



ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ



Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП

2012–2013 г.

София, 2013 г.

Изследване на предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП (2012–2013)

Анализът е разработен по поръчка на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия и е изготвен от Обединение ИНСАЙТ (НОЕМА ООД и СИГМА ХЕТ ООД)

Редактори:

*проф. д.и.н. Желю Владимиров
гл.ас. д-р Калоян Ганев
гл.ас. д-р Ралица Симеонова-Ганева*

Авторски колектив:

*гл.ас. д-р Ралица Симеонова-Ганева, ръководител екип
проф. д.и.н. Желю Владимиров
гл.ас. д-р Калоян Ганев
Наталия Панайотова
Цветелина Димитрова
Теодора Давидкова
гл.ас. д-р Десислава Йорданова*

Съдържание

Увод.....	7
МСП и ролята на настоящия анализ.....	7
Цели и задачи.....	7
Обхват и методология.....	8
Структура.....	8
1. Резюме.....	9
1.1 Макроикономическа и бизнес среда.....	9
1.2 Характеристика на сектора на МСП.....	9
1.3 Предприемачеството в България.....	11
1.4 Иновационната активност на МСП в България.....	12
1.5 Политики за развитие на сектор МСП.....	13
—Избрани факти.....	15
2. Макроикономическа и бизнес среда.....	16
2.1 Макроикономическа динамика.....	16
2.2 Бизнес и институционална среда.....	22
2.3 Технологични условия.....	24
—Ключови моменти.....	26
3. Характеристика на сектора.....	27
3.1 Статистика на предприятията и бизнес демография.....	27
3.2 Заетост в сектора.....	40
3.3 Финансиране на МСП.....	44
3.4 Основни пазари на МСП и интернационализация.....	49
3.5 Развитие на сектор МСП: силни и слаби страни, възможности и заплахи.....	58
—Ключови моменти.....	65
4. Предприемачеството в България.....	66
4.1 Институционална рамка за развитие на предприемачеството в България.....	66
4.2 Образование и предприемачество.....	67
4.3 Развитие на профила на предприемачите в България, 1991–2013.....	71
—Ключови моменти.....	79
4.4 Състояние и перспективи за развитие на женското предприемачество.....	80
—Ключови моменти.....	93
4.5 Състояние и перспективи за развитие на занаятчийството.....	94
—Ключови моменти.....	104
4.6 SWOT анализ на предприемачеството в България.....	105
5. Иновационната активност на МСП в България.....	109
5.1 Иновационна активност и конкурентоспособност.....	109
5.2 Иновативност на МСП от промишлеността и фактори за развитието ѝ.....	112
5.3 Фактори за развитие на иновативността в промишлените МСП.....	114
—Ключови моменти.....	123
6. Политики за развитие на сектор МСП.....	124
6.1 Подобряване на институционалната и правната рамка.....	124
6.2 Добри практики.....	126
6.3 Подобряване достъпа до вътрешния и външния пазар.....	127
6.4 Подобряване на технологичните условия.....	128
6.5 Насърчаване на иновациите в МСП.....	129
6.6 Инструменти за подобряване достъпа на МСП до финансиране и кредитиране..	131
6.7 Обобщение: предложения за политики за стимулиране развитието на МСП в България.....	132
Библиография.....	141
Приложения.....	145
A1. Микроикономически индикатори за представяне на сектора на МСП.....	145
A2. Макроикономически показатели.....	146
A3. Обхват и методология на статистическия анализ.....	147
A4. Каталог на добри практики в предприемачеството и иновациите.....	156

Списък с включените таблици

Табл. 3-1:	Структура и динамика на предприятията по размер, България и ЕС 27 (оценка), 2011 г.	27
Табл. 3-2:	Брой предприятия и брой заети лица в 1 предприятие, България, 2011 г.	28
Табл. 3-3:	Брой, структура и динамика на предприятия по икономически дейности и размер, България, 2011 г.	29
Табл. 3-4:	Среден брой заети по икономически дейности и размер на предприятието, 2011 г.	30
Табл. 3-5:	Брой, структура и динамика на предприятия по райони на планиране, България, 2011 г.	31
Табл. 3-6:	КОЕФИЦИЕНТ НА ОЦЕЛЯВАНЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ, БЪЛГАРИЯ 2009	33
Табл. 3-7:	Брой, структура и динамика на предприятията, България, 2012 г. (оценка)	34
Табл. 3-8:	Открити и закрити предприятия, България, 2008–2012 г.	34
Табл. 3-9:	Размер, структура и динамика на приходите и разходите от дейност България, 2011 г.	36
Табл. 3-10:	Динамика на приходи и разходи по райони на планиране и размер на предприятие, България, 2011 г.	37
Табл. 3-11:	Размер, структура и динамика на ДМА, България, 2011 г.	38
Табл. 3-12:	Структура и динамика на ДМА по райони на планиране и размер на предприятие, България 2011 г.	40
Табл. 3-13:	Брой, структура и динамика на заетите лица по размер на предприятието, България, 2011 г.	41
Табл. 3-14:	Брой, структура и динамика на заетите по икономически дейности и размер на предприятието, България, 2011 г.	42
Табл. 3-15:	Брой, структура и динамика на заетите по район на планиране и размер на предприятието, България, 2011 г.	43
Табл. 3-16:	Цени и обеми на износа по групи стоки (SITC), 2012 г.	52
Табл. 3-17:	Дял на иновативните предприятия и предприятия с технологични иновации от общия брой предприятия (2006-2010)	62
Табл. 3-18:	Предприятия, осигуряващи ППО	63
Табл. 4-1:	Разпределение на предприемачите по пол	71
Табл. 4-2:	Образование на предприемачите в зависимост от населеното място	72
Табл. 4-3:	Отношение на предприемачите към социалната справедливост	73
Табл. 4-4:	Отношение на предприемачите към труда	74
Табл. 4-5:	Самооценка на предприемачите за материалното им положение	74
Табл. 4-6:	Ефекти от повишаването на образователното равнище, финансирано по линия на Структурните инструменти по основни макроикономически индикатори към края на 2010, 2011 и 2012 г.	78
Табл. 5-1:	Сравнение по дял на броя на предприятията	110
Табл. 5-2:	Индекси за иновационното развитие	111
Табл. 6-1:	Категоризация на страните членки според ръста в реалната добавена стойност и заетостта през 2009 и 2012 г.	129

Списък с включените фигури

Фиг. 2-1:	Брутен вътрешен продукт (реален растеж, %)	17
Фиг. 2-2:	Темп на инфлация (%)	18
Фиг. 2-3:	Заетост и безработица	19
Фиг. 2-4:	Текуща сметка	19
Фиг. 2-5:	Преки чуждестранни инвестиции в страната (млн. евро)	20
Фиг. 2-6:	Бюджетен баланс (на начислена основа, % от БВП)	20
Фиг. 2-7:	Оценка на влиянието на съществуващата законова база	23
Фиг. 2-8:	Срещани затруднения при работата с институциите	24
Фиг. 2-9:	Състояние на техническото оборудване в МСП по отношение на местните и европейските стандарти (%)	25

Фиг. 2-10:	Инвестиции на МСП в нови технологии през последните три години (%)	25
Фиг. 3-1:	Динамика на предприятията по размер, според броя на заетите, България, 2010 и 2011 г.....	28
Фиг. 3-2:	Дейности с водещо значение за динамиката на предприятията и оценка на приносите по групи предприятия (п.п.), 2011 г.....	30
Фиг. 3-3:	Райони с водещо значение за динамиката на предприятията и оценка на приносите по групи предприятия, 2011 г.	31
Фиг. 3-4:	Коефициент на откриване, закриване и нетен коефициент на откриване, България, 2010 г.....	33
Фиг. 3-5:	Карта на България с разпределението на броя МСП, 2010 г.....	35
Фиг. 3-6:	Изменение на приходите и разходите в МСП, 2011 г.	36
Фиг. 3-7:	Динамика на ДМА в МСП по икономически сектори, 2011 г.	39
Фиг. 3-8:	Изменение на заетите лица, МСП, 2010-2011 г.....	43
Фиг. 3-9:	Процент на МСП, ползвали банков кредит досега според годината на основаване.....	46
Фиг. 3-10:	Разпределение на стойностите на индекса за достъп до финансиране за 2012 и 2013 г. (%).....	46
Фиг. 3-11:	Разпределение на средните стойности на индекса за достъп до финансиране по размер на предприятието (%).....	47
Фиг. 3-12:	Използване на финансови инструменти през 2012 г.	48
Фиг. 3-13:	Индекс Достъп до финансиране: разпределение на МСП по ниво на достъпа (%), 2012 г.....	48
Фиг. 3-14:	Средна стойност на индекса Достъп до финансиране по размер на промишлените предприятия	49
Фиг. 3-15:	Индекс Достъп до финансиране: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.....	49
Фиг. 3-16:	Развитие на външноотърговския обмен, 2007-2012 г.	50
Фиг. 3-17:	Географска структура на износа и вноса, 2012 г.	50
Фиг. 3-18:	Стокова структура на износа (SITC), 2008-2012 г.	51
Фиг. 3-19:	Структура на износа по групи стоки (SITC) и основни страни-партньори, 2012 г.	52
Фиг. 3-20:	Интернационализация на МСП през 2012 г.....	57
Фиг. 3-21:	Индекс Иновационна активност: разпределение на МСП по степен на иновационна активност (%), 2012 г.....	58
Фиг. 3-22:	Индекс Иновационна активност: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.....	58
Фиг. 3-23:	Разходи и стратегии на малките и средни предприятия в България – аспекти на поведението.....	64
Фиг. 4-1:	Как оценявате влиянието на съществуващата законова база	82
Фиг. 4-2:	Как оценявате конкурентостта на предприятията от вашия бранш?	83
Фиг. 4-3:	Доколко печеливш или губеща е вашата фирма? – за 2011 г.....	83
Фиг. 4-4:	Как оценявате влиянието на съществуващата законова база:	84
Фиг. 4-5:	Как оценявате конкурентостта на предприятията от вашия бранш?	84
Фиг. 4-6:	Дял на фирмите според брой наети на постоянен трудов договор	85
Фиг. 4-7:	Как оценявате влиянието на съществуващата законова база:	85
Фиг. 4-8:	Как оценявате конкурентостта на предприятията от вашия бранш?	86
Фиг. 4-9:	Доколко печеливш или губеща е вашата фирма? – за 2011 г.....	87
Фиг. 4-10:	Как финансирате вашия бизнес?.....	95
Фиг. 4-11:	Има ли Вашата фирма следните интернет приложения?.....	95
Фиг. 4-12:	Има ли потребност във Вашето предприятие от обучения.....	96
Фиг. 4-13:	Основна сфера на дейност?(един отговор)	97
Фиг. 4-14:	Как финансирате вашия бизнес?.....	97
Фиг. 4-15:	Има ли Вашата фирма следните интернет приложения?.....	98
Фиг. 5-1:	Промяна през последните 2-3 години по отношение на технологично обновление	112
Фиг. 5-2:	Иновационна активност на МСП през 2012 г.	113
Фиг. 5-3:	Индекс Иновационна активност: разпределение на МСП по степен на иновационна активност (%), 2012 г.....	114

Фиг. 5-4:	Индекс Иновационна активност: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.	114
Фиг. 5-5:	Индекс Иновационна активност: разпределение на МСП по степен на иновационна активност (%), 2012 г.	115
Фиг. 5-6:	Индекс Иновационна активност: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.	116
Фиг. 5-7:	Използване на ИКТ от МСП в промишлеността по размер на предприятията, 2012 г.	117
Фиг. 5-8:	Използване на ИКТ от МСП в промишлеността по икономически дейности, 2012 г.	117
Фиг. 5-9:	Обучения на човешките ресурси в МСП в промишлеността по размер на предприятията, 2012 г.	118
Фиг. 5-10:	Субективна оценка на човешките ресурси в МСП в промишлеността по икономически дейности, 2012 г.	119
Фиг. 5-11:	Използване на ИКТ от МСП в промишлеността по размер на предприятията, 2012 г.	120
Фиг. 5-12:	Пазарни анализи и бизнес планове в МСП в промишлеността по икономически дейности, 2012 г.	120
Фиг. 5-13:	Индекс Добри практики: разпределение на МСП по степен на иновационна активност (%), 2012 г.	121
Фиг. 5-14:	Индекс Добри практики: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.	121
Фиг. 5-15:	Фактори, иновативност и икономическо представяне на на промишлените МСП.	122

Списък с включените в текста съкращения

БВП	Брутен вътрешен продукт
БСП	Бизнес стратегии и планиране
ДМА	Дълготрайни материални активи
ЕК	Европейска комисия
ЕС	Европейски съюз
ИАНМСП	Изпълнителната Агенция за насърчаване на малките и средните предприятия
ИКТ	Информационни и комуникационни технологии
ИО	Информационно общество
ИС	Интелектуална собственост
МСП	Малки и средни предприятия
ПЧИ	Преки чуждестранни инвестиции
УЧР	Управление на човешките ресурси
ЧР	Човешки ресурси
ППО	Продължаващо професионално обучение
ПЧП	Публично-частно партньорство
п.п.	Процентни пункта
ЕФРР	Европейски фонд за регионално развитие
ОИСР	Организация за икономическо сътрудничество и развитие
ЕРД	Електроразпределително дружество
ВИК	Водоснабдяване и канализация
ЕТ	Едноличен търговец
IAF	Индекс Достъп до финансиране
IBP	Индекс Добри практики
INT	Индекс Интернационализация
IRD	Индекс Иновационна активност
ITM	Индекс Активност по отношение на интелектуалната собственост
WIPO	Световната организация по интелектуална собственост



Увод

МСП и ролята на настоящия анализ

Анализът за 2012–2013 г. е изготвен за целите и нуждите на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП), която отговаря за реализирането на националната политика в областта на МСП.

МСП осигуряват важна част от инфраструктурата, от която зависи конкурентоспособността на икономиката, т.е. малкият и големият бизнес не се изключват един от друг, а взаимно се допълват и обогатяват, като по този начин дават балансиран характер на икономиката. Нещо повече, в средносрочен и дългосрочен план развитието на предприемачеството като цяло води до развитие не само на малкия, но и на големия бизнес. Подкрепата на предприемачеството у нас е в основата на цялостното развитие на българската икономика, включително и нейната конкурентоспособност.

Друг важен момент, свързан със сектора на МСП е, че днес неговият принос в създаване на иновации се счита за ключов. Анализите на ИАНМСП на сектора на МСП за периода 2010–2012 г. идентифицират уязвимост на по-малките иновативни фирми в условията на икономическа криза – при ограничени финансови ресурси и затруднена ликвидност те са принудени да редуцират значително иновативната си активност за сметка на осигуряване на краткосрочна финансова стабилност. В период на икономическо възстановяване, обаче, тези иновативни фирми успяват да преодолеят негативните ефекти от икономическата криза много по-успешно от останалите МСП. Нещо повече, в международната практика най-динамичните и най-високо технологичните малки фирми са разглеждани в ролята на „мотор“, движещ националните и регионалните икономики.

Цели и задачи

Основната цел на анализа е да изследва актуалното състояние на сектора на МСП с фокус върху предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП, както и да оцени конкурентоспособността на приоритетни производствени сектори.

Реализирането на тази цел е постигнато посредством:

- 1) Проследяване динамиката на ключови микро- и макроикономически индикатори за сектора на МСП, включително динамиката във външната среда. Анализ на достъпа до финансиране на МСП. Анализ на основните пазари на МСП и интернационализацията на сектора. Анализ на сил-

ните и слабите страни, заплахите и възможностите за развитие на сектора на МСП.

- 2) Изследване на състоянието на предприемачеството, като е поставен специален фокус върху обучението по предприемачество, развитието на женското предприемачество и състоянието на занаятчийството.
- 3) Изследване на възможностите за иновативното развитие на сектора на МСП, като специално внимание е отделено на иновативността на промишлените предприятия и факторите за развитие на иновациите.
- 4) Формулиране на адекватни инструменти за въздействие от страна на държавата за стабилизиране на сектора на МСП: подобряване достъпа до финансиране, стимулиране на интернационализацията и за насърчаване на иновациите.

Сред основните въпроси, на които анализът търси отговор, са: *„Какво се случва със сектора на МСП днес?“, „Какви са основните проблеми пред предприемачеството в България?“, „Иновативни ли са българските МСП и кои са факторите, които оказват влияние върху иновациите в промишлеността?“*. Отговорите на тези въпроси могат да подпомогнат процеса на формиране на адекватни политики за насърчаване на сектора на МСП в краткосрочен и дългосрочен план.

Обхват и методология

Ситуацията в сектора на МСП е разгледана основно в рамките на периода 2007–2013 г. Стандартните статистически показатели за сектора, публикувани от НСИ, които са актуални към 2011 г. (по обективни причини тези данни се публикуват с 2-годишен лаг забавяне) са допълнени: с експертни оценки на ИАНМСП и Обединение ИНСАЙТ за развитието на сектора на МСП за 2012 г., както и от две национални представителни емпирични проучвания на МСП, проведени през февруари-март, 2013 г. Първото от проучванията, включващо представителна национална извадка от 500 МСП от сектора на услугите, промишлеността, търговията и строителството, е в основата на обобщаващия анализ за състоянието на сектора на МСП. Второто, обхващащо представителна секторна извадка от 500 МСП от 18 сектора на промишлеността, дава възможност за задълбочен анализ на състоянието на промишлените предприятия и възможностите им за развитие на иновациите и интернационализацията. За целите на анализа са използвани данни и от други изследвания, както и статистика и доклади, касаещи МСП в ЕС.

Структура

Анализът включва резюме, пет основни части и приложения. Основните части обхващат следните теми: макроикономическа и бизнес среда, характеристика и устойчивост на сектора на МСП, текущо състояние на предприемачеството в България, иновативност на МСП и конкурентоспособност на промишлеността и икономически политики за насърчаване развитието на сектора. ▼

1.1 Макроикономическа и бизнес среда

През 2012 г. растежът на БВП на България се забави до 0.8% (при реализирани 1.8% година по-рано). Основната причина за това забавяне бе влошаването на външната среда, което доведе до малък спад в износа на стоки и услуги (-0.4%). В същото време вътрешното търсене показва недвусмислени признаци на възстановяване, като водещият фактор в това отношение бе нарастването на инвестициите – през 2012 г. те се увеличиха в реално изражение с 9.6%, а потреблението нарасна с 1.8%.

Нарастването на потреблението и инвестициите в българската икономика не бе съпътствано от положителни развития на пазара на труда. Заетостта намалю с 31.2 хил. души (1.1%), което показва сериозни слабости във възможностите за създаване на работни места и е индикатор за продължаващ стремеж към оптимизиране на разходите от страна на фирмите. Същевременно, броят на безработните лица се увеличи с около 34 хил. души спрямо 2011 г., като коефициентът на безработица достигна 12.3%. Тъй като спадът на заетостта е по-малък от нарастването на безработицата, може да се каже, че част от увеличението на броя на безработните лица се дължи на активизиране на икономически неактивни лица, за които все още не е налично съответното търсене на труд от страна на предприемачите.

По отношение на бизнес средата, повече от 70% от микро и малките предприятия и над 50% от средните предприятия намират законодателството в областта на данъчната политика като създаващо пречка за бизнеса. Като проблематични за бизнеса се оценяват и законодателството в областта на регистрациите и лицензите и търговското законодателство.

1.2 Характеристика на сектора на МСП

По последни данни на НСИ¹, през 2011 г. предприятията от нефинансовия сектор на икономиката са били 351 420, като се наблюдава продължаване на низходящата тенденция.

Структурата на предприятията в България е сходна с тази в ЕС, като у нас с най-голям дял са микро предприятията – 92.2%; малките заемат дял от около

¹ Съгласно статистическия календар на Евростат и НСИ, статистиката на предприятията се публикуват с известен лаг закъснение, поради невъзможност информацията да бъде обработена по-рано (например, през м. април 2013 г. стартира обработването на информацията от предприятията, отнасяща се за 2012 г.). Поради тази причина, някои от анализираниите данни в настоящия документ се отнасят до 2011 г., които представляват най-актуалната официална информация, публикувана от НСИ към момента.

6.5%, средните – 1.1%, а големите – само 0.2%. През 2011 г. в ЕС и България в сектора на МСП се отчетоха сходни тенденции – запазване на дела от предходната година, като не се отчете подобрение след кризата за всички групи предприятия от сектора. В България структурата на предприятията през последните 3 години остава постоянна – МСП заемат дял от 99.8%.

Броят на новооткритите предприятия в нефинансовия сектор на икономиката намалява с 36.8% спрямо 2010 г., което обуславя значителния спад на нетния коефициент на откриване (3.4%).

Спадът на заетостта през 2011 г. в МСП отбелязва съществено забавяне, достигайки 1.3% спрямо 5.6% през предходната година. През същия период МСП осигуряват 74.6% или 1.48 милиона от работните места в страната, което е със 19.2 хиляди по-малко в сравнение с 2010 г. Средният брой на заетите в едно предприятие също остава постоянен – 5.7 лица.

Сектор МСП се характеризира с положителна динамика на инвестициите, чийто темп на растеж възлиза на 2.3%. Остротата на нуждата от финансиране на предприятията в България е съпоставима с тази на предприятията в ЕС – около 20% е делът на предприятията с проблеми във финансирането. Предприятията използват предимно лични спестявания и банкови заеми, за да финансират инвестиции. Малък е делът на използващите неразпределена печалба за това. 23% от предприятията в България изпитват нужда от заем за оборотни средства. Два пъти по-голям дял от средните и малките предприятия (32%) посочват, че са ползвали досега банков кредит в сравнение с микро предприятията. Кредитирането е по-достъпно за по-старите предприятия в сравнение с младите предприятия - само 27% от предприятията, създадени след 2010 г., са ползвали банков кредит.

Технологичното развитие на българските предприятия изостава от световните тенденции – по отношение на абсорбцията на нови технологии България заема неблагоприятна позиция в класацията на Световния икономически форум – 125 място от 144 страни. Делът на предприятията, заети във високо-технологично производство в България е 1% – два пъти по-нисък от този в ЕС. Секторът на научната и развойна дейност в България е три пъти по-малък. Неблагоприятно е представянето на България спрямо страните от ЕС в областта на публичните разходи за научно-изследователска дейност, разходите на бизнеса за научно-изследователска дейност и сътрудничеството между иновативни МСП.

