# ВЪНШНИ ФАКТОРИ, КОИТО ВЛИЯЯТ ВЪРХУ ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИТЕ ДЕЙНОСТИ

**Петя Николова**
*Международно Висше Бизнес Училище, Ботевград*

# EXTERNAL FACTORS INFLUENCE THE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

**Petya Nikolova**
*International Business School, Botevgrad*
pnikolova@yahoo.com

***Abstract:*** *The paper will discuss groups of factors which have impact on the entrepreneurship activities. These groups are: the PESTEL framework and the Human factor. Analyses will be making on the political, technological, environmental, legal and socio cultural conditions and on the industry's. The paper will study further the debate on the Human factor and why it is so important for the success of the firms.*

***Key words:*** *human factor, human resource management, entrepreneurship, PESTEL*

Поради многоизмеримостта и сложността на феномена „предприемачество" той се нуждае от различни нива на анализи – на индивидуално равнище, институционално, макроравнище. Изследване върху предприемачеството обикновено изисква прилагане на няколко допълващи се нива на дискусия

Разбирането за ролята на различни фактори, които биха имали влияние върху предприемаческите дейности ще е от полза за бизнесмени, учени, политици, защото е в тяхната компетенция да вземат решения за промотиране на предприемачество в съответните страни. Външните фактори или външната среда би насърчила предприемаческата активност, но може и да я обезкуражи. Някои външни елементи могат да се манипулират от дейностите чрез маркетингови стратегии, но други елементи изискват организацията да се съобрази с тях и предприеме промени. Като по-конкретни фактори се определят потребителите/клиенти, конкуренцията, общественото мнение, наред с ПЕСТЕЛ фактори

Така наречените ПЕСТЕЛ фактори или анализи са на макроравнище и са по-обхватни, но освен тях съществуват и по-конкретни елементи влияещи върху развитието на бизнеса. Модела PESTEL (е съкращение от първите букви от политически, икономически, социални, технологични, околна среда, правни фактори) е комплексен и подробен. Използва се за изследване и анализ на външната среда, защото те стимулират предприемаческите дейности и организация, която винаги се стреми да се представи по-добре в сравнение със своите конкуренти.[1]

[1] Rotharemel, F.T. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*, (3 E ed), NewYork: McGraw-Hill.

Необходимо е всяка бизнес организация да разбира и изучава заобикалящата я външна среда и нейните елементи и да бъде информирана за динамиката на външната среда. Това би спомогнало на организацията да реагира веднага и да се възползва от новосъздадената ситуация. Също би спомогнало да се идентифицират и управляват възникнали нови рискове. Като се има предвид естеството на развитие на бизнес операциите, никоя компания не би могла да се изолира от света. В това отношение за печалбата и разрастването на компанията всички фактори – вътрешни и външни са от значение. А точното идентифициране на потенциалните заплахи и възможности са ключ за изработването на успешна бизнес стратегия

Политическите фактори влияят върху възприемането на риск и приходи, по-голяма икономическа свобода, силно законодателство, децентрализация на властта. Правителствените политики могат да повлияят на предприемаческата динамика при въвеждане на нови регулации или със създаване на нови институционални структури, които да насърчават предприемаческата активност.

Влиянието на социо-културните фактори като ценности, нагласи, възприемането и оценяването на успеха и неуспеха. Добре известен факт е, че повече предприемаческа активност се наблюдава там, където професията предприемач е силно уважавана и адмирирана. Авторите[2] използват термина „прогресивна култура", която се базира на 5 ценности: автономност и свобода, иновации и свобода за експерименти, поемане на риск, инициативност конкурентост". В традиционните общества се наблюдава уважение към социалния статус и отхвърляне на промяната. В различните страни предприемаческата активност зависи от политиките на определени институции, които могат да насърчат активност или да я ограничат.

Околната среда като фактор включва политики и регулации за устойчиво развитие, опазване и защита. Политиките са държавни, институционални и организационни инициативи, свързани с промотиране на устойчиво развитие.

