

МЛАДЕЖКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО: НАГЛАСИ И АКТИВНОСТИ НА СТУДЕНТИТЕ В БЪЛГАРИЯ

Юлиана Василева

Нов български университет

Резюме: В представеното проучване са разгледани предприемаческите нагласи, намерения и активности сред студентите в България на базата на данни от глобалното емпирично изследване GUESSS 2023. В проучването участват 1742 студенти от 31 университета в България. Анализът е фокусиран върху кариерните предпочитания на младите хора, факторите, влияещи върху тяхната предприемаческа мотивация, и значението на университетската среда. Резултатите показват, че 22% от студентите възнамеряват да започнат собствен бизнес веднага след дипломиране, като този дял нараства до 37% в петгодишна перспектива. Особено внимание е отделено на влиянието на предприемаческото образование, на институционалната подкрепа и на семейната предприемаческа култура. Представен е и сравнителен анализ на България спрямо глобалните и европейските тенденции, както и конкретни препоръки за насърчване на студентското предприемачество.

Ключови думи: предприемачество; студенти; университетска среда; GUESSS 2023; България; кариерни намерения; иновации

JEL codes: A22; A23; I25; L26; M13

DOI: <https://doi.org/10.56497/etj2570202>

Received 3 April 2025

Revised 31 April 2025

Accepted 26 May 2025

Въведение

България е сред 57-те държави, участващи в десетото издание на Глобалното университетско изследване на предприемаческия дух сред студентите (GUESSS) през 2023 г. Това е едно от най-мощабните в света изследване, посветени на предприемачеството, и предоставя ценна сравнителна база данни за предприемаческите нагласи, намерения и дейности на младите хора в академична среда.

В България проучването се провежда за втори път в неговата над 20-годишна история (Hadjitchoneva, 2021; Vassileva & Yalamov, 2024; Sieger et al., 2021; 2024), с акцент върху динамиката на предприемаческите намерения и ранните етапи на бизнес активността сред студентите.

В изследователски контекст младежкото предприемачество най-често се дефинира като съвкупността от икономически и иновационни дейности, осъществявани от млади хора – обикновено на възраст между 15 и 29 години, насочени към създаване и развитие на собствен бизнес. Студентското предприемачество от своя страна представлява подкатегория на младежкото предприемачество и се отнася до предприемачески инициативи, предприети от студенти по време на тяхното обучение във висше учебно заведение (Ayob, 2021). В представеното изследване се разглеждат и двете измерения, тъй като в емпиричен план разграничението между тях е трудно, а предприемаческите нагласи на студентите често са повлияни както от академичната среда, така и от по-широки социално-икономически фактори.

Изследването обхваща широк спектър от фактори, които оказват въздействие върху предприемаческото поведение – на индивидуално ниво (лични мотиви, социална идентичност и нагласи), на семейно ниво (влиянieto на семейната предприемаческа среда), на университетско ниво (предприемаческо образование, академична подкрепа и институционален климат), както и на контекстуално ниво (икономическа среда и предприемаческа култура). Специален фокус е поставен върху реалната активност на студентите, свързана със стартирането и с развитието на младежки бизнес проекти, а също и върху идентифицирането на ключовите фактори, които подпомагат или възпрепятстват предприемаческия им път. Анализирани са данни от отговорите 1742 респонденти, обучаващи се в 31 висши учебни заведения в България, като се изследват зависимости между предприемаческите нагласи и различни социални, образователни и икономически детерминанти.

Младежко предприемачество и студентско предприемачество

Въпреки нарастващия академичен интерес към младежкото предприемачество все още броят на изследванията, които систематично дефинират и концептуализират това явление, е ограничен. До такъв извод стигат и други изследователи на тази проблематика. Например Fubah et al. (2025) провеждат систематичен преглед на 77 научни статии, публикувани в престижни бизнес списания (по списъците на ABS и ABDC). Тяхното изследване показва, че преобладаващата част от литературата е съсредоточена върху африканския контекст и използва

предимно количествени методи, като доминиращата теоретична рамка е теорията за планираното поведение (TPB). Авторите идентифицират четири основни тематични направления – предприемаческа мотивация, намерения и нагласи, компетенции и образователна подкрепа, иновации и технологично възприемане, но подчертават липсата на задълбочени концептуални дебати и на унифицирана дефиниция на младежкото предприемачество в научната литература.

Van der Westhuizen (2023) разглежда теоретичните и практическите празнини в познанието относно развитието на вътрешните и на външните аспекти на младежкото предприемачество, с фокус върху Южна Африка, но с широко приложими изводи. Той представя иновативни модели като SHAPE (Shifting Hope Activating Potential Entrepreneurship), YES (Youth Entrepreneur Support) и SALAR (Systemic Action Learning and Action Research), които подпомагат формирането на предприемаческа ориентация сред студентите. Авторът описва създаването на мрежа за подкрепа на младежките предприемачи, приложима и в други образователни и организационни контексти. Van der Westhuizen дефинира младежкото предприемачество като предприемачески дейности, осъществявани от млади хора чрез прилагане на предприемачески качества и индивидуална предприемаческа ориентация (IEO), включваща готовност за поемане на риск, иновативност и проактивност. Освен поведенческия аспект проучването обхваща и процеса на създаване и стартиране на нов бизнес.

По-различен тип изследване е това на Marchesani et al. (2022), които се насочват към връзката между младежкото предприемачество, университетите и развитието на високотехнологични компании в градовете. Те установяват, че сериозното присъствие на младежко предприемачество в комбинация с концентрация на високотехнологични компании допринася за по-голямата привлекателност на градовете за студентска мобилност. Тази взаимовръзка създава иновативна местна екосистема, която не само стимулира икономическия растеж, но и оформя позитивното възприемане на града от страна на студентите и на други заинтересовани страни. Така градовете с активна предприемаческа и технологична среда се превръщат в предпочитани дестинации за обучение и за бъдеща професионална реализация.

В българската литература има изключително ограничен брой изследвания на младежкото предприемачество. Едно от най-ранните е това на Rangelova (2008) като част от поредица изследвания на развитието на младежкото предприемачество в Централна и Източна Европа (Blokke & Dallago, 2008), а сред последните е интердисциплинарният анализ на младежкото предприемачество на Къне-

ва (2024). Към тези изследвания се отнасят и националните доклади със систематични емпирични проучвания на Hadjitchoneva (2021) и Vassileva & Yalamov (2024), както и докладите Innovation.bg (2024; 2023) с техни предишни издания.

Rangelova (2008) отбелязва липсата на изследвания на младежкото предприемачество в България и посочва, че то се намира в етап на постепенно утвърждаване, което се подпомага допълнително от създаването на по-стабилна икономическа среда, членството в Европейския съюз (ЕС) и нарастващата образователна и институционална помощ. Младите хора натрупват пазарен опит и се възползват от достъпа до професионално образование, до програми на НПО и до съответните мерки от страна на държавата, насърчаващи предприемаческа активност. Авторът отчита положителни тенденции като по-тясното сътрудничество между университетите и бизнеса, изграждането на технологични центрове и разкриването на възможности за практическо обучение. Връзките с европейски партньори, структурните фондове и достъпът до банково финансиране също създават благоприятни условия за стартиране на бизнес от млади хора. Очакванията са, че този процес ще се ускори с връщането на образовани млади българи от чужбина и с формирането на устойчива национална политика за насърчаване на предприемачеството като ключов елемент в прехода от образование към заетост.