Съгласно проведеното проучване сред МСП за целите на анализа, в нови технологии през последната година са инвестирани съответно 23.5%, 35.5% и 44.2% от микро, малките и средните предприятия. По отношение на стандартите на ЕС, само 17% от предприятията оценяват оборудването си като съвременно, а 31% го определят като остаряло. Въпреки това само 27% от анкетираните посочват, че са правили инвестиции за обновяване на технологиите през последните години.

Според анализ на ЕК за външнотърговската ориентация, повечето от МСП у нас предпочитат да изнасят продукцията си към съседните страни. Сред основните причини за ненавлизане на европейските пазари са недостатъчната информираност и по-ниската конкурентоспособност.

Излизането на чуждестранни пазари е предимно пречка за младите и малките по размер предприятия. Проучванията сред МСП, проведени в началото на 2013 г. за целите на анализа показват, че за около една четвърт от микро и малките предприятия и около половината от средните предприятия държавата

трябва да има специална политика за стимулиране на износителите. Водещи икономически дейности по отношение на интернационализацията са производството на превозни средства (без автомобили), на радио- и телевизионна техника и на машини и оборудване.

1.3 Предприемачеството в България

Всички европейски страни, в т.ч. и България, имат нужда от засилване на предприемаческия дух сред младите хора, окуражаване създаването на собствен бизнес и стабилизиране на институционалната и културната среда за иновации и ръст на малките и средните предприятия. Като цяло конкурентоспособността на българските МСП не е висока. Може да се предположи, че ситуацията в сектора на МСП се дължи и на недостатъчно добрата организация на обучението по предприемачество в страната.

В рамките на проведената анкета за нуждите на настоящия анализ, 48% от предприемачите са с висше, една трета със средно специално, 18% със средно и под 1% – с основно образование. Съществуват съществени различия на регионален принцип – 68% от анкетираните от София са с висше образование, докато в селата този дял възлиза на 20%. Висшистите доминират сред предприемачите от промишлеността (65%), докато в търговията те са значително по-слабо представени (39%). Средните по размер предприятия имат най-висок дял предприемачи с висше образование (83%), следваните от малките (63%), а в микро предприятията техният брой обхваща 40%. Предприемачите с висше образование са с преобладаващ дял във възрастовите групи до 35 г., 36-44 г. и 45-54 г.

Равнището на участие на населението на възраст 25-64 г. в различни форми на учене през целия живот през 2011 г. е 1.2-1.4% при 8.9% средно за страните от ЕС. През 2011–2012 г. се регистрира подобрене в индекса за прилагане на добри практики от МСП (включващ обучението на служителите в сравнение с предходната година: 12% от предприятията широко прилагат добри практики, а 22% – прилагат в умерена степен).

Общата тенденция в Европа е неизползване на потенциала за предприемачество сред жените, по-малко жени стартират бизнес в сравнение с мъжете; както и по-малко жени имат намерение да започнат бизнес. Обикновено жените избират да започнат бизнес и да го управляват в сектор търговия на дребно, услуги за населението и други. Повечето фирми на жени предприемачи в България са създадени след 2001 г., те са частна собственост и са български. Тези фирми работят в сферите на търговията на дребно; услуги за населението и др. Собствениците/управителите са завършили висше или средно специално образование, като тези жени са на възраст 35-64 г. Сред компаниите на жените предприемачи преобладават микрофирмите. Приблизителната средна възраст на персонала варира в рамките 28-54 г. Тези компании са направили инвестиции в нови технологии през последните години, които са финансирани основно от спестяванията на собствениците. 65.5% от фирмите имат постоянен достъп до интернет, но едва 11% имат корпоративен сайт. Като най-перспективни пазари за продукцията си жените предприемачи оценяват вътрешния и европейския.

През последните години в ЕС фокусът на политиките се поставя все повече върху развитието на занаятчийските и микро предприятията като ключов източник на заетост. В рамките на проведените проучвания сред МСП за целите на анализа, бяха обхванати и занаятчийски и микро предприятия, като събраната информация е използвана за очертаване профила и идентифициране на

основните проблеми на тези предприятия в България. Основната дейност на регистрираните занаятчии в България е съсредоточена в следните сектори: производство на мебели, на дървесна маса, на дървен материал и изделия от него; хартия, картон и изделия от тях; на метални и неметални продукти; на храни; на канцеларска и друга техника; на химични и фармацевтични продукти. Занаятчиите използват преди всичко собствени средства за финансиране на бизнеса, като само 30% са се възползвали от средства по европейски програми. Над 67% от регистрираните занаятчии определят нивото и квалификацията на работната сила в тяхното предприятие като добро. Над 74% от тях считат, че работниците им познават добрите практики в сектора. Над 72% от мениджърите и служителите в занаятчийските фирми са преминали през вътрешно обучение през последната година. Около 25% от управителите и служителите са участвали във външно обучение за управление и продажби, както и обучения в сферата на дейност на фирмата. Половината от регистрираните занаятчии са прилагали иновации и искат да интернационализират предприятието си. 75% от анкетираните са осигурили обучение на персонала си, също толкова са използвали ПЧП. 43% от анкетираните занаятчии имат и прилагат маркетингова стратегия, а над 47% са направили маркетингови проучвания на пазара през последната година.

1.4 Иновационната активност на МСП в България

Според европейския иновационен индекс (Innovation Union Scoreboard) през 2011 г. България запазва предпоследното място в ЕС-27. По данни на НСИ за 2011 г. разходите за научноизследователска и развойна дейност (НИРД) са 219.6 млн. евро – с 1.9% повече в сравнение с 2010 г., интензивността на НИРД е 0.57% от БВП, а делът на иновативните предприятия в България възлиза на 27.1% и нараства за всички размерни групи в периода 2006-2010 г.² Процентът на иновативните малки предприятия се увеличава от 17% до 21.8%, на средните – от 26.4% до 42.3% и на големите – от 52.7% до 63.2%. Предприятията от индустрията (сектори В, С, D и E) са по-иновативни в сравнение с тези от услугите – съответно 23.8% и 14.5% през 2006 г. и 31.1% и 22.0% през 2010 г.

Според проведената през 2013 г. анкета в рамките на МСП, при микро предприятията се отчита по-скоро тенденция на спад по отношение на технологичното обновяване през последните 2-3 години, докато при малките и средните предприятия оценката е по-благоприятна. Делът на предприемачите, които заявяват, че имат достатъчен финансов ресурс да финансират иновационната активност на предприятието си, е 28%. Намерения да пуснат нови продукти през следващата година имат 48% от МСП. Малко повече от половината предприятия от промишлеността са пуснали нов продукт на пазара през последната година (53%) или подготвят да пуснат такъв в близко бъдеще (51%). Въпреки наблюдаваната възходяща тенденция на развитие през последните няколко години, иновационната активност на една трета от българските промишлени предприятия все още е на много ниски нива.

Подобно на ситуацията в целия сектор на МСП, която беше наблюдавана през 2012 и 2011 г., през 2013 г. в промишлените МСП е налице висока взаимосвързаност между наблюдаваните пет фактора за развитие и конкурентоспособност – иновативност, достъп до финансиране, интелектуална собственост, интернационализация и прилагането на добри практики. Подобряването на един от тези фактори в дадено предприятие води след себе си до развитието и на друг фактор, а впоследствие и до положителен ефект върху всички останали фактори.

² По последни данни на НСИ.

Определянето на нивото на иновативност на дадено предприятие през 2013 г. зависи на първо място от прилаганите добри практики в рамките на предприятието. В настоящия анализ добрите практики обхващат три разнородни по своята същност дейности – използване на ИКТ, развитие на човешките ресурси и прилагането на бизнес и маркетингови стратегии в практиката на МСП. Водещата роля при определяне нивото на иновативност има използването на ИКТ в МСП; на второ място се нарежда прилагането на бизнес и маркетингови стратегии в управлението; на трето място е позиционирано развитието на човешките ресурси. По-широкото прилагане на добри практики в МСП води до по-висока иновативност. Вторият по значение фактор, определящ нивото на иновативност на МСП, е достъпът до финансиране. На трето място при определянето нивото на иновативност се нареждат интернационализацията и активността по отношение на интелектуалната собственост.

Според проведените проучвания сред МСП в началото на 2013 г., осигуреност с достатъчен финансов ресурс за регистрация на интелектуална собственост декларират, че имат 30% от предприемачите в промишлеността. Делът на промишлените МСП със собствена регистрирана търговска марка в България или чужбина е 42%. Делът на микро предприятията с такава регистрация е 27%, на малките – 47%, а на средните – 61%. Предприятията със собствен патент възлизат на 20%. Регистриран патент имат 12% от микро предприятията, докато този дял при малките по размер компании е 21%, а при средните – 32%. Делът на микро предприятията, които декларират, че финансово са обезпечени да регистрират интелектуална собственост, е 20%. Този на малките компании е 31%, а на средните – 43%.

Всеки три от четири промишлени МСП има фирмена интернет страница. Електронен подпис на управляващите притежават 78% от предприятията. Възможности за онлайн поръчки и продажби имат 45% от компаниите, а 40% предоставят възможност за онлайн плащания. Система за управление на отношенията с клиенти имат 18% от МСП. Също толкова е делът на тези, които са внедрили система за управление на доставчиците и приблизително толкова (17%) са компаниите, които използват интегрирана система за управление на почти всички процеси.

Преобладаваща част от управляващите предприятия в промишлеността смятат, че служителите им са достатъчно добре квалифицирани (80%), и че познават добрите практики в сектора (81%). Повече от половината МСП са осигурили обучения на служителите си и/или ръководителите си през последната година – 53%. Външни специализирани обучения за управление на продажбите са посетили 17% от фирмите, в професионалната сфера на дейност на компанията – 22%, а по ИКТ приложения – 10%.

Повече от половината предприятия в промишлеността ползват разработени краткосрочни бизнес планове с хоризонт 1-2 години – 57%. Средносрочни бизнес планове имат значително по-малък дял – 17%, а дългосрочни планове правят едва 8% от МСП.

1.5 Политики за развитие на сектор МСП

Все повече европейски страни осъзнават, че икономическото възстановяване от кризата и връщането към растеж изисква повече предприемачество. Това е така, защото предприемачеството прави икономиката по-конкурентна и иновативна и създава заетост. Тази нова ориентация е фиксирана и в много основни документи на ЕС от 2011 г. до днес. В същото време в редица страни институ-

ционалната и бизнес среда не е много благоприятна за предприемачите, особено за начинаещия малък бизнес.

Специално за България, Европейската комисия отчита, че основна слабост на икономиката на страната е ниското равнище на научноизследователската дейност и иновациите (НИДИ). И двете дейности не се финансират в достатъчна степен, не постигат очакваните резултати и се нуждаят от радикална реформа³.

Политиките за стимулиране на растежа, заетостта и конкурентоспособността са ключови за успеха както на стратегията Европа 2020, така и на Националната програма за развитие „България 2020“. Предишните годишни доклади на ИАНМСП разкриха решаващата роля на МСП за възстановяването от кризата от 2008 г. Страната ни е изправена пред предизвикателството да насърчава конкурентоспособността базирана на по-висока производителност, при която иновациите, новите умения и устойчивостта са ключови компоненти. Ето защо е необходимо формулиране на конкретни политики и прилагането на интегрирани икономически мерки за подобряване достъпа до финансиране, насърчаване на предприемачеството и иновациите и развитие на всички фактори на конкурентоспособността на българските МСП.

В заключителната си част, настоящият анализ предлага пакет от мерки, които да стимулират развитието на предприемачеството и иновациите, като основните фокуси включват политики за:

- подобряване на бизнес средата и правните регулации (вкл. и данъчни политики, стимулиращи МСП);
- подобряване достъпа до финансиране на МСП;
- насърчаване развитието на технологиите, иновациите и енергийната ефективност;
- стимулиране на интернационализацията и износа;
- развитие и подобряване качеството на образованието по предприемачество. ▼

³ ЕК, 2012, с. 16, 20, 21.

—Избрани факти

- През 2011 г. МСП обхваща 350 679 нефинансови предприятия като техният брой се понижава с 0.6%.
- МСП заемат дял от 99.8%.
- Всички групи предприятия отчитат спад, с водещо влияние на средните по размер предприятия (-1.5%).
- Броят на МСП в индустрията се понижава с 3.1%, а в услугите се наблюдава стабилизиране.
- Сектор МСП се характеризира с положителна динамика само в Югозападен и Югоизточен район.
- Нетният коефициент на откриване се понижава до 3.4%, в резултат от ниския брой новооткрити предприятия.
- Растежът на приходите от дейност в МСП възлиза на 10.4%, а този на разходите – 10.3%
- МСП се характеризират с 1.7% растеж на инвестициите.
- Сектор МСП осигурява заетост на 1 480 952 лица.
- Средният брой на заетите в едно предприятие също остава постоянен – 6 лица.
- Спадът на заетостта в МСП възлиза на 1.3% и се забавя съществено спрямо година назад.
- Всички райони на планиране се характеризират със силно забавяне на спада на заетите лица.
- В съответствие с динамиката на предприятията, водещо негативно влияние за спада на заетите лица имат средните по размер предприятия.
- 20% е делът на предприятията с проблеми във финансирането, което е съпоставимо със средното за ЕС ниво.
- Инвестициите на предприятията се базират предимно на лични спестявания и банкови заеми.

2.1 Макроикономическа динамика

— Обща характеристика на външната среда

През 2012 г. основните региони на света показаха смесено представяне от гледна точка на икономическия растеж. Икономиката на САЩ леко ускори своя темп на нарастване до 2.2% (при 1.8% през 2011 г.). Основен проблем пред американското правителство през изминалата година бяха политическите проблеми, свързани с преодоляването на т. нар. „фискална пропаст“⁴. Постигнатите споразумения относно повишенията в някои данъци обаче изглеждат временно решение, като в допълнение на това все още следва да се търси дългосрочен компромис по отношение на повишаването на тавана върху правителствения дълг, както и по отношение на провеждането на бюджетна консолидация (съкращения на някои разходни пера в бюджета). Независимо от това, като цяло може да се каже, че американската икономика се намира на възходяща траектория, което се потвърждава и от положителните данни от пазара на труда.

Китайската икономика продължи да регистрира едни от най-високите темпове на икономически растеж в световен план и през изминалата 2012 г. Постигнатата стойност от 7.8% обаче е най-ниската от 1999 г. насам, като отразява процеси на известно „охлаждане“, след засилените признаци на „прегриване“ през предходните няколко години. В този смисъл, основен проблем пред китайската икономическа политика е недопускането на допълнително забавяне на растежа и осигуряване на устойчивост на развитието на страната.

Въпреки че отбеляза краткотрайна рецесия от началото на второто тримесечие на 2012 г., за цялата година Япония отчете икономически растеж в размер на 2.0% – резултат, който бе значително по-добър от постигнатото през 2011 г. (-0.6%). Подобно на САЩ, политическите въпроси в страната, макар и от различно естество, се оказаха сериозна пречка пред намирането на трайни решения относно дългосрочните проблеми на японската икономика. Поради същата причина, все още не са преодолените напълно и проблемите от 2011 г., появили се след разрушителното земетресение, цунами и последвалата ядрена катастрофа във Фукушима. Изявеното намерение за продължаващо стимулиране на икономиката от страна на държавата също трябва да се следи внимателно, тъй като то може да се окаже решение само за кратък период, а същевременно могат да се задълбочат други дългосрочни проблеми, като например този с дълга.

⁴ От англ. Fiscal cliff.

Икономиката на Евронзоната остана регионът от световната карта с най-силно изразени слабости. Растежът на БВП бе отрицателен за 2012 г. (-0.6%). Като основна причина за това може да се посочат продължаващите негативни ефекти от дълговата криза в европейската периферия, въпреки че действията на ЕЦБ и новите структури на ЕС (като Европейския механизъм за стабилност) спомогнаха за значително намаляване на доходността по облигациите с най-силно изразени дългови проблеми. Перспективите пред Евронзоната ще останат неблагоприятни през 2013 г., а вероятно и по-нататък, тъй като проблемът със свръх задлъжнялостта на отделните държави не може да бъде решен за кратък период от време, още повече в рамките на валутен съюз. Недостатъчната решителност от страна на правителствата в посока на провеждане на фискални реформи, въвеждането на банковия съюз и по-нататъшната интеграция на фискалните политики може да се окаже допълнителна пречка за постигането на устойчиво излизане от кризата и връщане към траекторията на растежа.

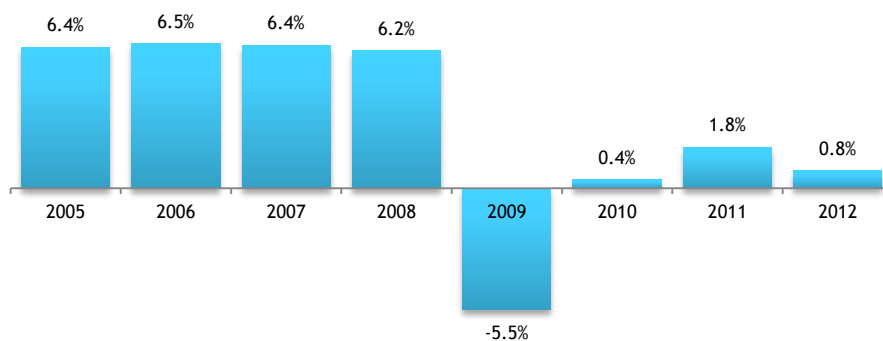
Доколкото Евронзоната е основен пазар за реализация на българския износ, негативното развитие от миналата година може да се счита за един от най-важните фактори, довели до забавяне и на икономиката на България. В частност, това се отрази и върху резултатите на малките и средните предприятия в страната.

— Българската икономика през 2012 г.

Брутен вътрешен продукт

През 2012 г. растежът на БВП на България се забави до 0.8% (при реализирани 1.8% година по-рано). Основната причина за това забавяне бе влошаването на външната среда, което доведе до малък спад в износа на стоки и услуги (-0.4%). В същото време вътрешното търсене показва недвусмислени признаци на възстановяване, като водещият фактор в това отношение бе нарастването на инвестициите — за миналата година те се увеличиха в реално изражение с 9.6%. За същия период потреблението нарасна с 1.8%. Следва да се има предвид, че от началото на икономическата криза в България през 2009 г. вътрешното търсене се характеризираше с негативно развитие. Поради това може да се счита, че наблюдаваните положителни изменения през изминалата година се дължат в голяма степен и на дълго задържаните разходи за потребление и инвестиции от страна на домакинствата и фирмите, т. е. наблюдава се естествена симетрична реакция на тази, характерна за периодите на влошаване на икономическата обстановка в страната отпреди няколко години.

Фиг. 2-1: БРУТЕН ВЪТРЕШЕН ПРОДУКТ (РЕАЛЕН РАСТЕЖ, %)



Източник: НСИ

През 2012 г. икономическата активност в Евронзоната продължи да се свива (-0.6)

През 2012 г. растежът на БВП на България се забави до 0.8%.

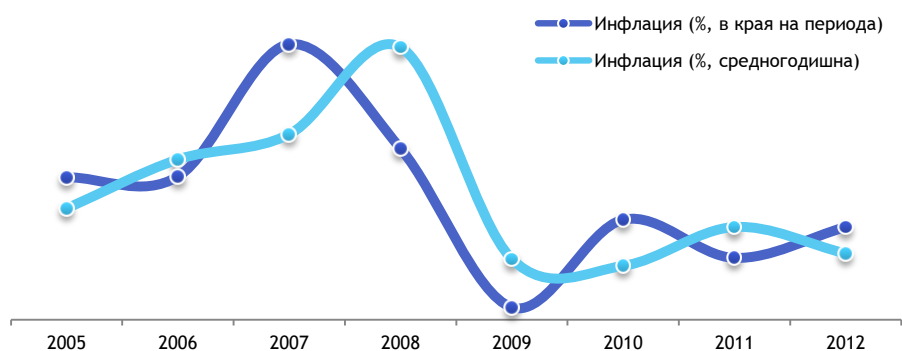
През 2012 г. коефициентът на безработица достигна 12.3%.

Разгледана по икономически сектори, българската икономика отбеляза нарастване в два от трите сектора – в селското и горското стопанство и в индустрията. В първия сектор брутната добавена стойност се увеличи с 3.5%, а във втория – с 0.8%. По-високият темп на нарастване при селското стопанство се дължеше на по-доброто представяне на сектора спрямо резултатите в европейски и световен план, което позволи реализирането на благоприятни цени при износа, докато относително слабо нарастване на индустрията се дължи на общото влошаване на външната среда през втората половина на годината, както и на все още невъзстановеното вътрешно търсене.

Инфлация

Нарастването на ценовото равнище в страната през 2012 г. бе обусловено основно от два фактора – динамиката на международните цени на храните и енергийните суровини и промените в административните цени, предприети в средата на лятото. Независимо от действието на тези фактори, инфлацията в страната остана в умерени граници. В края на годината отчетената стойност на този показател бе 4.2%, а средногодишната стойност възлезе на 3.0%. Фактът, че вътрешното търсене остава слабо, въпреки известни признаци на възстановяване, предполага запазване на умерения темп на общо поскъпване в страната.

Фиг. 2-2: Темп на инфлация (%)

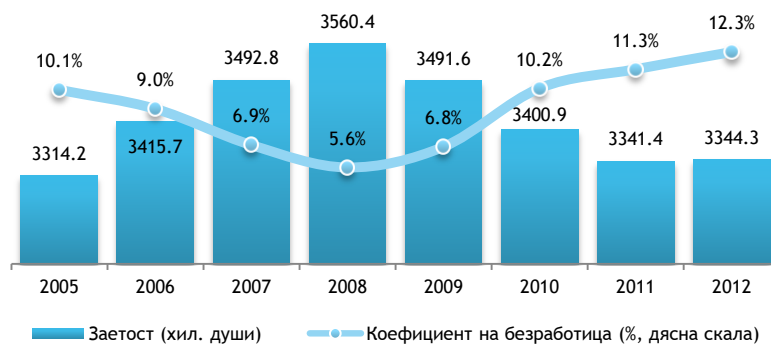


Източник: НСИ

Пазар на труда

Нарастването на потреблението и инвестициите в българската икономика през изминалата година не бе съпътствано от положително развитие на пазара на труда. Заетостта се увеличи с едва около 3 хил. души (0.1%), което показва сериозни слабости във възможностите за създаване на работни места и е индикатор за продължаващ стремеж към оптимизиране на разходите от страна на фирмите. Същевременно, броят на безработните лица се увеличи с около 34 хил. души спрямо 2011 г., като коефициентът на безработица достигна 12.3%. Тъй като спад на заетостта все пак липсва, може да се каже, че увеличението на броя на безработните лица се дължи на активизиране на част от икономически неактивните лица, които са видели в признаците за възстановяване на икономиката стимул за започване на търсене на платена заетост. Същевременно обаче все още не е налично съответното търсене на труд от страна на предприемачите.

