

ИЗСЛЕДВАНЕ В ХОДА НА ДЕЙСТВИЕТО – ОБЩЕСТВЕНИТЕ НАГЛАСИ В СИТУАЦИЯ НА КРИЗА

КАКВО СЕ ПРОМЕНИ В РЕЗУЛТАТ НА КРИЗАТА ЗА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ОТ
МИКРО, МАЛКИЯ И СРЕДЕН БИЗНЕС, КАК РЕАГИРАТ И КАКВИ СА
ПЕРСПЕКТИВИТЕ ПРЕД ПРАВИТЕЛСТВОТО, БИЗНЕСА И ГРАЖДАНИТЕ
ЗАНАПРЕД?

МЕТОДОЛОГИЯ

1. ЦЕЛИ И МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Цели: Основната цел е да се идентифицират предизвикателства, с които се срещат предприемачите от микро, малкия и средния бизнес за периода 25 март – 15 май 2020 г., по отношение:

А) личните стратегии и емоционалните реакции за справяне с предизвикателствата, възникнали в резултат на въведеното извънредно положение и променените професионални роли и функции, в т.ч. и личните им разбирания и визия за бъдещето на България, след преодоляване на медицинската криза, породена от COVID -19;

Б) мерките, предприети от Правителството на Република България, в т.ч. и промяната на голяма част от тях;

В) основните изводи, които са си направили на фона на кризата и посланията, които отправят към българското общество и Правителството на Република България.

Метод на провеждане на изследването:

За целта на настоящото изследване бяха проведени около 30 отделни неструктурирани или полуструктурирани интервюта с респондентите, като над 2/3 от тях бяха от типа „лице в лице“, а останалите – основно по телефона или чрез приложения за кратки текстови съобщения. По изрично желание на интервюираните първото интервю задължително беше от тип „лице в лице“, а в последствие развитието на кризата беше периодично обсъждано по телефона или през Viber, като интервалите бяха не повече от 4-5 дни.

В края на проучвателния период беше проведена фокус група, в която участваха 6 представители на бизнеса, с цел обобщаване и систематизиране на получената информация през погледа на респондентите.

РЕСПОНДЕНТИ

Характеристики на групата

За изготвяне на настоящия анализ бяха проведени интервюта с 16 участника от различни ключови икономически сектори – промишленост, търговия, услуги, туризъм и IT сектор.

Възрастта на участниците е между 43 и 66 годишна възраст, като в групата доминират мъжете (14 мъже и 2 жени).

Извадката не е подбирана на база семеен статус, но в нея преобладават женените или живеещи на семейни начала с едно или повече деца.

Икономическа активност през периода на проучването:

По този показател групата не е хомогенна и в нея могат да бъдат обособени две отделни подгрупи, с твърде различни нагласи, динамика в развитието и реакции, които следва да бъдат проследени поотделно.

1. Преки потърпевши от мерките срещу коронавируса, чрез директна забрана за упражняване на основната им икономическа дейност през периода на проучването - предприемачи в сферата на ресторантьорството, хотелиерството, туризма, развлекателните услуги и културата.
2. Предприемачи, чиято дейност е косвено засегната от епидемията, основно чрез спад в потреблението, затваряне на границите или пряка обвързаност с бизнеси, попадащи в първата група.

Доходи и класово самоопределяне:

Представителите на групата имат доходи в пъти над средните за страната, като най-често заявяват **долна граница** от преди кризата в размер на **6-7 хиляди лева на домакинството**. В случая измерителят „домакинство“ е най-показателен, защото голяма част от партньорите също са заети в бизнеса и трудно могат да бъдат определени индивидуални доходи. Конкретни параметри трудно могат да бъдат определени, защото интервюираните са изключително пестеливи откъм точни числа, но най-общо може да се говори за „годишен нетен доход представляващ шестцифрено число“ (Д.Д.)

Всички респонденти, без изключение, заявяват влошаване на финансовото си състояние през периода на проучването, като най-засегната е първата подгрупа, която на практика губи напълно доходите си. Представителите на втората подгрупа също отбелязват значителен спад, но динамиката му не е толкова ясно изразена и е специфична за съответния тип бизнес, но като цяло може да се говори за между 30 и 50% спад в нетните доходи на домакинството.

Въпросът за класовите характеристики и самоопределяне заслужава особено внимание. Спонтанното самоопределяне (без задаване на параметри) на почти всички респонденти (15), е принадлежност към средната класа. Само един предприемач определя спонтанно себе си като представител на бизнес класата. Много често представителите на групата поставят себе си и част от служителите си (най-често висококвалифицираните) в една класова категория (средна класа).

Интересна особеност на групата е, че тя спонтанно различава само четири класови категории – гето, работническа класа, средна класа и „висша“ или „олигархична“ класа, като най-често към последната се причисляват повечето представители на едрия бизнес.

Географско местоположение:

Участниците в проучването са базирани основно в София (13), въпреки че бизнесът им често има друга локация. Изключение правят заетите в сферата на хотелиерството, които посочват като местоживееене мястото, на което се намира обекта (3).

Социална активност:

Представителите на групата, без изключение, имат изключително висока социална активност, която се изразява в много на брой ежедневни срещи основно чрез жив контакт. Болшинството от тях не признават друга форма на контакт, освен „лице в лице“ и отказват да дискутират важни теми по телефон или чрез чат, освен при крайна необходимост. Заявяват единодушно, че мерките и рестрикциите не са повлияли съществено както на честотата, така и на вида общуване, с изключение на пътуванията зад граница.