Tsanov (2025) систематизира положителните и предизвикателните последици за местното предприемачество от членството на България в ЕС, което включва и младежкото предприемачество. Сред положителните ефекти той откроява достъпа до общия европейски пазар с над 450 млн. потребители, който улеснява експанзията на българските компании; възможностите за финансиране чрез програми като „Хоризонт Европа“ (2021-2027) и чрез структурните фондове; подобрения регулаторен климат, съответстващ на европейските стандарти; създаването на условия за международни партньорства чрез мрежи и инкубатори, както и инвестициите в инфраструктура и технологии, които повишават конкурентоспособността. В същото време обаче предприемачите в България се сблъскват с редица предизвикателства като засилена конкуренция от по-развити икономики, тежки бюрократични изисквания, особено за малки и новосъздадени предприятия, неравномерно разпределение на достъпа до европейско финансиране, икономическа зависимост от състоянието на ЕС и изтичане на работна сила, което води до остър недостиг на квалифицирани кадри. Тези фактори оформят амбивалентна среда, в която българските (и младите) предприемачи имат разширени възможности, но и сериозни структурни бариери за устойчив растеж.

Все пак според Кънева (2024) темата остава недостатъчно изследвана в академичен, политически и обществен контекст и е подценявана въпреки присъщите на младите хора качества – инициативност, дързост и иновативност, които са необходими условия за предприемачески решения, и независимо от потенциала им да бъдат двигател на икономическите промени. Авторът изтъква, че антропологията, психологията, педагогиката и икономиката предлагат ценни, но слабо координирани перспективи към явлениято, а в заключение насърчава нов тип икономически реализъм – чувствителен към потенциала на младите хора, и подчертава нуждата от системна научна и институционална подкрепа за разгръщане на младежките предприемачески възможности.

Младежкото предприемачество е застъпено сравнително широко в изследвания на международните организации, например на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) и на Европейския съюз. То обхваща икономическите и иновационните дейности, осъществявани от млади хора на възраст между 15 и 29 години, които създават и развиват бизнес инициативи. Според ОИСР младежкото предприемачество играе ключова роля в насърчаването на икономическото приобщаване на младите хора, особено в условията на висока младежка безработица и ограничени възможности за трудова реализация (OECD/EU, 2012; OECD/EU, 2020; OECD, 2024). В доклада на ОИСР и ЕС (OECD/EU, 2020) се подчертава, че младежите в ЕС срещат значителни предизвикателства при навлизането на пазара на труда – ситуация, която е валидна и днес. Младежкото предприемачество се разглежда като алтернативен път за трудова реализация, но остава слабо разпространено – само около 6,6% от младежите (20–29 години) са самонаети. Основните бариери са ограничени умения, затруднен достъп до финансиране, липса на ролеви модели и слаби мрежи за подкрепа. Политическите препоръки акцентират върху необходимостта от по-интегрирана подкрепа чрез обучение по предприемачество на всички нива на образованието, извънформално обучение и менторство, достъп до финансиране и изграждане на предприемачески мрежи. В доклада се изтъква, че ефективните политики комбинират финансова помощ със съвети, обучение и мрежова подкрепа, като се отбелязва, че предприемачеството не е универсално решение, но носи ценни умения и перспективи за младите хора.

В подкрепа на прилагането на Препоръката за създаване на по-добри възможности за младите хора ОИСР разработва практическо ръководство – *OECD Youth Policy Toolkit* (OECD, 2024). Инструментът предлага всеобхватен, междуведомствен подход към младежките политики, обединяващ добри практики от 38 държави – членки на Организацията. Той е структуриран в шест основни стълба: (1) умения и компетентности; (2) преход към пазара на труда; (3) социално

включване и благополучие; (4) доверие в институциите и участие; (5) административен капацитет за справяне с дискриминация на възрастова основа; (6) интергенерационна справедливост. В доклада е акцентирано върху необходимостта от политики, които гарантират приобщаващ достъп до образование, качествена заетост, социални услуги, психично здраве и цифрови умения. Отчита се, че младите хора често изпитват недоверие към институциите и са изложени на по-високи рискове от социална изолация. Затова се препоръчва засилване на младежкото участие в процесите на вземане на решения, интересекторно сътрудничество и адаптиране на публичните услуги към специфичните нужди на различните младежки групи. Инструментът е резултат от широки консултации с младежки организации и предлага конкретни примери за политики, насочени към приобщаващ и устойчив преход на младите хора към зряла възраст.

Подобна съвместна инициатива на ОИСР и ЕС е *Академията за политики в областта на младежкото предприемачество* (YEPА, 2025), функционираща като мрежа за обучение и обмен на политики. Тя обединява над 150 участници – създатели на политики, експерти, младежки и социални предприемачески мрежи, ръководители на програми и изследователи, с цел да подпомогне разработването и укрепването на ефективни политики и програми за младежко предприемачество. YEPА служи като инструмент за повишаване на информираността относно предизвикателствата, пред които са изправени младите предприемачи, и улеснява обмена на добри практики, емпирични данни и работещи решения между заинтересованите страни на национално и на европейско ниво.

Студентското предприемачество от своя страна е подкатегория на младежкото предприемачество и се отнася конкретно до предприемаческите дейности на млади хора, които са записани във висше учебно заведение. Според международното изследване GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) студентите предприемачи често черпят ресурси и вдъхновение от академичната среда – университетски инкубатори, акселераторски програми, менторска подкрепа и курсове по предприемачество. В същата насока са и други изследвания (Phuong & Freiling, 2022; Ayob, 2021), в които се посочва, че студентското предприемачество се определя като опит или реално стартиране на бизнес от студент или група студенти по време на обучението им, а проучванията в тази област се фокусират върху личностните характеристики (например самоувереност, вътрешен локус на контрол и др.), върху семейния произход и предприемаческите нагласи. Данните показват, че студентите с предприемаческо семейство имат по-висока склонност към основаване на бизнес. Важен изследователски акцент е предприемаческото намерение, тъй като то се разглежда като ключов предикат на предприемаческо поведение. Образованието по предприема-

чество има разнообразен ефект – при някои студенти то засилва мотивацията и оптимизма, но при други води до спад в намеренията заради осъзнаването на финансовите рискове и сложността на процеса (Phuong & Freiling, 2022).

Следователно основната разлика между двете понятия – „младежко предприемачество“ и „студентско предприемачество“, е контекстът, в който се осъществява предприемаческата дейност – докато младежкото предприемачество има по-широк обхват и включва различни социални и икономически среди, студентското е ограничено до академичната общност и е тясно свързано с образователната инфраструктура. В този смисъл студентското предприемачество може да се разглежда като специфична форма на младежко предприемачество, с висока концентрация на подкрепа и потенциал за иновация в началните етапи на бизнес развитието.

Както беше посочено, в рамките на нашето изследване са разгледани както младежкото, така и студентското предприемачество, тъй като разграничаването между двете често е затруднено в емпиричен план. Предприемаческите нагласи и активности на студентите в университетите могат да бъдат резултат не само от въздействието на университетската среда, вкл. обучението, атмосферата и наличните програми за подкрепа, но и от по-широки социални, икономически и културни фактори, характерни за младежката група. Това припокриване налага интегриран подход при анализа, който да отчита взаимното влияние между възрастовата специфика и институционалния контекст.