Фиг. 2-3: ЗАЕТОСТ И БЕЗРАБОТИЦА

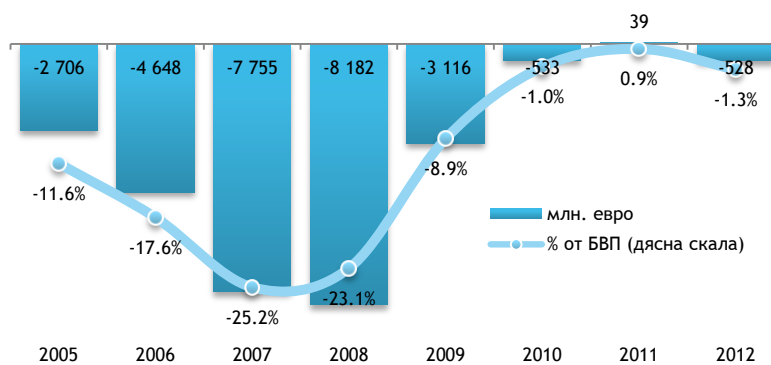


Източник: НСИ

Платежен баланс

Слабите резултати при износа, съчетани с умереното нарастване на вноса, което бе следствие от нарастващото вътрешно търсене, доведе до преминаване на баланса по текущата сметка на отрицателна територия – от минимален излишък през 2011 г., през 2012 г. бе регистриран дефицит в размер на 1.3% от БВП. Съответно, най-силният фактор за отрицателната текуща сметка – дефицитът по търговския баланс – достигна 3.6 млрд. евро (9.1% от БВП). Независимо от това, стойността на дефицита по текущата сметка бе малка и не може в никакъв случай да се счита за рисков фактор по отношение на икономическото развитие. Като цяло, българската икономика може да си позволи и по-висок дефицит на показателя, без това да застраши макроикономическата устойчивост.

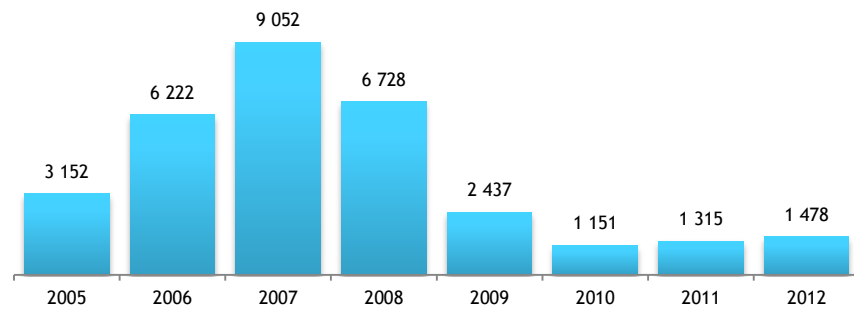
Фиг. 2-4: ТЕКУЩА СМЕТКА



Източник: БНБ, НСИ

Развитието при финансовата сметка също съответства на индикациите за обръщане на негативните тенденции при вътрешното търсене. За разлика от предходните две години, когато бяха регистрирани нетни изтичания, през 2012 г. бе отчетен нетен приток от 2.2 млрд. евро (5.6% от БВП). Увеличиха се преди всичко сумите във валута и депозити (с 1.6 млрд. евро), а преките инвестиции в страната достигнаха 1.5 млрд. евро (увеличение спрямо 2011 г. от 163.6 млн. евро, или 12.4% на годишна база). Тази сума на преките чуждестранни инвестиции обаче е чувствително по-ниска спрямо нивата, наблюдавани преди началото на кризата и е недостатъчна, за да генерира съществено ускоряване на икономическия растеж в България.

Фиг. 2-5: ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ В СТРАНАТА (МЛН. ЕВРО)



Източник: БНБ

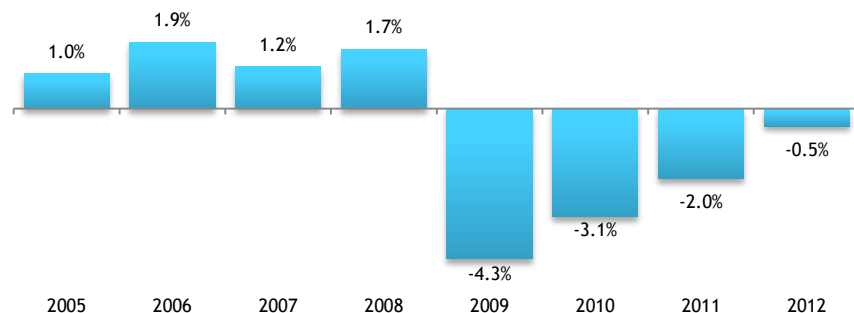
Фискален сектор

През 2012 г. фискалната политика отново се характеризираше като рестриктивна. Реализираният в края на годината бюджетен дефицит бе 0.5% от БВП (при 2.1% година по-рано) – значително по-ниско равнище спрямо заложеното в Закона за държавния бюджет. Ефектът от бюджетната консолидация бе най-силен в края на годината, като в същото време това допринесе и за забавяне на растежа на потреблението, а оттам и на икономиката като цяло.

През лятото на 2012 г. правителството емитира външен дълг под формата на петгодишни еврооблигации в размер на 950 млн. евро. Основното предназначение на тези средства бе покриването на предстоящите през януари 2013 г. плащания на лихви и главница по падежиращите правителствени еврооблигации, емитирани десет години по-рано. Не-зависимо от тази дългова емисия, публичният дълг на България като дял от БВП остана един от най-ниските в ЕС.

В края на 2012 г. фискалният резерв на правителството възлезе на 6.1 млрд. лв. при изисквани от Закона за държавния бюджет 4.5 млрд. лв.

Фиг. 2-6: Бюджетен баланс (на начислена основа, % от БВП)



Източник: Евростат, МФ

Банкова система

Подобно на 2011 г., през 2012 г. банковата система продължи да демонстрира добри показатели на растеж на активите, капитализация и ликвидност.

В края на миналата година активите на системата достигнаха 82.4 млрд. лв., като на годишна база те се увеличиха с 5.6 млрд. лв. (7.3%). Наблюдаваше се нарастване на относителния дял на местните банки, за сметка на чуждестран-

ните (най-вече тези от ЕС) – до 26.4%. Съставът на първите пет най-големи банки се запази непроменен спрямо този от края на 2011 г. (с известни размествания в подреждането между тях), но като цяло делът на тази т. нар. първа група банки намаля и достигна 49.5% (при 51.7% година по-рано).

Нарастването на кредитите се забави до 3.2% на годишна база (при 4.1% през 2011 г.), а в абсолютно изражение то възлезе на 1.8 млрд. лв. Корпоративните кредити нараснаха с по-висок процент от общия – 5.1%, но въпреки очакването те да бъдат един от двигателите на възстановяването на икономиката, увеличението им бе далеч от възможността да изпълняват подобна функция. В същото време кредитите за домакинствата се свиха с 0.5%, което отразява продължаващия процес на делевърдж в условията на стагнация на заетостта и доходите и липсата на ясна перспектива за развитие, на база на която да се поемат съответните рискове.

Продължаващото усещане за несигурност у домакинствата доведе и до запазване на високата склонност на спестяване, изразяваща се главно в увеличаване на депозитите в банките. През 2012 г. това увеличение възлезе на 4.0 млрд. лв. (12.4%). Нарастването на цялата депозитна маса в банковата система съответно бе в размер на 4.4 млрд. лв. (8.4%).

Лихвените проценти на междубанковия паричен пазар останаха близки до нулата, като израз на високата степен на ликвидност и относително слабите възможности за пласирането ѝ в кредитни направления.

В началото на 2012 г. лошите кредити (експозициите с просрочие над 90 дни) възлизаха на 14.9% от брутните кредити. В края на годината това съотношение достигна 16.6%⁵. С оглед на факта, че икономиката на страната още не се е възстановила напълно от икономическата криза, а пазарът на труда дори показва признаци на влошаване, не може да се счита, че е достигната точката, в която делът на лошите кредити ще започне да се свива. Това ще се случи, от една страна, едва след като нарастването на кредитите се ускори, а от друга – след като се подобри капацитетът на икономическите агенти да обслужват редовно своите задължения.

Общата капиталова адекватност на банковата система в края на 2012 г. бе 16.7%, а тази на капитала от първи ред – 15.2%. Тези нива са значително над изискуемите минимални както за ЕС, така и за България (последните са по-високи от тези в ЕС). За момента те осигуряват достатъчна стабилност на системата и са надежден буфер, защитаващ интересите на спестителите.

Доколкото 2013 г. може да се охарактеризира като година, в която кризисните ефекти ще продължат да се проявяват, не може да се очаква нито ускоряване на темпа на кредитиране, нито съществено пренасочване на спестяванията към потребление. Оживление в активността на банките на местния пазар може да се очаква едва от 2014 г., когато се предвижда и ускоряване на икономическия растеж на страната.

Регионално развитие

По последни данни на Евростат, отнасящи се за 2009 г. пет от шестте статистически района на България (ниво 2) попадат в последната десетка за БВП на глава от населението в ЕС: Северозападен район (28% от средния за ЕС), Севе-

⁵ Следва да се има предвид обаче, че в края на годината банките извършиха отписвания на част от лошите задължения, поради което съотношението е в известен смисъл подценено. Към края на септември 2012 г. стойността на показателя бе 17.3%.

Законодателството в областта на данъчната политика се явява пречка за 70% от микро и малките предприятия и над 50% от средните предприятия.

рен централен и Южен централен (по 30% от средния за ЕС), Югоизточен район (36% от средния за ЕС), Североизточен район (37% от средния за ЕС). Изключение е Югозападният район със 73%. В регионалната структура на БВП основен принос на ниво 2 има Югозападният район, в който попада основният икономически център на страната – столицата София, като в края на 2010 г. този принос е 48.2% от общия БВП, докато най-нисък е делът на Северозападния район – 7.2%. По данни на НСИ за 2009 г. се наблюдава силно изразена поляризация в динамиката на БВП на човек от населението между София-град (столица) и останалите области на страната. Най-значително изоставане се наблюдава в областите Видин, Кюстендил, Разград, Силистра и Сливен, където БВП на човек е под 55% от общото равнище за страната.

През 2010 г. по данни на НСИ в Югозападен район е концентриран значителен ресурс за НИРД (общо 83.0% от разходите за НИРД в страната). Разходите за научни изследвания в бизнеса също са значителни в този район, възлизали на 85.3% от всички разходите в страната, направени в бизнес сектора. Подобен е и делът на разходите за НИРД в държавния сектор – в този район са инвестирани 82.7% от всички държавни инвестиции в тази сфера. В останалите райони инвестициите в НИРД заемат ниски дялове в общите инвестиции – втори по ниво на тези инвестиции е Южен централен район, в който са инвестирани 5.4% от всички разходи за НИРД. Най-изостанали в това отношение са Северозападен и Северен централен район. В Северозападен район броят на инвеститорите от бизнес сектора е толкова малък, че данните за дейността са конфиденциални, а вложените средства в научни продукти от държавата и предприятията представляват 1.6% от разходите за НИРД в страната. В Северен централен район инвестициите за научни продукти в бизнес сектора представляват 2.2% от всички такива в страната, а тези, направени от държавния сектор възлизат на 1% от всички бюджетни разходи. Общо разходите за НИРД в района възлизат на 1.7% от всички такива инвестиции в страната.

2.2 Бизнес и институционална среда

Според Доклада за конкурентоспособността на Световния икономически форум за 2012-2013 г. България леко подобрява позициите си по отношение на институционалната среда, като се придвижва от 110 на 108 място спрямо 2011-2012 г. При показателя „Тежест на правителствените регулации“ има влошаване на оценките на бизнеса – от 86 до 109 място. Подобряване е налице при „Ефективността на законовата рамка за решаване на спорове“ – България се изкачва от 126 до 122 място. Подобрене има също така в защитата на правата на собственост – от 119 до 115 място, но влошаване – при защитата на интелектуалната собственост – от 105 до 100 място.

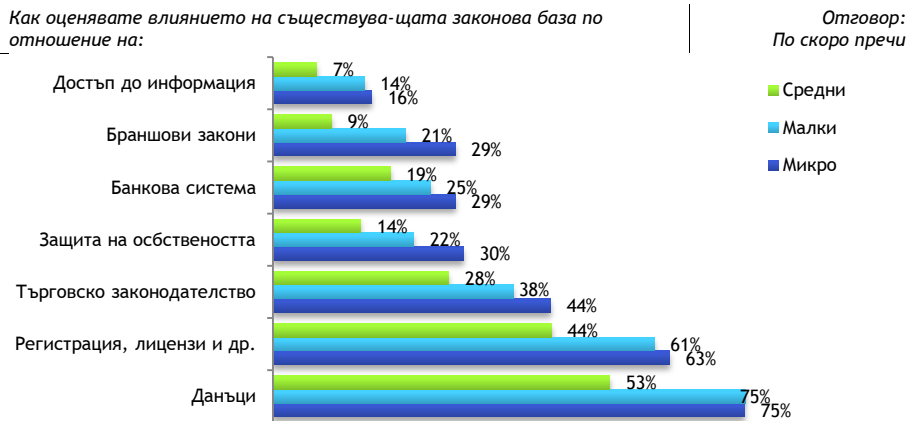
– Законодателната рамка

В проведеното проучване сред предприятията за целите на настоящия анализ анкетираните бяха запитани кои области на законодателството намират за благоприятни или пречещи на бизнеса.

По отношение на регистрацията и лицензите 63% от запитаните от микро, 61% от малките и 44% от средните предприятия посочват, че законодателството е в пречка на фирмите. По отношение на търговското законодателство около 40% от анкетираните посочват, че законодателството не благоприятства бизнеса, като отново делът на микро и малките предприятия, които дават тази оценка, е по-висок. По отношение на защитата на собствеността около 25% от МСП оценяват законодателството като неблагоприятно. Подобна е оценката за законода-

телството относно банковата система и браншовите закони. Най-добра е оценката на анкетираниите за законодателството за достъпа до информация.

Фиг. 2-7: Оценка на влиянието на съществуващата законова база



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт"

— Данъчната политика

Законовата система по отношение на данъчната система се оценява най-силно като пречка за бизнеса според проведеното проучване в сравнение със законодателството в други области. Отговор „по-скоро пречи“ за данъчното законодателство са дали 75% от микро и средните предприятия и 54% от средните предприятия.

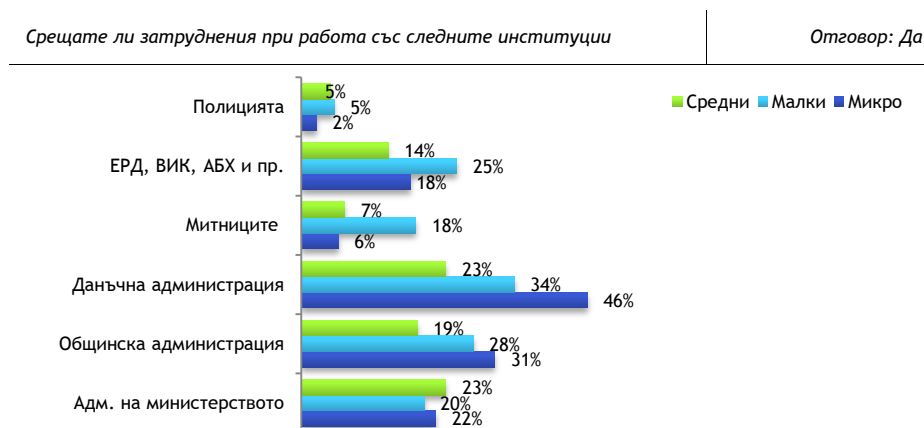
Сред данъците, които пряко влияят върху дейността на бизнеса, в най-голяма тежест за МСП според проведената анкета е данък ДДС – посочен на първо място от 29% от предприятията.

Пенсионните осигуровки се оценяват като затрудняващи бизнеса в най-висока степен от микро предприятията – посочени на първо място от 22% от тях, докато по-големите предприятия намират по-обременяващи другите видове данъци.

— Административни бариери и административна тежест

По отношение на комуникациите с държавната и други администрации анкетираниите бяха запитани при работата с кои от тях срещат затруднения. Най-голям е делът на посочилите за проблематични данъчната и общинската администрация. В тези два случая, както и в работата с централната администрация най-затруднени са микро и малките предприятия – съответно 23% и 19% срещат затруднения с данъчната и общинската администрации, докато за средните предприятия делът на недоволните анкетирани от услугите е по-нисък. Централната администрация затруднява в почти еднаква степен различните по размер предприятия. Проблеми с митниците имат в по-голяма степен малките предприятия – 18% от тях.

Фиг. 2-8: СРЕЩАНИ ЗАТРУДНЕНИЯ ПРИ РАБОТАТА С ИНСТИТУЦИТЕ



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт"

2.3 Технологични условия

— Позициониране на технологичното равнище на българските предприятия в глобалната икономика

По отношение на технологичното равнище България е на 52 място в глобалния индекс на конкурентоспособност на Световния икономически форум за 2012–2013 г., като влошава позицията си с две места спрямо предходната година. България е с много добра оценка по отношение на технологиите, но най-голям принос за това има много доброто състояние на интернет инфраструктурата.

По показателя наличност на съвременни технологии България е на 98 място в света, но положителна тенденция е, че подобрява позицията си спрямо предходната година с цели 8 места.

Абсорбцията на технологии на фирмено ниво в България е все още много ниска – по този показател България е на 125 място в света, като почти запазва позицията си спрямо предходната година (покачва се само с две места в класацията от 127 място). Подобно е мястото на българските фирми и по отношение на технологичния трансфер чрез преки чуждестранни инвестиции – 106 място в света, което се влошава с една позиция спрямо предходната година.

— Субективна оценка на предприемачите за технологичното равнище на МСП

Оценката на българските предприемачи за състоянието на технологичното оборудване в техните предприятия според проведеното проучване за целите на настоящия анализ е сравнително добра – 63% от анкетираните определят оборудването си на приемливо за страната ниво, а 19% – на съвременно ниво.

Предприемачите от средните по размер фирми определят в по-голяма степен състоянието на оборудването си като остаряло.

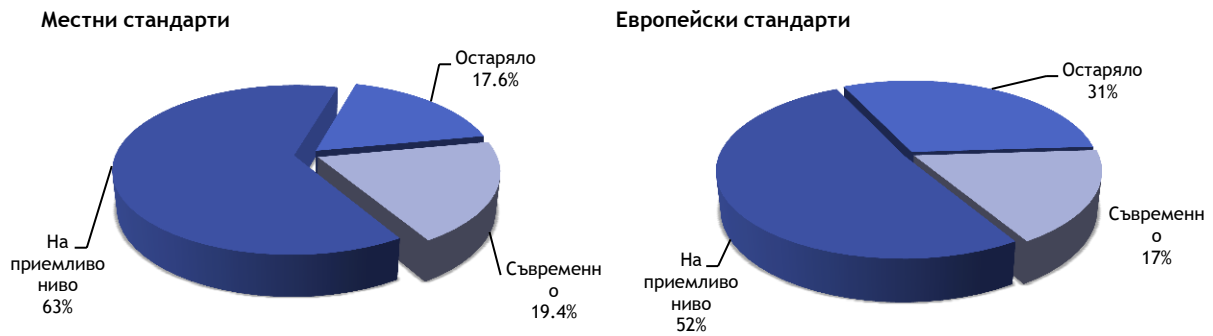
По отношение на стандартите на ЕС обаче само 17% от предприятията оценяват оборудването си като съвременно, а 52% – на приемливо ниво. Въпреки това само 27% от анкетираните посочват, че са правили инвестиции за обновяване на технологиите през последните години, като с най-голям дял са средните предприятия – 44% от тях са правили такива инвестиции, докато от микро и малките предприятия делът е съответно 24% и 36%.

България заема 125 място от 144 страни по абсорбция на нови технологии.

17% от предприятията оценяват оборудването си като съвременно.

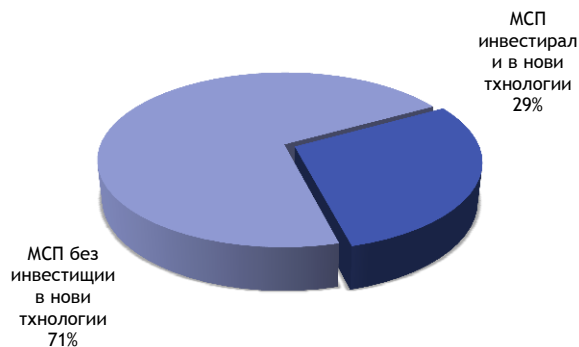
Достъпът до интернет не е проблем за малките и средните предприятия, но 33% от микро предприятията нямат постоянен достъп. Сред тях е малък и делът на имащите корпоративен сайт – 13.5%. Делът на малките и средни предприятия с корпоративен сайт е съответно 30% и 72%.

