от фирмената структура, системите за контрол, управлението на човешките ресурси и аспекти на фирмената култура, които подкрепят или пречат на предприемаческото поведение във фирмата. Наличието на предприемаческо поведение е основата за успешно прилагане на стратегия за КП.

Инструментът се състои от 78 променливи (индикатори) със скали за отговор от ликертов тип. Инструментът има шест раздела, като първите пет измерват петте фактора, които Айрланд и др. са доказали, че са предпоставки за КП:

1. Подкрепа от мениджмънта за КП¹²;
2. Самостоятелност в работата¹³;
3. Възнаграждение и стимули¹⁴;
4. Наличност на време¹⁵;
5. Организационни рамки¹⁶;
6. Организационен климат – този раздел се състои от специфични променливи на организационния климат и контролни въпроси¹⁷.

Всяка променлива от инструмента получава стойност от 1 (ниска) до 5 (висока). Стойностите за петте фактора се изчисляват въз основа на средните стойности на съставлящите ги променливи; всяка променлива за организационния климат се разглежда и интерпретира *поотделно*.

Според Айрланд и др., качествата на инструмента са проверени в множество изследвания; той е приложим за идентифициране на сфери и възможности за подобрене, за да се постигнат целите на конкретна стратегия за КП. Като правило по-ниските стойности на измерваните фактори и/или самостоятелни индикатори предполагат нужда от обучение и целенасочени дейности, с които да се увеличи готовността на организацията за корпоративно предприемачество и да се подобрят

¹² Състои се от 19 променливи.

¹³ Състои се от 10 променливи.

¹⁴ Състои се от 6 променливи.

¹⁵ Състои се от 6 променливи.

¹⁶ Състои се от 7 променливи.

¹⁷ Променливите в раздела за организационния климат са 30, като сред тях има и контролни променливи.

предпоставките за успешно прилагане на корпоративната предприемаческа стратегия (*Ireland u др., 2006a*).

(3) Трета стъпка: създаване на споделено разбиране („общ език“) сред служителите за процесите, които водят до успешно прилагане на стратегия за КП.

След като се установи нивото на ПИ и степента, до която вътрешната среда подкрепя КП, одитът на КП продължава с определянето на степента, до която стратегията за КП и предприемаческото поведение са разбрани и приети от всички участващи страни. Това разбиране и приемане не бива да се оставят на случайността; организациите трябва да разработят програма, която да помогне за постигането на тази цел. Мениджмънтът на организацията трябва да помогне на служителите да формират предприемаческо поведение. Примерни елементи на подобна програма за развитие на КП сред служителите са:

- Въведение в предприемачеството;
- Предприемачески практики;
- Творческо мислене;
- Процес за развиване на идеи;
- Бариери, предпоставки и фактори за предприемачески нагласи;
- Планиране на рискови начинания – поставяне на цели, изграждане на екипи, и т.н.

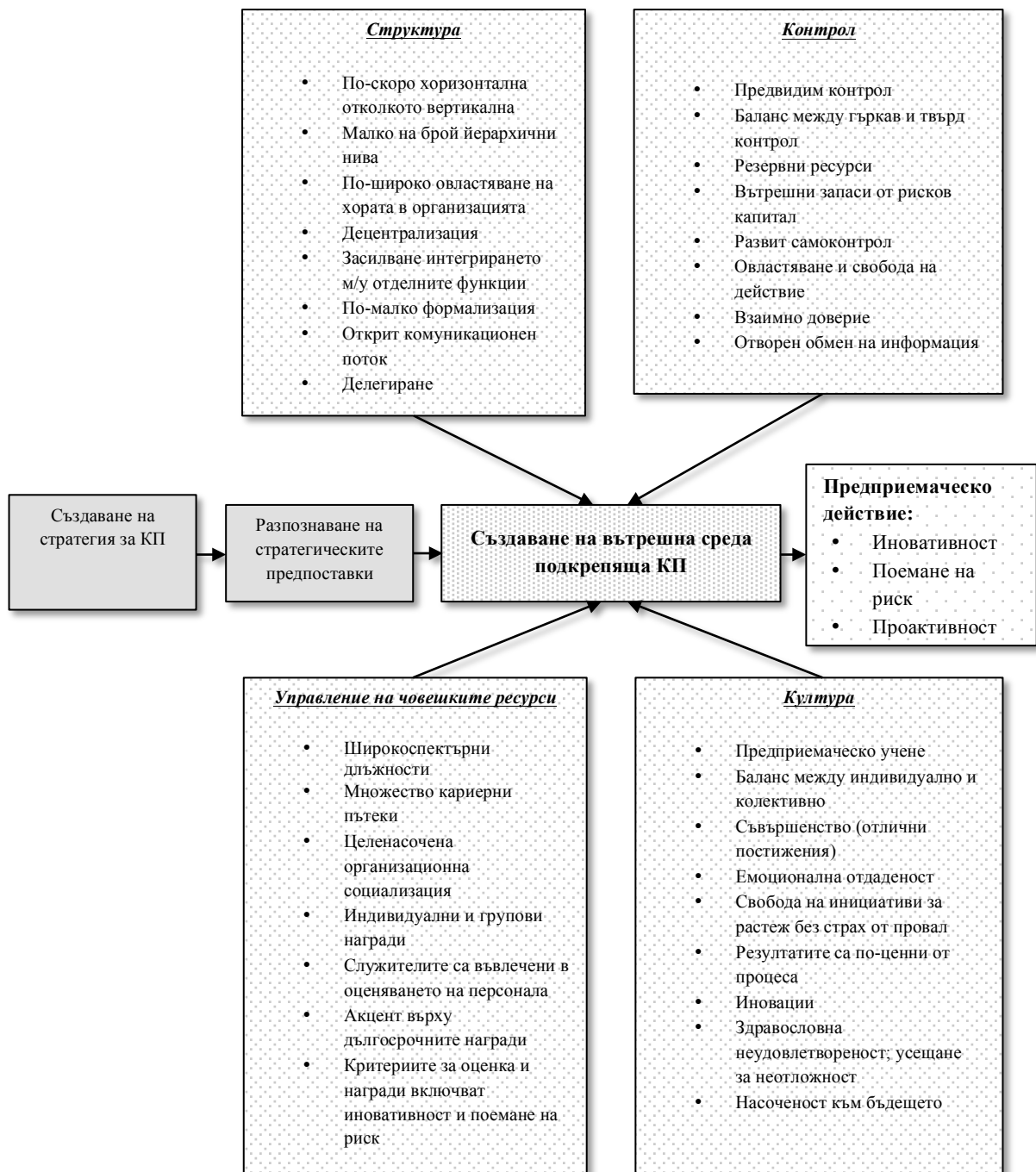
В горните три стъпки се извършва одит на КП, който позволява на организацията да оцени до каква степен служителите са подготвени да се ангажират с предприемаческо поведение чрез предприемането на иновативни, рискови и проактивни дейности.

След представянето на модела на КП на Айрланд и др. и прилежащия към него инструмент за одит на КП (*Ireland u др., 2006a, 2006b*) са изведени връзките между тях – вж. фигура 3:

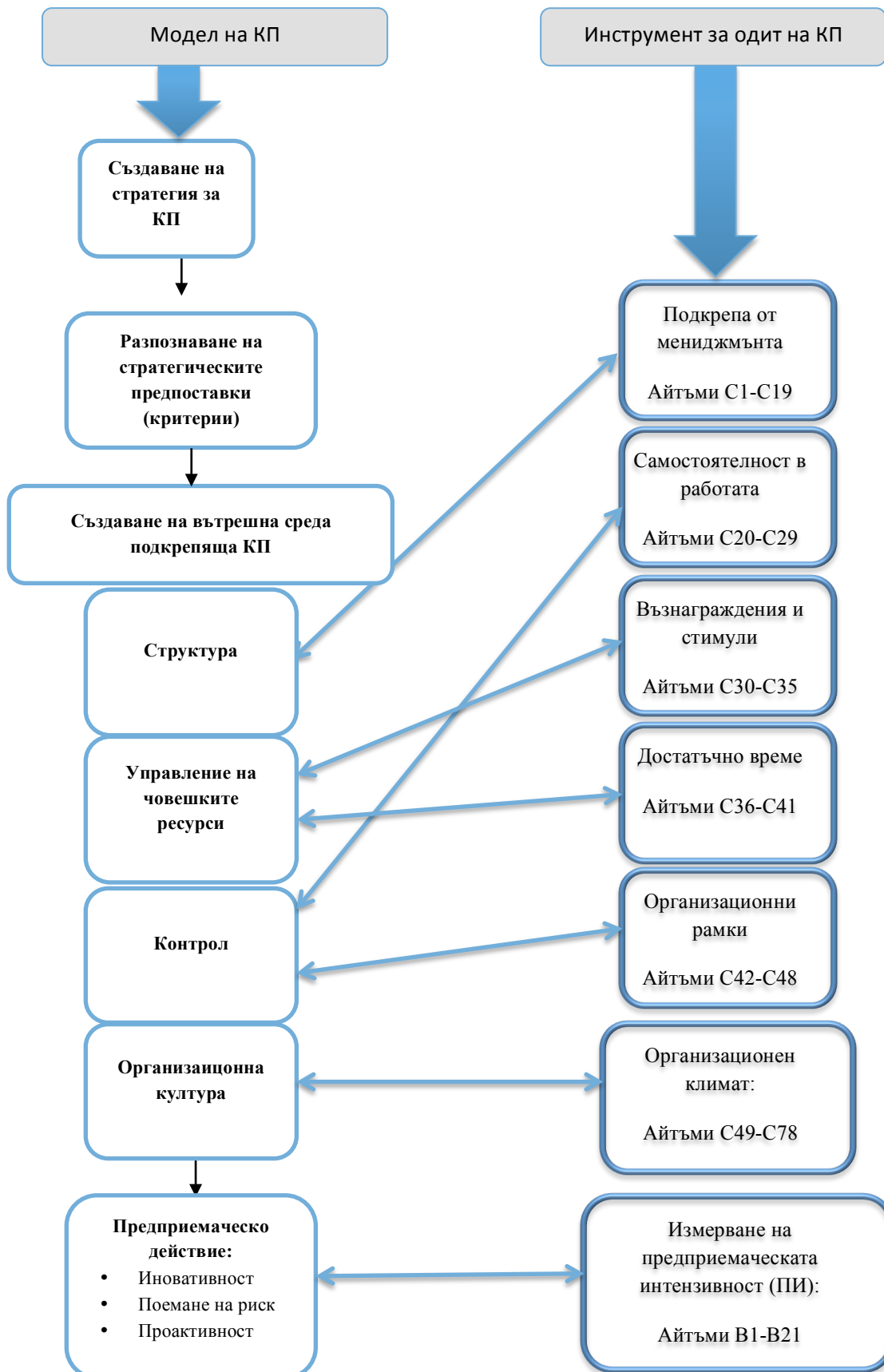
- 1) В модела се предполага, че предприемаческото действие във фирмата (изразяващо се в иновации, поемане на риск и проактивно поведение) се стимулира от условията на вътрешната среда в организацията и степента, до която тази среда подкрепя КП. Резултатът в модела – предприемаческо действие, съответства на измерването на ПИ от инструмента (част В от въпросника - „айтъми“ В1-В21).
- 2) В модела факторите на вътрешната среда на организацията, които могат да влияят благоприятно върху КП, са: структура, управление на човешките