Методология и данни

Проучването GUESSS представлява мащабна международна инициатива, насочена към систематично изследване на предприемаческите нагласи, намерения и активности на студентите. През 2023 г. в него участват над 226 хил. студенти от приблизително 3 хил. университета по света (Sieger et al., 2024), което го прави едно от най-значимите изследвания в областта на студентското предприемачество.

Проучването прилага стандартизиран въпросник с унифицирана методология, като позволява включването на специфични за всяка страна въпроси. В отговор на нарастващия брой изследвания и на предизвикателствата при набирането на респонденти през 2023 г. въпросникът е обновен и редуциран по основните 10 ключови теми: демографски профил, кариерни намерения, университетска среда, индивидуални предпочитания и възгледи, отношение към предприемачеството, предприемачески инициативи и активности, планиране на собствен бизнес и семейно предприемачество. Структурата е такава, че да

осигурява възможност за дългосрочни анализи, позволявайки да се проследят промените в предприемаческите нагласи и активности на студентите във времето.

Основен фокус на проекта GUESSS е проучването на кариерния избор и на предприемаческите намерения. За да се анализират кариерните траектории на студентите, изследването използва четири многокомпонентни въпроса, разделени в две категории: (1) намерения относно кариерния път – както непосредствено след завършване, така и пет години по-късно, и (2) текущ статус, като се прави разграничение между студентите, опитващи се да стартират собствен бизнес, и тези, които вече са основали такъв.

Изследването се провежда едновременно във всички участващи държави чрез онлайн платформа. През 2023 г. то е осъществено през периода 4 септември – 22 декември. В България са изпратени покани за участие до всички 52 университета, както и до Специализирания институт на Франкофонията по администрация и мениджмънт (СИФАМ) към Университетската агенция на Франкофонията (AUF). Университетите решават самостоятелно как да осигурят достъп на своите студенти до въпросника. В някои университети като Нов български университет (НБУ), Софийския университет „Св. Климент Охридски“ (СУ) и Университета за национално и световно стопанство (УНСС) разпространението по имейл е централизирано и автоматизирано. В НБУ въпросникът достига до студентите чрез различни канали, вкл. електронна поща, социални медии (като LinkedIn и Facebook) и учебната платформа Moodle.

Целта на проучването е да достигне до възможно най-голям брой студенти от различни академични нива – бакалавърски, магистърски, докторски и специализирани програми (например MBA), като обхване разнообразни научни области. Сред тях са *Бизнес/Мениджмънт, Социални науки, Икономика, Изкуства/Хуманитарни науки, Компютърни науки/Информационни технологии (ИТ), Инженерни науки, Медицина/Здравни науки, Право, Математика, Природни науки и Науки за изкуството*. Стремежът е да се постигне възможно най-представителна за страната извадка. Въпреки това области като *Бизнес администрация* и *Икономика* са непропорционално представени спрямо останалите дисциплини. Това е обяснимо, защото предприемачеството се изучава основно в програмите по икономика и управление, а голяма част от изследванията на предприемаческите нагласи на студентите и у нас, и в чужбина обхващат именно тези професионални направления.

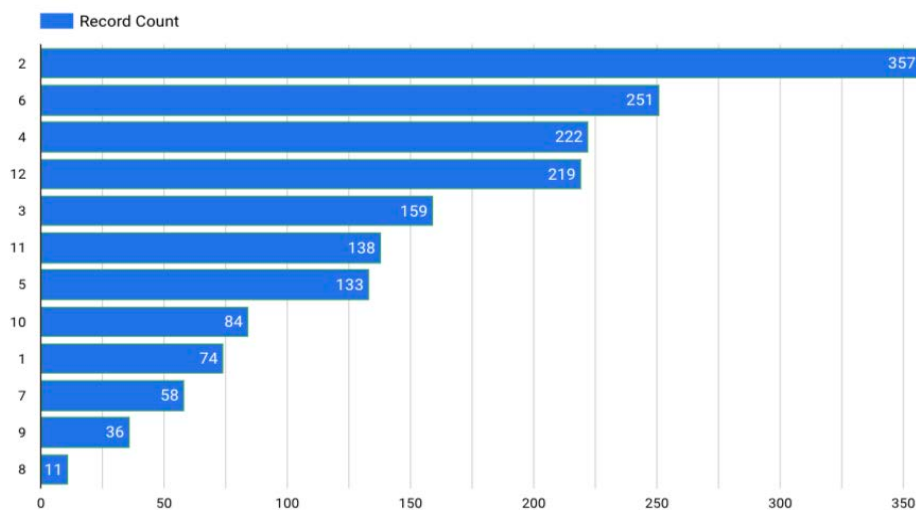
Изданието на GUESSS за 2023 г. получава 1742 отговора на студенти от 31 висши учебни заведения в България. Студентите за академичната 2023/2024 г. в

страната са 190 513, обучаващи се в професионални бакалавърски, бакалавърски и магистърски програми, както и 6095 докторанти (НСИ, 2024). Ако се отчете, че поканата достига до една трета от студентите, делът на отговорилите е приблизително 2,7%, а при една четвърт той достига до около 3,5% от студентите.

Значителна подкрепа за разпространението на проучването традиционно оказват академични звена, специализирани в бизнес и предприемачество като Института по предприемачество (УНСС), Факултета по бизнес и мениджмънт (Русенския университет „Ангел Кънчев“) и Факултета по икономика и управление (СУ). Разпределението на респондентите по университети показва, че най-голям дял заема НБУ с 463 анкетирани, което представлява повече от една четвърт от общата извадка (за разлика от първото издание, в което СУ го изпреварва). Следват УНСС с 301 респонденти (близо 18%), Медицинският университет – София с 242 (почти 14%) и Висшето военноморско училище „Никола Вапцаров“ с 223 (около 13%). Русенският университет и СУ също са представени добре съответно със 137 и 125 респонденти (7–8%). Общо 93,3% от участниците в проучването се обучават в девет университета, а останалите 6,7% са разпределени сред по-малки висши учебни заведения, като при тях броят на респондентите е под 20. Тази извадка създава предпоставки за по-балансирано и представително разнообразие от академични контексти, студентски профили и институционални особености.

По-голямата част от анкетираните са студенти в бакалавърски програми, които съставляват 71,5% от извадката – малко по-нисък дял в сравнение с проучването от 2021 г. (76,8%). Повече от 25% от анкетираните са студенти в магистърски програми (18% при предишната вълна). Докторантите съставляват 1,7% от респондентите (30 студенти), а 1,4% са записани в МВА или в друга специализирана магистърска програма. Следователно разпределението на респондентите по образователно ниво е по-балансирано в сравнение с първото проучване. От преизчислението с включване на докторантите се вижда, че студентите бакалаври съставляват 65,9%, студентите магистри – 31%, а докторантите – 3,1%.

В извадката се открояват пет групи образователни области на респондентите (вж. фиг. 1), като очаквано, най-представена е *Бизнес администрация* (20,5%). Вторият клъстер показва силно присъствие със средно 230 респонденти в *Медицина, Икономика и Други области*. Третият клъстер включва областите *Компютърни науки, Социални науки и Инженерни науки*, всяка от които има средно по 143 участници. Четвъртият клъстер – *Изкуства и Право*, е с около 72 респонденти по групи, а петият – *Природни науки и Математика*, е със средно 24 участници на област.