Предприемачите могат да бъдат класифицирани еднозначно като лидери на мнение в семействата си, социалните си кръгове и бизнес структурата си. Това влияние е особено силно изразено при работодателите от микро и малкия бизнес, при който се наблюдава припокриване на отделните сфери на влияние.

2. ОСНОВНИ ИЗВОДИ И РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

2.1. Лични стратегии и емоционални реакции за справяне с предизвикателствата, възникнали в резултат на въведеното извънредно положение и променените професионални роли и функции, в т.ч. лични разбирания и визия за бъдещето на България, след преодоляване на медицинската криза, породена от COVID -19

А) Нагласи по отношение на физическото здраве и промяна в семейната динамика

Физическо здраве:

1. Отношение към собственото физическо здраве и това на близките хора

Представителите на групата не са особено притеснени за собственото си физическо здраве. Твърдят, че от самото начало (13.03.2020) са смятали заплахата за несериозна, а мерките – за пресилени, но са били съгласни с тях до момента на изясняване на вирулентността на вируса и смъртността вследствие на него. Към края на периода на проучването са отявлени противници на всички ограничителни мерки, не желаят да ги спазват и открито демонстрират несъгласието си.

„Аз болен не видях за два месеца, но не е само това – нямам познат, който да е имал болен познат... И за това „нищо“ ни съсипе бизнеса“.

Респондентите разглеждат себе си като „прагматични“, „уравновесени“ и „стъпили здраво в реалността“ хора. Първоначалната си реакция на директната заплаха от заразяване определят като „паническа“ и „хаотична“, но този период е кратък (4-5 дни) и се случва доста преди вирусът да достигне до страната. Поради многобройните си контакти зад граница (основно в Западна Европа), получават информация директно от огнищата на зараза и успяват да направят изводи и план за действие по отношение на физическото си здраве и това на членовете на семейството си преди другите изследвани групи, най-често в периода 01.03.2020 – 10.03.2020.

Всички респонденти класифицират себе си като нерискова група и насочват усилията си към предпазване на останалите членове на семействата си. С много малки изключения, първата реакция е създаване на условия за изолация на хората с

висок риск, като първоначално към тях включват и децата, но с изясняване на спецификата на вируса те бързо отпадат и остават само възрастните и хронично болните.

Представителите на групата не само не преустановяват физическите контакти, но в първите седмици те зачестяват с оглед на новата икономическа обстановка и необходимостта от спешни мерки за спасяване на бизнеса. Срещите им се осъществяват предимно по офисите, които към този момент не функционират или в тях работят не повече от един-двама души, тъй като служителите са пуснати в хоум офис.

2. Отношение към физическото здраве на работниците и служителите

В противовес на negliжирането на заплахата за собственото си здраве, предприемачите се отнасят изключително отговорно към противоепидемичните мерки, когато става въпрос за организация на работния процес. Те заявяват, че още от първите дни на извънредното положение (а някои и преди това) въвеждат строги санитарни мерки, в много случаи надхвърлящи изискванията на Кризисния щаб и здравните власти. Всички служители, които могат да работят от къщи са пуснати в хоум офис, а тези, които представляват рискова група и не могат да работят от къщи – в платен или неплатен отпуск. В производството работните помещения се дезинфекцират на всеки два часа, работниците са задължени да ходят с маски и да мият ръцете си преди всеки контакт с други хора. Някои производители заявяват, че дори са намалили капацитета на производството си първоначално с цел да няма близък контакт между отделните работници. Някои въвеждат задължително следене на телесната температура два пъти дневно. Разходите за всички защитни средства се поемат от работодателите, както и ангажимента за осигуряването им в периодите, когато това представлява проблем.

Като причина за разликата в отношението към физическото здраве на служителите и семействата си, предприемачите посочват последствията, до които би довел дори един заразен в работния колектив. На практика това би означавало незабавно затваряне на предприятието за неопределено време, но не по-малко от 14 дни. Представителите откровено заявяват, че нямат притеснения относно здравословното състояние на работниците си, тъй като в преобладаващата си част те са хора в активна възраст и не представляват рискова група.

„Не само ще дезинфекцирам, но и Бога на дезинфекцията ще наема, само да не затворят производството.“

„Затворят ли ни за 14 дни – мъртви сме! ... Казах им го (на работниците) и те май разбраха, защото почнаха да си мият ръцете. ... Аз през целия си живот толкова чисти ръце в цеха не съм виждал ... Даже някои били започнали да си мият и зъбите, но аз не вярвам.“

Семейна динамика:

По отношение на семейната динамика двете подгрупи, разделени в зависимост от икономическата си активност, се извяват по коренно различен начин.

1. Подгрупата на пряко засегнатите от мерките срещу коронавируса в началото на периода отчита рязко влошаване на отношенията в семейството. Първоначалната паника, предизвикана от наложената забрана за функциониране на бизнеса бързо преминава в състояние, което респондентите определят като „агресия в следствие на пълната безпомощност и непредвидимост на ситуацията“. Тази агресия първоначално е насочена към външните фактори, но в следствие бавно се установява и в отношенията вътре в семейството.