ресурси, контрол и организационна култура. Това намира израз в инструмента на изследване в шест обособени фактора: подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули, достатъчно време, организационни рамки и организационен климат (част С от въпросника: айтъми С1-С78).

Фигура 2: Рамка на устойчиво КП (Ireland, Kuratko & Morris, 2006)



Фигура 3: Връзки между модела и инструмента за изследване



3. Софтуерната индустрия като обект на изследването

Обект на настоящото изследване са служителите на установени български софтуерни фирми.

Софтуерната индустрия включва бизнес дейности по разработване, поддръжка и разпространение на различен софтуер, основан върху различен бизнес модел (основно "license/maintenance based" или "cloud based" - като например Saas, PaaS, IaaS, MaaS, AaaS и др.). Индустрията включва също услуги като обучение, документиране и консултиране.¹⁸

Основни характеристики

Към 2012 г. (според Българската асоциация на софтуерните компании)¹⁹ софтуерната индустрия:

- е една от сферите в националната икономика с най-висока добавена стойност;
- осигурява за младите хора стойностно професионално и личностно развитие;
- дава възможност за реализация, съизмерима със световните постижения;
- осигурява качествен живот на семействата на заетите, без да напускат България;
- осигурява най-високите средни възнаграждения (над 2300 лв./месец);
- е експортно ориентирана (над 50%) и конкурентноспособна в световен мащаб;
- коректно плаща данъци и осигуровки;
- расте устойчиво с 10% годишно - в пъти по-бързо от средния растеж на БВП.

Основните проблеми на софтуерната индустрия са свързани с липсата на квалифицирани специалисти.

4. Вид на изследването и извадката

В настоящето изследване се използва емпирично набрана информация, обработена чрез статистически методи.

¹⁸ http://bg.wikipedia.org/wiki/Софтуерна_индустрия_в_България

¹⁹ Пак там.

*От гледна точка на изследваната съвкупност, то е **еднократно извадково изследване**.²⁰ Извадката е формирана чрез **двустепенен подбор**: **неслучаен целеви подбор на първата степен и случаен подбор на втората степен**.*

- 1) Първоначално чрез неслучаен целеви подбор са избрани фирми, които са „интересни“ за изследвателя по определени признаци / критерии, за да се отговори най-добре на поставените цели и задачи на изследването; конкретно - установени български софтуерни фирми.*
- 2) На втората степен е реализиран прост случаен подбор: въпросникът е изпратен на служителите на избраните фирми като е прието, че за всички служители има еднаква вероятност да участват във формирането на извадката.²¹*

4.1. Критерии за извадка на изследването

За да се отговори на целите на изследването, са формирани критерии за първоначална селекция на фирмите, които са описани и аргументирани по-долу:

- фирмите са български – т.е. собствеността е на български граждани (това изключва клонове, офиси, представителства и т.н. на чужди ИКТ и софтуерни фирми);
- фирмите са регистрирани преди 2010 г.;
- служителите, които участват в изследването, са от всички нива в йерархията и от всички отдели на фирмите.

Мотивите за формирането на критериите за целева извадка са следните:

1) Причина за фокусирането само върху софтуерната индустрия като част от ИКТ сектора е, че КП е многостранно явление, което включва предприемаческо поведение на индивидуално, групово и общоорганизационно ниво. В ИКТ сектора най-много иновации произлизат от софтуерната индустрия.

²⁰ Представява картината/ситуацията валидна в момента от време, когато е проведено. (Cooper & Schindler, 2008: 149)

²¹ Това постулиране, разбира се, е условно, тъй като реалното включване или невключване в извадката зависи от множество други фактори.

2) Българската собственост на фирмите е критерий, който стеснява оценката на нивото на корпоративно предприемачество и предприемаческа интензивност до *местните практики и култура*²².

3) Измерването на предприемаческата интензивност²³ (ПИ) и факторите на климата за КП предполагат наличието на *установена структура и мениджмънт* в изследваните фирми. Затова целенасочено са подбрани *установени фирми* във фаза (близка до) зрялост (според жизнения цикъл на предприятието). Това е постигнато чрез подбор на фирми със собствена история (регистрирани преди 2010 г.).

4) По принцип предприемаческо поведение може да се открие на всяко ниво в йерархията и във всяка функция/отдел на фирмата. Тъй като изследването е насочено към диагностициране на фактори от вътрешната среда във фирмата, стремежът е да се обхванат служители от всички нива и отдели.²⁴

На практика генералната съвкупност на фирмите е формирана така: избрани са фирмите, които отговарят на условията, измежду членовете на Българската софтуерна асоциация, Българската уеб асоциация, класации на Computerworld.com на топ 100 софтуерни компании, фирми-разработчици на софтуер за телеком операторите (МТЕЛ, ВИВАКОМ, ГЛОБУЛ) и фирми-разработчици на софтуер за банковия сектор.

Идентифицираните 75 фирми са общо с 1571 служители. На всички е изпратен въпросникът на изследването. Получени са обратно 317 попълнени въпросници (317 респонденти от 34 фирми) – това са 20% от служителите, представители на 45% от първоначално подбраните фирми.

Според дизайна на извадката, изследването е представително за установени български софтуерни фирми.

²² Това кореспондира с целите на проучването.

²³ Вж. т.2 за описание на ПИ.

²⁴ Предпоставка на реализирания подход е допускането, че служителите на изследваните фирми (включително поради характеристиките на индустрията, в която работят) имат ясно съзнание за процеса на иновации (нови процеси и подобрения на продукти и услуги) и не е необходимо да бъдат образовани специално за нуждите изследването.

5. Процедура по подготовка на инструмента и набиране на първичната емпирична информация и данните

За събирането на първичните данни в рамките на настоящето изследване е използван *електронен вариант на въпросника* за попълване от респондентите.

Въпросникът се състои от три части както следва²⁵:

- A. демографска част – променливи A1-A14 (за пилотното изследване променливите са само 9 (вж Приложение 1Б с обозначени добавените променливи)
- B. променливи B1-B21: инструмент за измерване на ПИ (в съответствие с първата стъпка от одита на КП, разгледана в т. 2)
- C. променливи C1-C78 – инструмент за измерване на климата за КП (втора стъпка от одита на КП, разгледана в т. 2).

Въпросникът беше изготвен в електронен онлайн формат на Google docs. Линк към въпросника беше изпратен на служебните електронни адреси на управители и ръководители на отдели на избраните фирми, които го препращат на своите служители. На служителите на всяка фирма за попълване на въпросника беше предоставен срок от 5 работни дни. След изтичането на този период достъпът до линка с онлайн въпросника беше прекратен. За следене на броя служители от всяка фирма, които са попълнили въпросника, са използвани няколко различни линка към копия на онлайн въпросника; различните времеви периоди на попълване служат за идентифициране на броя служители от отделните фирми.

Получените резултати са групирани и интерпретирани с помощта на MS Excel и статистическия софтуер SPSS версия 21 за Mac.

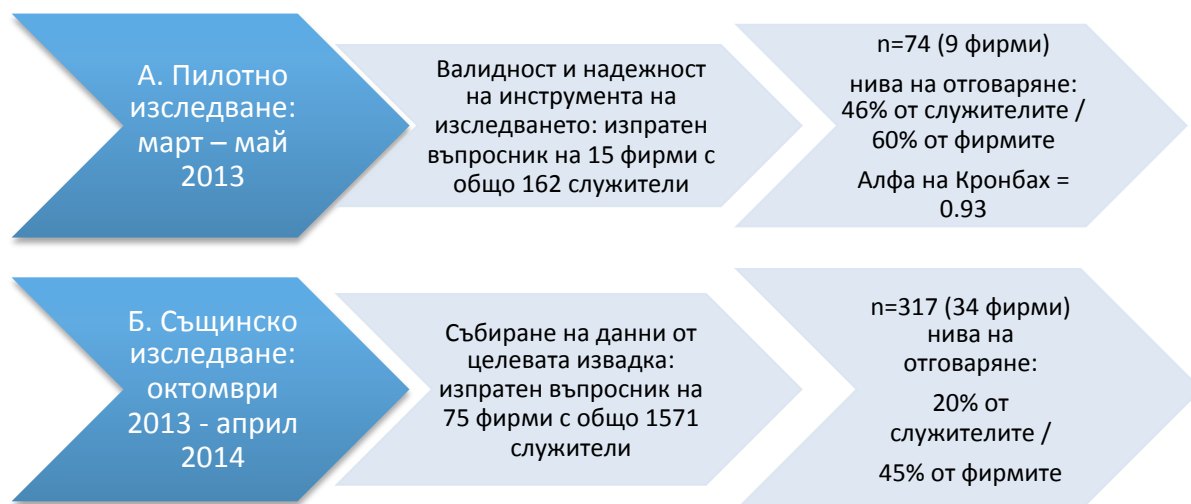
Отговорите на въпросите от анкетата за част B и C са в пет-степенна Ликертова скала – от 1 (изобщо не съм съгласен/а) до 5 (напълно съм съгласен/а) или от 1 (значително по-малко) до 5 (значително повече) – вж. Приложение 1В, 1Г. Въпросите, които изискват попълването на конкретен брой продукти / услуги / процеси са прекодирани в скала от ликертов тип.