Източник: Vassileva & Yalamov, 2024, p. 14.

Бележка: 2 – Бизнес/Мениджмънт; 6 – Хуманна медицина/Здравни науки; 4 – Икономика; 12 – Други; 3 – Компютърни науки/ИТ; 11 – Социални науки; 5 – Инженерни науки; 10 – Науки за изкуството; 1 – Изкуства/Хуманитарни науки; 7 – Право; 9 – Природни науки; 8 – Математика.

Фигура 1. Респонденти по образователна област (N=1742)

Както при образователното ниво, по образователни области също се наблюдава по-балансирано разпределение и разнообразие в профилите на студентите. Както беше отбелязано, дисциплините по *Бизнес администрация* и *Икономика* остават на преден план, но с по-слаба доминация. В същото време области като *Медицина* и *Инженерни науки* са по-широко обхванати, което съответства в по-голяма степен на националната образователна статистика.

Повече от половината от анкетираните са във възрастовата група 20-24 години, а малко над 60% от тях са жени. Сред начинаещите (зараждащи се) предприемачи (N=527) делът на жените е 58%, а този на мъжете 40%. Подобно е разпределението и сред активните предприемачи (N=180) – 57% жени и 39% мъже. В този аспект България се различава от общата картина на студентското предприемачество по света, където делът на студентите с намерения за предприемачество, на зараждащите се и на активните предприемачи е постоянно по-малък при жените, отколкото при мъжете. Гръцките студенти представляват най-голямата група чуждестранни студенти у нас с дял от 4% (87% от респондентите са българи). Тези данни се потвърждават и в анализа на Фондация „Институт Отворено общество“ (2025).

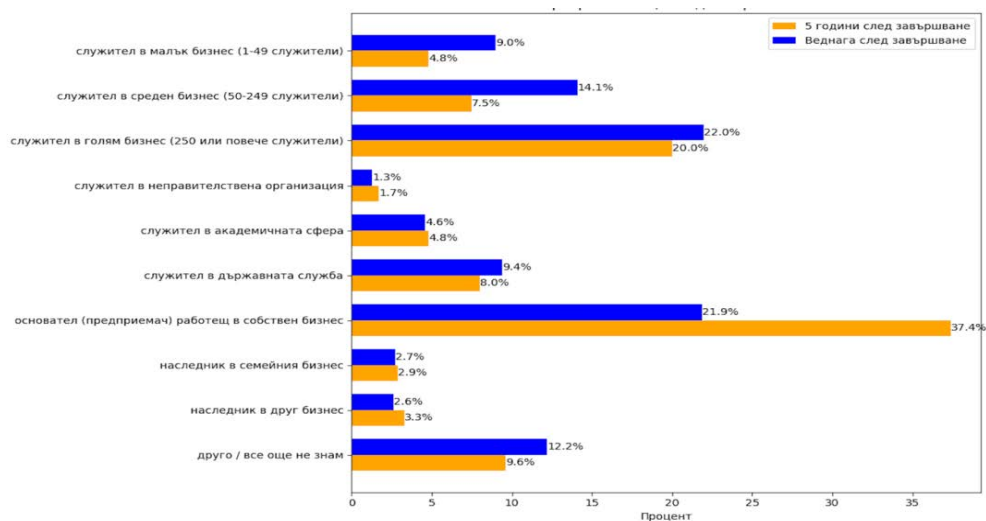
Резултати и дискусия

Удовлетвореност от живота и социални нагласи на студентите

През 2023 г. повечето респонденти демонстрират положителна нагласа към живота и висока степен на удовлетвореност от условията си на живот. Над 50% от тях посочват, че животът им е близък до идеалния (оценки 5, 6 и 7 по 7-степенната скала на Ликърт, където 7 е „напълно съм съгласен“), което представлява слабо подобрение спрямо резултатите от 2021 г. 60% оценяват условията си на живот като отлични, т.е. има лек спад в сравнение с предходното проучване. По отношение на общата удовлетвореност от живота резултатите остават стабилни – 69% от анкетираните изразяват удовлетворение, а над 60% заявяват, че са постигнали важните за тях неща. Освен това почти 60% споделят, че ако имаха възможност да изживеят живота си отново, не биха променили почти нищо – стойност, която е малко по-висока в сравнение с предходното проучване. Тези резултати предполагат, че предприемаческите намерения на студентите в България се мотивират по-скоро и повече от откриването на бизнес възможности и лични стремежи, отколкото от икономическа необходимост. Като цяло анкетираните са удовлетворени от живота си, което намалява вероятността предприемачеството да се възприема като средство за преодоляване на неудовлетвореността или на неблагоприятните условия на живот.

Кариерни избори и предприемачески намерения на студентите

Близо 22% от всички анкетирани студенти в България възнамеряват да създадат бизнес веднага след завършването си, а над 37% планират предприемаческа дейност в рамките на пет години след дипломирането си (вж. фиг. 2). Важно е да се отбележи, че делът на студентите с предприемачески намерения у нас е значително по-висок в сравнение с останалите европейски държави, както и в сравнение със средните стойности за цялата извадка. През 2023 г. средно за изследваните страни на международно ниво само 16% от студентите планират да стартират бизнес веднага след завършването си, като този процент се увеличава до 30 след пет години (Sieger et al., 2024, p. 8). Посочените резултати подчертават силното присъствие на България в контекста на младежкото предприемачество в Европейския съюз. Данни от Flash Eurobarometer 502 и анализи в Innovation.bg (2023; 2024) потвърждават тенденцията към нарастващо предприемаческо настроение и активности сред българските студенти. През последното десетилетие броят на новосъздадените бизнеси в страната се увеличава с 60%, което е индикатор за динамична и последователно развиваща се предприемаческа екосистема у нас.



Източник: Въз основа на Vassileva & Yalamov (2024, p. 21).

Фигура 2. Карьерни пътища след завършване (N=1742)

В категорията „основател на бизнес“ се наблюдава значителна разлика между дела на желаещите да започнат бизнес веднага след завършването и този на имащите намерение да се насочат към предприемаческа дейност пет години по-късно. Интересът е сходен (22%) по отношение на незабавно започване на работа в голямо предприятие, но намалява до 20% пет години по-късно. Това равновесие подчертава привлекателността както на традиционните карьерни пътеки в утвърдени организации, така и на автономността и иновациите, които предприемачеството предлага в началния етап на професионалния път. Към държавна служба се насочват 9% за незабавно започване след дипломирането и 8% след пет години, а в средните бизнеси процентите са съответно 14 и 8. В академичната кариера делът на желаещите да започнат веднага (4,6%) и на тези, които планират да го направят след пет години (4,8%), е почти равен. Без ясна карьерна ориентация са 12% за незабавно започване след завършване и 9,6% в перспектива от пет години.

Посочените резултати показват, че българските студенти предпочитат да стартират собствен бизнес след известен период на подготовка и натрупване на опит и ресурси, докато кариерите в голям бизнес или на държавна служба са по-популярни веднага след дипломирането. По-високият интерес към предприемачеството след време съответства на широко разпространената карьерна траектория, при която първо се натрупва професионален опит, а след това се преминава към предприемачество. Моделът „първо служител, после предприемач“ е стабилно наблюдение в проекта GUESSS и отразява глобалната тенденция за

години (Sieger et al., 2024; 2025).