Технологичният фактор се свързва с иновации, причина за създаването на нови процеси и продукти. Тук ще спомена и дигитализацията. Основни иновативни технологични процеси включват „lean manufacturing е системен подход за намаляване на ненужните действия без да се игнорира производителността.,, Six Sigma quality - продукция без дефекти, биотехнологии. Нанотехнологичната революция, която започна, обещава значителна дисрапция (disruption) в редица индустрии като се започне от създаване на почти невидими медицински приспособления до производство на строителни материали, устойчиви на земетресения. Във всекидневна употреба са иновативни продукти като смартфони, таблети, коли като „Тесла", които изцяло са на електрическо захранване. В областта на услугите иновациите се простират до социалните медии, дистанционни информационна търсачки, които реагират на гласови команди. Технологичният прогрес не спира да ни изненадва всеки ден.

Под икономически фактор се разбира още микроикономическа среда, състояние на индустрията, възможности за финансиране, показатели за икономически растеж, стабилни икономически условия. Изброените фактори увеличават предприемаческите възможности.

Общественото мнение е също важен фактор, защото всеки скандал, отнасящ се до бизнеса на определена фирма би имал отрицателен ефект върху продажбите или положителен, ако са налице позитивни новини за нея. В това отношение е добър при-

[2] Crnogaj, K., Barbara Hojnik, Institutional determinants and entrepreneurial Action, *Management*, Vol. 21, 2016, Special Issue, p.136

мерът с Феисбук. През март 2018 консултативната фирма *Кеймбридж Аналитика*, наета от президентската кампания на Тръмп, е извлякла личните данни на 50 милиона потребители на Феисбук от техните профили в социалната мрежа. В резултат на това Феисбук изгуби 100 милиарда долари от стоиността си само за 10 дни.

Потребителите/клиенти. Те представляват онези елементи, върху които фирмите биха могли да влияят чрез маркетинг и разпространение на корпоративна информация. Но в крайна сметка най-важното е как да се създадат трайни отношения с клиентите и да им се влияе върху решенията им да купят стоките и услугите на компанията.

Конкуренцията има силен ефект върху бизнеса. Всеки предприемач може да избере пазар където конкуренцията не е толкова силна и активна или да се конкурира директно на същия пазар. Важно е постоянно да се наблюдават конкурентите и се търси стратегически подход за постигане на по-добра конкурентноспособност. Успеха или неуспех (фалита) на различните конкуренти също определя различните цели или влияе върху някои части от бизнес плана на предприемача. Например ако сериозен конкурент изведнъж реши да преустанови своя бизнес поради финансови загуби, тогава е необходима промяна на първоначалните планове от страна на конкурентите му с цел възползване от новосъздадената ситуация.

Като външен фактор се определя и бизнес динамиката – печалба, която се генерира от икономическата активност, удовлетворение от работата[3] и достъп до субсидии. Държавните регулации, засягащи производство, опаковки и дистрибуция на стоки също оказват влияние върху навлизането в нови пазари. В случаи, че държавата прилага нови правила и регулации за опаковката на продукти, това би довело до оскъпяване на разходите на производство. За да разберат как конкуренцията влияе на техния бизнес предприемачите трябва да познават добре своите конкуренти, техните постижения и слаби страни и това е особено важно, защото всеки конкурент се стреми да завоюва по-голям дял на пазара за сметка на съперниците си.

За да разберат как технологичният прогрес влияе върху бизнес операциите предприемачите трябва да се запознаят с изобретенията, които биха подобрили ефективността на оперативно равнище.

За да разберат ефекта на политическите промени предприемачите трябва да са запознати със световните новини, с динамиката на развитие на политическите събития в световен мащаб.

За да се възползват от външните фактори предприемачите трябва да имат познания за състоянието на пазара, проблемите, свързани с организацията, клиентите си и др.

За [4] авторите не само типичните външни фактори (икономически, социални, бизнес) влияят на предприемаческата дейност, но и поведенческите и човешки отношения оказват влияние. Последните се разглеждат не отделно, а във взаимовръзка и взаимодействие с външните Характерно за предприемачите е, че те имат силно изявена предприемаческа мотивация, което е база за трансформацията на предприемаческите им намерения в реалност. Те с внимание и интерес следят следят развитието на пазара, защото са зависими от него и поради това активно подкрепят всяка институционална инициатива.