Ситуацията допълнително се усложнява от принудителната изолация, в която се намират семействата. Децата също са много изнервени от затварянето вкъщи, непрекъснато изискват внимание (по-малките) или изпадат в депресивни или агресивни състояния (по-големите). Към средата на април повечето респонденти отчитат „непоносима“ обстановка вкъщи. Само един предприемач заявява, че с партньора си са успели да запазят относително хармонични взаимоотношения, като причината за това е, че съпругата му работи активно на друго място и изкарва „приличен доход“, който дава някаква сигурност.

„Ти нямаш представа какво е... седим и се гледаме на кръв, дъщерята е на 14, тя направо ни мрази... Когато мога се махам в офиса, но там е още по-депресиращо.“

„Нямам желание да се прибера вкъщи, там нищо добро няма – децата (5 и 8) непрекъснато се карат за нещо, малкият реве, жената напълно е изтрецяла... Вчера се скарахме за това, че хляба е свършил, един час си крещяхме, а аз отидох да спя в офиса.“

Отношенията в семействата започват да влизат в норма едва към края на периода на проучването, след обявяването на конкретни дати за отпадане на мерките, но повечето интервюирани заявяват, че конфронтацията никога няма да изчезне напълно и ще остави трайни последици в отношенията. В един от случаите се говори директно за разделяне с партньора, а в останалите – за установени отношения на „досада“, „отчуждение“ и „взаимна непоносимост“.

„Отворихме (хотела), някак почнаха да се оправят нещата и резервации вече имаме, но нещо не е наред, не си говорим, съскаме си...“

„Добре, че децата отидоха при бабата, че иначе щяхме да се избием... Казах ѝ да яхва метлата и да отива при майка си. Май няма да ни бъде още дълго заедно.“

2. Коренно различна ситуация се наблюдава при подгрупата на предприемачите, чийто бизнес продължава да функционира по време на извънредното положение. Повечето респонденти, с малки изключения, констатираха рязко влошаване на бизнес климата, породено от мерките не само в България, но и в целия свят. Предприятията обаче продължават да работят в нови условия и предизвикателствата, свързани с оцеляването, сплотяват семействата и в тях се установяват отношения на сътрудничество. Режимът, в който функционират

домакинствата, не се променя драстично, доходите спадат бързо, но не катастрофално. В повечето от изследваните семейства децата се дават на баби и дядовци, за да могат родителите да се посветят изцяло на спасяването на бизнеса. Само в един от изследваните случаи има влошаване на отношенията в семейството, но според интервюирания там става въпрос по-скоро за ескалация на отдавна започнал процес, за който кризата се явява катализатор.

Също както при първата подгрупа и тук респондентите говорят по-скоро за трайно установени нови отношения, а не просто за кризисна ситуация. В много от случаите се говори за прерастване на семейните отношения в конструктивно и ползотворно бизнес партньорство, което дава възможности и оптимизъм за бързо възстановяване на бизнеса в периода след кризата.

Б) Емоционални реакции и стратегии за справяне с последствията от кризата

Емоционални реакции:

По отношение на емоционалните реакции също се наблюдават съществени разлики между двете подгрупи, дължащи се на динамиката в икономическата активност.

1. Подгрупата на пряко засегнатите от мерките срещу коронавируса изпадат в състояние на социална изолация, като особено силно това е изразено при бизнеси в сектора на туризма. Те не срещат разбиране от околните за тежката финансова и икономическа ситуация в която са изпаднали, а някои респонденти отбелязват отношение на злорадство и презрение, особено от бившите си или все още настоящи работници. Сблъскват се с открито нежелание на околните да подкрепят исканията им към държавата за спасяване на бизнеса, а към средата на периода и все повече хора, които са директно против такава помощ. Според тях това се дължи на множеството публикации в медиите относно „лъскави хотели“, които искат да се възползват от мярката 60:40, както и на изявленията на премиера за „тези с Майбасите“.

„През последните няколко дни почти нямам познат, който да не ме попита дали продадох Майбаха. Уж се майтанят, но има нещо доста гадно в моя майтан.“

Респондентите също така споделят, че голяма част от познатите им директно заявяват, че не желаят да подкрепят „мутренската“ българска туристическа индустрия и ресторантьорство и целенасочено ще изберат Гърция или Турция, за да накажат собствениците.

Вторият сериозен удар, който представителите на туристическия бизнес понасят, идва от средите на собствените им работници. Интервюираните споделят, че получават заплахи от бивши свои служители, които са били ощетени поради ниското ниво, на което са осигурявани, а двама директно обвиняват бивши работници в посегателство върху тяхно имущество – издрана с пирон кола и професионална фурна с изгорял нагревател, в следствие на заливане с вода.

„Преди три дни съкратих трима, а вчера някой беше надраскал върху капака на колата ми с пирон „Мазерати“. Как мислиш, съвпадение ли е?... Даже съм сигурен кой е, но ще го докопам някой ден.“

Социалната изолация, в която групата изпада през периода на епидемията, оказва силно въздействие върху респондентите. В следствие на нея те изпадат в състояние на *„справедлив гняв“*, насочен основно срещу работниците им, които определят като *„тъпи“*, *„прости“*, *„неблагодарни“* и *„ненужни“*. Разглеждат се като цел на необоснована агресия от страна на всички останали и като *„изкупителна жертва“* на недоволство, което следва да бъде насочено към властта, а не към тях. Към мярката за съкращаване на персонал и предоговаряне на заплати подхождат с неприкрито задоволство, като на моменти радостта от *„наказването на неблагодарниците“* надхвърля удовлетворението от икономическата полза.