Фиг. 2-9: Състояние на техническото оборудване в МСП по отношение на местните и европейските стандарти (%)



Източник: Проучване МСП 2013, Обединение "Инсайт"

Фиг. 2-10: Инвестиции на МСП в нови технологии през последните три години (%)



Източник: Проучване МСП 2013, Обединение "Инсайт"



—Ключови моменти

- През 2012 г. икономиката на Евророната остана регионът от световната карта с най-силно изразени слабости. Растежът на БВП бе отрицателен (-0.6%). Като основна причина за това могат да се посочат продължаващите негативни ефекти от дълговата криза в европейската периферия. Перспективите пред Евророната ще останат неблагоприятни и през 2013 г.
- Доколкото Евророната е основен пазар за реализация на българския износ, негативното развитие през 2012 г. може да се счита за един от най-важните фактори, довели до забавяне и на икономиката на България.
- През 2012 г. растежът на БВП на България се забави до 0.8% (при реализирани 1.8% година по-рано). Основната причина за това забавяне бе влошаването на външната среда, което доведе до малък спад в износа на стоки и услуги (-0.4%).
- През 2012 г. броят на безработните лица се увеличи с около 34 хил. души спрямо 2011 г., като коефициентът на безработица достигна 12.3%.
- Повече от 70% от микро и малките предприятия и над 50% от средните предприятия намират законодателството в областта на данъчната политика като създаващо пречка за бизнеса. Като проблематични за бизнеса се оценяват и законодателството в областта на регистрациите и лицензите и търговското законодателство.
- По отношение на абсорбцията на нови технологии България заема неблагоприятна позиция в класацията на Световния икономически форум – 125 място от 144 страни.
- По отношение на стандартите на ЕС, само 17% от предприятията оценяват оборудването си като съвременно, а 31% определят оборудването си като остаряло. Въпреки това само 27% от анкетиранияте посочват, че са правили инвестиции за обновяване на технологиите през последните години.

3.1 Статистика на предприятията и бизнес демография

– Брой и структура на предприятията

През 2011 г. предприятията⁶ от нефинансовия сектор на икономиката в страната възлизат на 351 420, продължавайки наблюдаваната през предходната година низходящата тенденция на развитие. Спадът в броя на предприятията през 2011 г. възлиза на 0.6% спрямо 0.9% през 2010 г., което представлява забавяне в темпа на изменение на разглеждания показател. Наблюдаваната негативна динамика отразява все още ниската икономическа активност страната, а това от своя страна ограничава създаването на нови и оцеляването на вече съществуващите предприятия.

Структурата на предприятията в страните от Европейския съюз (ЕС) е сходна с тази в българската икономика. С най-голям дял са микро предприятията – 92.1%, малките заемат дял от около 6.5%, средните – 1.2%, а големите обхващат 0.2%. През 2011 г. развитието на сектор МСП в страните от ЕС-27 и България също следва сходни тенденции. Делът на предприятията, обхванати от сектора се запазва на съпоставимо спрямо предходната година ниво като всички групи предприятия в него продължават да отчитат спад, но със забавени темпове спрямо 2010 г. (Табл. 3-1)

Табл. 3-1: СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ПО РАЗМЕР, БЪЛГАРИЯ И ЕС 27 (ОЦЕНКА), 2011 г.

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
България						
Дял	92.1%	6.5%	1.2%	99.8%	0.2%	100.0%
Растеж	-0.6%	-0.8%	-1.5%	-0.6%	-0.4%	-0.6%
ЕС 27						
Дял	92.2%	6.5%	1.1%	99.8%	0.2%	100.0%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm#h2-5

Структурата на предприятията през периода 2009-2011 г. остава постоянна – МСП заемат дял от 99.8%, докато големите предприятия представляват само 0.2% от функциониращите в страната фирми. В рамките на сектор МСП микро предприятията запазват своя дял от предходната година от 92.1%, а делът на

Структурата на предприятията през последните 3 години остава постоянна – МСП заемат дял от 99.8%.

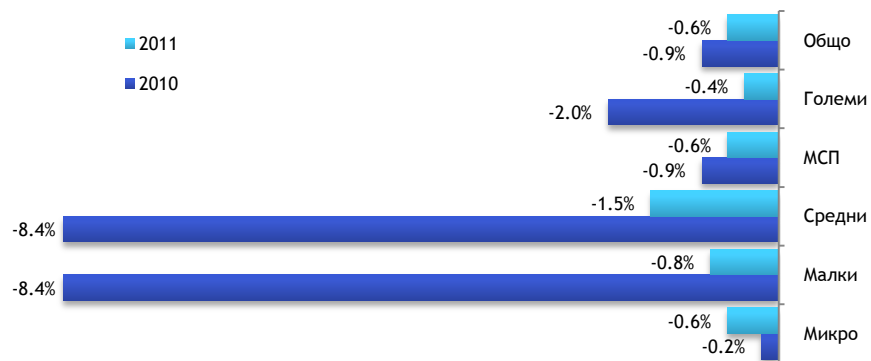
⁶ Броят на предприятията в нефинансовия сектор на икономиката възлиза на 366 240, но с цел съпоставимост с ЕС 27 от настоящия анализ са изключени предприятията от икономическа дейност Селско, горско и рибно стопанство.

Средният брой на заетите в едно предприятие също остава постоянен.

малките и средните предприятия се понижава слабо с 1 п.п. до 6.5% и 1.2% съответно.

Всички групи предприятия от сектор МСП отчитат спад през 2011 г. като най-нисък е той при микро предприятията (0.6%), следван от малките (0.8%) и средни фирми (1.5%). Спрямо 2010 г. е регистрирано забавяне в темпа на намаление при малките и средните предприятия (за сравнение отчетения през 2010 г. спад е 8.4% и при двете групи предприятия), докато при микро предприятията се забелязва ускорение на показателя от 0.2% през 2010 г. до 0.6% през 2011 г. При големите по размер предприятия се отчита спад от 0.4%, което е значително по-ниско спрямо регистрираното през предходната година понижение от 2%. (Фиг. 3-1)

Фиг. 3-1: Динамика на предприятията по размер, според броя на заетите, България, 2010 и 2011 г.



Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

Средният брой на заетите лица в едно предприятие през 2011 г. общо за нефинансовия сектор на икономиката запазва структурата си от предходната година – той остава постоянен на ниво от около 6 лица. Разглежданият показател в микро, малките и средните предприятия възлиза на съответно на 2, 20 и 96 лица, а средно за сектор МСП е 4лица (Табл. 3-2). При големите по размер предприятия се наблюдава слабо увеличение в средния брой заети, достигаш 682 лица. Изпреварващият спад на заетостта (0.9%) спрямо този на предприятията (0.6%) свидетелства за продължаване на процесите на оптимизация на дейността, които се наблюдават през последните две години като тази тенденция е преди всичко характерна за сектор МСП. Броят на големите по размер предприятия се понижава с 0.4%, докато заетите в тях се увеличават с 0.3% спрямо предходната година.

Табл. 3-2: Брой предприятия и брой заети лица в 1 предприятие, България, 2011 г.

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
Предприятия						
Брой	323 641	22 660	4 378	350 679	741	351 420
Дял	92.1%	6.5%	1.2%	99.8%	0.2%	100%
Заети						
Брой	611 753	447 323	421 876	1 480 952	505 536	1 986 488
Дял	30.8%	22.5%	21.3%	74.6%	25.4%	100%
Среден брой заети лица в 1 предприятие						
Брой	2	20	96	4	682	6

Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

— Структура на предприятията по икономически дейности

Отражението на кризата върху предприятията продължава да е негативно, като и през 2011 г. се наблюдава спад общо за икономиката в индустрията от 3.1%, докато в сектора на услугите той е незначителен от 0.1%. При предприятията от сектор МСП отчетения спад в индустрията е от 3.2%, като за сектора на услугите понижението е от само 0.1%. Големите предприятия отчитат спад от 0.2% в индустрията и 0.6% в сектора на услугите. (Табл. 3-3)

През 2011 г. делът на предприятията в индустрията и този на услугите остават относително постоянни. За сектор МСП делът на предприятията в индустрията спада до 15.3%, докато делът на услугите се повишава слабо до 84.7%. При големите предприятия делът на индустриалните предприятия остана постоянен на ниво от 58.6%, а делът на предоставящите услуги остана на ниво от 41.5%. По икономически дейности предприятията в сектор МСП се отчита минимален спад при търговията⁷ (0.7 п. п.); в строителството (0.4 п.п.) и в преработващата промишленост (0.1 п.п.). Регистрирано е и увеличение в броя на предприятията при другите дейности⁸ (0.5 п.п.); по 0.2 п.п. при професионалните дейности и научните изследвания и в създаването и разпространението на информация⁹, както и при производството на енергия¹⁰; операциите с недвижими имоти и административните дейности¹¹ с по 0.1 п.п.

МСП в индустрията се характеризира със спад от 3.1%, а в услугите се наблюдава стабилизиране (0.1%).

Табл. 3-3: Брой, структура и динамика на предприятия по икономически дейности и размер, България, 2011 г.

НКИД 2008	Брой			Структура			Растеж		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
ОБЩО	365 484	756	366 240						
Селско, горско и рибно стопанство	14 805	15	14 820						
ОБЩО без селско стопанство	350 679	741	351 420	100%	100%	100%	-0.6%	-0.4%	-0.6%
Индустрия	53 602	434	54 036	15.3%	58.6%	15.4%	-3.2%	-0.2%	-3.1%
Добивна промишленост	390	17	407	0.1%	2.3%	0.1%	1.3%	-5.6%	1.0%
Преработваща промишленост	30 354	300	30 654	8.7%	40.5%	8.7%	-1.7%	2.0%	-1.7%
Производство и разпределение на ел.енергия	1 781	19	1 800	0.5%	2.6%	0.5%	28.4%	-5.0%	27.9%
Доставяне на води	713	44	757	0.2%	5.9%	0.2%	6.9%	-2.2%	6.3%
Строителство	20 364	54	20 418	5.8%	7.3%	5.8%	-7.5%	-6.9%	-7.5%
Услуги	297 077	307	297 384	84.7%	41.4%	84.6%	-0.1%	-0.6%	-0.1%
Търговия	139 973	67	140 040	39.9%	9.0%	39.8%	-2.4%	-6.9%	-2.4%
Хотелиерство и ресторантьорство	19 303	44	19 347	5.5%	5.9%	5.5%	-0.1%	-2.2%	-0.1%
Транспорт	26 453	23	26 476	7.5%	3.1%	7.5%	-0.4%	-4.2%	-0.4%
Създаване и разпространение на информация	8 892	32	8 924	2.5%	4.3%	2.5%	6.6%	3.2%	6.6%
Операции с недвижими имоти	21 061	0	21 061	6.0%	0.0%	6.0%	1.9%	-	1.9%
Професионални дейности и научни изследвания	37 092	8	37 100	10.6%	1.1%	10.6%	1.0%	14.3%	1.0%
Административни и спомагателни дейности	8 566	64	8 630	2.4%	8.6%	2.5%	3.4%	3.2%	3.4%
Други	35 737	69	35 806	10.2%	9.3%	10.2%	4.5%	1.8%	4.5%

Източник: НСИ, Структурна бизнес статистика, собствени изчисления

7 Пълното име на икономическата дейност е Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети

8 Групата на другите дейности включва: образование; култура, спорт и развлечения; хуманно здравеопазване и социална работа и други дейности

9 Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения

10 Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива

11 Административни и спомагателни дейности

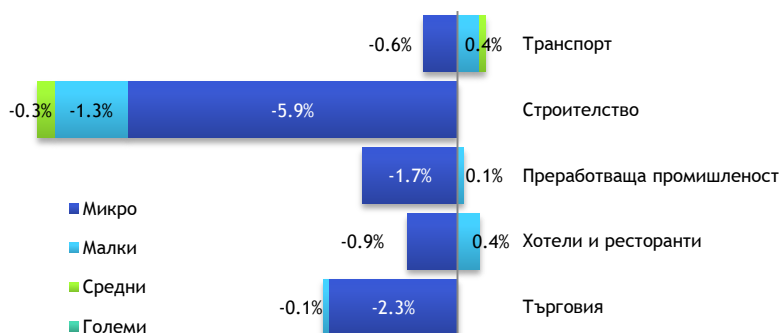
През 2011 г. в рамките на МСП средният брой заети лица в секторите услуги и индустрия остават непроменени на 3 и 9 лица. Като по икономически дейности за сектор МСП в индустрията положителна динамика се наблюдава при добивната промишленост, където средния брой заети расте до 15, докато при производството на ел. енергия е отчетен спад от 4 на 3. При услугите в сектор МСП най-значим спад се наблюдава при създаването и разпространението на информация (до под 5), а при хотелиерство и ресторантьорство е отчетен ръст (до 4). (Табл. 3-4)

Табл. 3-4: СРЕДЕН БРОЙ ЗАЕТИ ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ И РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЕТО, 2011 г.

НКИД 2008	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
ОБЩО	2	20	96	4	682	6
Индустрия	2	21	99	9	611	14
Добивна промишленост	2	21	117	15	1133	61
Преработваща промишленост	3	22	101	12	577	17
Производство и разпределение на ел.енергия	1	19	93	3	1 466	18
Доставяне на води	2	21	105	17	506	45
Строителство	2	20	91	6	426	8
Услуги	2	19	94	3	781	4
Търговия	2	19	89	3	689	4
Транспорт	2	19	103	4	1 557	8
Хотелиерство и ресторантьорство	2	19	87	5	500	5
Създаване и разпространение на информация	2	21	96	5	801	8
Операции с недвижими имоти	1	19	89	2	-	2
Професионални дейности и научни изследвания	2	18	95	2	397	2
Административни и спомагателни дейности	2	21	97	6	620	10
Други	2	20	100	3	652	4

Източник: НСИ, Структурна бизнес статистика, собствени изчисления

Фиг. 3-2: ДЕЙНОСТИ С ВОДЕЩО ЗНАЧЕНИЕ ЗА ДИНАМИКАТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА И ОЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ ПО ГРУПИ ПРЕДПРИЯТИЯ (п.п.), 2011 г.



Източник: НСИ, собствени изчисления

— Структура на предприятията по райони на планиране

И през 2011 г. продължава процесът на намаляване на общия брой на предприятия по райони в страната. Този спад се обуславя от намалението на предприятията в Северозападния район (с 2.3% до 27 974); от спада в Североизточния район до 49 859; в Северен централен район (с 1.2%) до 34 470 и в Южния цент-

рален район до 65 264. Спадът се дължи на сектор МСП, където основно намаляват микро и малките предприятия. Само в два района Югозападния и Югоизточния има отчетен ръст. В Югозападния район, където са разположени и функционират 37.2% от предприятията в страната, има отчетено нарастване спрямо предходната година (0.9%) до 136 264 фирми, а Югоизточния район има регистрирано увеличение (от 0.4%) до 52 409 предприятия. Увеличението в тези два района се дължи основно на големите предприятия. Като предприятия от МСП основно нарастват микро предприятията. (Табл. 3-5)

Табл. 3-5: Брой, структура и динамика на предприятията по райони на планиране, България, 2011 г.

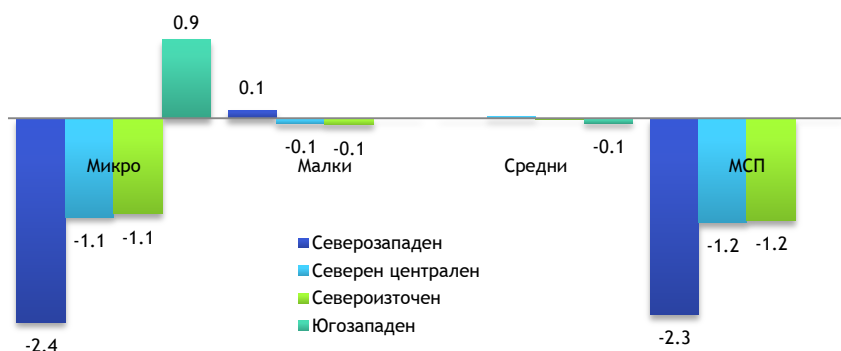
НКИД 2008	Брой			Структура			Растеж		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
Общо за страната	365 484	756	366 240	99.8%	0.2%	100.0%	-0.2%	0.5%	-0.2%
Северозападен	27 924	50	27 974	99.8%	0.2%	100.0%	-2.3%	2.0%	-2.3%
Северен централен	34 392	78	34 470	99.8%	0.2%	100.0%	-1.2%	-9.3%	-1.2%
Североизточен	49 769	90	49 859	99.8%	0.2%	100.0%	-1.2%	3.4%	-1.2%
Югоизточен	52 322	87	52 409	99.8%	0.2%	100.0%	0.4%	2.4%	0.4%
Югозападен	135 934	330	136 264	99.8%	0.2%	100.0%	0.8%	1.5%	0.9%
Южен централен	65 143	121	65 264	99.8%	0.2%	100.0%	-0.6%	0.8%	-0.6%

Източник: НСИ, Структурна бизнес статистика, собствени изчисления

Единственият район с регистриран втора поредна година ръст е Югозападният, през последната година тук е регистрирано положително изменение от 0.9%, което се дължи основно на нарастване броя на големите предприятия (1.5%). В сектора на МСП увеличение е регистрирано при микро предприятията (1%), докато броят на средните предприятия намалява (4%), а малките предприятия остават относително постоянен брой. Големите предприятия в този район нарастват до 330. (Фиг. 3-3)

Броят на малките и средните предприятия се повишава само в Югозападен и Югоизточен район.

Фиг. 3-3: Райони с водещо значение за динамиката на предприятията и оценка на приносите по групи предприятия, 2011 г.



Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

В Югоизточен район основен принос за нарастването на броя на предприятията (0.4%) през 2011 г. има ръста в броя на големите предприятия (2.4%); при микро предприятията (0.5%) и при малките (0.3%). Докато ръстът при средните предприятия е отрицателен (3.8%). Големите предприятия се увеличават до 87.

В Южен централен район е регистриран спад (0.6%) в броя на регистрираните фирми през 2011 г. Основен принос за този спад има секторът на МСП. При всички видове предприятия се отчита спад – при микро предприятията (0.6%); при средните (с 3.9%) и при малките (с 0.5%). Само при големите по размер предприятия има регистриран ръст (0.8%) до 121.

В Северозападен район основен принос за спада има намалението в броя на предприятията в сектор МСП (2.3%) – основно намаляват микро предприятията (2.6%) и в броя на средните предприятия (0.6%). Само при малките фирми е регистриран ръст (1.5%). В този район големите предприятия нарастват минимално до 50 бр. (или с 2%).

В Северен централен район основен принос за намаления брой на фирмите имат големите предприятия, където е отчетено намаление (от 9.3% до 78). В сектора на МСП само при средните по размер предприятия е отчетен ръст (1.6%), докато малките предприятия намаляват с 0.8%, а микро с 1.2%. Общият брой на предприятията от МСП в района е 34 470.

В Североизточен район се наблюдава динамика, подобна на тази в Северния централен район. Броят на всички групи предприятия от сектор МСП намалява – при микро и малките (с по 1.2%); при средните предприятия (0.7%). Единствено големите по размер предприятия в района нарастват с 3.4% до 90 бр.

– Бизнес демография

По последни данни на НСИ, през 2010 г. броят на откритите нови предприятия в нефинансовия сектор на икономиката намалява с 36.8% спрямо предходната година до 36 514. Като делът им в активните предприятия спада до 11.3% (коефициент на откриване¹²). Броят на заетите в новооткритите предприятия намалява (35.5%) спрямо предходния период до 74 418. Като средния брой заети лица на едно новооткрито предприятие остава нисък и постоянен на ниво от 2 лица. Броят на закритите предприятия остава на нивото си от предходната година от 25 700, като постоянен остава и коефициента на закриване¹³ на ниво от 7.9%. В резултат на динамиката на последните два коефициента се наблюдава рязък спад в нетния коефициент на откриване до 3.4% (този коефициент представлява разликата между коефициента на откриване и коефициента на закриване на предприятията в икономиката).

Нетните коефициенти на откриване на предприятия по икономически дейности се характеризират със значителни различия. При коефициент от 11.3% общо за икономиката, в преработващата промишленост през 2010 г. са открити само със 7.2% повече нови предприятия. Другите икономически дейности, при които е отчетено по-ниско от средното ниво открити предприятия са добивната промишленост (8.8%), строителство (9.1%) и професионални дейности (10.8%). Двете икономически дейности с най-висок процент на новооткрити предприятия са съответно финансови и застрахователни дейности (15.3%) и хотелиерство и ресторантьорство (с ръст от 14.1% спрямо 2009 г.). В останалите икономически дейности нетния коефициент на откриване на предприятия също надхвърли средното за икономиката ниво. Микро предприятията се характеризират с положителен нетен коефициент на откриване, докато тези с над от 10 заети лица¹⁴ през 2010 г. имат отрицателен нетен коефициент на откриване (Фиг.3-4). В предприятията с 1 до 9 заети лица той възлиза на 2.8%, а в тези с повече от 10 наети лица той е отрицателен в размер на 0.1%. Различията в динамиката на разглежданите групи се обуславят от по-високия коефициент на откриване при микро предприятията, които е над 6% и с такава динамика се характеризират

12 Коефициентът на откриване се изчислява като отношение между броя на откритите и активните предприятия през 2010 г.

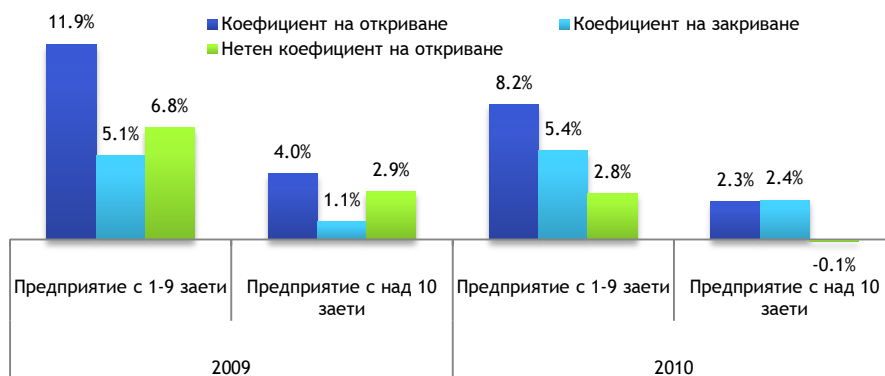
13 Коефициентът на закриване се изчислява като отношение между закритите и активните предприятия през 2010 г.

14 Данните за бизнес демографията на предприятията в тези с 1-9 лица и повече от 10 лица не е съпоставима със стойностите, които се отнасят общо за всички предприятия. Това се обуславя от различната методология на Евростат за понятието активност при бизнес демографията и статистика на предприятията (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_SDDS/EN/bd_esms.htm).