Анализът на кариерните предпочитания на студентите в групите (1) служители, (2) предприемачи и (3) наследници на фирми показва, че близо 69% възнамеряват да започнат работа в компания, в публична институция, в НПО или в академична общност веднага след завършване. Въпреки това делът на студентите с конкретни планове за подобни позиции на служител намалява, когато се разглеждат намеренията им пет години след дипломирането, което подсказва, че професионалните им стремежи се променят с течение на времето.

Някои университети активно насърчават студентите да се насочват към предприемачество и бизнес. Например студентите от НБУ демонстрират значителна склонност към тези кариерни пътеки, което отразява влиянието на университетската среда и програми, подкрепящи предприемаческото мислене и екосистемите на бизнеса (за повече детайли вж. Vassileva & Yalamov, 2024). Пет години след завършването се очертава ясна тенденция към увеличаване на предприемаческата активност сред студентите в почти всички университети. Тази промяна показва нарастващата склонност към независими начинания, вероятно повлияна от очакванията за натрупан опит, повече увереност и развитие на професионалната мрежа.

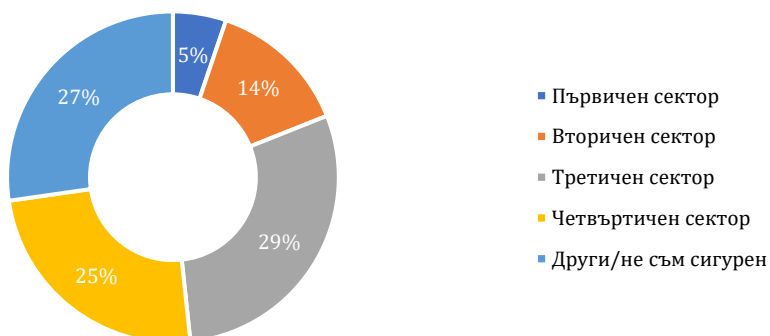
Начинаещи и активни предприемачи

30% от респондентите заявяват, че се опитват да започнат собствен бизнес или да се самонаемат, а 10% вече управляват собствен бизнес или работят като самостоятелно заети лица. Студентите, които се определят едновременно като активни и начинаещи предприемачи, т.е. попадат в категорията „сериен предприемач“, са 8% (N=140).

Студентите, които са започнали своите предприемачески начинания, без да имат предишен опит в управлението на бизнес, са 22% (N=387). Най-висок е делът от начинаещите предприемачи сред студентите със специалности *Бизнес и мениджмънт* и *Икономика* – общо 41%. Сходна тенденция се наблюдава и сред активните предприемачи – сред тях най-голям е процентът на студентите по *Бизнес и мениджмънт* (33), следвани от тези по *Икономика* (15) и *Социални науки* (8). Като нито активни, нито начинаещи предприемачи се определят 67% от респондентите (N=1175).

Предприемчивите студенти показват разнообразие от интереси към различни сектори. Най-голяма част от зараждащите се предприемачи планират да работят в третичния сектор (29%), който включва услуги като търговия, транспорт, туризъм, финанси, здравеопазване, право и др. Това е логично, тъй като тези услуги често изискват по-малко начален капитал и могат да бъдат започнати с по-малко ресурси. Следващият по значимост интерес е към четвъртичния сек-

тор (24%), който обхваща интелектуални дейности като научни изследвания, информационни технологии, образование, консултации и др. Вторичният сектор (14%) е избран от по-малко студенти, вероятно заради по-високите начални разходи и по-сложните процеси, свързани с производството. Първичният сектор (5%) е най-слабо представен, което може да отразява по-малък интерес към селското и горското стопанство, риболова или добива на ресурси. Най-малката част от студентите (27%) все още не са сигурни в кой сектор се позиционира бизнес начинанието им или имат идеи извън традиционните сектори (фиг. 3).



Източник: Изготвена от автора.

Бележка: Първичен сектор (използване на природни ресурси, например селско стопанство, горско стопанство, риболов и др.); вторичен сектор (производство на стоки, включващо производство, преработка, строителство и др.); третичен сектор (предоставяне на услуги – в областта на туризма, банковото дело, здравеопазването, правото и др.); четвъртичен сектор (интелектуални дейности като научни изследвания, информационни технологии, образование, консултации и др.).

Фигура 3. Избор на икономически сектор от начинаещите предприемачи (N=385)

Анализът само на положителните отговори (оценки 5, 6 и 7 по 7-степенната скала на Ликърт, N=950) на зараждащите се предприемачи (N=528) относно идеята, която стои зад тяхната планирана предприемаческа инициатива, показва, че те обръщат най-голямо внимание на новите технологии, вкл. изкуствен интелект (193), което отразява актуалната тенденция към иновации и технологични решения. Следващият по значимост интерес е насочен към проблематиката на климата и устойчивостта (129), което говори за нарастващата загриженост към екологични и устойчиви бизнес модели. Демографските промени (121) и социално-културните тенденции (127) също са значими фактори, които

влияят върху бизнес идеите, отразявайки адаптацията към нови пазарни условия и културни промени. Измененията в законите и в разпоредбите (113) и обществените кризи (95) също са важни, но по-малко споменати, което е знак, че начинаещите предприемачи разбират влиянието на регулаторните и на икономическите промени. Резултатите в категорията „други важни обществени събития“ (172) показват, че начинаещите предприемачи са наясно и осъзнават разнообразието от фактори, които могат да повлияят върху техните бизнес идеи, като най-голямо внимание се обръща на новите технологии и на въпросите на устойчивостта. Това отразява съвременния тренд и приоритети в бизнес средата, където иновациите и устойчивостта стават все по-значими (фиг. 4).



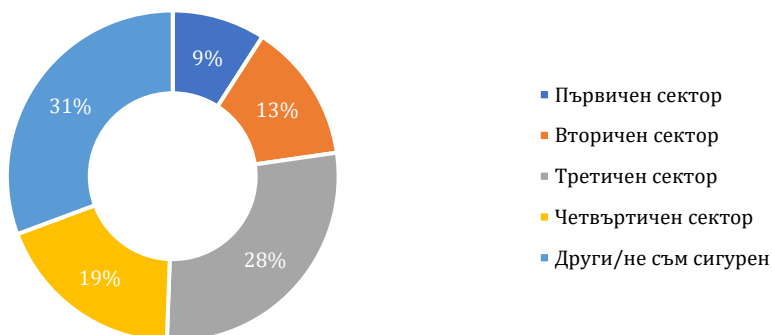
Източник: Изготвена от автора.

Бележка: Положителни отговори (оценки 5, 6 и 7 по 7-степенна скала на Ликърт, N=950).

Фигура 4. Двигатели на бизнес идеята на начинаещите предприемачи (N=528)

Разпределението по икономически сектори за студентите, които са активни предприемачи, показва по-голямо разнообразие от идеи или трудности при определянето на конкретен сектор – делът на категорията „други/не съм сигурен“ е 31%. Третичният сектор (28%) е реално първият избор, което означава, че услугите са популярни – почти една трета и от начинаещите, и от активните

предприемачи се насочват към него. Четвъртичният сектор (19%) е по-слабо представен сред действащите предприемачи, което може да отразява трудности в развиването на бизнеси, свързани с интелектуални и други интензивни на знание дейности. Във вторичния сектор (13%) се отчита почти идентичен интерес в двете изследвани групи, което свидетелства, че някои млади предприемачи успяват или имат подчертан интерес към развитието на бизнеси, свързани с производството, преработката или строителството. Отново най-слабо представен е първичният сектор (9%) (фиг. 5).