Искрено застъпват тезата, че преди кризата са били *„добри и съпричастни“* работодатели, които са се грижили за работниците си и са им осигурявали *„прекрасни условия на труд и адекватно заплащане“*. Смятат, че нарастващата безработица ще *„постави неблагодарниците на мястото им“*. Напълно са убедени, че този сезон ще могат да намерят качествена и евтина работна ръка, защото конкурентните пазари на труда няма да бъдат отворени.

Стратегиите за справяне с последствията от кризата са пряк резултат от крайните емоции на гняв и омраза и това е особено тревожна тенденция. Респондентите споделят, че вследствие на социалната изолация са започнали процес на обграждане с кръг от себеподобни, с които да споделят проблемите си и на практика това е предпоставка за създаване на обща стратегия на бранша във възстановителния период.

„С кого да говоря, с кого да споделя? С тези, дето ме гледат доволно и се хият под мустак?... Събираме се в офисите една групичка такива като мен и си говорим, и се слушаем, и почти винаги стигаем до някакво полезно решение.“

2. При подгрупата на предприемачите, чийто бизнес продължава да функционира по време на извънредното положение, процесите са доста по-умерени и лишени от крайности. Респондентите обясняват това с фокусиране върху текущи и конкретни задачи. И при тях основната цел е съхраняване на бизнеса и връщане към нормалните обеми и обороти от преди кризата, но необходимостта от предприемане на драстични мерки в кратки срокове отсъства. Подкрепата, която получават от страна на семейството също до голяма степен спомага за съхраняване на вътрешния баланс.

„Не можеш да ни сравняваш с тях (туристическия бизнес)... Ние мислим как да платим заплати, как да изпълним поръчки, как да намерим нови, а те мислят дали ще ги има утре. Това е много съществена разлика.“

„Семейството ми е твърдо до мен и се чувствам добре в това отношение. Това, което ми го разказваш за тях (туристическия бизнес) никога не ми се е

случвало... Искрено им съчувствам, не знам как щях да оцелея, ако трябваше да вода война и с жена ми.“

Респондентите от тази група също споделят, че са усетили изостряне на класовото противопоставяне, но тази тенденция остава встрани от основните им грижи през периода. Преструктурирането на персонала и работните заплати според тях протича „по нормалния отвратителен начин“. Няма усещане за крайни негативни чувства от страна на работниците, но не срещат и разбиране от тяхна страна.

„Не мисля, че ме мразят, но по нищо не личи да ме разбират... Аз много бих искал да им обясня какво точно правя и защо го правя, но всичките ми опити до този момент са завършвали с провал.“

„Това все пак са работници... ако имаха обща представа за това, което се случва във фирмата, щяха да са поне мениджъри... Чак да ме мразят – не, но определено не съм им любим в момента.“

Отношението на останалите социално-икономически групи към себе си определят по-скоро като неутрално и обясняват това с фокусирането на всеки върху личните проблеми и липсата на свободни валенции за свързване с другите.

„В момента всеки се е затворил в кутийката си, човърка си бурмичките и чуждите кутийки не го интересуват... Всички са се заели да оцеляват“.

В) Процеси, катализирани от кризата и промени, настъпили в резултат от нея (в личен, професионален и обществен план).

Според представителите на групата, коронавирусът и мерките, свързани с ограничаването му, ще доведат (или вече са довели) до много силна и мащабна икономическа криза. Фокусът на респондентите е изцяло в това поле и те не отразяват другите промени, настъпили през периода. Според тях всички дългосрочни ефекти ще бъдат последици на започналата рецесия, а не на периода на карантина и изолация. Предприемачите не отричат, че съществуват промени във всички аспекти на живота по време на извънредното положение, но смятат, че те ще отшумят много бързо след нормализиране на обстановката.

Икономическата криза, според респондентите, ще предизвика трайни промени в обществото, като разделението и противопоставянето на отделни групи ще се осъществи основно на икономически принцип.

Разделение и противопоставяне на различни възрастови, социално-икономически и етнически групи

Противопоставяне на социално-икономически и етнически групи:

1. Силно и трайно задълбочаване на конфликта между работници и работодатели

Конфликтът излиза като ключов за всички предприемачи, независимо от икономическата им активност през изследвания период и тази констатация е много сериозен повод за тревога.

В средите на първата подгрупа тенденцията за конфронтация е сериозно застъпена и повечето респонденти открито говорят за война, като масова практика е използването на военна терминология за обозначаване на взаимодействието между групите. „Бойните действия“ включват всякакъв тип пряк или косвен „саботаж“ от страна на работниците, като в случая понятието включва абсурдни интерпретации, от вида на обявяване за саботаж на нежеланието от страна на работниците да подпишат нови трудови договори при редуцирани трудови възнаграждения или отказа им да поемат повече ангажименти за същите пари.

Говори се за „офанзива“ на служителите, изразяваща се в опитите да сменят местоработата и работодателя, както и за „контраатака“, която представлява споразумение между работодателите за понижаване на месечните заплати.

„Чакаха ме (служителите) да видят колко надолу ще падна и сега, когато едвам си стъпих на краката ме удариха със заявление, че напускат, защото не искат новите условия – това ако не е саботаж не знам какво е.“

„Не знам какво точно си мислиш, но това е война и ние водим бойни действия. Ти също си бил от тази страна на барикадата, трябва да знаеш какво е. Атака и контраатака. Икономиката е в криза и бизнесът ми е в криза – няма как да има win-win ситуация, някой трябва да е губец и не мисля това да съм аз.“

Втората подгрупа е доста по-умерена в определенията, но различията се изчерпват с тази подробност. Усещането за зараждащо се или ескалиращо противопоставяне се споделя от почти всички респонденти. Изключения са само много малки, постоянни колективи (до 5 служители), в които работодателят е съществена част от самата присъща дейност на фирмата, но дори и там се говори за „ослушване“ на служителите и опити да се преориентират към по-изгодни условия в новата обстановка.