всички икономически дейности. Най-висок коефициент на откриване на микро предприятията се наблюдава във финансови и застрахователни дейности; хотелиерство и ресторантьорство и производство и разпределение на електроенергия, а най-нисък остава в недвижимите имоти. При предприятията с над 10 заети лица коефициентът на откриване е най-висок в секторите доставяне на води; хотелиерство и ресторантьорство и административни дейности. Почти всички икономически дейности, при които е регистриран по-висок от средния коефициент на откриване е отчетен и по-висок коефициент на оцеляване¹⁵. Броят на новосъздадените предприятия през 2009 г., които са оцелели до 2010 г. е 46.5 хил., като средния коефициент на оцеляване общо за икономиката е 80.6%. С основен принос за повишаването на този коефициент спрямо предходната година имат дейностите: доставяне на води, създаване и разпространение на информация и производство и разпределение на енергия. Само в дейностите добив, строителство, хотелиерство и ресторантьорство, и операции с недвижими имоти е отчетен по-нисък от средния коефициент на оцеляване на предприятията.

Нетният коефициент на откриване се понижава до 3.4%, в резултат от ниския брой новооткрити предприятия.

Фиг. 3-4: КОЕФИЦИЕНТ НА ОТКРИВАНЕ, ЗАКРИВАНЕ И НЕТЕН КОЕФИЦИЕНТ НА ОТКРИВАНЕ, БЪЛГАРИЯ, 2010 г.



Източник: Евростат

Табл. 3-6: КОЕФИЦИЕНТ НА ОЦЕЛЯВАНЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ, БЪЛГАРИЯ 2009¹⁶

Икономически дейности (НКИД 2008)	Код	Коефициент на оцеляване
Добивна промишленост	B	79.4%
Преработваща промишленост	C	83.9%
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	D	84.8%
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	E	89.4%
Строителство	F	76.6%
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	G	81.0%
Транспорт, складиране и пощи	H	81.7%
Хотелиерство и ресторантьорство	I	76.1%
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	J	86.8%
Финансови и застрахователни дейности	K ¹⁷	83.5%
Операции с недвижими имоти	L	74.6%
Професионални дейности и научни изследвания	M	83.5%
Административни и спомагателни дейности	N	83.8%
Общо		80.6%

Източник: НСИ, Структурна бизнес статистика

15 Коефициентът на оцеляване се изчислява като съотношение между създадените през 2009 г. предприятия, които са оцелели до 2010 г., и броя на активните предприятия през 2009 г.

16 Актуалните налични данни са към 2009 г.

17 С изключение на клас 64.2 (Дейност на холдингови дружества).

— Очаквания за развитието на МСП

Понижението на икономическата активност в страната, в следствие на негативното развитие на външната среда се очаква да окаже неблагоприятно влияние върху динамиката на предприятията. През 2012 г. броят на предприятията в българската икономика ще продължи да намалява като според оценката на Европейската комисия (ЕК) спадът на сектор МСП се очаква да възлезе на 1.6%, а този на големите предприятия на 0.6%. В рамките на МСП всички групи предприятия ще се характеризират с негативна динамика. Броят на микро предприятия ще се понижи с 1.7%, на малките предприятия с 1.3%, а на средните по размер предприятия с 1.4% спрямо година назад.

Табл. 3-7: Брой, структура и динамика на предприятията, България, 2012 г. (оценка)

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
Предприятия						
Брой	318 260	22 362	4 319	344 966	737	345 704
Дял	92.1%	6.5%	1.2%	99.8%	0.2%	100%
Растеж	-1.7%	-1.3%	-1.4%	-1.6%	-0.6%	-1.6%

Източник: ЕК

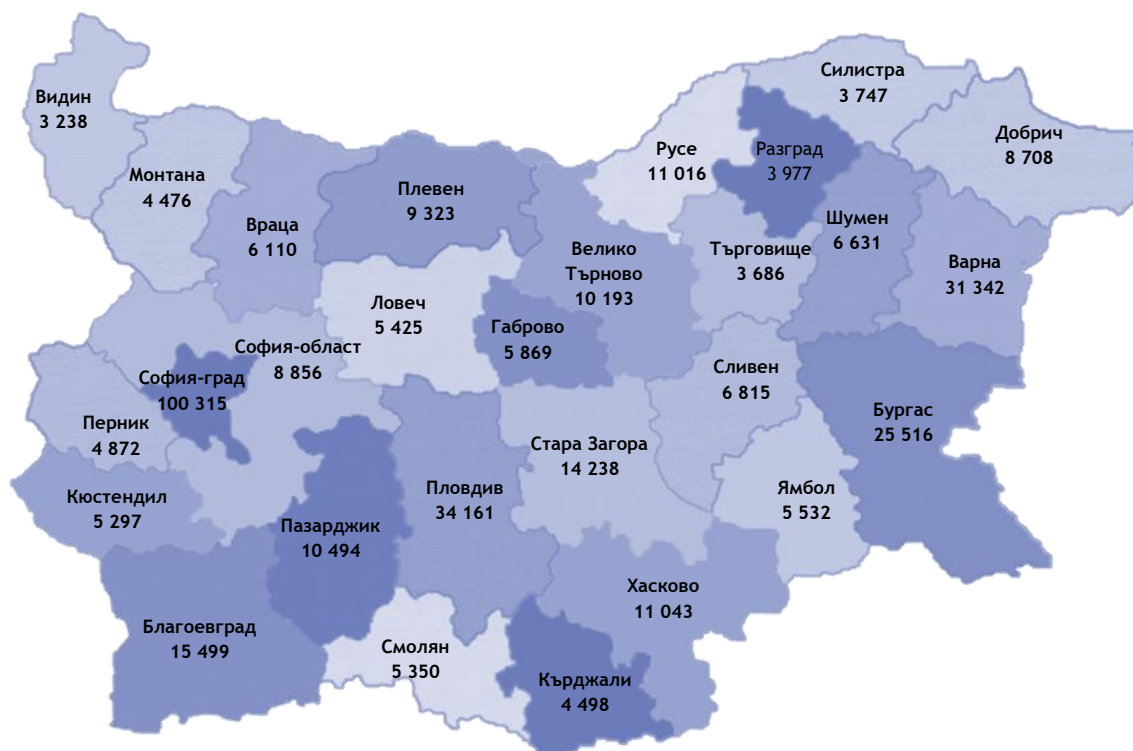
Очакванията за бизнес демографията на предприятията през 2011 г. и 2012 г. са свързани с продължаване на наблюдаваните през 2010 г. тенденции на развитие. Динамиката на предприятията ще се влияе от по-ниския коефициент на откриване, докато този на закриване ще се характеризира със слабо повишение. Коефициентът на откриване се очаква да остане значително по-нисък спрямо пред-кризисния период, въпреки че през 2011 г. се предвижда слабо повишение, което до голяма степен е свързано с наблюдаваното стабилизиране на активността в част от икономическите дейности. През 2012 г. отново се засилват негативните тенденции, свързани с бизнес демографията на предприятията в резултат от неблагоприятното развитие на външната среда. Отчетеното ниско ниво на печалбата също е предпоставка за закриване на фирми. От друга страна загубата на заетост и нарастването на безработицата не предполагат запазване и оцеляване на предприятията.

Табл. 3-8: Открити и закрити предприятия, България, 2008–2012 г.

	2008	2009	2010	2011*	2012*
Открити предприятия					
Брой	49 287	57 741	36 514	43 460	38 013
Коефициент на откриване	18.2%	17.6%	11.3%	13.5%	12%
Закрити предприятия					
Брой	35 442	25 772	25 650	26 076	27 560
Коефициент на закриване	13.1%	7.9%	7.9%	8.1%	8.7%
Нетен коефициент на откриване	5.1%	9.8%	3.4%	5.4%	3.3%

* Прогноза Обединение Инсайт, ИАНМСП
Източник: НСИ, Структурна бизнес статистика

Фиг. 3-5: КАРТА НА БЪЛГАРИЯ С РАЗПРЕДЕЛЕНИЕТО НА БРОЯ МСП, 2010 г.



Източник: НСИ, Регионална статистика

— Приходи и разходи на предприятията

През 2011 г. приходите на МСП нарастват с 10.4% спрямо предходната година до 150 230.7 млн. лв. При големите предприятия се наблюдава сходен ръст в приходите от 10.5% до 71 510.3 млн. лв. През 2011 г. секторът на МСП запазва своя дял от общо приходите на нефинансовите предприятия от предходната година – 67.7%. От сектор МСП при всички видове предприятия е отчетен ръст – при микро и малките предприятия е отчетен ръст в приходите съответно (от по 5.1% и 14.1%) до съответно 47 694.9 и 50 999.8 млн. лв. Делът на микро предприятията в общо приходите през 2011 г. спада (с 1.1 п.п. до 21.5%), а при малките се повишава слабо (0.7 п.п.) до 23%. Този спад в приходите започна още от 2009 г. и в следствие от намаления брой предприятия и спада на заетостта в сектора. При средните по размер предприятия се наблюдава ръст в приходите (12%) до 51 536.1 млн. лв., като техния дял от общите приходи се увеличава слабо до 23.2%. (Табл. 3-9)

Разходите на предприятията от сектор МСП през 2011 г. нарастват с 10.3% спрямо 2010 година. Те достигат 147 129.2 млн. лв., което е с 13 756.9 млн. лв. повече, като запазват дела си от общите разходи от 2010 г. – 68%. Разходите на големите по размер предприятия нарастват с по-висок процент – (10.5%) спрямо 2010 г. и са на стойност от 68 978.3 млн. лв. При микро предприятията се наблюдава изпреварващ темп на растежа на приходите спрямо разходите (5.1% спрямо 4.6%), като техния дял от общо разходите намаляват (с 1.3 п.п.) до 22%. При тях адаптацията към понижената икономическа активност става с времеви лаг. При малките и средните предприятия се наблюдава обратното – разходите им нарастват с по-бърз темп от приходите (съответно с по 14.3% и 12.3%), което означава, че те не успяват с генерираните приходи да компенсират нарастването на разходите.

ТАБЛ. 3-9: РАЗМЕР, СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ПРИХОДИТЕ И РАЗХОДИТЕ ОТ ДЕЙНОСТ БЪЛГАРИЯ, 2011 Г.

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
Приходи от дейност (млн. лв)	47 694.9	50 999.8	51 536.1	150 230.7	71 510.3	221 741.0
Дял	21.5%	23.0%	23.2%	67.7%	32.3%	100.0%
Растеж	5.1%	14.1%	12.0%	10.4%	10.5%	10.4%
Разходи за дейност (млн. лв)	47 613.5	49 594.7	49 921.0	147 129.2	68 978.3	216 107.5
Дял	22.0%	22.9%	23.1%	68.0%	32.0%	100.0%
Растеж	4.6%	14.3%	12.3%	10.3%	10.5%	10.4%

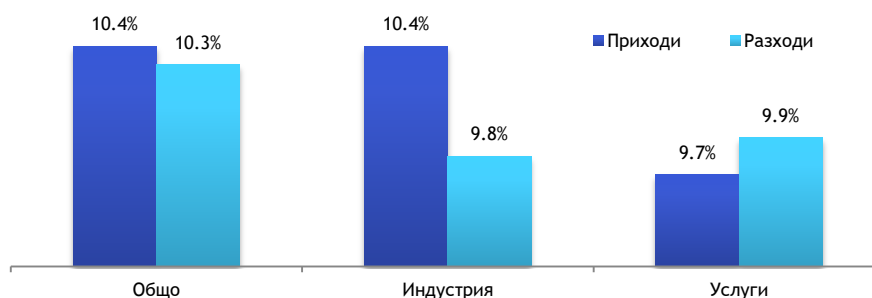
Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

В рамките на сектор МСП има дейности през 2011 г., в които генерираните приходи не покриват разходите като хотелиерство и ресторантьорство и операции с недвижими имоти. Такава динамика при големите предприятия се наблюдава само при търговията. Като при част от икономическите дейности (създаване и разпространение на информация; професионални дейности и търговия) динамиката на приходите не съответства на динамиката на разходите. За сектор МСП може да се каже, че забавянето в адаптирането към промените в търсенето е по-голямо, отколкото при големите фирми.

Динамиката на приходите и разходите при големите предприятия през 2011 г. продължи да бъде положителна, като ръстът в приходите и разходите е еднакъв – 10.5%. Това отразява високата степен на адаптивността им, като възстановяването от кризата започна първо при тях през 2010 г., когато приходите нарастват и спадът в заетостта е овладян. Разходите на големите предприятия през 2011 г. са 68 978.3 млн. лв.

При МСП през 2011 г. по-високите приходи спрямо предходната година се дължат на нарасналите приходи в услугите и в индустрията, които растат от по 10.4%. Делът в общите приходи на приходите от индустрията и услугите остана постоянен (съответно от 29.7% и 70.3%). Разгледани по икономически дейности приходите на МСП намаляват спрямо предходния период само в строителството (0.5%) и при професионалните дейности (0.3%). Увеличение на приходите със средно 16.4% се наблюдава при всички останали икономически дейности. (Фиг. 3-6)

Фиг. 3-6: ИЗМЕНЕНИЕ НА ПРИХОДИТЕ И РАЗХОДИТЕ В МСП, 2011 Г.



Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

При големите по размер предприятия индустрията увеличава дела си в приходите до 64.7%, а дела на услугите спада (до 35.3%) през 2011 г. При тази група предприятия нарастването на приходите в индустрията е от 14.5%, а в услугите

само с 3.9% спрямо 2010 г. Най-висок ръст в приходите отбелязват дейностите преработваща (21.1%) и добивна промишленост (17%), които са с основен принос за положителната динамика на тези фирми. Само в производството на енергия е регистриран спад на приходите при големите по размер предприятия, възлизащ на 0.9%.

Най-силно изоставане в адаптирането към средата и преодоляване на влиянието на кризата се забелязва при микро предприятията. При тях се наблюдават най-много дейности, при които приходите от дейността не могат да покрият разходите като добивната промишленост; производството на енергия; строителството; хотелиерство и ресторантьорство; създаването и разпространение на информация и операции с имоти. При малките и средните по размер предприятия има по една дейност на загуба – при малките предприятия тя е хотелиерство и ресторантьорство, а при средните – добивната промишленост.

Структурата на приходите и разходите по райони на планиране в страната показва, че основен принос за положителната динамика на приходите и разходите имат големите предприятия. При МСП в **Югозападен район**, традиционно характеризиращ се с висока заетост, е регистриран ръст (11.5%); основно поради увеличение в приходите на малките и средните предприятия (от съответно 21.4% и 7.6%). Най-висок ръст е отчетен в **Северен централен район** (21.9%), които се дължи основно на нарастване на приходите в средните и микро предприятията (38.1% и 15%). Нарастване е отчетено и в **Югоизточен район** (7.5%), което се основава на ръста при на големите предприятия (22.8%). В **Южния централен район** средните предприятия (26.4%) имат основен принос за ръста в приходите са на МСП (9.1%) . (Табл. 3-10)

Табл. 3-10: Динамика на приходи и разходи по райони на планиране и размер на предприятиите, България, 2011 г.

	Растеж на приходите			Растеж на разходите		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
Общо за страната	10.9%	10.9%	10.9%	10.6%	10.9%	10.7%
Северозападен	11.6%	12.6%	11.8%	10.7%	8.9%	10.3%
Северен централен	21.9%	-2.0%	16.1%	21.1%	-2.1%	15.5%
Североизточен	6.7%	18.9%	9.8%	6.2%	20.3%	9.8%
Югоизточен	7.5%	22.8%	13.2%	7.3%	22.2%	12.9%
Югозападен	11.5%	8.5%	10.5%	11.3%	8.8%	10.4%
Южен централен	9.1%	4.6%	8.1%	9.3%	2.8%	7.8%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

В Североизточен и Северозападен район нарастването на приходите се дължи основно на увеличените постъпления на големите по размер предприятия.

Общо за страната динамиката на приходите изпреварва динамиката на разходите при МСП, като единственото изключение е в **Южен централен район**, тъй като там микро предприятията се приспособяват трудно към промените в икономическата среда и съответно разходите са по-високи от генерираните приходи. При големите предприятия единствено в **Североизточния и Югозападния райони** динамиката на разходите е съизмерима с тази на разходите. Във всички останали райони ръста в приходите надвишава този на разходите.

Сектор МСП се характеризира с положителна динамика на инвестициите, чийто темп на растеж възлиза на 1.7%.

– Дълготрайни материални активи (ДМА)

През 2011 г. в сектор МСП е регистриран ръст от 1.7% в инвестициите на нефинансовите предприятия. Стойността на вложенията в активи на МСП е 64 786.4 млн. лв., като спрямо предходната година техният дял от общо инвестициите се повишава (62.7%). Този ръст се дължи основно на повишението на активите на микро и малките предприятия (от съответно с 4.6% и 6.3%) спрямо 2010 г. Съответно делът им от общо инвестираните средства се увеличава (до 31.9 и 14.7%) в общите инвестиции в ДМА. В номинално изражение инвестираните средства възлизат на съответно 32 946.3 млн. лв. в микро предприятията и 15 197.9 млн. лв. в малките. Само при средните предприятия е отчетен спад в инвестициите (7.2%) до 16 642.2 млн. лв. Делът им от общите инвестиции в ДМА спадна на 16.1%.

При големите предприятия през 2011 г. е регистрирано намаление (1.1%) спрямо предходната година. В номинално изражение инвестираните средства в ДМА са 38 566.7 млн. лв., като делът им от инвестициите в ДМА на нефинансовите предприятия спада до 37.3%.

Табл. 3-11: РАЗМЕР, СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ДМА, БЪЛГАРИЯ, 2011 г.

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
ДМА	32 946.3	15 197.9	16 642.2	64 786.4	38 566.7	103 353.1
Дял	31.9%	14.7%	16.1%	62.7%	37.3%	100.0%
Растеж	4.6%	6.3%	-7.2%	1.7%	-1.1%	0.6%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията

За МСП основен принос за нарастването на ДМА има секторът на услугите, където инвестициите нарастват (4.1%) спрямо 2010 г. до 42 036.7 млн. лв. Техният дял от общо средствата вложени в ДМА е 64.3%. Само две икономически дейности отбелязват отрицателен ръст на инвестициите – търговията (4.3%), чиито дял в разходите спада до 15.1% и другите дейности (със спад от 3.1%) до 2.3% от общо инвестициите в ДМА. Намалението в инвестициите в търговията до 9 704.5 млн. лв. се дължи на по-ниските инвестиции на микро предприятията (10.5%) и на средните по размер предприятия (2.8%). Намалението на средствата изразходвани за ДМА в другите дейности е поради спада на инвестициите от средните по размер предприятия (27.7%). Водещо значение за нарастването на инвестициите в услугите на МСП имат дейностите операции с недвижими имоти, където инвестициите нарастват (9.6%); хотелиерство и ресторантьорство (6%) и административните дейности (15.2%). При операциите с имоти основен принос за ръста имат инвестициите на всички видове предприятия, като при средните по размер предприятия е регистриран почти двоен ръст. При дейността хотелиерство и ресторантьорство всички предприятия отчитат ръст, но този на средните по размер предприятия е водещ (10.3%). При административните дейности ръстът се дължи на микро и малките предприятия (21.1% и 7.7% съответно), като при средните е отчетен спад (9.8%). В дейност транспорт микро и малките предприятия отчитат намаление (от съответно 2.1 и 2.5%). В дейностите създаване и разпространение на информация и професионални дейности средните предприятия също регистрират спад (от 31.3 и 28.9%).

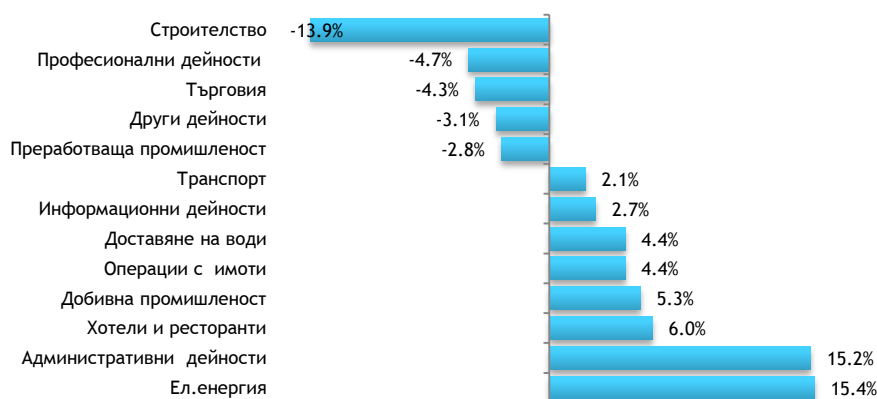
През 2011 г. в индустрията делът на инвестициите на МСП възлезе на 35.7%, като номиналната им стойност е 23 136.3 млн. лв. разходи за ДМА. Отчетено е слабо намаление (0.9%), поради спада в инвестициите в строителството (13.9%) до 5 732.6 млн. лв. и в преработващата промишленост (2.8%) до 9 462.4 млн. лв. В строителството е отчетен спад във всички видове

предприятия, докато в преработващата промишленост само при малките предприятия е регистриран минимален ръст (0.2%) до 2 691.9 млн. лв. Останалите дейности от индустрията в сектор МСП регистрират положителен ръст, но в добивната промишленост при малките и микро предприятия е отчетен спад (съответно 18.6 и 7.2%). При доставянето на води само при малките предприятия се регистрира намаление (8.3%), докато при средните предприятия в производството на енергия спадът е 49.9%.

Големите предприятия отчетат намаление на разходите за ДМА през 2011 г. (1.1%) до 38 566.7 млн. лв., заради спада в индустрията (3.8%). В индустрията е регистриран спад от 10.2% само в преработващата промишленост, която поради големия си дял има основен принос за намалението. В останалите дейности от индустрията е отчетено увеличение, като то е най-високо в строителството (8.7%). При големите предприятия от сектор услуги е отчетена положителна динамика (4.2%) до 13 826.0 млн. лв. Основен принос за нарастването имат другите дейности (21.8% ръст) и транспорта (2.1%). Вложените средства в тези дейности са съответно 946.6 млн. лв. и 5 961.4 млн. лв. Само в дейностите хотелиерство и ресторантьорство и създаване и разпространение на информация е отчетен спад (от съответно 7 и 4.9%).