[3] Под удовлетворение се разбира заплата, естеството на работа, бизнес мениджмент, организация, управление и контрол на организационните ресурси с цел печалба и социални предимства

[4] Crnogaj, K., Barbara Hojnik, Institutional determinants and entrepreneurial Action, *Management*, Vol. 21, 2016, Special Issue, p.130

Начините, по които индивидите се държат и общуват в обществото, се определят от техните ценностни системи. Така поведението им се превръща в социални норми, които заедно с определени държавни инициативи подпомагат устойчивото предприемачество.

**Икономическа свобода**

Ролята на икономическата свобода за икономическия растеж винаги е била в основата на икономическата теория. Значението на „невидимата ръка" в свободната пазарна икономика се разглежда от класиците Смит и Рикардо.

Икономическата свобода се свързва с икономическия растеж и развитие на макро равнище и на микро равнище. Решението да се занимаваш с предприемачество е преди всичко индивидуално решение, а различните форми на предприемаческа дейност са вплетени в матрица, състояща се от различни институции от националната икономика. Икономическата свобода е дълбоко свързана с икономическия растеж. Институционалната структура, обусловена от икономическа свобода просто мотивира продуктивността на предприемаческата дейност, които са източник на развитие. Така по-голямата икономическа свобода създава условия за по-голям икономически растеж, защото насърчава предприемаческите дейности.

Според Поркар, Тиеро и Местре[5] по-голяма икономическа свобода в една страна влияе върху продуктивността на предприемачеството, докато индивидуалното решение да се занимаващ с предприемачество се обуславя до голяма степен от културните и социални норми на страната.

Когато става въпрос за икономически условия се има предвид дори наличие на адекватна инфраструктура, по-малко административни бариери и добре развита финансова система. Акцент се поставя какви са перспективите за вътрешни и външни инвестиции, технологично развитие и по-голяма конкуренция. Необходимо е също така да се стимулира иновационно ориентираното предприемачество.

**Човешкият фактор. Разбирането за човешкия фактор**

Каква е ролята на човешкия фактор (ЧФ) в предприемачеството? Как да се използват максимално възможностите, които крие този фактор?

Концепцията за човешкия фактор е използвана за първи път **с цел да се анализира значението на знанието и образованието в човешкото общество.** Това е довело да разбирането, че хората **притежават различни умения и знания, които са безспорно ценни и могат да генерират печалба за индивида**. Тезата е доразвита от Марвел, Дейвис и Спроул[6]**. Измежду човешките умения знанието и креативността се възприемат като уникални качества с първостепенна роля за бизнеса и предприемачеството**. Донякъде това се обяснява с представата, че предприемачът притежава необходимите качества и умения да търси нови възможности отвъд традиционните методи за развитие на бизнес.

Бизнес процесите в една организация изискват хора със специфични задължения и отговорности, но и със специфични знания и това важи до всички работници. Знанието и особено управленското знание са част от интелектуалния капитал на една ор-

[5] Ana Tur-Porcar, Norat Roig-Tiero, Anna Mestre, Factors Affecting Entreprenuership and Business Sustainability. *Sustainability* 2018, 10, 452, www.mdpi.com/journal

[6] Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *40*(3), 599-626)

ганизация. В условията на съвременното информационно общество системното образование и обучение за хората в една организация се превръща в необходимост.

Както Друкер[7] отбелязва знанието е най-ценния актив на компанията. Знанието е действие на процесното моделиране, на планирането и имплементирането на мениджърската система.

**Дебатът за човешкия фактор**

Аджиболосо[8] **дефинира ЧФ като набор от личностни характеристики и други измеримости на човешката изява, които правят социалните, икономически и политически институции функциониращи**. Тези измеримости поддържат работата и приложението на законността, политическата хармония, работната сила, уважение към човешкото достойнство, социалното подпомагане. Нито една социална, икономическа или политическа институция не би могла да ефективно да функционира без ангажирането на отговорен персонал, които силно да вярва и постоянно да утвърждава идеалите на обществото. Авторът акцентира както на положителните така и на отрицателни характеристики, които влияят върху изявата на индивида във всяка сфера от човешкия живот и по-специално в бизнес средата.