„Драмата тепърва ще се развива и пистолетът на стената ще гръмне. Бизнес-партньорите ми не са ОК с продажбите, заявките спадат драстично, даже някои отказват и старите... Пътят вече е ясен, ще трябва да се свиваме... Те (работниците) го виждат това и вече чувам как шепнат по ъглите и планират кой и как ще бъде съкратен и на кого с колко ще му падне заплатата. Знаем и че

поне половината са в jobs.bg във всеки свободен момент. Усещам и игли във врата си като ме гледат отзад.“

Мнението, че икономиката ще стагнира и ще изпадна във все по-дълбока криза се споделя от абсолютно всички участници в проучването. Разлики се откриват единствено в прогнозите за темповете, с които това ще се случи и продължителността на процеса.

Според мнозинството от анкетиранияте, кризата ще се развие изключително бързо, дори ако няма втора вълна на заразени от коронавирус и към края на октомври ситуацията ще е навлязла в стръмната част на кривата, за да достигне дъното някъде в края на февруари 2021г. Тенденции за пълно възстановяване не виждат преди края на 2022 година, като реалистичният според тях срок е до края на 2023г. Прогнозите са още по-мрачни, в случай че има втора или повече вълни на епидемията. В този случай никой от интервюираните не се ангажира с конкретни срокове, но общото мнение е, че „ще стане много страшно“.

Процесите, които ще протичат на пазара на труда, предприемачите определят като динамични и непредсказуеми, но в условията на криза, общото мнение е, че те ще се развиват в посока на конфронтация и постоянен конфликт. Напълно липсва оптимизъм, че е възможно връщане на хармонични отношения. Всъщност, мнозинството от участниците в проучването заявяват, че такива отношения никога не са съществували и балансът винаги е бил твърде крехък и постигнат с цената на компромиси, основно от тяхна страна.

2. Възникване на етническо напрежение в резултат от икономическата криза

„Циганите тъкмо се научиха да работят и сега ще се наложи да ги отучваме, защото ще вземат работата на българите“ – този цитат на предприемач, опериращ в сферата на хранително-вкусовата промишленост, най-точно изразява мнението на групата относно перспективите за развитие на ромската общност. Икономическата криза ще засегне силно пазара на труда, като респондентите предвиждат 12-15% безработица в края на февруари 2021. Според тях най-засегнати ще бъдат именно ромите, които масово ще бъдат освобождавани за сметка на българите, които ще се наложи да поемат по-нископлатена и по-неквалифицирана работа.

Особено тревожно и също задаващо тенденция е изказването на един от участниците във фокус групата, което беше единодушно подкрепено от останалите: *„Ако мога да избирам между българин и циганин съм почти на сто процента сигурен, че ще избира българина. Това е адски тъпо, защото имам ромии, които работят повече от всички българи заедно, но най-вероятно това няма да ме спре... Знам, че HR-а ми куца и понякога сам се изумявам от собствените си решения.“*

Изграждането на мултиетнически колективи, предприемачите в сферата на производството определят като тежък, продължителен и не достатъчно успешен процес. Според тях проблеми и сега съществуват и те са основно в кооперативността и екипността, когато става въпрос за съвместна работа между българи и роми.

„Не се получава това, пробвал съм не веднъж ... Ако назнача ром на определена позиция, почти нямам опция да назнача българин на същата, защото почват да се гледат на кръв веднага ... Вариантът, който съм открил, че работи е да разделям длъжностите на „ромски“ и „български“ – тогава нещата тръгват ... Длъжността, на която съм назначил роми, веднага получава етикета „циганската работа“.

Стагнация на пазара на труда, ръст на безработицата и спад в доходите няма да реши проблема, според респондентите. Те са на точно противоположното мнение – различията и нежеланието за сътрудничество от страна на българите ще се засили и конкуренцията за заетост постепенно ще изтласка ромите. Към последните дни от проучването, предприемачите нямат отговор по какъв начин може да се реши този проблем.

Възникване на нови заплахи и промяна на нагласи и междуличностни отношения

Анализът на резултатите от проучването показва, че единствената реална заплаха, която е отразена спонтанно от таргетната група е стихийно и неудържимо разрастване на икономическата криза.

Представителите на предприемачите са силно нечувствителни и слабо рефлексивни към всички неикономически процеси, които се случват в обществото, и това също може да бъде отбелязано като тревожна тенденция. Възможността да бъдат загубени основни права и свободи или да бъдат маргинализирани и гетоизирани големи групи се разглеждат единствено в контекста на икономическите процеси.

В този контекст особено интересна е дискусиата във фокус групата относно бъдещото развитие на икономиката и промяната в доходите. Според участниците, кризата ще дойде основно вследствие на „драстичен спад на оборотите вследствие на спад в покупателната способност на населението“, но категорично отказаха да използват термина „обедняване“. Фундаменталната причина за спада на оборотите е психологическа, вследствие на влизането на хората в икономичен режим. Общото заключение на групата беше, че кризата ще бъде провокирана от потребителите, част от които са и техните служители, които вместо да стимулират икономиката се грижат за оцеляването си, като по този начин проявяват „страшен егоизъм“.