Събирането на данните за изследването е проведено на два етапа в следните времеви периоди (вж. фигура 4):

²⁵ Където *An*, *Bn*, *Cn* е номера на съответния въпрос (айтъм) от приложения въпросник.

А. Пилотно изследване за тестване на въпросника - данните са събрани през периода м. март – май 2013 г.

Б. Същинско изследване – данните са събрани през периода м. октомври 2013 г. – м. април 2014 г.



Фигура 4: Параметри на проведеното изследване

6. Пилотно изследване

Пилотното изследване цели да провери валидността и надеждността на инструмента на изследването. Към момента на настоящето изследване ни е известно, че инструментът се е доказал като надежден и валиден измерител при многократни изследвания в САЩ, Канада, Словения и Румъния (*Antoncic & Hisrich, 2001; Hornsby, Kuratko, & Montagno, 1999; Antoncic & Scarlat, 2005*).

За пилотното проучване въпросникът е изпратен на 162 служители от 15 фирми. Получени са валидни попълнени въпросници от 74 респонденти от 9 фирми или 46% ниво на отговаряне на респондентите и 60% от фирмите.

За получаване на обратна връзка са проведени разговори с мениджъри от деветте фирми, изследвани в рамките на пилотното проучване; получени са следните основни отговори и коментари:

- Попълването на въпросника отнема средно 20-25 минути.

- Въпросите са ясни, но не става ясна целта на изследването като цяло, т.е. мениджърите са имали затруднение да обяснят целта на изследването на своите служители; обръщението в началото на въпросника е много формално и дълго и не задържа вниманието, т.е. не се чете внимателно. Препоръчват да се оптимизира уводната част към въпросника като се използва “по-приятелски тон” – това би улеснило разбирането на целта на изследването от респондентите.
- Визуалното представяне е добро; онлайн попълването на въпросника е лесно.
- Тематичното покритие е добро; броят на въпросите е значителен. Поставените въпроси са провокирали вътрешна дискусия във фирмите.
- Други коментари: с мениджърите е обсъдена и демографската част от въпросника като за същинската част на изследването са добавени допълнителни демографски въпроси (вж Приложение 1Б); основно притеснение във връзка с демографските въпроси (изразено от служители и мениджъри) е запазването на анонимността на респондентите.

6.1 Валидност на използвания инструмент на изследването

Въпросникът на изследването е адаптиран на български като са приложени следните стъпки (вж. Приложение 1А):

1. Английският оригинал на въпросника (*вариант 1*) е преведен на български²⁶ като в превода е отразен смислово използваният стил, идиоми и терминология в американския английски на оригинала - резултатът е *вариант 2*.
2. Върху *вариант 2* на въпросника е приложен обратен превод²⁷, за да се провери дали отговаря смислово на оригинала – резултатът е *вариант 3*.
3. При сравнение на *вариант 1* и *вариант 3* получаваме висока степен на идентичност. Наблюдават се минимални разлики, които се дължат на индивидуалния езиков стил и изказ на преводача (трудно е да се предаде спецификата на бизнес английския и на американския английски на оригинала), но не и в смисъла. Направено е заключение, че *вариант 2* може да се използва за изследването като аналог на оригинала на български.

²⁶ Преводът е направен от Рая Каназирева.

²⁷ Преводът е направен от Калина Костадинова.

4. Обратната връзка, получена от мениджърите на фирмите след участието им в пилотното проучване, дава допълнително основание приложеният инструмент да се смята за валиден сред български софтуерни фирми.

6.2 Надеждност на инструмента на изследването

За да се установи надеждността на въпросника, е използван коефициентът Алфа на Кронбах (*Alpha (α) на Cronbach*). Като праг за надеждност се приемат стойности на коефициента над 0.7, а някои изследователи приемат за такъв праг стойности над 0.6²⁸. Чрез SPSS (версия 21) е проведен тест за надеждност (*reliability* анализ).

При изчислението е получена стойност на α коефициента 0.93 за целия въпросник с всички айтъми с Ликерт скала, като са проверени стойностите и за съставните части на въпросника, представени в таблица 3 по-долу:

Таблица 3: Надеждност на инструмента на изследването – Алфа на Кронбах (α)

Айтъми	Алфа на Кронбах (Cronbach α): Пилотно изследване, n=74	Алфа на Кронбах (Cronbach α): Изследване, n=317
1. Общо за всички айтъми с Ликерт скала: В1-В21; С1-С78	0.91	0.92
2. Айтъми за ПИ: В1-В21	0.75	0.81
3. Айтъми: инструмент за климат за КП (СЕСІ): С1-С78	0.92	0.90
3.1 Подкрепа от мениджмънта: С1-С19	0.94	0.88
3.2 Самостоятелност в работата: С20-С29	0.81	0.77
3.3 Възнаграждения и стимули: С30-С35	0.73	0.74
3.4 Наличност на достатъчно време: С36-С41	0.4 отпада като фактор, айтъмите се разглеждат самостоятелно	0.31 отпада като фактор, айтъмите се разглеждат самостоятелно
3.5 Организационни рамки: С42-С48	0.66 след отстраняване на променливи С43 и С47 отпада като фактор, айтъмите се разглеждат самостоятелно	0.52 след отстраняване на променливи С42 и С43 отпада като фактор, айтъмите се разглеждат самостоятелно

²⁸ Коефициентът Alpha на Cronbach е разработен от Lee Cronbach през 1951г. с цел да предостави мярка за вътрешната надеждност на тест или скала, която се изразява като число между 0 и 1. Надеждността описва степента, в която всички елементи във въпросника измерват една и съща концепция и по този начин е свързана с връзката между отделните единици на въпросника („айтъми“) (*Cortina, 1993; Tavakol & Dennick, 2011a,b*). Надеждността следва да се определи преди въпросникът да се използва за широки изследователски цели. В допълнение, оценката за надеждност показва размера на грешката в теста (*Tavakol & Dennick, 2011b*). Казано по-просто, това тълкуване на надеждността е корелацията на теста със себе си.

Според получените резултати (оценка по критерия Алфа на Кронбах) на пилотното изследване е направено следното заключение: като цяло въпросникът е надежден и може да се използва за основното изследване.

Въз основа на същия критерий, приложен за оценка на факторите на климата за КП (всеки фактор включва група променливи) се установи, че безпроблемно могат да се използват следните фактори: подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули. Факторите достатъчно време и организационни рамки не могат да се разглеждат като надежден измерител на равнище фактор, но всяка променлива (в състава на тези фактори) може да се разглежда самостоятелно. Поради това при формирането на хипотези за факторни зависимости се разглеждат само факторите подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули.

При повторна проверка на стойностите на Алфа на Кронбах с данните от същинското изследване се получи потвърждение на първоначалните решения за надеждността на въпросника и отделните фактори (вж. [таблица 3](#)).

Резултатите от проверката за надеждност дават допълнително основание да се предположи, че за условията на български софтуерни фирми факторите достатъчно време и организационни рамки като съвкупност от съставните им променливи, не са компактен и хомогенен измерител.

7. Изчисляване на параметрите и интерпретация на резултатите²⁹

7.1 Изчисляване на ПИ

В използваната методология предприемаческата интензивност (ПИ) (B1-B21) се изчислява според следната методика: първите 12 променливи измерват *степенята* на предприемачество, а останалите 9 – *честотата* на предприемачество. Те присъстват във формирането на ПИ чрез съответните тежести (коефициенти) от 0.7 и 0.3, както следва:

$$\text{ПИ} = 0.7((B1 + B2 \dots + B12)/12) + 0.3((B13 + \dots B15 + B17 + \dots B21)/9)$$

²⁹ Според други изследвания използвали същия инструмент (Hornsby, Kuratko, & Zahra, 2002; Ireland, Kuratko, & Morris, 2006b; Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003; Kuratko, Hornsby & Montagno, 1990; Antoncic, B. & Hisrich, R.D. 2001).

Където:

- V_n е стойността на съответната променлива;
- от $B1$ до $B12$ са стойностите на променливите, които измерват *степенята* на предприемачество в компанията; коефициент на тежест = 0.7;
- от $B13$ до $B21$ са стойностите на променливите, които измерват *честотата* на предприемачество в компанията; коефициент на тежест = 0.3.

7.2 Изчисляване на стойността на факторите на климата за КП

1. Подкрепа от мениджмънта – средната стойност от айтъми C1-C19;
2. Самостоятелност в работата – средната стойност от айтъми C20-C29;
3. Възнаграждения и стимули – средната стойност от айтъми C30-C35.

$$\text{Средна стойност} = (X_1 + X_2 + \dots + X_n)/n,$$

където: X е съответния айтъм, а n е броят на айтъмите за съответния фактор.

- Наличност на достатъчно време – не се разглежда като фактор; всяка променлива се интерпретира самостоятелно (C36-C41).
- Организационни рамки – не се разглежда като фактор; всяка променлива се интерпретира самостоятелно (C42-C48).
- Организационен климат – айтъми C49-C78: всяка променлива (айтъм) се интерпретира самостоятелно, тъй като тази част съдържа променливи от всички от останалите фактори и контролни въпроси.