Авторът също така защитава тезата, че е необходимо **образованието да бъде „human factor centered".** Придобиването на позитивен ЧФ е възможно посредством образование в областта на мениджмънт и лидерство. Образователни програми с прагматична насоченост да подготвят студентите за лидери и менажери. Преподаването на бизнес етика не е достатъчно ако студентът не притежава позитивен ЧФ за да постави своите умения и знание в контекст на интегритет. Подобен вид образование произвежда хора с огромен потенциал от това което икономистите наричат човешки капитал.

**Според професорите Керстен и Ла Вентча[9] ЧФ са хората, които правят бизнеса, защото те са в центъра на всяка организация и най-важния фактор, определящ успеха на една организация**. Въпреки че изследването им се фокусира основно върху културата и ценностите на една организация, авторите отбелязват, че най-важният елемент в нея са хората. „Всички хора са важни, които работят заедно се представят по-добре и всички се възползват от това" [10]

Разбирането, че всички работещи в една организация са важни осигурява базата за създаване на динамична и иновативна работеща среда, което от своя страна допринася за растеж и печалба. За постигането на тази цел ръководители и менажери пренасочват вниманието към най-ценното в организацията – работниците.

Качеството на отношенията на работното място и създаденото доверие се считат за условие и ключ към успеха и конкурентността на организацията, защото същността на една организация се формира от хората, които работят за нея.

Следователно как работи организацията зависи от естеството на отношенията между членовете на организацията и отношенията с (stakeholders). Работещите са личности, които се стремят към собствена реализация и лично щастие. Ако в една бюрократична организация правилата са създадени да контролират поведението, то в организации, изградени на принципа на възнаграждаването работещите посвещават

[7] Drucker, P. On the Profession of Management, *HBRB*, 1998

[8] Adjibolosoo, S. B. K. (Ed.). (1998). International perspectives on the human factor in economic development. Greenwood Publishing Group

[9] Kersten, J., La Venture, K., The Human Factor to Profitability,2015, River Grove Books

[10] Пак там, стр. 9

усилията си на работата. За съжаление работното място може да създаде среда в която работниците не чувстват задължение към своя работодател и следователно демонстрират ниска лоялност.

**„Човешкият процес" както авторите (Kersten, Jeanette and Kelly La Venture) наричат човешкия фактор е „разбирането, че всички хора – работници, клиенти, съдружници са важни. Тази вяра в хората и третираните им с достойнство** и взаимно уважение служат като основа при взимането на бизнес решения и е условие за добро представяне, растеж и иновации. Така всички хора се възползват от предизвикателствата, рисковете, но и от успехите на организацията. Как хората работят заедно – как те се отнасят един към друг, ценностите, които те споделят – са решаващи за бизнес успеха."[11] Също така е важно как се третират тези работници, какво е отношението към тях. Такива отношения са базирани на взаимно доверие, споделяне на ценности, разбиране и отношение. За авторите човешкия фактор или хората са „дългосрочна инвестиция, източник на „competative advantage", които трябва да се подкрепя и закриля" (стр.12) „Превръщайки хората в приоритет е абсолютно необходимо за всяка една организация и условие за успех". (стр. 13) Човешкия фактор са просто „ХОРАТА" в бизнес средата, които определят успеха на всяка организация. Човешкия капитал са натрупаните знания и умения, които работниците придобиват в процеса на образование, обучение и житейския опит.

**В статията си Шон Рос[12] определя ЧФ като най-важния аспект сред земя и капитал. Това са предприемачите, които откриват нови възможности или инициират нови дейности. Също така предприемачите са тези, които успяват успешно да използват други фактори като земя, капитал и труд. На лице са също така аргументи, отнасящи се до значимостта на ЧФ в областта на бизнеса и предприемачеството**. Марвел[13] в неговата публикация изтъква, че ЧФ е най-важния фактор при проучването на нови бизнес възможности и при предлагането на финансови стимули, които биха довели до нови предприемачески начинания (венчърс).