Промените в междуличностните отношения според респондентите, ще се дължат основно на разширяващата се пропаст в доходите на отделните социално-икономически групи. Ще се засили класовото разслоение, при което „богатите ще станат още по-богати, а бедните – още по-бедни“, като това допълнително ще усложни отношенията работодател-работник и ще изостри вече съществуващия конфликт.

Промени и динамика в развитието на бизнес плановете вследствие на кризата

Двете подгрупи преминават през различна динамика на емоционалното си състояние и съответно на планове за бъдещото си развитие, но към края на периода на проучването мненията им по въпроса за перспективите са учудващо сходни.

Подгрупата на пряко засегнатите от мерките срещу коронавируса в първия етап (13.03 – 12.04) изпада в състояние, което се определя като паника. Най-силно притеснение респондентите имат за кешовите резерви на фирмата за посрещане на текущите бизнес разходи – заплати, осигуровки, наем и режийни разходи. Обмислят пълно прекратяване на бизнеса и кеширане с цел създаване или спасяване на финансов буфер за оцеляване на семействата си.

„Обектът ми (хотел) никога не е затварял дори и за една минута, откакто го отворих. Сега искат да не работя месец... Фалитът ми е сигурен, само за заплати отиват (...) лева месечно. Махам всички (работници), изпразвам фирмените сметки и ... ще гледаме да оцелеем с жената и децата.“

Вторият етап (15.04 – 30.04) се характеризира с осъзнаването от страна на респондентите, че мерките спрямо техния бизнес няма да бъдат премахнати скоро или че последствията от остатъчните мерки ще са толкова сериозни, че за възстановяване трудно може да се говори. Действията им са активни, но хаотични и са основно насочени към пълно премахване на разходите, свързани с бизнеса и опитите да бъде поставен в състояние на „пауза“.

„Ти нали разбираш, че тази драма (извънредното положение) може никога да не свърши... Добре де, не никога, но спокойно може да откара до септември, а за мен това си е никога“.

Подгрупата на предприемачите, чийто бизнес продължава да функционира по време на извънредното положение в първия етап (13.03 – 12.04) на кризата са напълно убедени, че е въпрос на време и техният бизнес да бъде затворен, но не предприемат нищо, а продължават да работят „все едно нищо не се е случило“, като на по-късен етап определят това си състояние като „парализа“.

„Работехме, все едно светът около нас е същият, само дето пръскахме през два часа (дезинфектант). Избягахме всички разговори, относно възможностите да ни затворят, защото те бяха много реални. Вирусът сякаш не можеше да направи нищо на бизнеса ... Три седмици изкарахме така, после се съвзехме.“

Вторият етап (15.04 – 30.04) при подгрупата се характеризира с „връщане към реалността“ и анализ на ситуацията. Затварянето на големите западни икономики и

ударът върху договорните партньори започва да се усеща, нови договори не се сключват и трудно се събират стари плащания. Представителите на подгрупата пристъпват към планиране на бизнеса в условията на икономическа криза.

„Все едно някой ме върна в 2010 като с машина на времето. Трябваше да съм идиот, за да не направя аналогията. Извадих старите файлове и започнах да правя план по тях...“

Третият етап е общ за двете подгрупи и е свързан с появата на реални срокове за отпадане на противоепидемичните мерки през **първата десетдневка на месец май**. Характеризира се с нарастващ оптимизъм относно бъдещото развитие както на общата икономическа ситуация, така и на собствения бизнес. Респондентите бързо излизат от „паническо“ състояние, не са изпаднали „в ступор“, а предприемат целенасочени действия, чиято основна цел е максимално съкращаване на всички „ненужни разходи“, които биха им попречили да се възстановят бързо и да посрещнат подготвени задаващата се икономическа криза.

Предприемачите към края на периода не се виждат в перспектива като губеща или обедняваща група. Като най-реалистичен вариант за справяне с предизвикателствата пред бизнеса си виждат много по-високо ниво на лично участие и съответно – натоварване, но не и влизането в режим на икономии от тяхна страна или на семействата си. Най-общозастъпеното мнение е, че те ще намерят начин да запазят жизнения си стандарт за сметка на работната си натовареност и съкращаване на разходите.

Темата за съкращаването на разходите също беше широко застъпена и масово споделяна от всички участници в проучването. Интересни и едновременно с това тревожни са последователността и компонентите с най-висока тежест в процеса:

1. Максимално и незабавно съкращаване на разходите, формирани от заплати и осигуровки - мярката е вече предприета, застъпена от над 80% от респондентите и основен приоритет на почти всички участници в проучването.
2. Поетапно предоговаряне на наемни или лизингови отношения – предприемането на тази мярка заявяват всички предприемачи, имащи наемни договорни отношения. Над 2/3 от тях са успели да постигнат принципно предоговаряне на условията за всичките си обекти и машини за следващата година, а останалите – частично или за периода на действие на мерките. Под 10% заявяват, че не са успели да постигнат успешен резултат и вследствие на това прекратяват едностранно договорите си.
3. Постепенно реструктуриране и предоговаряне на кредити към финансови институции и задължения към доставчици – доста застъпена мярка, в различен етап на развитие. Мнозинството от респондентите заявяват, че към този момент могат да определят преговорите като успешни и срещат разбиране от страна на кредиторите и доставчиците. Тук трябва да отбележим, че мярката се предприема особено предпазливо. Страхът от разваляне на доброто кредитно досие и доброто име на фирмата в банковите среди е по-силен от този, свързан със съкращаване на хора.
4. Евентуално налагане на ограничения в личен и семеен план, ако другите мерки не са достатъчни.