В големите предприятия в структурата на ДМА по икономически дейности най-високи са инвестициите в производство на енергия (28.8 %); преработващата промишленост (27.4%) и транспорт (15.5%).

Фиг. 3-7: Динамика на ДМА в МСП по икономически сектори, 2011 г.



Източник: НСИ, Статистика на предприятията

Структурата на ДМА през 2011 г. показва водещ дял на сектор МСП в следните дейности: операции с недвижими имоти (100%), административните дейности (89.5%) и хотелиерство и ресторантьорство (82.5%). В преработващата промишленост МСП имат дял от 47.2%, които е съпоставим с дела на големите предприятия. Приносът на МСП в производството на електроенергия (38.7%), транспорт (36.5%), създаване на информация (24.7%) и добивна промишленост (20.9%) остава нисък. И през 2011 г. при тези дейности големите предприятия имат водещо значение в инвестициите в ДМА.

Структура на ДМА по райони на планиране

Структурата на ДМА по райони на планиране показва, че във всички райони секторът на МСП има водещ принос при влагането на средства в ДМА. Районът с най-много инвестиции е Югозападният с 56 217.5 млн. лв., като основен дял от вложенията са направени от МСП (59.3%). Най-много са инвестициите напра-

вени от микро предприятията в района (32.3%), докато делът на малките и средните е почти еднакъв (13.7 и 13.4%).

Следващия район по размер на инвестициите е **Югоизточният** с вложени 15 122.5 млн. лв. През 2011 г. 66.8% от разходите за ДМА са направени от предприятията от МСП – съответно от микро предприятията (35.3%); от средните (16.4%) и от малките по размер предприятия (15.1%).

В **Североизточен район** през 2011 г. са вложени 12 689.3 млн. лв. с основен принос на МСП (72.9%). Водещо значение за сектора имат микро предприятията, които са вложили 36.7% от средствата в ДМА, средните предприятия са вложили в ДМА 18.8%, а малките по размер фирми – 17.4%.

В **Южен централен район** са вложени в ДМА 11 936.4 млн. лв., като предприятията от МСП са направили 70% от инвестициите в района. С водещ принос са микро предприятията (30.3% от разходите), средните (20.4%) и малките (с дял от 19.3%).

В **Северен централен район** през 2011 г. вложените средства в ДМА възлизат на 6 176.8 млн. лв., 74.8% от тях са инвестирани средства от сектора на МСП. С водещ принос са микро предприятията (26.3%), като малките и средните предприятия имат почти равен дял в инвестициите (съответно от 24.4 и 24.2%).

В **Северозападен район** през 2011 г. са вложени най-малко средства в ДМА – 5 874.2 млн. лв., като основно инвестициите са направени от МСП (57.9%). Основен принос имат малките (21.4%), както и микро предприятията (20.8%). Вложените средства в ДМА от средните по размер предприятия остават на нивото си от предходната година (15.7%).

Табл. 3-12: СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ДМА ПО РАЙОНИ НА ПЛАНИРАНЕ И РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЕ, БЪЛГАРИЯ 2011 г.

	Структура			Растеж		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
Общо за страната	100.0%	100.0%	100.0%	2.7%	-0.5%	1.5%
Северозападен	4.9%	6.3%	5.4%	7.5%	-2.1%	3.2%
Северен централен	6.7%	4.0%	5.7%	6.2%	12.7%	7.7%
Североизточен	13.4%	8.8%	11.7%	-0.4%	0.1%	-0.3%
Югоизточен	14.6%	12.9%	14.0%	1.1%	1.2%	1.1%
Югозападен	48.3%	58.8%	52.0%	1.9%	-2.4%	0.1%
Южен централен	12.1%	9.2%	11.1%	8.1%	5.0%	7.1%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията

3.2 Заетост в сектора

— Брой и структура на заетите лица

През 2011 г. спадът на заетостта в МСП отбелязва съществено забавяне, достигайки до 1.3% спрямо 6.5% през 2010 г. МСП осигуряват 74.6% или 1.48 млн. от работните места в страната, което е със 17.9 хиляди по-малко в сравнение с предходната година (Табл. 3-13). Наблюдаваното развитие свидетелства за първи признаци на стабилизиране на заетостта в сектора. В рамките на МСП всички групи предприятия отчитат намаление на заетите лица с водещ принос на средните и микро предприятия (съответно 1.9% и 1.4%), докато влиянието на малките предприятия е по-ограничено (0.4%). От тази гледна точка значе-

нието на малките предприятия расте, като техния дял се повишава до 22.5% от общата заетост в страната, или 447.3 хил. лица. Успоредно с това, делът на микро и средните нефинансови предприятия се понижава до съответно 30.8% и 21.2% или те обхващат 611.7 и 421.9 хил. заети.

През 2011 г. броят на заетите в големите предприятия се характеризира с растеж, възлизаш на 0.3% или 1.4 хил. работни места повече в абсолютно изражение спрямо предходната година. Това означава, че през текущия период негативното влияние на икономическа среда върху дейността на големите предприятия започва да отслабва. Обхванатите от тях работни места възлизат на около 505.5 хил. и техният дял се повишава до 25.4%. Благоприятната динамика на заетостта в големите предприятия дава основание да се очаква възстановяване на заетостта и в сектор МСП през следващата година, имайки предвид известния период на закъснение, с което той реагира на икономическия цикъл.

Табл. 3-13: Брой, структура и динамика на заетите лица по размер на предприятието, България, 2011 г.

	Микро	Малки	Средни	МСП	Големи	Общо
България						
Брой	611 753	447 323	421 876	1 480 952	505 536	1 986 488
Дял	30.8%	22.5%	21.2%	74.6%	25.4%	100.0%
Растеж	-1.4%	-0.4%	-1.9%	-1.3%	0.3%	-0.9%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията

— Структура на заетостта по икономически дейности

През 2011 г. се наблюдава известна промяна в структурата на заетостта. Намалението на заетите в сектор индустрия продължава да има водещо влияние за негативната динамика на показателя общо за целия нефинансов сектор на икономиката, докато в услугите се наблюдава стабилизиране. През разглеждания период делът на заетите лица, обхванати от индустрията се понижава до 38.8% или 173.4 хил., а този на услугите се повишава на 61.2% или 273.9 хил. Заетостта в индустрията регистрира спад от 3.1% с водещо влияние на строителството (10.5%), докато в преработващата промишленост се наблюдава стабилизиране на показателя на ниво, което е съпоставимо с предходната година. Тази тенденция е характерна за сектор МСП, а големите по размер предприятия отчитат растеж на заетите лица, както в индустрията, така и в услугите. В рамките на МСП, броят на заетите в индустрията се понижава със значително по-бавен темп от 3.6% спрямо 12.8% през 2010 г. От друга страна, за разлика от предходната година в сектор услуги броят на заетите лица остава на същото ниво. В големите предприятия заетите в индустрията се повишават с 0.3%, а тези в услугите с 0.1% (Табл. 3-14).

През 2011 г. делът на заетостта в сектор индустрия продължава наблюдаваната от няколко години тенденция на понижение. В рамките на МСП индустриалният сектор обхваща 34.1%, а услугите 65.9% от общата заетост. При големите по размер предприятия индустрията има по-голям принос с дял възлизаш на 52.5%, а услугите на 47.5%. МСП се характеризират със спад на заетите лица в строителството (11.4%), търговия (2.1%) и преработваща промишленост (0.8%). Дейностите, които характеризират с растеж на показателя са хотелиерство и ресторантьорство (3.9%), транспорт (3.4%) и добивна промишленост (5.6%). В големите предприятия в строителството, търговията, производството на електроенергия, хотелиерство и ресторантьорство и добивната промишленост също се наблюдава спад на заетите лица от съответно 11.9%, 4.4%, 4.5%, 0.9% и 0.8%. Всички останали дейности се характеризират с положителна динамика на зае-

тите в големите предприятия с водещ принос на административни дейности (2.7%) и създаване и разпространение на информация (3.2%).

Табл. 3-14: Брой, структура и динамика на зетите по икономически дейности и размер на предприятието, България, 2011 г.

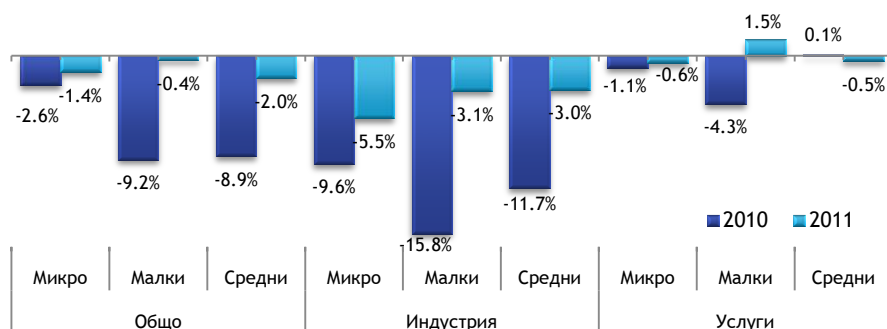
Икономически дейности (НКИД 2008)	Брой			Структура			Растеж		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
ОБЩО	1 552 370	514 167	2 066 537				-1.3%	1.0%	-0.7%
Селско стопанство	71 418	8 631	80 049						
ОБЩО без селско стопанство	1 480 952	505 536	1 986 488	100.0%	100.0%	100.0%	-1.3%	0.3%	-0.9%
Индустрия	504 888	265 318	770 206	34.1%	52.5%	38.8%	-3.6%	0.3%	-2.3%
Добивна промишленост	5 666	19 266	24 932	0.4%	3.8%	1.3%	5.6%	-0.8%	0.6%
Преработваща промишленост	351 315	172 953	524 268	23.7%	34.2%	26.4%	-0.8%	3.2%	0.5%
Електроенергия	5 067	27 851	32 918	0.3%	5.5%	1.7%	2.9%	-4.5%	-3.4%
Доставяне на води	11 903	22 252	34 155	0.8%	4.4%	1.7%	6.5%	-0.7%	1.7%
Строителство	130 937	22 996	153 933	8.8%	4.5%	7.7%	-11.4%	-11.9%	-11.5%
Услуги	976 452	239 830	1 216 282	65.9%	47.5%	61.2%	0.0%	0.1%	0.0%
Търговия	448 751	46 190	494 941	30.3%	9.1%	24.9%	-2.1%	-4.4%	-2.3%
Хотелиерство и ресторантьорство	82 864	68 486	151 350	5.6%	13.5%	7.6%	3.9%	-3.5%	0.4%
Транспорт	119 670	11 510	131 180	8.1%	2.3%	6.6%	3.4%	-0.9%	3.0%
Създаване и разпространение на информация	42 938	25 643	68 581	2.9%	5.1%	3.5%	1.2%	6.7%	3.2%
Операции с недвижими имоти	34 270	0	34 270	2.3%	0.0%	1.7%	0.5%		0.5%
Професионални дейности и научни изследвания	84 197	3 172	87 369	5.7%	0.6%	4.4%	-0.2%	12.7%	0.2%
Административни и спомагателни дейности	50 190	39 702	89 892	3.4%	7.9%	4.5%	-0.6%	7.1%	2.7%
Други	113 572	45 127	158 699	7.7%	8.9%	8.0%	1.8%	0.9%	1.6%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията

По-ниската икономическа активност в страната има различен обхват от гледна точка на размера на предприятията. Малките по размер предприятия се характеризират с първи признаци на възстановяване, докато микро и средните предприятия имат водещ принос към негативната динамика на заетостта в сектор МСП. Неблагоприятното развитие на показателя в микро предприятията е обусловен от сектор търговия, докато в средните предприятия водещ принос има строителството. Секторът на услугите обхваща 976 хил. работни места или 65.9% и най-значителен спад на зетите лица в него се наблюдава в дейностите търговия (2.1%) и административни дейности (0.6%). От разглежданите дейности търговията допринася в голяма степен за негативната динамика на заетостта в сектор МСП, имайки предвид, че тя обхваща значителен брой лица – почти 449 хил. В търговията делът на зетите в микропредприятия представлява 51.1% от работните места във всички предприятия от дейността и 30.3% в рамките на МСП.

Забавянето на спада на зетите лица през 2011 г. се обуславя от благоприятната динамика на показателя в малките и големи предприятия в сферата на услугите. От друга страна зетите в индустрията във всички групи предприятия имат негативен принос към динамиката на показателя общо за икономиката. Броят на зетите лица в малките предприятия в сектор услуги се повишава с 1.5% с водещо влияние на дейностите транспорт и хотелиерство и ресторантьорство.

Фиг. 3-8: ИЗМЕНЕНИЕ НА ЗАЕТИТЕ ЛИЦА, МСП, 2010-2011 г.



Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

Спадът на заетостта в МСП възлиза на 1.3% и се забавя съществено спрямо година назад.

— Структура на зетите лица по райони на планиране

През 2011 г. динамиката на заетостта по райони на планиране е значително благоприятна спрямо предходната година. Въпреки че броят на зетите лица продължава да намалява, темпът на изменение на показателя се забавя значително във всички шест райони на планиране. Това, което се наблюдава е ограничаване на спада на зетите лица в рамките на МСП и растеж на зетите в големите предприятия (Табл. 3-15).

Най-съществен е спадът на зетите лица в традиционно водещия Югозападен район (0.9%) като за сектор МСП той възлиза на 2%, а в големите предприятия показателят се повишава с 1.6%. В района, където оперират най-много нефинансови предприятия, броят на зетите през 2011 г. обхваща 841.9 хил., от които 69.1% (581.6 хил.) принадлежат на МСП. През разглеждания период основен принос към негативната динамика на показателя имат средните предприятия, където е отчетено намаление от 5.6%. Намаление се наблюдава и при микро предприятията (0.9%), но тяхното влияние е значително по-ограничено. Югозападен район се характеризира с най-много зети в големи предприятия, чийто дял се повишава и достига 30.9% от общата заетост в района и възлиза на 260.3 хил. лица.

Табл. 3-15: Брой, СТРУКТУРА И ДИНАМИКА НА ЗАЕТИТЕ ПО РАЙОН НА ПЛАНИРАНЕ И РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЕТО, БЪЛГАРИЯ, 2011 г.

	Брой			Структура			Растеж		
	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо	МСП	Големи	Общо
ОБЩО	1552370	514167	2066537	100%	100%	100%	-1.3%	1.0%	-0.7%
Северозападен	123424	30566	153990	8.0%	5.9%	7.5%	-0.9%	1.3%	-0.5%
Северен централен	161808	38177	199985	10.4%	7.4%	9.7%	-0.1%	-3.6%	-0.8%
Североизточен	191589	50789	242378	12.3%	9.9%	11.7%	-1.3%	2.3%	-0.6%
Югоизточен	206668	67641	274309	13.3%	13.2%	13.3%	-1.1%	0.0%	-0.9%
Югозападен	581633	260247	841880	37.5%	50.6%	40.7%	-2.0%	1.6%	-0.9%
Южен централен	287248	66747	353995	18.5%	13.0%	17.1%	-0.6%	1.1%	-0.3%

Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления.

В Югоизточен район броят на зетите лица се понижава с 0.9% и през 2011 г. техният брой възлиза на 274.3 хил. или 13.3% от общата заетост в страната. В сектора на МСП намалението на зетите е 1.1%, което се дължи на наблюдаваната негативна динамика в средните по размер предприятия (4.6%), докато микро и малките предприятия се характеризират с възстановяване. През 2011 г. делът на МСП в Югоизточен район се понижава на 75.3%, което съответ-

Спадът на заетите се забавя значително във всички шест райони на планиране.

20% от предприятията имат проблеми във финансирането, което е съпоставимо със средното за ЕС ниво.

ства на 206.7 хил. лица. В големите предприятия броят на заетите остава на нивото си от предходната година и през 2011 г. в него са заети 67.6 хил. лица (24.7% от заетите в района).

В Северен централен и Североизточен и район също се наблюдава спад на заетостта, но тяхното влияние към динамиката на общата заетост в страната е по-ограничено. През 2011 г. Северен централен район е единственият, където броят на заетите лица в големите по размер предприятия се понижава (3.6%), а този в сектор МСП се стабилизира и почти не се изменя спрямо 2010 г. (0.1%). Наблюдаваното развитие в МСП се обуславя от положителната динамика на показателя в средните по размер предприятия (ръст от 2.8%), докато в микро и малките предприятия се наблюдава спад от 1.3%. През 2011 г. разглежданият район обхваща почти 200 хил. заети (9.7% от общата заетост в страната), от които 80.9% са в сектор МСП, а делът на големите предприятия е 19.1%. В Североизточен район заетостта се понижава с 0.6% и достига 242.4 хил. В рамките на МСП показателят отчита спад от 1.3%, а в големите предприятия е отчетен растеж от 2.3%. През 2011 г. негативната динамика на заетостта в този район е обусловена от развитието на показателя в микро предприятията (1.5%), следвани от средните (2.0%), докато спадът при малките предприятия е незначителен (0.4%). Делът на Североизточен район в общата заетост възлиза на 11.7%, от които 79% принадлежат на МСП, а 21% са заети в големите предприятия.

Най-малък принос към намалението на заетостта в страната имат **Южен централен и Северозападен район**. През 2011 г. броят на заетите в тях се понижава съответно с 0.3% и 0.5%. В рамките на МСП показателят отбелязва намаление от 0.6% и 0.9%, а при големите предприятия е отчетен растеж от 1.1% и 1.3%. Разглежданите райони обхващат 354 и 154 хил. заети лица, а делът на МСП в тях възлиза на съответно 81.1% и 80.2%.

Всички райони на планиране се характеризират със значително забавяне на спада на заетостта в сектор МСП, а в Северен централен район се наблюдава стабилизиране на показателя. Най-съществен спад се наблюдава в Югозападен и Югоизточен район с водещо влияние на средните по размер предприятия.

3.3 Финансиране на МСП

За разлика то големите предприятия, които обикновено са търсен клиент от страна на банковите институции, МСП изпитват известни затруднения при намирането на финансиране. Успешното стартиране или разширяване на дадена фирма в промишлеността изисква наличие на относително по-големи обеми финансови средства, отколкото в останалите икономически дейности. Източниците на финансиране включват традиционните банкови инструменти, финансирането по правителствени и международни програми в подкрепа на МСП и използването на ресурси на собственика, семейството и близките му.

Достъпът до финансиране е един от основните проблеми за МСП. Това не е проблем само на българските предприятия, а и е един от приоритетните проблеми на предприятията в ЕС, действащи в условия на финансовата криза. Според проучването сред МСП в евро зоната¹⁸ в периода април-септември 2012 г. 10% от предприятията са изпитали спад в оборотите спрямо предходното шестмесечие. Затруднение с финансирането изпитват в по-голяма степен микро и малките предприятия, както и младите предприятия. Процентът на посочилите като основен проблем достъпът до финансиране спрямо предходното шестмесечие – 18%. Този проблем нараства по важност през второто шестмесечие на

¹⁸ ECB, Survey on the access to finance of small and medium-sized enterprises in the euro area, Nov 2012

2011. 33% от предприятията в еврозоната ползват банкови заеми, а 41% – овърдрафти и кредитни линии. Отчетен е лек спад с 1 до 3 процентни пункта в тези дялове. Като цяло анкетираните посочват, че намират предлагането на кредити за влошено и свързват това с общата икономическа ситуация и покачването на бизнес риска. Отчита се и затягане в условията за кредитиране към МСП и запазване на условията за големите предприятия.¹⁹

В България най-остър е проблемът с финансирането при предприятията от строителството – 48% от анкетираните предприятия²⁰. При предприятията от промишлеността, търговията и услугите този дял е съответно 21%, 19% и 20%. Затрудненията на българските предприятия са съпоставими с тези на предприятията от ЕС.

В проучването, проведено сред МСП през 2013 г. в нови технологии са инвестирани 27.2% от предприятията. От тях 57% от предприемачите в микро предприятията посочват, че са използвали лични спестявания, съответно при малките и средни предприятия този дял е по-нисък – 40.1% и 47.4%. Неразпределена печалба са използвали съответно 10.3%, 14.8% и 5.3% от микро, малките и средните предприятия. Значителен дял от новите технологии са финансирани с банкови заеми. Това са направили съответно 31%, 44.4% и 52.6% от микро, малките и средните предприятия.

Като цяло банковото финансиране е по-достъпно за по-големите предприятия – съответно 60.5% и 65.1% от малките и средните предприятия посочват, че са ползвали банков кредит от търговски банки през живота на предприятието. Само 32.2% от микро предприятията са ползвали банков заем.

По-малко от 1% от предприятията в извадката на проведеното проучване сред МСП за целите на настоящия анализ са се възползвали от финансиране от Фонд Земеделие, а около 5% са ползвали финансиране от други банки или фондове.

Големият дял на плащанията в брой при разплащане с контрагенти сред МСП е показателен за проникването на банковите услуги. Това е една от предпоставките за влошен достъп до кредитиране. Микро предприятията предпочитат разплащане в брой с доставчиците и търговците на едро (63% и 61.5% от анкетираните), а с доставчиците на дребно това е преобладаващата практика (82.3%). При малките предприятия плащанията в брой към тези три групи контрагенти е съответно 22.4%, 31.9% и 65.2%, а при средните – 11.6%, 15.4% и 28.6%.

В момента 23.1% от анкетираните посочват, че имат нужда от кредит за оборотни средства, а 18.6% – от кредит за инвестиции в основни средства. 62.7% посочват, че в момента нямат нужда от финансиране.