**Човешкият фактор – трудът**

**В бизнес контекст човешкият фактор се възприема като труда на тази част от населението, която се намира в активна работоспособна възраст**.??

„Трудът е сбор от всички човешки и умствени усилия, вложени при създаването на стоки и услуги. Трудът е основен фактор на производство. Размерът на националната работна сила се определя от размера на възрастното население и степента, до която това население е в трудова възраст или се приготвя да се превърне в работна сила, т.е. да излезе на пазара на труда и да продава своята работна сила".[14]

Според теорията за труда, който създава стойност (Labour Theory of Value), стойността на стоката може да се измерва обективно чрез средностатистическите часове на труд, вложените в производството й. Теорията се свързва с имената на Адам Смит, Рикардо и Маркс. Според Смит и Рикардо ако две стоки се разменят за една и съща цена, те имат една и съща стойност, където стойността се определя основно чрез вложения труд. Тези ранни икономически теории не могат да обяснят печалба,

[11] Пак там, стр. 12

[12] Ross, Sean., 2011, Why do some economists consider entrepreneurship to be a factor of production?, Investopedia

[13] Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *40*(3), 599-626

[14] www.businessdictionary.com/definition//labour

загуба, стойността на земята. Маркс вярва, че човешкият труд е единствената характеристика, която се среща при всички стоки и услуги. За Маркс труда е стока, която работника продава на капиталиста срещу заплата.

При съвременните условия, продуктивността на труда се свързва с технологиите и как те успяват или не да увеличат продуктивността на труда.

**Човешкият фактор и средата**

**ЧФ са хората и тяхното общуване или взаимодействие със средата. Тук под среда се разбира външните фактори за развитието на предприемачески способности и изобретателност. Според Хоеън и Дзанси[15] изобретателността на ЧФ намира някъде между начина, по които индивидуалните качества на индивида – предприемач взаимодействат с една относително неясна среда по начин които води до печеливша комбинация от производствените фактори с обществена стойност**. Това идва в подкрепа на тезата, че личните характеристики на предприемача са най-важния фактор за бизнес успеха.

В изследването си авторите идентифицират характеристики на истинския предприемач. По принцип съществува представа, че изобретателността на предприемача се крие в неговите умения и самозависимостта му. Този факт е паралелен с представата, че личностните му характеристики са най-значителния аспект на всеки успешен бизнес.

Съгласно традиционното или класическото разбиране икономиката се състои от три фактори за производство, като предприемачеството представлява основния елемент от труда. Обяснението е, че посредством предприемаческите умения предприемачът влияе на елементите на факторите за производство при създаването на стоки и услуги. Ето защо се приема, че предприемачеството играе активна роля в ръководенето на бизнес операциите. Имайки предвид тези обстоятелства е важно да се идентифицират възможностите и условия за реализация, които се откриват пред него, риска, времето и ресурсите, предприемачът инвестира в една изпълнена с предизвикателства среда.

Икономическото развитие и растеж не са подчинени само на факторите за производство. Качеството на работната сила се счита за най-важния гарант за всяка креативност и иновация, генериращи повече печалба за бизнеса. Поради това е изключително важно за всеки бизнес предприемачите да работят като централна нервна система в името на нейния бъдещ растеж както и национален просперитет.

Съществуват много и различни дефиниции за предприемачеството, но една от най-интересните е тази на Шеин и Вентакараман[16] акцентира не на персоналните качества на предприемача, а на възможностите, които средата му предоставя и как той се възползва от тези ресурси. Близо до тази дефиниция е разбирането на Джейкобидез[17] за предприемачите с цел използване на предприемачески възможности за лично забогатяване.

Предприемаческите възможности на средата, където предприемачът развива своята дейност имат особено място в обществото тъй като те са фактор, спомагащ създаването на нови стоки и услуги на пазара.

---

[15] Hoeyi, P. K., & Dzansi, D. Y. (2014). Entrepreneurship-The Productive Ingenuity of the Human Factor in an Ambiguous Environment. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *5*(23)

[16] Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, *25*(1), 217-226.