„Виждам сега, имам този бизнес вече 20 години и съм минал през всичко ... Разбрах едно – тръгна ли да жертвам собственото си усещане за удовлетвореност, всичко отива по дяволите, защото вече нямам хъс и желание ... Ще работя колкото трябва, но ако падна, просто не знам дали ще стана.“

„Кой е губещ към момента? Мисля, че всички, но аз или ще изплувам или просто няма да се занимавам с тази работа. Ще намалявам заплати, ще съкращавам хора и каквото още е необходимо, но аз се трея по 24 часа в денонощието, включително докато спя. Не заслужавам да се върна в първи клас“.

2.2. Отношение към мерките, предприети от Правителството на Република България, в т.ч. и промяната на голяма част от тях

Тема за обсъждане във всички индивидуални интервюта, както и във фокус групата са единствено икономическите мерки за преодоляване на кризата. Всички останали теми не предизвикват интерес или са бързо negliжирани като маловажни, включително темата за мерките срещу разпространението на коронавируса, защото се приемат за даденост.

Помощта от държавата за излизане от кризата с коронавируса и „неминуемата“ икономическа криза, която ще последва, респондентите единодушно определят като животоспасяваща, независимо към коя от двете подгрупи на икономическа активност по време на кризата принадлежат.

Според всички участници в проучването помощта от държавата в икономически аспект е неадекватна, хаотична, немислена и ненавременна. Силно застъпено е мнението, че заплатите на работниците трябва да са 100% субсидирани за периода на кризата и около 50% в периода на възстановяване. Мнозинството от анкетираните от първата подгрупа заявява, че помощта 60:40 е неприложима за тях, защото или имат висящи задължения към държавата, които не могат да погасят, или нямат финансов ресурс да поемат тяхната част от заплатите и осигуровките.

Особено внимание заслужава една силно застъпена теза от респондентите от втората подгрупа, според която в никакъв случай не трябва да се ползва помощ от държавата, дадена под условие (мярката 60:40), защото „държавата когато поставя условия, значи иска да те прецака“. Въпреки че голяма част от предприемачите са се възползвали от нея (над половината), те заявяват, че живеят в постоянен страх от момента, в който ще бъдат притиснати да възстановят полученото, независимо че е декларирано като безвъзмездна помощ. Признават, че са прибегнали до тази схема единствено защото не са имали друг избор, но към момента съжаляват за решението си и заявяват, че ако сега трябва да избират, никога не „биха си го причинили“.

„Отворих цеха през 2003 година, вече 17 години съм на пазара ... Никога, ама никога не съм виждал чудото държавата да даде, а после да не си го прибере с лихвите, че и с печалба ... Повярвай ми, те ще намерят начин да си върнат тази „помощ“. Още не знам как, но целият ми опит и интуиция крецият, че съм се прецакал.“

Идеята държавата да плаща директно на работниците предизвиква истински ужас у респондентите.

„Работниците ще решат, че държавата плаща, а не ние. Ние плащаме от нашата печалба и това трябва да е ясно. Другото е комунизъм в най-чист вид, а и без това твърде много работници имат силна носталгия по комунизма, когато държавата плащаше.“

Сваляне на ставката на ДДС за туризма предизвика силно негативни реакции у респондентите, независимо от сферата на икономическа дейност, в която оперират. Заслужава внимание фактът, че дори заетите в областта на туризма след първоначална еуфория, много бързо застават в същата позиция. Отново на преден план излиза страхът, че подобен „жест“ от страна на държавата неминуемо ще е свързан с ответни мерки за попълване на приходната част и те ще са изцяло в ущърб на бизнеса.

„Нещо ще направят, нещо ще променят... Осигурителните прагове ще качат, плоския данък ще променят, но няма да го оставят така ... Накрая със сигурност ще плащаме повече от сега.“

2.3. Основните изводи, които са си направили предприемачите от микро, малкия и среден бизнес на фона на кризата и посланията, които отправят към българското общество и Правителството на Република България.

Основният извод, който предприемачите формулират единодушно и спонтанно, е че България, Европа и светът навлизат в етап на нова икономическа криза, която по размери и продължителност ще надмине тази от 2008-2011 година. България не е подготвена за това и съществува огромен риск да бъде повторена ситуацията от предишната криза, когато страната понесе по-силно ударите и се възстанови по-бавно и по-болезнено от останалите държави-членки на ЕС.

Интересен и силно тревожен е фактът, че групата на предприемачите не успя да формулира консенсусно други изводи, а също така не можа да формулира единни послания както към обществото, така и към управлението на държавата. Въпреки че темата беше поставяна много често за обсъждане както в индивидуалните интервюта, така и във фокус групата, опитите за формулиране на общи послания могат да бъдат определени като неуспешни. Респондентите бързо излизаха от сферата на обществените и дори на груповия интерес и много лесно преминаваха към напълно индивидуални и свързани изцяло с техния бизнес изводи, препоръки и заключения, които най-често напълно или в по-голямата си част отхвърляха тези на другите участници.