7.3 Интерпретация на резултатите

Индикаторите от въпросника (ПИ, фактори на климата за КП, самостоятелни променливи) се интерпретират въз основа на техните средни стойности (по отношение на конкретно ниво на разглеждане - извадка, фирма, отдел и т.н. Всеки конкретен резултат (на отделна променлива или на конструирана променлива с ликерт скала) се оценява по следния начин:

- *Резултат от 1 до 2.33 – ниски стойности;*
- *Резултат > 2.33 до 3.66 – средни стойности;*
- *Резултат > 3.66 до 5 – високи стойности.*

Скалата се интерпретира по аналогичен начин в подобни изследвания с използвания инструмент (*Hornsby, Kuratko & Montagno, 1999; Hornsby, Kuratko & Zahra, 2002; Antoncic & Hisrich, 2001; Antoncic & Scarlat, 2005*). Поради това (и за сравнимост) използваме тази структура на интервалите за интерпретация на стойностите.

8. Хипотези на изследването

По-долу са представени основните хипотези, които се проверяват чрез изследването.

Обосноваване на хипотеза 1:

Целта на изследването е да се установи нивото на ПИ и нивото на факторите на климата за КП сред установени български софтуерни фирми. В съответствие с изявените специфики и характеристики на българската софтуерна индустрия (разгледани подробно в глава II, т. 3 от дисертацията, а именно: наличие на висок ръст и постоянни иновации, разработване на нови продукти и висока динамика), има основание да се предположи, че нивото на ПИ и нивото на факторите на климата за КП сред тези фирми е високо. Тези аргументи дават основание да се формулира следната хипотеза:

Хипотеза 1: Средните нивата на ПИ и на факторите на вътрешно-организационния климат за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули), са високи.

Обосноваване на хипотеза 2:

Причинно-следствените връзки в модела на КП, както и между модела и инструмента на изследване (вж. фигура 3), предполагат зависимост между предприемаческото действие (съответно предприемаческа интензивност в инструмента на изследване) и факторите на вътрешната среда, които подкрепят КП.³⁰ Има основания да се приеме, че нивото на предприемаческото действие (ПИ) е резултат от факторите на климата за КП на вътрешната среда.³¹ Тази проверка кореспондира и със заявените цели на дисертационното изследване. Така стигаме до следващата хипотеза:

³⁰ Връзките между модела и инструмента на изследването са представени по-рано във фиг. 2.2.

³¹ Авторите на модела и инструмента на изследването Айрланд и др. (*Ireland u др., 2006a, b*) са изследвали тези връзки в множество емпирични изследвания.

Хипотеза 2: ПИ зависи от факторите на вътрешно-организационния климат за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули).

Обосноваване на хипотези 3 и 4:

По време на многогодишните изследвания, проведени с използвания тук инструмент, авторите на инструмента (Айрланд и колектив) установяват зависимост между предприемаческата интензивност и факторите на климата за КП - от една страна - и някои променливи, свързани със заеманата позиция (като направление в работата), ниво в йерархията, стаж във фирмата, заемана длъжност / позиция. Резултатите показват по-високи нива на ПИ и на факторите на климата за КП при: средните мениджъри; отдели/направления с по-широко формулирани длъжности; служители с над 2 години стаж на конкретната позиция (*Kuratko, Ireland, Covin & Hornsby, 2005*). Това ни дава основание да проверим наличието на такава зависимост в конкретния български контекст (Хипотези 3, 4).

Хипотеза 3: ПИ зависи от следните характеристики на изследваните лица: направление на дейността; трудов опит (брой години) на текущата позиция; ниво в йерархията на организацията.

Хипотеза 4: Налице е зависимост между вътрешно-организационните фактори на КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули) и следните характеристики на изследваните лица: направление на дейността; трудов опит (брой години) на текущата позиция; ниво в йерархията на организацията.

9. Анализ на данните

Анализът на данните се осъществява чрез: честотни и процентни разпределения, моди, дисперсии и средни стойности. Описателният анализ на данните от изследването е представен в глава III на дисертационния текст.

За проверка на *хипотеза 1* се прилага т-разпределението на Стюдънт. Този метод се използва за проверка на хипотези относно популационната средна, когато

популационната дисперсия е неизвестна и нормалното разпределение не е подходящо като модел за описание на извадковата средна.³²

Проверката на *хипотези 2, 3 и 4* на изследването се провежда с корелационен анализ, който показва дали има статистически значима линейна зависимост между две променливи, както и посоката на връзката между тях. За допълнително изясняване на зависимостите между ПИ и факторите на климата за КП в *хипотеза 2* е приложен регресионен анализ. От резултатите се извежда линеен регресионен модел на връзката между ПИ и факторите за КП, който е актуален за спецификите на настоящето изследване.

Определянето на методологията за пресмятане на корелационния коефициент става в зависимост от вида на скалата, по която са отчетени значенията на изследваните променливи (както е показано в [таблица 2.5](#)). Коефициентът на Спирман се използва за проверка на корелация при рангови променливи, каквито са променливите от части В и С на въпросника, както и някои променливи от част А на въпросника на изследването.

Корелационният анализ започва с проверка на нулевата хипотеза. Едва след отхвърляне на нулевата хипотеза (популационният корелационен коефициент е нула), можем да пристъпим към тълкуване на *стойността* на корелационния коефициент (r) за наличието на линейна връзка между променливите. За интерпретиране на корелацията са приети следните стойности:

Таблица 4: Емпирични правила за интерпретация на корелационния коефициент

Изчислена стойност на r		Интерпретация на корелацията
0.00 до 0.30	(-0.30 до 0.00)	Много ниска положителна (отрицателна)
0.31 до 0.50	(-0.50 до -0.31)	Ниска положителна (отрицателна)
0.51 до 0.70	(-0.70 до -0.51)	Умерена положителна (отрицателна)
0.71 до 0.90	(-0.90 до -0.71)	Висока положителна (отрицателна)
0.91 до 1.00	(-1.00 до -0.91)	Много висока положителна (отрицателна)

Източник: Калинов (2010:95)

³² Калинов (2010: 159-161)

V. Проверка на хипотезите. Анализ на резултатите

В резултат на изследването на научните публикации в областта на КП беше установено, че преди да се въведе стратегия за КП в дадена организация, е необходимо да се установят текущите предприемачески нива. Избраният инструмент предлага три стъпки за одит на КП на организацията: 1. Установяване на текущите нива на ПИ (част В на въпросника); 2. Установяване на климата за КП (част С на въпросника); 3. Създаване на споделено разбиране („общ език“) сред служителите за процесите, които водят до успешно прилагане на стратегия за КП. Тази стъпка включва обучение на служителите според направената диагностика и идентифицираните нужди в първите две стъпки. Тук се представят / анализират резултатите от първите две стъпки на одита на КП. За третата стъпка от одита за КП се идентифицират конкретни мерки - те се представят като изводи и препоръки към изследваните фирми.

1. Социално-демографския профил на респондентите

Пол, възраст, семейно положение: Получени са попълнени въпросници от 317 респонденти от 34 фирми: 65% от респондентите са мъже; 35% жени. Средната възраст на респондентите е 31 години (всички респонденти са на възраст от 22 до 46 години).³³

Образование и владеене на чужди езици: 49% от анкетираните лица притежават степента бакалавър; 46% - магистър; 5% са със средно образование. 87% от анкетираните владеят английски език на много добро и добро равнище. Това може да се обясни с характера на тяхната работата – за програмистите е необходимо ползването на английски в *някаква степен* за да използват инструментите за програмиране; за мениджърите, проектните мениджъри и работещите в направление *маркетинг и продажби* английският е основен език за комуникация с клиенти и осигуряване на пазари извън страната.³⁴

Стаж във фирмата и на текущата длъжност: 20% от респондентите работят по-малко от 1 година в съответната фирма. Почти равни дялове имат работещите 2-3 години (29%) и над 5 години (30%). 60% от респондентите заявяват, че работят три и повече години на съответната позиция, а 21% работят по-малко от една година. Може

³³ Над 2/3 от извадката е формирана от ‘млади’ респонденти, като само 23% са на възраст над 35 години; 45% от респондентите са семейни; 27% са с деца.

³⁴ 20% от респондентите ползват като втори чужд език немски; 12% - френски. Това най-вероятно е свързано с характеристиките на клиентите.

да се направи следният извод: около 20% от респондентите са на входящо ниво във фирмата; 30% са трайно установили се - с над пет години стаж във фирмата или на съответната позиция.

Направление в работата: Разпределението на респондентите в зависимост от направлението на работа дава важна информация за структурата на извадката. Категориите на направлението на работата са степенувани - от много тесен специалист (1) до специалист с широк профил - генералист (9)³⁵. Разпределението на анкетираните лица е представено в таблица 5:

Таблица 5: Разпределение на респондентите по направление на работа

Направление	Брой отговорили	% от отговорилите
1. Системен администратор	3	.9
2. Програмист друг софтуер	17	5.4
3. Програмист мобилен софтуер	23	7.3
4. Програмист уеб софтуер	129	40.7
5. Администрация и финанси	15	4.7
6. Дизайн и творчески решения	30	9.5
7. Маркетинг и продажби	24	7.6
8. Управление на проекти и качество	37	11.7
9. Мениджмънт	39	12.3
Общо	317	100.0

- 41% от респондентите се в направление уеб програмиране; при сумиране на програмистите (категории 2, 3, 4) те съставляват 53% от анкетираните лица. Това влияе върху структурата на извадката – общият резултат е доминират от мнението и оценките на програмистите.
- „Генералистите“ (категории 7, 8, 9) са с относителен дял 32% от анкетираните лица.

Анализът на сеченията на променливата *направление* спрямо *пол*, *възраст*, *години на тази позиция* и *ниво в йерархията* дава по-нататъшна информация за естеството на доминиращите и на слабо застъпените направления (вж. Приложение 3, т.3). При “програмист уеб софтуер” (41% от респондентите): мъже са 74%, 63% са на възраст 22-30 години и 71% от програмистите на уеб софтуер са с ниво в йерархията 3 и 4 нива

³⁵ Като обхват на длъжността.