Източник: Изготвена от автора.

Бележка: Първичен сектор (използване на природни ресурси, например селско стопанство, горско стопанство, риболов и др.); вторичен сектор (производство на стоки, включващо производство, преработка, строителство и др.); третичен сектор (предоставяне на услуги – в областта на туризма, банковото дело, здравеопазването, правото и др.); четвъртичен сектор (интелектуални дейности като научни изследвания, информационни технологии, образование, консултации и др.).

Фигура 5. Избор на икономически сектор от активните предприемачи (N=176)

От сравнението между начинаещите и активните предприемачи студенти се вижда, че третичният сектор остава водещ за двете групи, което говори за устойчив интерес към услугите. Начинаещите предприемачи проявяват по-голям интерес към свързания с интелектуални дейности четвъртичен сектор (24%), докато активните са по-малко (19%), което може да отразява трудности в поддържането на тези бизнеси. Вторичният сектор, свързан с производството, остава относително стабилен, което показва, че някои предприемачи успяват да развият производствени бизнеси. Висок е делът на категорията „други/не съм сигурен“, което може, също както при начинаещите предприемачи, да е признак за по-голямо разнообразие от идеи или за трудности в определянето на конкре-

тен сектор сред активните предприемачи. Това сравнение подчертава динамиката на предприемаческите интереси и успехи, което може да е показател за това как се променят приоритетите и предизвикателствата от началната фаза до активното развитие на бизнеса.

Университетската среда и предприемаческото образование

Като цяло 56% от анкетираните са съгласни (оценки 5, 6 и 7 по 7-степенната скала на Ликърт), че атмосферата в техния университет ги вдъхновява да разработват бизнес идеи. Всеки пети намира средата за много стимулираща (оценка 7). Все пак 27% продължават да имат предимно отрицателни възприятия (оценки 1, 2 и 3).

17% от студентите се чувстват силно насърчени (оценка 7) да се занимават с предприемаческа дейност. Те са част от 51% от анкетираните, които изпитват различна степен на насърчение. В същото време близо 20% остават неутрални (оценка 4) в оценката си.

Сред начинаещите предприемачи 55% се чувстват насърчени от университетската среда, а 22% посочват, че получават силна подкрепа. Близо 58% от активните предприемачи се чувстват насърчени да се занимават с предприемачество в своя университет, като 27% заявяват, че там намират силна подкрепа.

Анализът на данните показва, че НБУ, УНСС и Русенският университет се открояват като университетите с най-голяма подкрепа за предприемачеството. Студентите в тях съобщават за значително по-високи нива на насърчаване и достъп до ресурси, което свидетелства за институционалния ангажимент към иновациите и бизнес развитието на тези университетски институции. Изследването на Пантелеева и кол. (2021), проведено сред студенти в областта на икономиката и управлението от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС и ИУ – Варна, потвърждава, че младите хора, които по време на обучението си стартират собствен бизнес, се възползват именно от наличието на академични ресурси – експертни консултации от преподаватели, достъп до актуално икономическо знание и възможности за прилагане на наученото на практика. В същото време в своето проучване сред студенти по икономика, управление и бизнес лингвистика от Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“ Hristova и Wołajsza (2020) посочват, че водещите пречки пред предприемаческата активност включват липса или недостатъчност на финансови ресурси (68%), корупция (65%), слаба или ограничена държавна политика (58%), висок риск и несигурност (57%), както и липса на информираност относно съществуващи програми за подкрепа (52%). Това подчертава необходимостта от целенасочени усилия както на институционално, така и на политическо ниво за преодоляване на структурните бариери пред студентското предприемачество.

По отношение на университетската подготовка по предприемачество трябва да се уточни, че над половината респонденти в анкетата (55%) никога не са посещавали курс по предприемачество. Само 18% са преминали такъв курс по желание и едва 16% – задължителен курс, т.е. по-малко от половината отговорили са получили каквато и да е предприемаческа подготовка, дори в специалности като *Бизнес администрация* и *Икономика*. Това може да се дължи на няколко фактора: ранния етап на обучение на много от респондентите, включването на курсове по предприемачество в по-късни години на програмата или ограничената им наличност. Например студентите в НБУ имат по-голяма гъвкавост при избора на курсове спрямо други университети.

Едва 6% от студентите са записани в специализирана програма по предприемачество, но 17% са избрали университета си именно заради силната му предприемаческа репутация. Сред студентите, избрали университет с фокус върху предприемачеството, 84% се чувстват насърчени да се занимават с бизнес, като 44% заявяват, че получават силна подкрепа. Освен това над 80% посочват, че имат лесен достъп до съвети и насоки, а за 44% този достъп е изключително улеснен. Подобни наблюдения за студентите на НБУ са описани в Hadjitchoneva и Tsafack Nanfosso (2023).

По отношение на влиянието на образованието по предприемачество върху стартиращите и активните предприемачи анализът показва, че почти половината (45%) от студентите, които се опитват да стартират собствен бизнес или да станат самостоятелно заети лица, никога не са посещавали курс по предприемачество. Само 22% са преминали избираем курс, 21% – задължителен, а едва 10% са записани в специализирана предприемаческа програма. Това подсказва, че съществена роля в насърчаването на предприемачеството играят извънучебни фактори. При вече активните предприемачи тенденцията е сходна – 40% никога не са посещавали курс по предприемачество. И при тях едва 22% са преминали избираем курс, 21% – задължителен, а само 16% са записани в предприемаческа програма. От тези резултати става ясно, че макар университетските курсове да оказват влияние и да се съчетават различни форми и инструменти на преподаване на предприемачеството (Хаджичонева и др., 2023; Kolarov & Hadjitchoneva, 2023; Hadjitchoneva & Tsafack Nanfosso, 2023), предприемаческата активност често се създава извън формалното образование.

Начинаещите предприемачи демонстрират високо самочувствие в собствените си способности, като 72% се самооценяват като компетентни в разпознаването на бизнес възможности, 66% смятат, че са добри в създаването на нови продукти и услуги, 87% се определят като изключително креативни, а 76% се чувстват уверени в комерсиализацията на идеи. Тези резултати разкриват тяхната увереност в ключовите предприемачески компетенции, необходими за

успешен старт в бизнеса.

Активните предприемачи демонстрират още по-голяма увереност в сравнение с начинаещите – 77,7% се оценяват като компетентни в идентифицирането на бизнес възможности, 74,5% в създаването на нови продукти и услуги, 86,7% се смятат за креативни, а 81,7% се чувстват опитни в комерсиализацията на идеи. Тези резултати отразяват тяхната практическа експертиза и умението им да превръщат концепциите в работещи предприятия.

Около 35% от студентите имат родители, които са самостоятелно заети или мажоритарни собственици на бизнес, а това показва значителното влияние на предприемаческия семеен произход. Близко 45% от начинаещите предприемачи имат поне един родител предприемач, а при почти половината от тях и двамата родители са ангажирани в бизнес дейности, което подчертава ролята на семейната среда в насочването към предприемачество. При активните предприемачи този дял е още по-висок – почти половината произхождат от предприемачески семейства, а при около 30% и двамата родители са активно ангажирани в бизнеса. Тези резултати свидетелстват, че израстването в такава среда може да предостави ценни познания, ресурси и начин на мислене, които благоприятстват предприемаческите амбиции и успех.