[17] Jakobides, M.G. Winter S.G., Co-evaluation of capability and transaction cost: explaining the institutional struacture of production. *Strategic Management Journal*, 2005 Vol. 26:5 p. 359.

- Съществуват два различни възгледа за възникването на предприемаческите възможности. Според единия възглед – очакването е, че възможностите ще бъдат открити от талантливи предприемачи, докато според другия – възможностите зависят от това как ще бъдат възприети. Двата възгледа обаче стигат до извода, че предприемачът започва своята работа и бизнес в една несигурна среда. Тази несигурност може да бъде създадена от самия предприемач, но може и да не е разпозната като несигурна. Ето защо е важно за предприемача да убеди хората около себе си да инвестират ресурси за да се възползват от предоставените им възможности от средата. Също така предприемача се очаква да прецени бъдещата печалба от определена среда (в това число географския регион или място) където ще оперира своя бизнес.

Както споменахме, трудът се формира като основен елемент от факторите за производство, от които зависи и икономическия растеж. В тази връзка авторът изтъкват необходимостта повече усилия да се инвестират в промотиране на предприемачеството. Тази идея безспорно поставя предприемача в централна позиция при анализа на човешкия фактор.[18]

В процеса на обяснение на модела авторите [19]разглеждат иновацията като форма на поведение, като форма на поведение, при което предприемача представя нов продукт на пазара, начините на производство и начините за получаване на нови форми на материали. Втората иновация са стратегиите, които предприемача е утилизирал при конкуренцията с международния бизнес. Третата е предприемаческата изключителна толерантност и увереност при сблъсък с последствията от бизнес решенията и действия.

Според авторите[20] предприемаческите възможности силно зависят от когнитивните способности на предприемача, които биха довели до идентифицирането на нови бизнес възможности или нови вентчърс. С други думи се очаква предприемача да търси пазарни възможности, да забелязва промени и трендове на пазара, но и да притежава умението да следва тези промени. Така наречените „pattern recognition" и „arrangements cognition" са два други когнитивни процеси, близки до умението за откриването на възможности. Бързо идентифициране на възможностите и способността да се забелязват значителни/важни насоки на развитие в среда наситена с различни събития, да се идентифицират процесите, ресурсите и връзки/ отношения които да се обвържат заедно за де се постигне успех в предприемаческото начинание. Тези способности са зависими и от предишния опит на предприемача, където те биха спомогнали как да се използва максимум наличните ресурси с цел постигане на максимално добри крайни резултати.

Не на последно място е важно предприемачът да покаже своята изобретателност и способността да управлява в една неясна и несигурна среда. Това демонстрира неговата психологическа нагласа да разбира пазарната ситуация на деня и възможностите, които тя предлага и областите за потенциално развитие заедно с подходяща структура на цялостния процес.

Избирането на точното географско местоположение за своя бизнес е също умение на предприемача, което тои се очаква да притежава. Авторите[21] обясняват че поради социалната структура, която обхваща политически и културни ценности на ре-

[18] Shane, A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Cheltenham, UK
[19] Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, *13*(2), 257-279.
[20] Пак там
[21] Пак там

гиона, неговата населеност са основни елементи, които влияят на избора на местонахождение. Следователно предприемачът е този, който има способността да интерпретира информацията с цел да локира бизнеса си на места, предоставящи му най-добри технологични и логистични възможности, както и по отношение на работната сила.

**Човешкият фактор е ергономика (Ergonomics)**

Ергономиката е наименование на човешкия фактор в контекста на производството на стоки и свързаните с тях услуги.

Или участието на човека в производството. Всъщност изследователите ергономисти приемат, че и най-добрата и съвършена контролна система в един завод или организация не би могла да работи без намесата на човека и човешката експертиза. Една операционната система би работела успешно ако се контролира добре и съответно би пропаднала, ако човека (менажера или оператора) въведе грешна информация или команда.