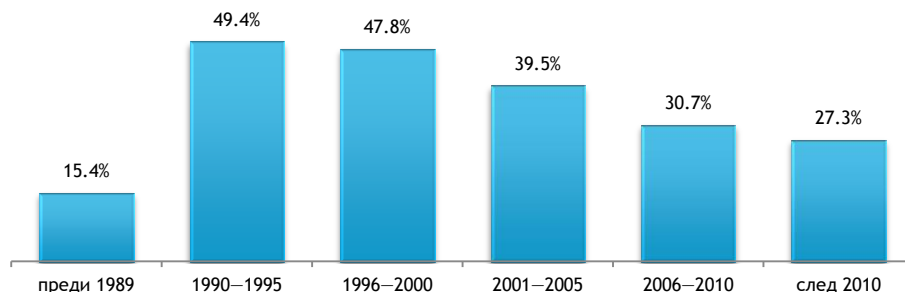
Устойчив фактор за достъпа за банково финансиране е възрастта на предприятието. Значително по-малък дял от младите предприятия са имали достъп до банково финансиране. Резултатите от анкетите според възрастта на предприятията могат да се видят на следната графика.

19 ECB, Bank Lending Survey, Sep 2012

20 НСИ, Бизнес наблюдения, февруари 2013 г.

Инвестициите на предприятията се базират предимно на лични спестявания и банкови заеми.

Фиг. 3-9: ПРОЦЕНТ НА МСП, ПОЛЗВАЛИ БАНКОВ КРЕДИТ ДОСЕГА СПОРЕД ГОДИНАТА НА ОСНОВАВАНЕ



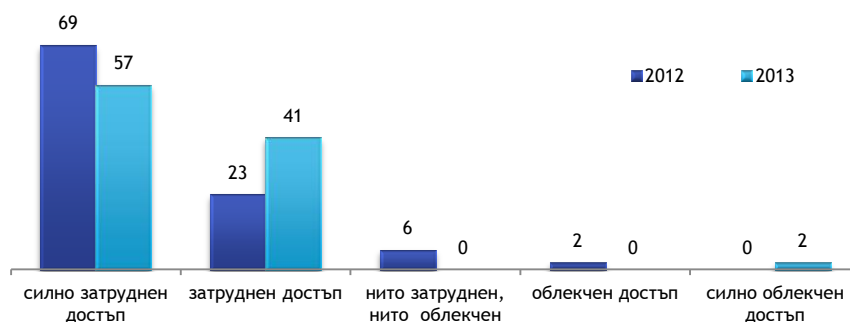
Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Индекс Достъп до финансиране на МСП

Анализирането на достъпа до финансиране посредством индекс дава възможност за поглед "отгоре" върху разполагаемите финансови ресурси, които подкрепят дейността на МСП с цел обобщен анализ на финансирането по големина на предприятието, сфера на дейност, район за планиране и фактори, които го определят. (За повече информация относно методологията и стойностите на индекса виж приложенията).

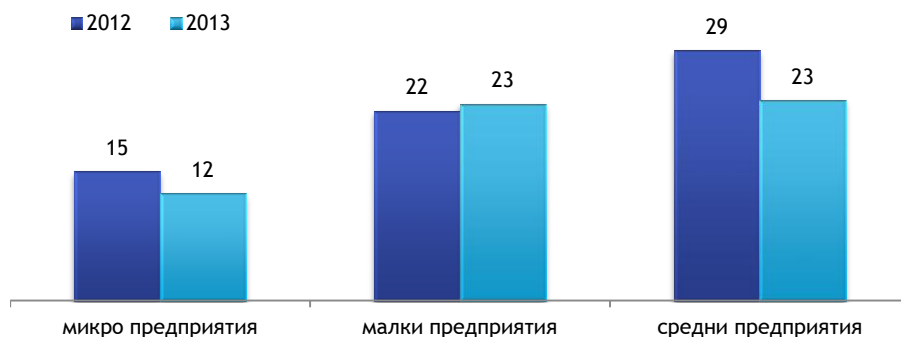
Стойностите на индекса за достъпа до финансиране показват относително подобрение в сектора на МСП – за периода 2012–2013 г. делът на предприятията със силно затруднен достъп до финансиране е намалял с 12 п.п. В същото време обаче наблюдаваме значително намаление на делът на предприятията, които имат нито затруднен, нито облекчен достъп до финансиране (от 6% на дял, близък до нула), както и делът на МСП с облекчен достъп (от 2% на дял, близък до нула). Относително значимо изменение наблюдаваме в нарастването на дела на фирми със затруднен достъп до финансиране, възлизащо на 18 п.п. Част от този прираст се дължи на преминаването на 12% от фирмите в погорната степен на скалата на индекса. Друга част обаче, е за сметка на влошаване достъпа до финансиране на МСП, които преди са имали умерен или облекчен такъв. Интересна динамика се наблюдава и при компаниите със силно облекчен достъп до финансиране – през последните години техният дял е бил близък до нула, но в началото на 2013 г. този дял е по-осезаем – 2%, което е показателно, че в периода на постепенно икономическо възстановяване много малък дял от компаниите са имали капацитета да получат финансиране.

Фиг. 3-10: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТОЙНОСТИТЕ НА ИНДЕКСА ЗА ДОСТЪП ДО ФИНАНСИРАНЕ ЗА 2012 и 2013 г. (%)



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Фиг. 3-11: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СРЕДНИТЕ СТОЙНОСТИ НА ИНДЕКСА ЗА ДОСТЪП ДО ФИНАНСИРАНЕ ПО РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЕТО (%)



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Средните стойности на индекса за 2012 и 2013 г. показват известен спад в достъпа до финансиране при микро и средните предприятия, възлизащ съответно на 3 и 6 п.п. При малките предприятия наблюдаваме незначително подобрене в средната стойност на индекса, възлизащо на 1 п.п. Тенденцията за определяне на достъпа до финансиране в зависимост от размера на предприятието се запазва и през последната година – индексът за достъп до финансиране при микро предприятията спрямо средните отново е близо два пъти по-нисък.

– Финансиране на МСП от промишлеността

Преобладаваща част от предприемачите в сектора дефинират като основен източник за финансиране на производството собствените средства – 77%, а за 22% този източник е банковият заем. Към месец март 2013 г. 62% от промишлените предприятия са ползвали средствата на собственика като източник за финансиране през последните 12 месеца.

Следващият по значимост използван финансов инструмент е банковия кредит за оборотни средства, какъвто са ползвали близо една трета от предприятията – 30%. Много близко в ранжирането попадат финансовите инструменти за краткосрочно финансиране на оперативните разходи – овърдрафт по разплащателна сметка – 29% и кредитна карта – 27%. Инвестиционен банков кредит ползва всяко четвърто предприятие – 26%, а финансов лизинг – 22%. Заем от близки и приятели са ползвали 16% от предприятията в промишлеността. Финансирането по европейски фондове е обхванало 14% от промишлените МСП, а това по програми на българското и/или други правителства – 6%. Рисковият капитал е разпространен сред 4% от промишлените предприятия.

Като цяло, достъпът до финансиране от банковите институции е по-добър при средните и малки предприятия, в които и собствените средства са използвани в значително по-ниска степен, за разлика то микро предприятията.

Близо 26% от промишлените МСП имат просрочени задължения, а 63% имат просрочени вземания. За половината от предприятията, делът на просрочените вземания в настоящия общ оборот надхвърля 10%. Към момента значителна част от предприятията имат собствена фирмена политика за контрол на паричните потоци – 75%.

Фиг. 3-12: ИЗПОЛЗВАНЕ НА ФИНАНСОВИ ИНСТРУМЕНТИ ПРЕЗ 2012 Г.

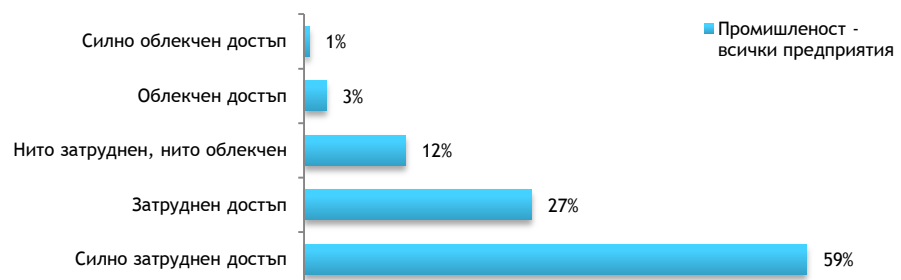


Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Индекс Достъп до финансиране на промишлените МСП

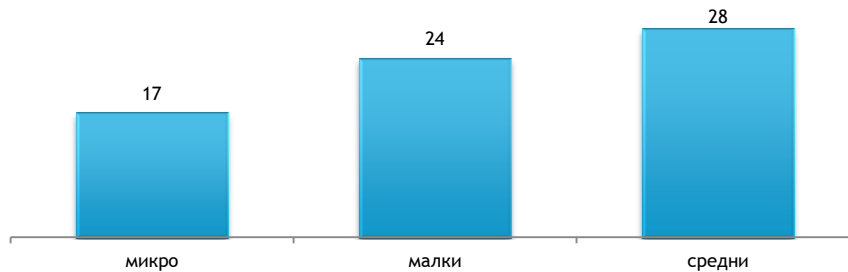
В началото на 2013 г. достъпът до финансиране на промишлените предприятия, измерен чрез индекса, е силно затруднен за 59% от предприятията. 27% имат затруднен достъп, 12% – нито затруднен, нито облекчен, а за малък дял от МСП (към 4%) индексът показва наличие на облекчен или силно облекчен достъп до финансиране. Наблюдаваното разпределение на стойностите на индекса е съвсем малко по-благоприятно от това, отнасящо се до целия сектор на МСП през 2012 и 2012 г., което индикира, че промишлените предприятия не са в значително по-благоприятна позиция на финансовия пазар от останалите икономически сектори.

Фиг. 3-13: ИНДЕКС ДОСТЪП ДО ФИНАНСИРАНЕ: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА МСП ПО НИВО НА ДОСТЪПА (%), 2012 Г.



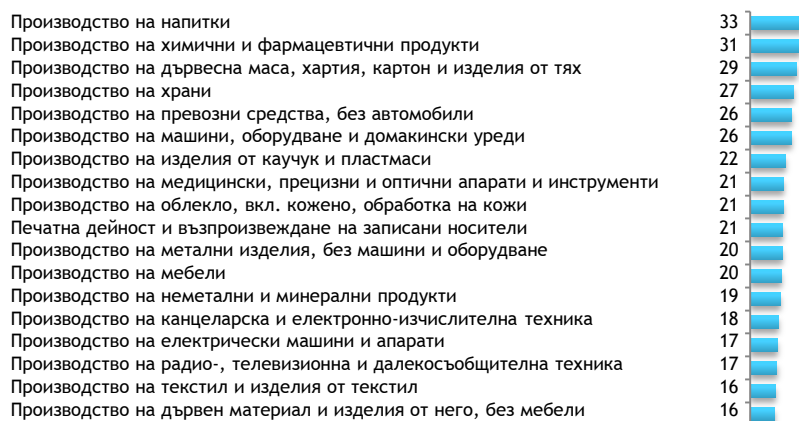
Източник: Проучване МСП 2013, обединение "ИНСАЙТ", собствени изчисления

Фиг. 3-14: Средна стойност на индекса Достъп до финансиране по размер на промишлените предприятия



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "ИНСАЙТ", собствени изчисления

Фиг. 3-15: Индекс Достъп до финансиране: Средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Относително най-облекчен достъп до финансиране имат икономическите дейности, свързани с производство на напитки, химични и фармацевтични продукти и дървесна маса и хартия, в които средната стойност на индекса е съответно 33, 31 и 29 индексни пункта (и.п.). Най-затруднени в осигуряването на финансови средства са производствата на дървен материал, текстил и радио- и телевизионна техника (16-17 и.п.)

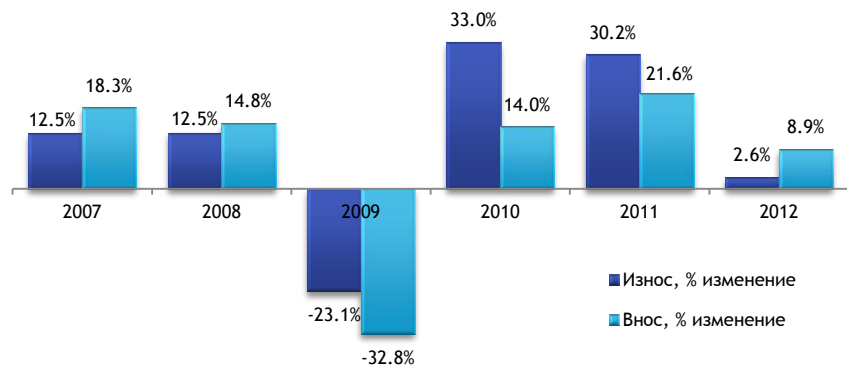
3.4 Основни пазари на МСП и интернационализация

— Външна търговия

През 2012 г. динамиката на вноса и износа свидетелства за значително забавяне на външнотърговския стокообмен на страната. Износът на стоки и услуги общо за икономиката се повишава с 2.6% спрямо 30.2% през предходната година като наблюдаваното развитие се обуславя от по-ниското търсене от страна на основните ни търговски партньори. Това от своя страна ограничава и динамиката вноса на стоки и услуги, чийто растеж възлиза на 8.9% спрямо 21.6% през 2011 г., главно по линия на зависимостта му от експортно-ориентираните дейности²¹. Динамиката на разглежданите показатели през 2012 г. обуславя и отрицателното салдо по текущата сметка.

21 По данни от Външна търговия, НСИ.

Фиг. 3-16: РАЗВИТИЕ НА ВЪНШНОТЪРГОВСКИЯ ОБМЕН, 2007-2012 Г.



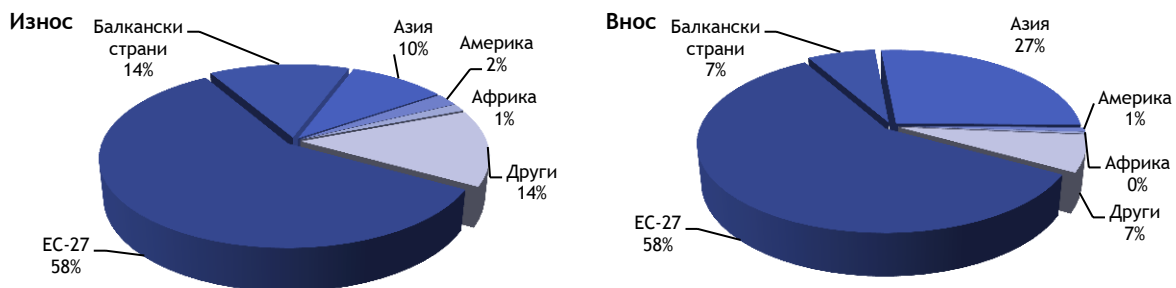
Източник: НСИ, Статистика на предприятията, собствени изчисления

Географската структура на външнотърговския стокообмен по икономически зони се характеризира с известна промяна в посока по-нисък дял на вноса и износа, насочен към европейските страни. През 2012 г. делът на износа на български стоки и услуги към страни от ЕС-27 се понижава до 58.4% спрямо 62.2% година назад. Делът на балканските страни от своя страна запазва своя дял от около 14.2 % за 2011 г. и през 2012 г., а по отношение на азиатските пазари, които са третата по значение група се наблюдава увеличение до 9.8%, което е с 2.1 п.п. повече от 2011 г.

При вноса на стоки и услуги по икономически зони, който се характеризира с подобна структура, също се наблюдават промени.

Подобно на износа тук също се отчита намаление на дела на страните от ЕС, но не толкова ясно изразено (от 59.4% през 2011 г. до 58.6% през 2012 г.). Делът на Балканските страни се запазва на близко спрямо предходната година ниво – 6.9%, докато този на азиатските страни и през 2012 г. продължава да се повишава и достига 26.6% спрямо 24.3% през 2011 г.

Фиг. 3-17: ГЕОГРАФСКА СТРУКТУРА НА ИЗНОСА И ВНОСА, 2012 Г.



Източник: НСИ (Външна търговия), собствени изчисления

Балканските страни (без Турция) се характеризират със спад в износа, средно възлизащ на 9.3%. По отношение на вноса всички групи страни се характеризират с положителен принос. Това което се наблюдава е силно забавяне на вноса на стоки и услуги от европейските и азиатските страни до съответно 7.5% и 19.5%, докато при балканските страни се наблюдава растеж от 5.7% за разлика от предходната година.

Промените в структурата на износа, които се наблюдават през 2012 г. се обуславят преди всичко от намалението на дела на основните ни европейски партньори. По отношение на Германия, която има водещо значение за износа на български стоки и услуги се наблюдава спад от 9.7% и нейният дял се понижава до 10.2%. Румъния, които се явява важна за страната партньор, също се характеризират със спад в износа (13.6%) и нейният дял възлиза на 8.0%. Франция също отчита спад от 3.5%, което обуславя и понижението на нейния дял до 4.0%. През 2012 г. износоът на стоки и услуги за Италия почти не се изменя спрямо предходната година (0.2%), а нейният дял отчита слабо понижение до 8.5%. Структурата на износа към останалите страни, в рамките на единния европейски пазар се запазва приблизително еднаква спрямо 2011 г. За разлика от европейските страни при търговията с т.нар. трети страни се наблюдава повишение, което се обуславя от по-високия дял на износа към Турция (9.4%); Китай (2.9%) и ОАЕ (0.8%). Разглежданите страни-партньори се характеризират с повишение на показателя от съответно 12.8%, 102.6% и 175.7%. Износоът към Руската федерация отчита растеж от 3.7% и неговият дял в общия износ се запазва на същото ниво спрямо година назад (2.7%). Сред страните, които намаляват своя дял в общия износ са БЮР Македония (до 1.9%) и Сърбия (до 2.1%), при които показателят отчита спад от съответно 14.9% и 7.5%.

Фиг. 3-18: Стокова СТРУКТУРА НА ИЗНОСА (SITC), 2008-2012 г.



Източник: НСИ (Външна търговия), собствени изчисления

През 2012 г. енергийните ресурси²² имат водещ положителен принос към растежа на износа, следвани от храни, напитки и тютюневи изделия. Текущото развитие на разглежданите групи стоки се характеризира с растеж от 23.7% и 8.9%, което от своя страна повишава и техния дял в общия износ на съответно 16.6% и 12.3%. При износа на машини и оборудване и химични вещества се наблюдава съществено забавяне на темпа на растеж, достигаш до 1.6% и 6.6%, а техния дял в общия износ остава относително постоянен спрямо година назад. За разлика от разглежданите групи износоът на суровини и материали и други продукти за преработка се характеризира със спад от 10.4% и 4.0% и техния дял се понижава до 8.8% и 36.4%, като настъпилата промяната в структурата на износа следва по-ниското търсене от страна на търговските партньори.

Развитието на износа през 2012 г. е повлияно от повишението на цените на износа, докато реално търгуваните обеми се понижават. Наблюдаваната тенденция е в сила и за почти всички групи стоки с изключение на химични вещества и продукти, където по-високият реален обем на износа има водещо значение.

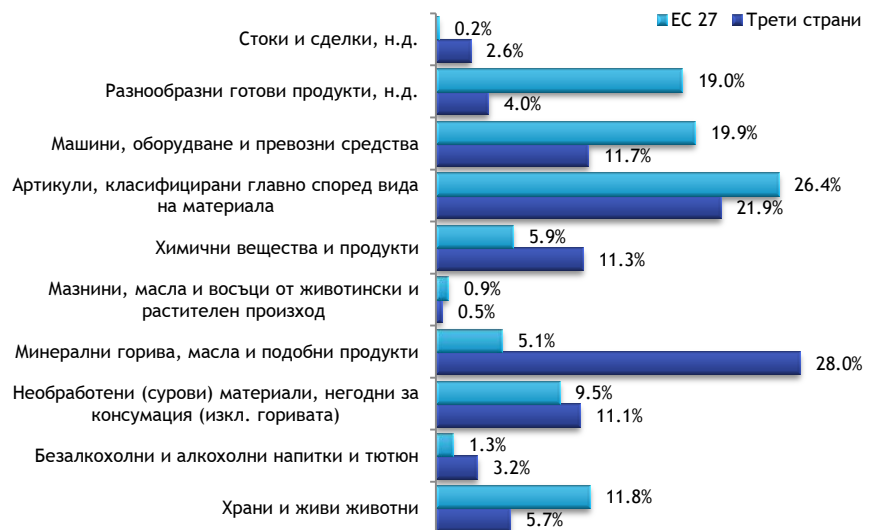
22 По Стандартната външнотърговска класификация (SITC).

Табл. 3-16: ЦЕНИ И ОБЕМИ НА ИЗНОСА ПО ГРУПИ СТОКИ (SITC), 2012 г.

Износ (SITC)	Номинално изменение	Цени на износ	Реално изменение
Храни и живи животни	8.7%	5.4%	3.1%
Безалкохолни и алкохолни напитки и тютюн	10.0%	8.3%	1.6%
Необработени (сурови) материали, негодни за консумация (изкл. горивата)	-10.4%	8.8%	-17.6%
Мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход	23.7%	17.8%	5.0%
Минерални горива, масла и подобни продукти	2.7%	2.2%	0.6%
Химични вещества и продукти	6.6%	0.5%	6.1%
Артикули, класифицирани главно според вида на материала	-5.5%	7.5%	-12.0%
Разнообразни готови продукти, н.д.	1.6%	1.6%	-0.1%
Общо	-1.5%	4.6%	-5.8%

Източник: НСИ, Външна търговия, собствени изчисления

Фиг. 3-19: СТРУКТУРА НА ИЗНОСА ПО ГРУПИ СТОКИ (SITC) И ОСНОВНИ СТРАНИ-ПАРТНЬОРИ, 2012 г.



Източник: Евростат

По-ниския растеж на износа през 2012 г. спрямо предходната година се обуславя от ограниченото търсене в две групи стоки – необработени материали и други суровини за преработка от страна на европейските търговски партньори. Най-голям негативен принос към наблюдаваната тенденция има Германия, към която спада на българския износ в разглежданите категории възлиза съответно на 28.2% и 29%. Понижено търсене на необработени материали се отчита и във Франция и Румъния, където стойността на показателя намалява съответно с 68.2% и 51.9%. За разлика от европейските страни, износът насочен към т.нар. трети страни има възходяща тенденция на развитие. Значителен положителен принос има износът на минерални горива с водещо влияние на Турция, където растежа на показателя възлиза на 75.9%. Съществено се увеличава и износа на необработени материали, други материали за обработка и машини и оборудване към трети страни. В първите две групи стоки най-съществен принос отчита износът към Китай, където растежа на показателя се повишава съответно с 84.7% и 115.6%.