над заеманата позиция. С подобни характеристикки са и останалите две направления на програмистите. От тази информация могат да се направят следните изводи за естеството на извадката и посоката на нагласите, които се отразяват в отговорите:

- Изследваните лица са *млади*;
- Преобладават *програмистите*;
- Предимно *мъже*;
- Преобладаващото ниво в йерархията е “специалист” и “старши специалист” (с 3 и 4 нива над заеманата позиция).

Причината за по-голямото внимание към променливата *направление на работа* (освен решаващата ѝ роля за структурата на извадката), е използването на тази променлива при проверката на две от основните хипотези - 3 и 4; това се отнася също за променливите *години на тази позиция* и *управленски нива над позицията* (те са разгледани в сеченията с *направление на работа*).

Общ трудов стаж: Въпреки средната възраст от 31г. на респондентите, над 50% от тях имат трудов опит шест и повече години; 19% от тях имат трудов опит над десет години.

Ниво в йерархията: От данните на променливата “управленски нива над позицията” може да се установи, че собствениците и мениджърите в изследваната извадка попадат в категорията с *нула нива над позицията*. Категориите в променливата могат да се интерпретират по следния начин: с най-малък брой нива над позицията са хората от *висшия мениджмънт*; с най-голям брой нива над позицията – *специалистите*. В тази стълбичка изследваните лица с 3 и 4 нива над позицията са *специалисти* и *старши специалисти*; по критерия „направление в работата“ – основно *програмисти*.³⁶

Ръководен опит: 60% от респондентите заявяват, че нямат ръководен опит; 14% са с ръководен опит над пет години.

Начин на започване на работа във фирмата: Повече от половината респонденти (54%) са започнали работа чрез кандидатстване по обява; 35% са започнали чрез препоръка от познати. Делът на собствениците на бизнес сред респондентите е 12%.

³⁶ Променливата *управленски нива над позицията* е почти огледално отражение на предходната. Доколкото има разлики, те се дължат на различния брой нива в различните изследвани фирми. За целите на хипотезите в изследването използваме променливата “брой нива над позицията”.

2. Проверка на хипотезите³⁷

Хипотеза 1: Средните нивата на ПИ и на факторите на вътрешно-организационния климат за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули), са високи.

Проверка на хипотеза 1.

1) Определена на нулева хипотеза: $H_0: \mu \leq 3.66$ и на алтернативна хипотеза: $H_a: \mu > 3.66$:

2) Извеждане на средните стойности (\bar{x}) на факторите от извадката³⁸

Таблица 6: Средни стойности на факторите

	N	Средна	Ст. отклонение	Ст. грешка на средната
Предприемаческа интензивност	317	3.49	.44	.02
Подкрепа от мениджмънта	317	3.47	.55	.03
Самостоятелност в работата	317	3.52	.59	.03
Възнаграждения и стимули	317	3.53	.69	.04

3) T-тест резултати

Таблица 7: T-тест резултати за проверка на средните стойности на ПИ и факторите за КП

	Тестова стойност = 3.66					
	T-стойност	Ст. на свобода	Значимост (двустр. тест)	Средна разлика	95% дов. инт. на разликата	
					Долна граница	Горна граница
Предприемаческа интензивност	-7.08	316	.000	-.17	-.22	-.13
Подкрепа от мениджмънта	-6.22	316	.000	-.19	-.25	-.13
Самостоятелност в работата	-4.23	316	.000	-.14	-.21	-.07

³⁷ В съответствие с изложената процедура за проверка на хипотезите (вж. Гл. II, т.8 от дисертационния труд).

³⁸ За интерпретация на стойностите на променливите в нива ниско, средно и високо виж глава III, т. 7.3.

Възнаграждения и стимули	-3.28	316	.001	-.13	-.20	-.05
--------------------------	-------	-----	------	------	------	------

4) Изчисляване на 95% доверителен интервал, за който можем да твърдим с 95% увереност, че съдържа средната стойност параметъра. За всички фактори имаме изпълнен критерия за значимост (<0.05), следователно можем да разглеждаме резултатите от изчисляването на доверителния интервал.

ДИ = $\bar{x} \pm (\text{критична стойност}^{39}) * \text{стандартна грешка на средната}$

ПИ: $3.48 \pm (1.96 * 0.02) \Rightarrow (3.44; 3.52)$

Подкрепа от мениджмънта: $3.47 \pm (1.96 * 0.03) \Rightarrow (3.41; 3.53)$

Самостоятелност в работата: $3.52 \pm (1.96 * 0.03) \Rightarrow (3.46; 3.58)$

Възнаграждения и стимули: $3.53 \pm (1.96 * 0.04) \Rightarrow (3.45; 3.61)$

5) Решения за приемане/отхвърляне на нулевата хипотеза:

Таблица 8: Систематизиране на резултатите от проверка на хипотеза 1

Изследвани променливи	Доверителен интервал популяционна средна	Ниво на популяционната средна
1.1 Предприемаческа интензивност (ПИ)	(3.44; 3.52)	средно
1.2 Подкрепа от мениджмънта	(3.41; 3.53)	средно
1.3 Самостоятелност в работата	(3.46; 3.58)	средно
1.4 Възнаграждения и стимули	(3.45; 3.61)	средно

Нулевата хипотеза поддържа твърдението, че средната за популяцията е равна или по-малка от 3.66. Следователно, предвид посоката на нулевата хипотеза можем да вземем следните решения:

ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ИНТЕНЗИВНОСТ. Тъй като доверителният интервал показва, че средната стойност на ПИ за популяцията е в интервала (3.44 - 3.52), не можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната. Следователно, нивото на ПИ не е високо (както е предположено в хипотеза 1), а е *средно*⁴⁰; средните стойности доближават границата с високото ниво (>3.66).

³⁹ Критичната стойност за двустранен тест при ниво на значимост 0.05 и степени на свобода $>150 = 1.96$

⁴⁰ Средните нива са в интервала (2.33 до 3.66); виж гл. II, т. 7.3.

“Подкрепа от мениджмънта”. Тъй като доверителният интервал показва, че средната стойност на фактора “подкрепа от мениджмънта” за популацията е в интервала (3.41 - 3.53), не можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната. Следователно, нивото на “подкрепа от мениджмънта” не е високо, а е *средно*; средните стойности доближават границата с високото ниво.

“Самостоятелност в работата”. Тъй като доверителният интервал показва, че средната стойност на “самостоятелност в работата” за популацията е в интервала (3.46 - 3.58), не можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната. Следва да се приеме, че нивото на “самостоятелност в работата” не е високо, а е *средно* - средните стойности доближават границата с високото ниво.

“Възнаграждения и стимули”. Доверителният интервал показва, че средната стойност на “възнаграждения и стимули” за популацията е в интервала (3.45- 3.61) - не можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната. Нивото на “възнаграждения и стимули” не е високо, а е *средно*. Средните стойности доближават границата с високото ниво.

Обобщено: Хипотеза 1 не се потвърждава: ПИ е на средно ниво; на средно ниво са и факторите на климата за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули).

Предположено ниво – високо; доказано ниво – средно (но близко до долната граница на интервала високо).

Характеристиките на софтуерната индустрия⁴¹ предполагат наличието на високи нива на предприемаческа интензивност сред софтуерните фирми, както и наличие на вътрешна среда с висока подкрепа за КП. Обяснението на получените резултати се търси в две посоки: 1) ниски и средни стойности при някои от айтъмите от въпросника, които формират стойностите на ПИ и факторите за КП (вж. Приложение 1Г); 2) социално-демографския профил на респондентите, който формира структурата на извадката.

⁴¹ Характеристиките на софтуерната индустрия са разгледани в глава II, т. 3.

По-ранни научни изследвания с използвания инструмент са доказали наличието на високи нива на ПИ и факторите за КП основно сред средни мениджъри и позиции с по-широк обхват. Следователно, структурата на извадката, където с тежест над 50% са тесните специалисти (програмисти), съчетано с около 60% респонденти без ръководен опит, може да е вероятна причина за получените по-ниски от очакваните стойности.

В търсене на повече яснота за получените резултати предприемаме допълнителен анализ на данните:

Допълнителен анализ на нивата на ПИ и факторите за КП по подгрупи в извадката

При изчисляване на резултатите от средните нива на ПИ и факторите за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата и възнаграждения и стимули) в следните подгрупи респонденти: пол, възраст, образование, длъжност, трудов стаж на заеманата длъжност, управленски нива под заеманата длъжност, наблюдаваме следните резултати⁴²:

- При подгрупи по **пол, образование и трудов стаж на заеманата длъжност** не се наблюдават разлики в средните стойности спрямо общото ниво на ПИ и факторите за КП, т.е. резултатите показват **средно ниво на ПИ и факторите за КП** (табл.3.10, 3.12 и 3.14).⁴³
- В подгрупата по **възраст** при респондентите на възраст от **36 до 39 години** се наблюдават **високи нива на “самостоятелност в работата” и “възнаграждения и стимули”**. При респондентите в подгрупата **над 40 години “възнаграждения и стимули” е с високо ниво** (табл. 3.11). Диференцирането на резултата за “възнаграждения и стимули” по подгрупи води до логичното обяснение, че по-високите възрастови категории са свързани с по-отговорни длъжности и нива в йерархията - съответно - с по-високо заплащане (възнаграждения и стимули). Самостоятелността в работата - от друга страна - може да е свързана с трудовият стаж във фирмата (на конкретната позиция) или поведенческа причина като наличие на увереност в собствените възможности и желание за поемане на отговорност без необходимост от външен надзор.

⁴² Вж. табл. 3.10-3.15 в гл. III, т. 2 от дисертационния труд.

⁴³ Интерпретация на получените резултати според следните интервали: ниски (1.00-2.33); средни (2.34 – 3.66); високи (3.67 – 5.00) (виж гл. II, т. 7.3).