Успехът на съвременните системи както и на всяка операционна система зависи от човешкия фактор. В контекста на ергономиката човешкия фактор се част от средата в състояние на взаимодействие с машинни – компютърни фактори. За Попи Маклеод[22] дефиницията за човешкия фактор включва „всички аспекти на използване на система, която влияе върху потребителското (users) разбиране за системата, как те се чувстват работейки с нея и как те се държат спрямо нея (системата)”. Оттук заключението, което можем да направим е, че ЧФ това са потребителите (users) на системата. Те са директно и изцяло въвлечени в процеса на развитие на системата.

**Човешкият фактор и човешки ресурси**

Хората са най-важният елемент за успеха на всеки бизнес и това не подлежи на съмнение. Човешките ресурси – това са хората, които работят в една организация, при разграничаване с финансовите или материалните ресурси. Също така, човешки ресурси са функция на отдела или департамента, които се занимава с менажирането на работещите в организацията. Организационна практика с най-голямо въздействие върху работещите в една организация, е управлението на човешките ресурси. То включва:” правила, практики и системи, които влияят на поведението и работата на служителите”.[23]

**Заключение**

С поемане пътя на предприемачеството бизнесменът демонстрира способността си да се възползва от възможностите на момента, да приложи своето умение да бъде продуктивен с иновативни идеи и начини за да ги превърне в краен продукт. Следователно условията, които предоставя средата са фактор от особена значимост за развитието и успеха на фирмата.

[22] McLeod, P. L. (1992). Are Human-factors people really so different? Comparison of Interpersonal behavior and implications for design teams. Journal of Management Information Systems, 115.
[23] Noe, Hollerbeck, Gerhart and Wright, 2010, Human Resource Management, p. 4, McGraw Hill.

**Източници:**


[1]. Adjibolosoo, S. B. K. (1995). *The human factor in developing Africa*. Greenwood Publishing

[2]. Adjibolosoo, S. B. K. (Ed.). (1995). *The significance of the human factor in African economic development*. Greenwood Publishing Group.

[3]. Adjibolosoo, S. B. K. (Ed.). (1996). *Human factor engineering and the political economy of African development*. Greenwood Publishing Group.

[4]. Adjibolosoo, S. B. K. (Ed.). (1998). *International perspectives on the human factor in economic development*. Greenwood Publishing Group.

[5]. Adjibolosoo, S. B. K. (Ed.). (2001). *Portraits of human behavior and performance: The human factor in action*. University Press of America.

[6]. Campbell, B. A., Ganco, M., Franco, A. M., & Agarwal, R. (2012). Who leaves, where to, and why worry? Employee mobility, entrepreneurship, and effects on source firm performance. *Strategic Management Journal*, *33*(1), 65-87. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

[7]. Drucker, P., (1998), On the Profession of Management, HBRB

[8]. Figueira, S. Integration of Human Factor principles in large organizations, 2012 Group.

[9]. Hoeyi, P. K., & Dzansi, D. Y. (2014). Entrepreneurship-The Productive Ingenuity of the Human Factor in an Ambiguous Environment. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *5*(23), 11.

[10]. Human factors/ergonomics – Introduction to human factors. (2017). *Hse.gov.uk*. Retrieved 31 July 2017, from http://www.hse.gov.uk/humanfactors/introduction.htm

[11]. Kersten, J., La Venture, K., The Human Factor to Profitability,2015,River Grove Books.

[12]. Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human capital and entrepreneurship research: A critical review and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *40*(3), 599-626.

[13]. McLeod, P. L. (1992). Are Human-factors people really so different? Comparison of Interpersonal behavior and implications for design teams. Journal of Management Information Systems, 115.

[14]. Noe, Hollerbeck, Gerhart and Wright, 2010, Human Resource Management, McGraw Hill.

[15]. Olaniyan, D. A., & Okemakinde, T. (2008). Human capital theory: Implications for educational development. *Pakistan Journal of Social Sciences*, *5*(5), 479-483.

[16]. Ross, Sean, 2011. Why do some economists consider entrepreneurship to be a factor of production?, Ivestopedia

[17]. Shane, S. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus.

[18]. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, *25*(1), 217-226.

[19]. Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, *13*(2), 257-279.