Заклучение, препоръки и бъдещи изследвания

От анализа на предприемаческите намерения и дейности сред българските студенти се вижда, че има значими общи тенденции, но и различия в сравнение със световните и с европейските средни стойности. От данните става ясно, че 22% от всички български студенти възнамеряват да станат предприемачи веднага след завършване на образованието си, а 37% планират да го направят в рамките на пет години след това. Тези проценти са по-високи от средните стойности в световен мащаб, където съответно 16% възнамеряват да станат предприемачи непосредствено след обучението, а 30% – след пет години. Те са значително по-високи и от европейските средни стойности. Това показва, че българските студенти са с по-силен предприемачески дух, което е потвърдено и от други изследвания на европейско ниво (вж. например Flash Eurobarometer).

69% от анкетираните предпочитат да започнат работа веднага след завършване на образованието си в големи предприятия, в публични институции, в организации с нестопанска цел или в академичните среди. Тази траектория „първо служител, после предприемач“ е наблюдавана както в България, така и в световен мащаб, което разкрива, че студентите дават предимство на придобиването на професионален опит, преди да започнат собствени бизнес начинания.

Особено впечатляващо е, че 30% от всички студенти са в процес на основаване

на ново предприятие (начинаещи предприемачи) – дял, по-висок от средния за света (26%), вкл. и дори в по-голяма степен от този за Европа. В същото време 10% вече притежават и управляват собствен бизнес (активни предприемачи), което е незначително по-малко от средното за света (11%). Интересно е, че 8% от студентите се определят едновременно като активни и зараждащи се предприемачи.

Образованието по предприемачество и предприемаческият климат в университета, както и семейната среда, свързана със бизнес дейности, се оказват значими фактори, определящи предприемаческите намерения и дейности. Студентите от специалност *Бизнес и мениджмънт* проявяват най-силен предприемачески дух, което е сходно с глобалните констатации. Съпоставяйки България и света обаче, се установява разлика в предприемаческите намерения между половете – у нас съотношението при начинаещите предприемачи е 58% жени и 40% мъже, а при активните съответно 57% жени и 39% мъже. Това е свидетелство, че жените в България са по-дейни и потенциално по-активни в предприемачеството в сравнение с мъжете, което е различно от глобалните тенденции.

Тези наблюдения подчертават важността на подкрепата за предприемачеството в образователните институции и показват, че българските студенти са силно мотивирани да развиват свои бизнеси въпреки предизвикателствата. Напълно в унисон с глобалните препоръки (Sieger et al., 2021; 2024) студентите трябва да разбират, че предприемачеството – като основатели или наследници, е интересен професионален път, който може да подобри благосъстоянието им. Обмислянето кога да се създаде бизнес е ключово – траекторията „първо служител, а после предприемач“ има предимства, но пък „предприемач по време на следването или веднага след него“ предлага по-ниски алтернативни разходи. От голямо значение е също и да се осигури обективна представа за предприемачеството, без да се тласкат студентите към него.

Университетите играят съществена роля, предлагайки подкрепа и възможности за срещи с потенциални съоснователи и представители на предприемаческата екосистема (Хаджичонева, 2018). За да се подкрепи студентското предприемачество, е необходимо разширяване и адаптиране на обучението по предприемачество и създаване на предприемаческа атмосфера, която интегрира различните външни и вътрешни за университета интереси. Изграждането на приобщаващи предприемачески екосистеми с участието на публични и частни страни е важно за успешното развитие на младежкото предприемачество. Изследователите трябва да продължат да анализират факторите, определящи студентското предприемачество и резултатите от него, като вземат предвид институционалните, културните и икономическите условия. Бъдещите изследвания трябва да обхващат нови теми като цифровизацията и изкуствения интелект,

както и предизвикателствата за младите предприемачи. От особено значение е да се проучат потенциалните недостатъци на предприемаческата кариера у нас, за да се разбере как те могат да бъдат преодолені. Тези усилия биха допринесли за по-добро разбиране и подкрепа на предприемачеството сред студентите в България.

Конфликт на интереси

Авторът декларира липса на конфликт на интереси.

Използвана литература

- Ayob, A. H. (2021). Institutions and student entrepreneurship: The effects of economic conditions, culture and education. *Educational Studies*, 47 (6), 661–679. <https://doi.org/10.1080/03055698.2020.1729094>
- Fubah, C. N., Kansheba, J. M., Marobhe, M. I., Mohammadparast Tabas, A. (2025). Youth entrepreneurship: a systematic literature review of the domain and future research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 32 (2), 496–516. <https://doi-org.kenli.nbu.bg/10.1108/JSBED-07-2024-0346>
- Hadjitchoneva, J. (2018). Sistemno izsledvane na predpriemachestvoto v Balgariya. *Ikonomicheska misal*, No. 4, 61–83 [Хаджичонева, Ю. (2018). Системно изследване на предприемачеството в България. *Икономическа мисъл*, No. 4, 61–83] (in Bulgarian).
- Hadjitchoneva, J. (2021). *Student Entrepreneurship 2021: Insights from Bulgaria*. Retrieved from GUESS website <https://www.guesssurvey.org/>. DOI: [dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.23742.00323](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23742.00323)
- Hadjitchoneva, J., Kolarov, K., Pavlov, D. (2023). Inovatsii i novi predizvikelstva pred obrazovaniето po predpriemachestvo v universitetite. V: Panayotov, D. (sast. i red.). (2023). *Akademichni tsennosti i digitalni transformatsii: Misiya, standarti i liderstvo v obrazovaniето*. Sofiya: NBU. 225–248. [Хаджичонева, Ю., Коларов, К., Павлов, Д. (2023). Иновации и нови предизвикателства пред образованието по предприемачество в университетите. В: Панайотов, Д. (съст. и ред.). (2023). *Академични ценности и дигитални трансформации: Мисия, стандарти и лидерство в образованието*. София: НБУ. 225–248] (in Bulgarian).
- Hadjitchoneva, J., Tsafack Nanfosso, R. (2023). *L'incubation entrepreneuriale au sein de*