Друг тревожен факт от анализа на резултатите от проучването е, че групата на предприемачите не е рефлексивна към нито един друг аспект от общественото развитие, освен икономическия. Темите за образованието, екологията, културата и човешките права, с много малки изключения, не срещнаха никакъв интерес от страна на респондентите. Парадоксално, но дори темата за здравеопазването не можа да се превърне в актуална, въпреки че кризата е резултат именно от здравен проблем. В най-честите случаи коментарите бяха ограничени с това дали са адекватни мерките или не,

но те много бързо се приемаха за константа, спрямо която трябва да бъдат дискутирани икономическите мерки за излизане от кризата.

СТРАТЕГИЧЕСКИ ПОЛИТИКИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКИ РЕШЕНИЯ

- 1) ИЗГОТВЯНЕ НА ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ОТ СТРАНА НА ПРАВИТЕЛСТВОТО В СЛУЧАЙ НА ПОВТОРНА ВЪЛНА ОТ COVID-19 ПРЕЗ ЕСЕНТА НА 2020 Г.
- 2) ИЗГОТВЯНЕ НА ПЛАН ЗА ИКОНОМИЧЕСКА ПОМОЩ ЗА МИКРО, МАЛКИЯ И СРЕДЕН БИЗНЕС С ЦЕЛ ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ НА ТЕЖКИ ПОСЛЕДСТВИЯ ОТ ПРЕДСТОЯЩА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

Необходимостта от създаване на тези два плана беше застъпена консенсусно и спонтанно от всички участници в проучването, но до краен резултат, задаващ конкретни насоки, отново не се стигна. Също както при посланията, предложенията бяха или твърде общи и абстрактни, или изключително конкретни, приложими само за конкретен бизнес или в най-добрия случай за един бранш. Тук трябва да отбележим, че страхът от втора вълна на вируса, последствията, които тя би имала върху бизнеса и съчетаването на епидемия с икономическа криза излязоха категорично като най-големите страхове на представителите на групата. На този фон невъзможността за формулиране на адекватни и изпълними мерки, които да бъдат препоръчани на правителството, буди едновременно недоумение и тревога.

Във фокус групата темата беше повдигната още в началото и предизвика сериозен интерес, но участниците бързо заеха силно индивидуални позиции и стигнаха до конфронтация помежду си. За да не се стигне до ескалация на напрежението, те бяха помолени в рамките на няколко дена да се консултират помежду си и да изпратят писмен вариант, който да може да бъде използван като база за реално създаване на стратегическа политика. Няколко дена след срещата пристигнаха 5 различни предложения, на някои от които заслужава да бъде обърнато особено внимание, поради тревожната тенденция, която задават.

- В два от текстовете се предлагаше да бъде създаден точен график от страна на правителството, който да включва кои бизнеси кога, как и за колко време ще бъдат ограничавани.
- Във всички текстове се съдържаше мотивирано предложение за въвеждане на диференцирана ставка на ДДС за конкретен бранш или група стоки, съпроводен от аргументирано предложение нито един друг бранш или група стоки да не бъдат третираны по този начин.
- Четири от петте текста съдържаха предложение за безвъзмездна финансова помощ от страна на държавата за бизнеса/бранша на съответния предприемач, с мотивите, че той ще бъде най-силно засегнат както от втората вълна на вируса, така и от предстоящата икономическа криза.

В предложенията бяха застъпени в много малка степен мерки, стимулиращи потреблението, а социални мерки за защита на уязвимите групи на практика липсваха. Отсъстваха и предложения за действия, насочени към неразпространение на вируса.

КОНСПИРАТИВНИ ТЕОРИИ

Като цяло групата е слабо податлива на конспиративни теории, но в случая двете подгрупи, разделени на база икономическа активност по време на кризата, реагират по различен начин.

Подгрупата на предприемачите, чийто бизнес продължава да функционира по време на извънредното положение до голяма степен остана резистентна към масово разпространяваните конспиративни теории. 5G конспирацията се определя като „глупава“, „научно необоснована“ и „паникьорска“, а антиваксърската, свързана с Бил Гейтс и чипирането посредством ваксина – като *„плод на много болен мозък“*. Към края на периода на проучването респондентите от тази група не са променили мнението си и продължават да се самоопределят като *„островче на здравия разум в морето от безумие“*.

Поведението на **подгрупата на пряко засегнатите от мерките срещу коронавируса** представлява сериозен интерес, защото е трудно обяснимо от гледна точка на динамиката както в развитието на собствения бизнес, така и в емоционално отношение. В първия етап от кризата (до края на април) групата изцяло се придържа към пълно отричане на всякакъв тип конспиративни теории, въпреки че за тях това е най-критичният период.

В следващия етап (от началото на месец май), характеризиращ се с нарастващ оптимизъм относно бъдещото развитие както на общата икономическа ситуация, така и на собствения бизнес, конспиративните теории буквално процъфтяват, като особено популярна е теорията за умишлено създаване на криза, с цел съсипване на цели браншове и изграждането им отново, но от правилните хора. Тази конспирация има глобален обхват, но придобива локални измерения чрез налагането на „абсурдните мерки“ от страна на правителството. Ключовата теза е, че дребният хотелиерски и ресторантьорски бизнес пречи на „големите“ и те са „лобирали“ или направо „измислили“ заплахата, за да могат да се справят с малките. Борисов е част от този заговор. Той целенасочено е предприел действия, които първоначално да „занулят“ целия сектор, а впоследствие помощите от държавата са изцяло в полза на едрия бизнес, който ще се съвземе и развие за сметка на малкия.