- При подгрупите по длъжност се наблюдават **високи нива на ПИ и факторите за КП при длъжностите “дизайн и творчески решения”, “управление на проекти и качество”, “мениджмънт”**. **Високи нива на факторите за КП се наблюдават при длъжност “маркетинг и продажби”** (табл. 3.13).
- При подгрупите по **управленски нива под заеманата длъжност** се наблюдават **високи нива на ПИ и факторите за КП при 3, 4 и повече нива под заеманата длъжност** (табл. 3.15). Следователно, при висшия и среден мениджмънт нивата на ПИ и факторите за КП са високи. Може да се приеме, че не е налице споделено разбиране / усещане за вътрешно предприемачество между представителите на различните нива в изследваните фирми.

Докато общите резултати от изследването са представителни за съвкупността на установените български софтуерни фирми, разглежданите подгрупи нямат достатъчна представителност за извеждане на общи заключения за изследваната съвкупност. Анализът на подгрупите има практическа стойност за изготвяне на конкретни препоръки към фирмите, участвали в изследването: в кои нива в йерархията, длъжности и възрастови категории да работят за повишаване на ПИ; кои конкретни фактори за КП да обърнат внимание.

***Хипотеза 2:** ПИ зависи от факторите на вътрешно-организационния климат за КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули).*

Хипотеза 2 се конкретизира по следния начин:

2.1 ПИ зависи от фактора подкрепа от мениджмънта.

2.2 ПИ зависи от фактора самостоятелност в работата.

2.3 ПИ зависи от фактора възнаграждения и стимули.

Проверка на хипотеза 2:

- 1) Определяне на нулева хипотеза: $H_0: \rho = 0$ и алтернативна хипотеза: $H_a: \rho \neq 0$, при ниво на значимост 5%.

- 2) Извеждане на стойностите на P_0 на Спирмън за проверка на наличие на връзка между променливите. Полученият резултат за r и нивото на значимост директно показват и решението за хипотезата:

Таблица 9: Корелации между променливите за проверка на хипотеза 2

			Подкрепа от мениджмънта	Самостоятелност в работата	Възнаграждения и стимули
P_0 на Спирмън (Spearman's rho)	Предприемаческа интензивност	Корелационен коефициент значимост	.56**	.56**	.43**
			.000	.000	.000
	N		317	317	317

** . Корелацията е значима за ниво 0.01 (двустранен тест).

- 3) Потвърждаване/отхвърляне на нулевата хипотеза.

За всички проверявани връзки нивото на значимост е <0.05 , следователно можем да разглеждаме и интерпретираме стойностите на корелационните коефициенти:

Таблица 10: Систематизиране на резултатите от проверка на хипотеза 2

Изследвани променливи	Корелация Спирмън P_0	връзка
2.1 ПИ – подкрепа от мениджмънта	0.56	Умерена положителна
2.2 ПИ – самостоятелност в работата	0.56	Умерена положителна
2.3 ПИ – възнаграждения и стимули	0.43	Ниска положителна

За всички разглеждани връзки можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната, тъй като $r \neq 0$.

Следователно, хипотеза 2 на изследването е потвърдена: ПИ зависи от факторите на вътрешно-организационния климат за КП – подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули.

При допълнително наблюдение на резултатите от корелационния тест между променливите, където откриваме наличие на линейни връзки между факторите на КП (вж. Приложение 3), установяваме следното:

- Подкрепа от мениджмънта и самостоятелност в работата -> $r=0.55$, което показва наличие на умерена положителна връзка между променливите;
- Подкрепа от мениджмънта и възнаграждения и стимули -> $r=0.53$ - наличие на умерена положителна връзка между променливите;
- Възнаграждения и стимули и самостоятелност в работата -> $r=0.56$ наличие на умерена положителна връзка между променливите.

Тъй като предварително не е постулирана и обоснована логическа връзка между тези променливи, в рамките на настоящето изследване не могат да бъдат направени изводи за характера на показаните линейни връзки.⁴⁴

След като беше установено средно ниво на зависимост между изследваните относими при проверката на хипотеза 2 (умерена положителна: ПИ - подкрепа от мениджмънта; ПИ - самостоятелност в работата и ниска положителна връзка: ПИ – възнаграждения и стимули), може да се приеме, че целта на изследването и съответните задачи са изпълнени.

Причинно-следствените връзки в модела на КП, както и между модела и инструмента на изследване, предполагат наличие на зависимост между предприемаческото действие (съответно предприемаческа интензивност) и факторите на вътрешната среда, които подкрепят КП.⁴⁵ Нивото на предприемаческото действие (или ПИ) е резултат от въздействието на факторите на климата за КП на вътрешната среда. За да се установят степента на влияние и причинно-следствените връзки между ПИ и факторите за КП, е осъществен регресионен анализ.

Регресионен анализ⁴⁶

Регресионният анализ показва причинно-следствените връзки между изследваните променливи. След като се потвърди наличието на статистически значима

⁴⁴ От друга страна, откритите връзки са повод за бъдещи изследвания, вкл. анализ на съставните айтъми за всеки от факторите за КП.

⁴⁵ Вж. фиг. 3.

⁴⁶ Вж. гл. III, т. 2, табл. 3.19-3.22 от дисертационния труд.

зависимост между ПИ и факторите за КП, както и посоката на тази зависимост - чрез корелационния анализ в хипотеза 2, чрез множествената регресия се установява влиянието на факторите на КП върху ПИ. При извършване на множествена регресия чрез постъпков избор на променливите в модела с ПИ (зависима променлива) и факторите на КП (независими променливи) се получават резултати, значими при ниво на значимост <0.05 .

Уравненията на възможните линейни модели от постъпковата множествена регресия са:

Модел 1:

$$\text{ПИ} = 1.85 + 0.47 * \text{Подкрепа от мениджмънта}$$

Модел 2:

$$\text{ПИ} = 1.46 + 0.32 * \text{Подкрепа от мениджмънта} + 0.26 * \text{Самостоятелност в работата}$$

Сравнението на двата модела показва, че **Модел 2** дава по-добри показатели за обяснение на промените в ПИ (затова по-надолу разглеждаме резултатите предимно спрямо този модел).

- Коефициентът на множествена корелация (R) и при двата модела показва **умерена положителна корелация**- с увеличаване стойността на независимите променливи се увеличава и стойността на ПИ. При модел 1: $R=0.59$; при модел 2 корелацията е по-висока ($R=0.66$); това означава, че добавянето на втората променлива “самостоятелност в работата” също допринася за обясняване на промяната в ПИ.
- Коефициентът на детерминация $R\text{-квадрат}=0.43$, т.е. **43% от влиянието върху ПИ зависи от факторите “подкрепа от мениджмънта” и “възнаграждения и стимули”**. Това показва, че ПИ зависи и от други фактори, които не са включени в този модел.
- Линейният регресионен модел е адекватен – нивото на значимост на F-статистиката = .000.
- Допълнително изискване при множествена регресия е факторите за КП като променливи да бъдат независими помежду си. Ако има поне един корелационен

коэффициент по-голям от 0.7 се приема, че съществува мултиколинеарност, т.е. променливите са зависими една от друга. При наличие на мултиколинеарност оценените регресионни коефициенти са ненадеждни. Тогава се търсят други възможности за елиминиране на негативното влияние на мултиколинеарността, като например стъпкова регресия. При изключване на променливата “възнаграждения и стимули” нивото на вътрешна корелация е 0.59 и, следователно, мултиколинеарността е елиминирана.

Извод: за установени български софтуерни фирми 43% от промяната в нивото на ПИ е следствие от промяна в нивата на “подкрепата от мениджмънта” и “самостоятелност в работата”. В рамките на използвания модел най-значимият фактор, който влияе върху ПИ, е “подкрепа от мениджмънта” – този фактор „обяснява“ 35% от промяната в нивото на ПИ.

Резултатите от регресионния анализ имат практическа стойност за установените български софтуерни фирми – те дават основна насока как организацията най-ефективно може да влияе върху нивото на ПИ – засилване на подкрепата от мениджмънта и самостоятелността в работата на служителите.

Научната стойност на резултатите е в изведения линеен модел на ПИ с два фактора на климата за КП (значим за фирмите от изследваната съвкупност). Линеиният модел дава основание за по-нататъшни изследвания на двуфакторния модел и търсене на допълнителните фактори, които да обяснят по-добре възможните причини за повишаване на ПИ.

Хипотеза 3: ПИ зависи от следните характеристики на изследваните лица: направление на дейността; трудов опит (брой години) на текущата позиция; ниво в йерархията на организацията.

Хипотеза 3 се конкретизира по следния начин:

3.1 ПИ зависи от направлението на работа (A_8).

3.2 ПИ зависи от стажа (броя години) на текущата позиция (A_9).

3.3 ПИ зависи от мястото на позицията в йерархията (брой нива над заеманата длъжност) (A_12).

Проверка на Хипотеза 3:

- 1) Определяне на нулева хипотеза: $H_0: \rho = 0$ и алтернативна хипотеза: $H_a: \rho \neq 0$ при ниво на значимост 5%.
- 2) Извеждане на стойностите на R_0 на Спирмън за проверка на наличие на връзка между променливите. Полученият резултат за r и нивото на значимост директно показват и решението за хипотезата:

Таблица 11: Корелации между променливите за проверка на хипотеза 3

		Направление на работа	Години на тази позиция	Управленски нива над позицията
Предприемаческа интензивност	Корелационен коефициент	.49**	.15**	-.32**
	значимост	.000	.008	.000
	N	317	317	317

** . Корелацията е значима за ниво 0.01 (двустранен тест).

- 3) Потвърждаване/отхвърляне на нулевата хипотеза.

За всички проверявани връзки регистрираме ниво на значимост <0.05 , следователно можем да разгледаме стойностите на корелационни коефициент:

Таблица 12: Систематизиране на резултатите от проверка на хипотеза 3

Изследвани променливи	Корелация Спирмън R_0	Връзка
3.1 Направление в работата – ПИ	0.49	Ниска положителна
3.2 Брой години на текущата позиция (А 9) – ПИ	0.15	Много ниска положителна
3.3 Брой нива над заеманата длъжност – ПИ	-0.32	Ниска отрицателна

За всички разглеждани връзки можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната, тъй като $r \neq 0$.