- l'université entrepreneuriale : études de cas en Europe et en Afrique. Semaine mondiale de la francophonie scientifique. 3^{èmes} Assises internationales de la francophonie scientifique.* Available at <https://2023.auf-semaine-francophonie.auf.org/communication/>
- Hristova, V., Wolejsza, P. (2020). Barriers before Students' Entrepreneurial Intentions and Business Initiatives – Results by Empirical Study of Bulgarian and Polish Students. *Economic Herald of the Donbas*, 4 (62), 124–131.
- Innovation.bg. (2023). *Innovation.bg: Innovation and Sustainability*. Sofia: ARC Foundation.
- Innovation.bg. (2024). *Innovation.bg: Innovation and Sustainability for Future Growth*. Sofia: ARC Foundation.
- Kaneva, O. (2024). Interdisciplinaren pogled kam mladezhkoto predpriemachestvo. V: *Predpriemachestvoto prez pogleda na mladite hora – vazmozhnosti i mehti*. Sofiya: Agentsiya OZON, 12–25. [Кънева, О. (2024). Интердисциплинарен поглед към младежкото предприемачество. В: *Предприемачеството през погледа на младите хора – възможности и мечти*. София: Агенция ОЗОН, 12–25] (in Bulgarian).
- Kolarov, K., Hadjitchoneva, J. (2023). Opportunities and limitations of digital educational tools in shaping entrepreneurial mindset and competences. *Digital Age in Semiotics & Communication*, 6, 32–56. Available at <https://ojs.nbu.bg/index.php/DASC/issue/view/69>
- Marchesani, F., Masciarelli, F., Doan, H. Q. (2022). Innovation in cities a driving force for knowledge flows: Exploring the relationship between high-tech firms, student mobility, and the role of youth entrepreneurship. *Cities*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103852>
- National Statistics Institute (NSI). (2024). *Education Statistics*. Available at <https://www.nsi.bg/en/content/3374/education-and-lifelong-learning>
- OECD. (2024). *OECD Youth Policy Toolkit*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/74b6f8f3-en>
- OECD. (2025). *Local Employment and Economic Development Programme (LEED)*. Available at <https://www.oecd.org/en/about/programmes/leed-programme.html>
- OECD/EU. (2020). *Policy Brief on Recent Developments in Youth Entrepreneurship*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Otvoreno obshtestvo. (2025). *Chuzhdestrannite studenti v Balgariya – otkade idvat i kakvo uchat*. [Отворено общество. (2025). Чуждестранните студенти в България – откъде идват и какво учат] (in Bulgarian). Available at

https://osis.bg/?p=4911&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR3hyZ61UtAPsi8B2GnisaKaELDjDJvdb9e2CDrqqvK3tm3Qtdysing_daI_aem_b8dcmhTUUhisDQuNJxyiAQ

- Panteleeva, I., Varamezov, L., Naydenov, S., Ivanov, Y., Nikolov, E., Stanev, Ya., Ivanov, I., Biolcheva, P., Kalpachev, S., Kostov, I., Boev, B., Sabri, A., Vranchev, K., Vranchev, B., Nikolova, D. (2021). Izsledvane na otnoshenieto kam predpriemachestvoto i naglasata za startirane na sobstven biznes na studentite ot SA „D. A. Tsenov” – Svishtov, UNSS – Sofiya i IU – Varna. *Almanah Nauchni izsledvaniya*, 29, 48–81. [Пантелеева, И., Варамезов, Л., Найденов, С., Иванов, Й., Николов, Е., Станев, Я., Иванов, И., Биолчева, П., Калпачев, С., Костов, И., Боев, Б., Сабри, А., Вранчев, К., Вранчев, Б., Николова, Д. (2021). Изследване на отношението към предприемачеството и нагласата за стартиране на собствен бизнес на студентите от СА „Д. А. Ценов” – Свищов, УНСС – София и ИУ – Варна. *Алманах Научни изследвания*, 29, 48–81] (in Bulgarian).
- Phuong, Q. D., Freiling, J. (2022). Student Entrepreneurship – The Impact of University Environment on Students’ Starting Conditions. *Problemy Zarzadzania*, 1 (95), 150–172. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.95.7>
- Rangelova, R. (2008). The Development of the Youth Entrepreneurship in Bulgaria. In: Blokker, P., Dallago, B. (eds.). *Youth Entrepreneurship and Local Development in Central and Eastern Europe*. Routledge. <https://doi-org.kenli.nbu.bg/10.4324/9781351142649>
- Sandoval-Álvarez, C. (2023). Perceived behavioral traits as key determinants of entrepreneurial intention in higher education institutions. *Tec Empresarial*, 18 (1), 1–22. <https://doi.org/10.18845/te.v18i1.6935>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2021). *Global Student Entrepreneurship 2021: Insights from 58 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2024). *Student Entrepreneurship 2023: Insights from 57 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- Tsanov, I. (2025). Bulgarian entrepreneurship in the context of European integration. In: ERI at BAS. (2025). *Economic Development and Policies: Realities and Prospects. European Integration, Convergence and Cohesion*. Sofia: ERI at BAS, 375–378.
- Van der Westhuizen, T. (2023). *Youth Entrepreneurship: An Ecosystem Theory for Young Entrepreneurs in South Africa and Beyond*. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-44339-8>
- Vassileva, J., Yalamov, T. (2024). *Student Entrepreneurship 2023: Insights from Bulgaria*. Sofia: NBU Press.

Юлиана Василева е доктор по икономика, доцент в Департамент „Администрация и управление“ на Нов български университет, jvassileva@nbu.bg

Juliana Vassileva, PhD, is an Associate Professor at the Department of Administration and Management of New Bulgarian University, jvassileva@nbu.bg

YOUTH ENTREPRENEURSHIP: ATTITUDES AND ACTIVITIES OF STUDENTS IN BULGARIA

Abstract: This study examines the entrepreneurial attitudes, intentions, and activities of students in Bulgaria based on data from the global empirical research project GUESSS 2023. A total of 1,742 students from 31 Bulgarian universities participated in the survey. The analysis focuses on young people's career preferences, the factors influencing their entrepreneurial motivation, and the role of the university environment. The results show that 22% of students intend to start their own business immediately after graduation, with this share increasing to 37% within five years. Special attention is given to the impact of entrepreneurship education, institutional support, and family entrepreneurial background. The article also includes a comparative analysis of Bulgaria in relation to both global and European trends, along with specific recommendations for promoting student entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship; students; university environment; GUESSS 2023; Bulgaria; career intentions; innovation

JEL codes: A22; A23; I25; L26; M13

Как да се цитира тази статия:

How to cite this article:

Vassileva, J. (2025). Mladezhkoto predpriemachestvo: naglasi i aktivnosti na studentite v Balgariya (Youth Entrepreneurship: Attitudes and Activities of Students in Bulgaria). *Economic Thought Journal*, 70 (2), 172-196 (in Bulgarian). <https://doi.org/10.56497/etj2570202>

Приложение

Списък на висшите учебни заведения, чиито респонденти участват в изследването GUESSS 2023

1. Аграрен университет
2. Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство
3. Бургаски държавен университет „Проф. д-р Асен Златаров“
4. Бургаски свободен университет
5. Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“
6. Висше военновъздушно училище „Георги Бенковски“
7. Висше военноморско училище „Никола Вапцаров“
8. Висше училище по агробизнес и развитие на регионите
9. Висше училище по мениджмънт
10. Висше училище по сигурност и икономика
11. Военна академия „Георги Стойков Раковски“
12. Европейско висше училище по икономика и мениджмънт
13. Икономически университет – Варна
14. Лесотехнически университет
15. Медицински университет – София
16. Медицински университет „Професор д-р Параскев Стоянов“ – Варна
17. Минно-геоложки университет „Св. Иван Рилски“
18. Национален военен университет „Васил Левски“
19. Национална спортна академия „Васил Левски“
20. Нов български университет
21. Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“
22. Русенски университет „Ангел Кънчев“
23. Софийски университет „Св. Климент Охридски“
24. Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов
25. Технически университет – Варна
26. Технически университет – Габрово
27. Тракийски университет – Стара Загора
28. Университет за национално и световно стопанство
29. Химикотехнологичен и металургичен университет
30. Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“
31. Други – СИФАМ