Поради изключително ниското ниво на корелация при хипотеза 3.2 ($r = 0.15$), въпреки, че отхвърляме нулевата хипотеза, можем да заключим че линейната връзка между двете променливи е незначителна. Необходими са допълнителни изследвания за проверяване на връзките между съставните променливи на ПИ и броя години на текущата позиция, за да се потвърди или отхвърли наличието на връзка.

Хипотеза 3 е потвърдена със следните особености: съществува слаба зависимост между характеристиките: направление в работата; брой години на текущата позиция, ниво в йерархията – от една страна - и предприемаческата интензивност (ПИ) - от друга.

Средното равнище на стойностите на ПИ и доминираната от специалисти-програμισи изследвана съвкупност, вероятно оказват влияние върху получения резултат - ниски нива на корелация между изследваните променливи.

При многогодишните изследвания, проведени с използвания инструмент, Айрланд и колектив установяват наличието на връзки между предприемаческата интензивност и факторите на климата за КП, от една страна, и някои променливи, свързани със заеманата позиция (направление в работата, ниво в йерархията). Връзките, които те установяват, са: налце са по-високи нива на ПИ и на факторите на климата за КП при средните мениджъри; отдели / направления с по-широко формулирани длъжности (*Kuratko, Ireland, Covin, Hornsby, 2005*). Това – видимо – помага да се обясни получения от нас резултат.

Хипотеза 4: Налице е зависимост между вътреинормационните фактори на КП (подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули) и следните характеристики на изследваните лица: направление на дейността; трудов опит (брой години) на текущата позиция; ниво в йерархията на организацията.

Хипотеза 4 се конкретизира по следния начин:

4.1 Съществува статистически значима връзка между длъжността/отдела (A_8) и **подкрепата от мениджмънта.**

4.2 Съществува статистически значима връзка между длъжността/отдела (A_8) и **самостоятелността в работата.**

4.3 Съществува статистически значима връзка между длъжността/отдела (A_8) и **възнагражденията и стимулите.**

4.4 Съществува статистически значима връзка между броя години на текущата позиция (A_9) и **подкрепата от мениджмънта.**

4.5 Съществува статистически значима връзка между броя години на текущата позиция (A_9) и **самостоятелността в работата**.

4.6 Съществува статистически значима връзка между броя години на текущата позиция (A_9) и **възнагражденията и стимулите**.

4.7 Съществува статистически значима връзка между нивото в йерархията (A_12) и **подкрепата от мениджмънта**.

4.8 Съществува статистически значима връзка между нивото в йерархията (A_12) и **самостоятелността в работата**.

4.9 Съществува статистически значима връзка между нивото в йерархията (A_12) и **възнагражденията и стимулите**.

Проверка на хипотеза 4:

- 1) Определяне на нулева хипотеза $H_0: \rho = 0$ и алтернативна хипотеза $H_a: \rho \neq 0$, при ниво на значимост 5%.
- 2) Извеждане на P_0 на Спирмън за проверка на наличие на връзка между променливите. Полученият резултат за r и нивото на значимост директно показват и решението за хипотезата:

Таблица 13: Корелации между променливите за проверка на хипотеза 4

Ро на Спирмън (Spearman's rho)		Подкрепа от мениджмънта	Самостоятелност в работата	Възнаграждения и стимули
Направление на работа	Корелационен коеф.	.58**	.55**	.34**
	значимост	.000	.000	.000
	N	317	317	317
Години на тази позиция	Корелационен коеф.	.24**	.19**	.17**
	значимост	.000	.001	.002
	N	317	317	317
Управленски нива над позицията	Корелационен коеф.	-.47**	-.46**	-.34**
	значимост	.000	.000	.000
	N	317	317	317

** . Корелацията е значима за ниво 0.01 (двустранен тест).

- 3) Потвърждаване/отхвърляне на нулевата хипотеза: нивото на значимост за всички проверявани връзки е <0.05 , следователно можем да разгледаме стойностите на корелационни коефициент.

Таблица 14: Систематизиране на резултатите от проверка на хипотеза 4

Изследвани променливи	Корелация Спирмън R_o	Връзка
4.1 Направление в работата – подкрепа от мениджмънта	0.58	Умерена положителна
4.2 Направление в работата – самостоятелност в работата	0.55	Умерена положителна
4.3 Направление в работата – възнаграждения и стимули	0.34	Ниска положителна
4.4 Брой години на позицията – подкрепа от мениджмънта	0.24	Много ниска положителна
4.5 Брой години на позицията – самостоятелност в работата	0.19	Много ниска положителна
4.6 Брой години на позицията – възнаграждения и стимули	0.17	Много ниска положителна
4.7 Ниво в йерархията – подкрепа от мениджмънта	-0.47	Ниска отрицателна
4.8 Ниво в йерархията – самостоятелност в работата	-0.46	Ниска отрицателна
4.9 Ниво в йерархията – възнаграждения и стимули	-0.34	Ниска отрицателна

За всички изследвани връзки можем да отхвърлим нулевата хипотеза и да приемем алтернативната, тъй като $r \neq 0$.

Хипотеза 4 на изследването е потвърдена със следните особености: налице е слаба зависимост между характеристиките *брой години на текущата позиция*, *ниво в йерархията* – от една страна - и факторите на климата за КП: *подкрепа от мениджмънта*, *самостоятелност в работата*, *възнаграждения и стимули*.

Най-високата корелация се наблюдава при първите две двойки променливи (умерена положителна корелация). Групата от три двойки с променлива *брой години на позицията* дава изключително ниски нива на зависимост – допълнителни изследвания биха дали повече обяснителни възможности за разбиране на реалната ситуация.

Препоръки за подобряване на нивата на ПИ и факторите на КП във фирмите:

Резултатите показват, че нивата на ПИ и факторите на КП за изследваната съвкупност са на *средно равнище*. Препоръките към фирмите включват инициативи за подобряване на факторите на средата за КП: подкрепа от мениджмънта, самостоятелност в работата, възнаграждения и стимули. Те - на свой ред - ще окажат положително влияние за повишаване на нивото на ПИ.

Анализът на попълнените въпросници показва, че много често е налице голямо разминаване в оценката на явленията, които формират факторите на КП – това се наблюдава дори в рамките на една и съща фирма. Като правило отговорите на мениджърите индикират висока оценка (клонят към високите нива на скалата); служителите от по-ниските йерархични равнища дават по-ниски оценки на тези явления (отговори в по-ниските категории на скалата). Подобна диференциация е налице и спрямо заеманата длъжност – при програмистите (които доминират извадката) са налице по-ниски оценки за ПИ и факторите за КП.

Следователно, необходимо е внимание от страна на мениджмънта за създаване на споделено разбиране за процесите и дейностите, свързани с КП във фирмата – на всички нива в йерархията; за хората от всички длъжности – това именно представлява *стъпка три* от одита на КП в организацията. Споделено разбиране може да се създаде чрез полагане на системни и целенасочени усилия от страна на мениджмънта на фирмите - организиране на срещи, обсъждания, целенасочени обучения по предприемачество; други организационни събития и практики.

От регресионния анализ може да се направи извода, че фирмите могат да влияят най-добре върху нивото на ПИ чрез засилване на подкрепата от мениджмънта, чрез възнагражденията и самостоятелността в работата на служителите.

Обобщение на постигнатите цел и задачи в дисертационния труд

Целта на дисертационния труд: **да се установят: а) нивата на предприемаческа интензивност и вътрешно-организационния климат за корпоративно предприемачество сред установени български софтуерни фирми и б) връзката между факторите на организационния климат за КП и предприемаческата интензивност сред изследваните фирми, е постигната.**

Всички поставени задачи са изпълнени.

1) Задачи, свързани с изследване на научната литература в областта на корпоративното предприемачество

Представени са основни аспекти от терминологията и дефинициите за корпоративното предприемачество и основни модели, описващи действието на КП в организацията. Като изходна точка и основа на това изследване е направен исторически обзор на предприемачеството като научна област; разгледана е връзката между предприемачеството и корпоративното предприемачество; изследвани са дефиниции за КП; изведена е синтезирана дефиниция за КП; описана е взаимовръзката между иновациите и корпоративното предприемачество; разгледана е същността на КП като стратегия за конкурентноспособност на фирмата и е аргументирана необходимостта от стратегически подход към КП; направен е критичен преглед на съществуващите модели на КП и е обоснован избора на модел за изследването на настоящата работа.

Като резултат от систематизирането и обобщаването на разработени определения от дългогодишни научни изследвания в областта на КП, в текста се защитава следната синтезирана дефиниция за КП: **КП е сбора от стратегическите усилия на фирмата за: иновации, проактивно организационно обновяване и рискови начинания – като всички елементи са важни и неразделни части от концепцията за КП.**

Всички форми на КП неизменно са свързани с иновациите. Дръкър (*Drucker, 1985*) определя иновациите и корпоративното предприемачество като две взаимосвързани явления - иновациите са ключов елемент на КП (заедно със създаването на нови дружества и обновяването на организацията).

КП може да се интегрира в организационната стратегия на фирмата или да се създаде отделна стратегия за КП. Стратегическият подход към КП предполага целенасоченост и преднамереност по отношение на: предприемаческите инициативи, стимулиране на предприемаческото поведение на служителите и изграждане на вътрешна среда, която подкрепя КП. Прилагането на такава стратегия намалява пречките пред КП и води до изграждане на устойчиво конкурентно предимство за организацията.

Десетте разгледани модела за КП илюстрират надграждащото развитие на теоретичните и емпирични изследвания на факторите, които влияят върху КП. Ролята на моделите е да се вникне в причините и следствията от предприемаческото поведение и действия във фирмата и да се идентифицират областите, от които то произтича. Всеки от разгледаните модели дава принос за разбиране на процеса и предпоставките за КП и е стимул за по-нататъшни изследвания. Избраният модел за настоящето изследване на Айрланд и колектив (2006а) надгражда по-ранни модели, като предлага фактори за КП, които се доказват като значителни в множество изследвания.

2) Задачи, свързани с методологията на изследването

Представена е аргументацията за използваните модел и инструмент за настоящето изследване, като са анализирани връзките между тях. Чрез представената характеристика и състояние на софтуерната индустрия е аргументиран изборът на обект на изследването. Обосновани са видът на изследването и извадката; представени са критериите за формиране на извадката. Описан е методът, използван за администриране и събиране на данните. Представени са: основните резултати от пилотното изследване, включващи установяването на валидността и надеждността на инструмента; методът за изчисляване на параметрите и интерпретиране на резултатите и групирането на променливите. Формулирани са изследователски хипотези, на които да отговори емпиричното изследване. Подробно е развит методът за анализ на данните с избор на подходящи описателни статистически резултати и тестове за проверка на хипотезите според използваните скали на променливите.

3) Задачи, свързани с емпиричното изследване и анализа на данните

Анализирани са резултатите от проведеното емпирично изследване; представен е анализ на профила на респондентите; проверени са хипотезите на изследването; обосновани са изводи и пропорьки за подобряване на нивата на ПИ и факторите на КП в установени български софтуерни фирми.

Приноси

1. Проведено е задълбочено теоретично проучване в полето: предприемачество – иновации – вътрешно предприемачество – корпоративно предприемачество (КП) – модели за КП. Като резултат е обоснована синтетична дефиниция за КП, в която КП се разглежда в стратегически контекст.
2. Въз основа на обстоен анализ на подходи към корпоративното предприемачество и изследователски модели, е избран и апробиран в българска социокултурна среда модел за одит на корпоративното предприемачество (Ireland, Kuratko & Morris). Доказана е работоспособността на модела в българска социокултурна среда. Моделът може да се използва за последващи изследвания в избрана област (сегмент).
3. Въз основа на използване на модела е направен одит на корпоративното предприемачество в установени български софтуерни фирми. Проверени са хипотези, свързани с предприемаческата интензивност и фактори за корпоративно предприемачество; доказана е зависимостта между предприемаческата интензивност и факторите на КП; изведен е друфакторен линеен модел за влиянието на факторите за КП върху ПИ. Получените резултати установяват факти и зависимости - ново знание за корпоративното предприемачество в България.
4. Апробирането и използването на добре разпознаваем модел за одит на корпоративно предприемачество създава възможности за сравнение между България (установени български софтуерни фирми) и други страни (браншове). Това е предпоставка и стимул за последващо сътрудничество и сравнителни изследвания.
5. Резултатите от дисертационното изследване имат ясно изразена практическа насоченост и използваемост: а) за изследваните организации и бранша – като одитна оценка, препоръки и програма за развитие на условията за КП; разработването / прилагането на програми за КП би допринесло за целенасочено стратегическо развитие на КП сред български софтуерни фирми, за засилване на тяхната конкурентоспособност; ефектът може да се мултиплицира върху върху други фирми и сектори; б) като ново знание за нуждите на обучението по

предприемачество на студенти, предприемачи, мениджъри, други заинтересовани;
в) като ценен източник на информация в сферата на политиките за насърчаване на предприемачеството, иновациите, конкурентоспособността.

Публикации, свързани с темата на дисертацията

Каназирева, Р. Корпоративното предприемачество. Предприемаческа интензивност. Статията е приета за печат в том 13 на Годишник на Софийския университет, Стопански факултет. ISBN 1311-8420.⁴⁷

Каназирева, Р. (2013) Корпоративно предприемачество: от “класически” определения към стратегически контекст. В: «Докторантска академия по стопански и управленски науки - сборник с докторантски трудове», част I. С., АИ “Свети Климент Охридски”. ISBN 978-954-9399-19-6.

Давидков, Ц., Д. Йорданова, Р. Каназирева, З. Андонова. (2014) Обучение по предприемачество във висшите училища (дидактически аспекти). XII Международна научна конференция „Мениджмънт и инженеринг ’14”, Сборник научни доклади, том II: 1239-1247.

⁴⁷ Към статията е приложена служебна бележка.

Използвана литература

- Калинов, К. 2010. Статистически методи в поведенческите и социалните науки. София, НБУ.
- Antoncic, B., R. D. Hisrich. 2001. Intrapreneurship: construct refinement and crosscultural validation. – *Journal of Business Venturing*, 16(5): 495–527.
- Antoncic, B., O. Zorn. 2004. The mediating role of corporate entrepreneurship in the organisational support-performance relationship: an empirical examination. – *Managing Global Transitions*, 2(1): 5-14.
- Antoncic, B., C. Scarlat. 2005. Corporate entrepreneurship and organizational performance: a comparison between Slovenia and Romania. – Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin, Slovenia, 24–26 November 2005.
- Barringer, B.R. & A.C. Bluedorn. 1999. The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. – *Strategic Management Journal*, 20(5): 421-444.
- Burgelman, R.A. 1983. A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm, – *Administrative Science Quarterly*, 28(1983): 223-244.
- Bygrave, W. & Hofer, C. 1988. Theorizing about Entrepreneurship. – *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter: 26-41.
- Chung, L.H. & P.T. Gibbons. 1997. Corporate entrepreneurship: the roles of ideology and social capital. – *Group & Organization Management*, 1(22): 10-30.
- Cooper, D. R. & P.S. Schindler. 2008. Business Research Methods. McGraw-Hill, 746p.
- Cortina, J.M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. – *Journal of Applied Psychology*, 78, 98–104.
- Covin, J.G. & D.P. Slevin. 1991. A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour. – *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(4):5-15.
- Drucker, P. F. 1985. Innovation and entrepreneurship, New York: Harper & Row.
- Guth, W. D. & A. Ginsburg. 1990. Corporate entrepreneurship. – *Strategic Management Journal*, 11(5): 5-15.
- Hitt, M.A., D. Ireland, M. Camp & D. L. Sexton. 2001. Strategic entrepreneurship: entrepreneurial changes for wealth creation. – *Strategic Management Journal*, 22(6):479-491.
- Hornsby, J. S., D. W. Naffziger, D. F. Kuratko & R. V. Montagno. 1993. An integrative model of the corporate entrepreneurship process. – *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-37.
- Hornsby, J.S., D. F. Kuratko & R.V. Montagno. 1999. Perception of internal factors for corporate entrepreneurship: A comparison of Canadian and U.S. managers. – *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(2): 9–24.
- Hornsby, J. S., D. F. Kuratko & S.A. Zahra. 2002. Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. – *Journal of Business Venturing*, 17: 49-63.
- Ireland, R.D., D. F. Kuratko & M.H. Morris. 2006a. A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part I. – *Journal of Business Strategy*, 27(1):10-17.
- Ireland, R.D., D. F. Kuratko & M.H. Morris. 2006b. A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part II. – *Journal of Business Strategy*, 27(2):21-30.
- Ireland, R. D., M. A. Hitt, & D. G. Sirmon. 2003. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. – *Journal of Management*, 29 (6): 963–89.
- Ireland, R.D., J. G. Covin & D. F. Kuratko. 2009. Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. – *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 19-46.

- Ketchen, D. J., R. D. Ireland & C. C. Snow. 2008. Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation. – *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3):371-385.
- Kuratko, D.F., J. S. Hornsby, & R.V. Montagno. 1990. Developing an intrepeneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. – *Strategic Management Journal*, 11(5):49-58.
- Lumpkin, G.T. & G.G. Dess. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking the performance. – *Academy of Management Review*, 21(1): 135-172.
- McFadzean, E., A. O'Laughlin & E. Shaw. 2005. Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link. – *European Journal of Innovation Management*, 5(3): 350-372.
- Miller, D. & P.H. Friesen. 1982. Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. – *Strategic Management Journal*, Vol. 3, No. 1: 1-25.
- Morris, M.H. 1998. *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations, and Societies*. Praeger Publishing.
- Morris, M.H., D.F. Kuratko, J.G. Covin. 2008. *Corporate Entrepreneurship & Innovation, Entrepreneurial Development within Organizations*. Thomson South-Western, Second Edition.
- Pinchot, G. III. 1985. *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Sathe, V. 1989. Fostering entrepreneurship in a large diversified firm. – *Organisational Dyn.*, Vol. 18, 20–32.
- Schumpeter, J. A. 1934. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Schumpeter, J. A. 1975. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper.
- Sharma, P. & J. J. Chrisman. 1999. Toward a Reconciliation of the Defentional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. – *Entrepreneurship Theory and Practise*, 23, 3, 11-27.
- Stevenson, Howard H. 1983. A perspective on entrepreneurship, Harvard Business School Background Note, 9: 384-131. (Revised April 2006.)
- Stevenson, H. H. & J. C. Jarillo. 1990. A paradigm of entrepreneurial management. – *Strategic Management Journal*, 11(5): 17-27.
- Stopford, J. M. & C. W. F. Baden-Fuller. 1994. Creating corporate entrepreneurship. – *Strategic Management Journal*, 15: 521–536.
- Tavakol, M. & Dennick, R. (2011a). Making sense of Cronbach's alpha. – *International Journal of Medical Education*, 2: 53-55.
- Tavakol M. & Dennick R. (2011b). Post-examination analysis of objective tests. – *Med Teach*, 33(6), 447-58.
- Thornberry, N. E. 2001. Corporate entrepreneurship: antidote or oxymoron? – *European Management Journal*, Vol. 19 No. 5, 526-33.
- Venkataraman, S. 1997. The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor's Perspective. – In: *Advances in Entrepreneurship*. J. Katz and R. Brockhaus. Greenwich, JAI Press. 3:119-38.
- Zahra, S. A. 1991. Predictions and financial outcomes of corporate entrepreneurship. An exploratory study, – *Journal of Business Venturing*, 6(3): 259-285.