— Интернационализация и основни пазари на българските МСП

Доскоро интернационализацията се свързваше главно с вноса и износа на предприятията. Днес обаче, интернационализацията се разглежда като много по-сложен комплекс от дейности – наред с традиционният внос и износ, в нея се включват всички дейности, които поставят МСП в значими бизнес отношения с чуждестранен партньор: експорт, импорт, ПЧИ, международни под-доставчици и международно техническо сътрудничество. За целите на настоящия анализ ще въведем следната работна дефиниция за интернационализирано предприятие:

Предприятие, което осъществява всички или някои от следните дейности:

- Реализира участия в специализирани международни събития с цел промоция на собствената си продукция и/или намирането на (нови) доставчици;
- Осъществява внос на суровини, материали, продукти;
- Реализира износ на собствени продукти/услуги;
- Наема чуждестранни експерти в ръководния си екип;
- Има или привлича чуждестранно участие в капитала си.

Интернационализацията на предприятията е безспорен фактор за растежа и подобряването на конкурентоспособността на предприятията. Според изследване на ЕК относно интернационализацията на европейските МСП от 2010 г., самата интернационализация се разбира не само като експортни дейности, но включва всички дейности, които поставят МСП в значими бизнес отношения с чуждестранен партньор: експорт, импорт, ПЧИ, международни под-доставчици и международно техническо сътрудничество.²³

Изнасянето на продукция на чуждестранните пазари е корелирано с размера на фирмите и възможностите за финансиране. Според анкетата, проведена за целите на настоящия анализ, сред МСП в България едва 3% от микро предприятията са посочили, че изнасят собствена продукция в чужбина, сравнено с 15.8% от малките предприятия и 30.2% от средните предприятия. Делът на предприятията, които изнасят, е много под средното за МСП от страните в ЕС. Според проучването на интернационализацията на МСП от 2010, 25% от предприятията в ЕС изнасят за други страни, докато в България този дял е около 8%. Установено е, че предприятията от малките по територия страни са по-активни в търсенето на други пазари за реализацията на продукцията си. Във връзка с това ниският дял на експортно-ориентирани фирми у нас е обезпокояващ. Неблагоприятна е тенденцията за понижаване на износа на България с 3.6% през 2012 г. спрямо 2011 г.

Според проучването сред МСП за целите на настоящия анализ, в България излизането на чужди пазари е по-често срещано при по-възрастните предприятия и по-трудно за младите предприятия – при тези, създадени преди 1995 г., делът на изнасящите продукция е над 10%, при по-младите е под 10%, а за предприятията, основани след 2006 г. делът на изнасящите е едва 1%.

Значението на държавните стимули за подпомагане на експорта също нараства с размера на предприятието. На въпроса "Според вас трябва ли държавата да има специална външно-търговска политика по отношение на износителите в

Излизането на чуждестранни пазари е предимно пречка за младите и малките по размер предприятия.

23 EC Internazionalization of SME, 2010

сравнение с останалата икономика?“ с "ДА" са отговорили 24.3% от микропредприятията, 28.9% от малките предприятия и 48.8% от средните.

Българските предприятия намират за най-перспективен европейският пазар (7.6% от предприятията), след който следва този на съседните страни (4.3% от предприятията). Само 2.9% от анкетираните определят Източния пазар (ОНД и Азия) като подходящ за износа на продукцията им.

Въпреки че експортната ориентация на българските фирми е пряко обвързана с подобряването на производителността на труда и е показателна за естеството на бизнес средата и международната конкурентоспособност на българските предприятия, то интернационализацията на предприятията може да се развива и по-други начини. Например много често първа стъпка към интернационализацията на предприятията е вносът на продукция и едва след това те търсят пазари за износ на собствената си продукция.

Основните бариери за интернационализацията на МСП в ЕС са високите цени на продукцията им и високите разходи за излизането на чужди пазари. Други, външни за предприятието бариери, се явяват липсата на капитал, достъпът до информация, липсата на подкрепа от страна на държавата и административните трудности, свързани с организацията на транспорта.²⁴ Наличността на адекватна информация за програмите за насърчаване на интернационализацията на предприятията все още е ниска, както за предприятията от България, така и като цяло за ЕС. В ЕС информираността на предприемачите варира от 15% за микро до 27% за средните предприятия.²⁵ По-големи са бариерите при предприятията, които са създадени като „неактивни“ износители. Според доклада за МСП в ЕС само 4% от тях планират да излязат на международния пазар в близкото бъдеще.

Според анализ на ЕС за състоянието на МСП в България като основна пречка за интернационализацията на България се посочва малкия размер на предприятията (най-вече като капитал), което ги възпира от излизане на европейския пазар, а те предпочитат да се разрастват дейността си предимно към съседните пазари на Западните Балкани и Турция. Причините за това са по-доброто познаване на тези пазари, по-ниската конкуренция от мултинационални компании и недобра осведоменост за съществуващи външно-търговски споразумения с други страни.²⁶

Развитието на електронната търговия се сочи за един от основните фактори, допринасящи за стимулиране интернационализацията на предприятията. Възможността за продажба на продукти онлайн е най-прекия път към чуждестранните пазари. Основни бариери пред нейното развитие в момента са различието в законодателството на различните държави членки, както и недостатъчно добрата интернет инфраструктура²⁷. Засега делът на потребителите, направили онлайн поръчка от друга държава е нисък – едва 7%. Основна пречка е недостатъчното доверие у потребителите за качеството на доставките. Според Българска асоциация за електронна търговия, в България освен недоверието към доставката, като пречка за развитието на електронната търговия се посочва и ниското покритие на електронни разплащания в България. Възможност за развитието на електронната търговия е доброто качество на интернет инфраструктурата у нас. През 2012 г. развитието на електронната търговия бе интен-

24 EC Internazionalization of SME, 2010

25 EC Internazionalization of SME, 2010

26 EC, SME Performance Review 2012/2013

27 <http://www.europarl.europa.eu/news/en/pressroom/content/20121008IPR53130/html/Build-trust-to-boost-online-cross-border-trade-says-Internal-Market-Committee>

зивно и отвори нови възможности за българските предприятия, включително за интернационализация посредством внос на чуждестранна продукция.

Профил на предприемачите-износители

Преобладаващата възраст на предприемачите, чиито фирми изнасят продукция е 45- 54 години – 46% от всички предприемачи, които се занимават с износ, са в този възрастов диапазон. Друга характеристика на тези предприемачи е по-високото ниво на образованието – от тези, които изнасят продукция, 74% са с висше образование, докато при тези, които никога не са излизали на чужди пазари процентът с висше образование е 46%. По-голям е дялът на жените – при жените предприемачи 8.8% са изнасяли продукция, а при мъжете – 6.5%.

По отношение на подпомагането на износа от страна на държавата, повече млади предприемачи виждат ползи от държавните стимули в областта на износа – 35% от предприемачите до 35 години смятат, че това трябва да е приоритет на държавата, докато при по-възрастните предприемачи този процент е под 30. Като дестинация за износ предприемачите до 44 години са ориентирани – в случаите когато предприятието осъществява износ, към пазара на съседни държави и ЕС. Предприемачите над 45 години намират за доста по-перспективен пазара на ЕС, отколкото страните от региона. Източният пазар (ОНД и Азия) се смята за перспективен основно от предприемачите от възрастовата група 45-54 години, но представлява слаб интерес за по-младите предприемачи. За предприемачите с висше образование най-перспективен според анкетата е европейският пазар – за 9.5% от тях, 5.8% предпочитат пазара на съседните страни, а 3.7% – страните от ОНД и Азия.

При фирмите, които внасят суровини средната възраст на предприемача е по-ниска отколкото при фирмите, които не разчитат на внос. По-голям е и дялът на хората с висше образование. Като размер на фирмата, отново, както и при износа, вносът е дейност по силите на по-големите предприятия. Най-често срещаните говорени езици от предприемачите са английски и руски. 65% от предприемачите във фирми, които осъществяват внос посочват, че говорят английски, докато от останалите фирми само 41% говорят английски. Около 40% средно от предприемачите са посочили, че владеят руски. Износът на продукция с висока добавена стойност е по-характерна за младите предприемачи. 61% от изнасящите продукция с висока добавена стойност са на възраст до 44 години, докато в същата възрастова категория попадат 47% от изнасящите предимно стоки с ниска добавена стойност. По-голям е дялът на предприемачите с висше образование сред тези, изнасящи стоки с висока добавена стойност. В износа на стоки с висока добавена стойност по-голям е дялът на мъжете, докато при стоките с ниска добавена стойност – дялът на жените. Същото съотношение е валидно и при предприемачите, въвели международни стандарти във фирмите си. Като цяло в тези фирми е по-висок дялът на високообразованите и по-млади предприемачи. Сходен е профилът на предприемачите, посочващи, че са въвеждали нови технологии във фирмите си. Те са предимно млади – 60% са на възраст до 44 години и високообразовани – 75% имат висше образование. Повече мъже отколкото жени предприемачи са отговорили, че ползват чуждестранен опит в областта на мениджмънта и търговията.

Изготвянето на краткосрочен бизнес план е по-характерно за младите предприемачи. Сред предприемачите до 44 години 20% са изготвяли бизнес план през последната година, а сред тези над 44 години – едва 14%. По-често разработват бизнес план предприемачите с висше образование. Склонни да правят проучвания за позициониране на чужди пазари са всички възрастови групи предприемачи до 55 години – 24% средно от тях. Сред предприемачите над 55 години

този дял е 20%. Проучването на чужди пазари е по-разпространено сред високообразованите предприемачи – 73% от правилите такова проучване са с висше образование.

Основни пазари за износ

По предварителни данни на НСИ за 2012 основният пазар на българската продукция е ЕС, където е реализиран 61% от износа. Близо 21.2% от износа към ЕС е предназначен за пазара в Германия. Към съседните страни са насочени следните дялове от общия износ на България: 8.3% за Турция, 7.4% за Румъния, 6% за Гърция, 2.1% за Македония и 2% за Сърбия. В страните от ОНД е реализиран 3.5% от общия износ.

През 2011 г., както и в предишни години, водещите експортни продукти на България са горива и мед, следвани от електрически и електронни изделия и машини²⁸. Износът на електроника и електротехника през последните 5 години (2007-2011 г.) бележи средно годишен ръст 17%, докато световният внос расте с 4% за същия период, т.е. България печели пазарен дял. Интересно е развитието на износа на слънчогледови семена, който за 2011 г. възлиза на почти 680 мил.щ.д. – ръст от 105% спрямо 2010 г., когато България е на първо място в света. През 2011 г. България отстъпва първото място на Румъния, която бележи ръст от 143% спрямо 2010 г. За последните 5 години, българският средногодишен ръст е 36%, румънският – 38%. България изнася слънчоглед най-много за Румъния, Холандия (където вносът от България е на първо място с 31.5%), Турция (страната ни е втора след Украйна с 28.4% от вноса). Износът на пшеница в последните 5 години традиционно бележи добри резултати – среден ръст 60% при ръст на световния внос 5%. България е на 11-то място сред износителите на пшеница в света. България е голям износител (трето място в света) на продукция класифицирана като Отпадъци от благородни метали – други” с основни страни вносителки – Белгия, Корея и Канада. България е на 11-то място сред износителите на пшеница в света, а основните вносителки са Испания и Италия. Българският износ на медикаменти също нараства през последните години – за Русия износът нараства с 33% за 2011 г., а за Румъния – с 26%.

В количествено отношение най-голям ръст на износа за 5 години бележат:

- брашно от соя – 3124%;
- ламарини и фолио от цинк – 836%;
- вермикулит и перлит – 769%;
- неизбелени крафт хартии и картони – 636%.

– Интернационализация на МСП от промишлеността

Повече от половината промишлени предприятия са имали реализиран внос през 2012 г. (53%), а тези реализирали износ през същия период представляват 44% от МСП. Средната стойност на дела на износа в общия оборот е приблизително 42%, а средният дял на износа в общо произведената продукция – 44%.

Близо една четвърт – 24% от предприемачите заявяват, че изнасяната от тях продукция е с изцяло ниска добавена стойност. Предимно с ниска добавена стойност е износът на 53% от промишлените МСП. По-малко от една пета – 18% изнасят продукция с предимно висока добавена стойност, а износът с висока добавена стойност е характерен за приблизително 5% от предприятията.

²⁸ „Мястото на България в световния износ”, Веселин Илиев, Българска стопанска камара (БСК)

Фиг. 3-20: ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА МСП ПРЕЗ 2012 Г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Делът на участващите МСП от промишлеността в изложения или панаири през последните 12 месеца възлиза на 29%. Въведен международен стандарт имат 39% от фирмите, а въведена чужда технология в предприятието – 18%. Близко една пета от компаниите (19%) ползват чужд опит в областта на мениджмънта и търговията. Чуждестранно участие в капитала имат 8% от изследваните предприятия.

Продадена собствена технология в чужбина имат 3% от промишлените МСП. Също толкова предприятия имат участие в капитала на чуждестранни дружества. Сходен е делът и на тези, които предоставят опита с в областта на мениджмънта и търговията на чужди предприятия (4%).

Ключов фактор за степента на интернационализация е размерът на предприятието – по-големите предприятия са по-интернационализирани, докато при по-малките фирми дейностите в тази сфера са със значително по-ниско ниво на проникване.

Индекс Интернационализация

Индексът отчита дейностите, свързани с интернационализацията на предприятията през последната година и е пресметнат за всяко предприятие, включено в изследването, след което е обобщен по размер на предприятието, по сфери на основна дейност и по район за планиране. (За повече информация относно методологията и стойностите на индекса вж. приложенията.)

През 2012 г. 13% от предприятията имат ниска степен на интернационализация на дейността. 32% имат по-скоро ниска, 15% имат умерена, 21% – по-скоро висока и 19% – висока степен на интернационализация. 3 разлика от тенденциите за целия сектор на МСП през последните две години, промишлеността се характеризира със значително по-висока степен на интернационализация на дейността. Повече от половината предприятия са активни по отношение участие в изложения и панаири, реализиране внос и износ, и насочване на голяма част от производството към чужди пазари.

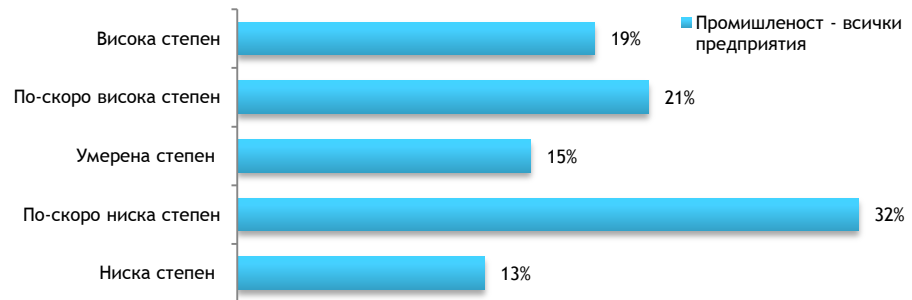
Водещи икономически дейности по отношение на интернационализацията са производството на превозни средства (без автомобили), производство на

Основните бариери за интернационализацията на МСП в ЕС са високите цени на продукцията им и високите разходи за излизането на чужди пазари.

Водещи икономически дейности по отношение на интернационализацията са производството на превозни средства (без автомобили), производство на радио- и телевизионна техника и производство на машини и оборудване.

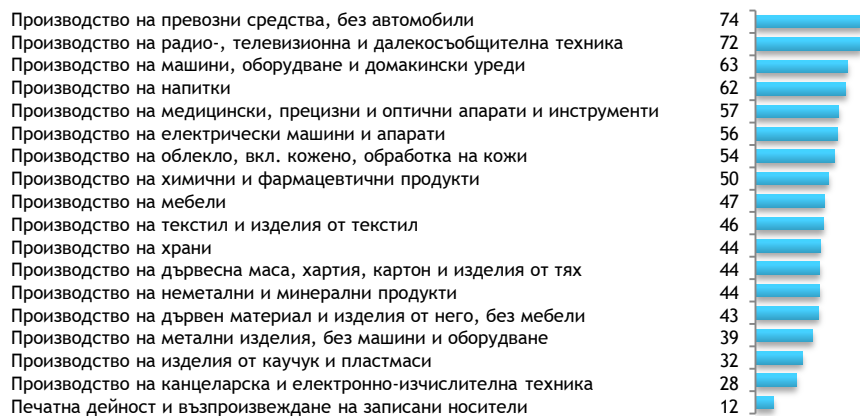
радио- и телевизионна техника и производство на машини и оборудване. Осезаемо по-слабо са интернационализирани издателската и полиграфическата дейности.

Фиг. 3-21: Индекс Интернационализация: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА МСП ПО СТЕПЕН НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ (%), 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

Фиг. 3-22: Индекс Интернационализация: СРЕДНИ СТОЙНОСТИ НА ИНДЕКСА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ (и.п.), 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение "Инсайт", собствени изчисления

3.5 Развитие на сектор МСП: силни и слаби страни, възможности и заплахи

— Слаби страни на българските МСП

Макроикономическа ситуация: Слабите страни на българските МСП са свързани и с типа икономика на страната ни – движена от стремеж за постигане на ефикасност, а не от иновации. Тази икономика може да расте екстензивно (каквато беше ситуацията до 2008 г.), но изпитва силни шокове в случай на кризи и рецесия, именно защото не може да предложи иновативни решения.

Продължаващата несигурна икономическа ситуация и съпътстващата я политика на строги бюджетни икономии доведе до влошаване на покупателната способност на населението, намалено търсене, рязко увеличаване на безработицата и значителни затруднения за МСП. Тази ситуация в страната ни бе допълнително утежнена от политиката на ненавременно разплащане на държавата с бизнеса за поръчани и изпълнени дейности. Негативните ефектите от това положение намериха израз в нарастващата междуфирмена задлъжнялост и трудности в изплащането на взетите кредити. Негативната динамика на предп-

риятията и на заетите лица, която е особено характерна за сектора на МСП (най-вече за микро и малките предприятия), свидетелства за продължаване на кризисната икономическа ситуация. За разлика от тях, големите по размер предприятия запазват броя и дори отчитат леко увеличение на заетите. Спадът в заетостта и през 2011 г. се дължи предимно на индустрията, докато в услугите се наблюдава стабилизиране. Тази тенденция е характерна за сектор МСП.

Очакванията за бизнес демографията на предприятията са за продължаване процеса на закриване на фирми и намаляване броя на заетите. Допълнително, през 2012 г. е налице съществено забавяне във външнотърговския стокообмен на страната, главно поради по-ниското търсене от страна на основни търговски партньори от ЕС. Отчетеният (макар и скромнен) икономически ръст през последните две години се съпровожда с намаляване на заетостта (ръст без заетост), характерен за технологично и иновативно по-изостаналите икономики на ЕС.

Бизнес и институционална среда: Според последния доклад на глобалния индекс за конкурентоспособност, страната ни се придвижва от 110 на 108 място по отношение на институционалната среда. Една от основните причини с негативно влияние за тази позиция е на показателя „тежест правителствените регулации“, където се отчита влошаване на оценките на бизнеса – от 86 до 109 място. Според редица емпирични проучвания, законодателството не благоприятства бизнеса предимно на микро и малките предприятия. Така например резултатите от анкета сред 3000 фирми на БТПП показват, че „предприятията не пестят слабите си оценки за администрацията и продължават да се оплакват от данъчната тежест и държавните такси. Почти всяка втора компания твърди, че среща проблеми с административното обслужване и честите промени в законите. Най-голям е делът на посочилите за проблематични данъчната и общинската администрация. Централната администрация затруднява в почти еднаква степен различните по размер предприятия. Конкуренцията от фирми, които работят на тъмно, също спъва предприемачите, а около половината от тях се оплакват от затруднен достъп до финансиране“ (Гочева, 2012). Според поведената анкета за настоящото изследване, в най-голяма тежест на МСП са данъците (за 32% от МСП), включително ДДС, а така също и някои осигуровки.

Технологии: Според данните на глобалния индекс за конкурентоспособност за 2012–2013 г. България е на 52 място по отношение на технологичното равнище, като отива с две места назад спрямо предходната година. Особено ниски стойности има такъв ключов показател като способност за абсорбция на технологиите на фирмено ниво – по този показател страната ни е на 125 място. Данните от анкетите за настоящото изследване показват, че само 17% от предприятията оценяват оборудването си като съвременно по отношение на стандартите на ЕС, а 52% – на приемливо ниво. Въпреки общото ниско технологично равнище на МСП, само 27% от анкетиранияте посочват, че са правили инвестиции за обновяване на технологиите през последните години (съответно 44% от средните, 36% от малките и 24% от микро предприятията). Нарастването на ДМА сред МСП се дължи предимно на фирмите от услугите.

Иновативност на МСП: В тази връзка не е за учудване че през 2011 г. България запазва предпоследното място в ЕС-27 по иновативност на икономиката (Innovation Union Scoreboard, 2011), въпреки че е лидер по темп на ръст на иновативността сред скромните иноватори през последните 5 години (средногодишен ръст от 4.4%). Причините за това са главно липсата на достатъчно развита и привлекателна за младите хора изследователска и иновационна система, слабите връзки на изследванията с бизнеса, недостатъчното внимание за развитие на интелектуалната собственост и иновациите като цяло (Innovation

Union Scoreboard 2011, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf). Допълнително достъпът до финансиране е проблем предимно за по-малките и по-младите предприятия, т.е. тези, които е по-вероятно да бъдат по-иновативни.

Глобалният индекс за конкурентоспособност 2012-2013 поставя България на 92 място в света по ниво на иновациите, което се дължи предимно на недостатъчната държавна подкрепа за иновациите под формата на държавни поръчки за съвременни технологични продукти; намаляване на броя на учените и инженерите, работещи в областта на високите технологии и др. Страната ни се характеризира с малък брой предприятия във високо-технологичните сектори на икономиката и голям брой на предприятия в търговията на дребно. Според годишния доклад за иновации на EC Regional Innovation Scoreboard 2012, България попада в групата на страните слаби иноватори. Причината за това са ниските стойности по много критични показатели: равнище на публични разходи за НИРД, разходи на бизнеса за НИРД, сътрудничество между иновативни МСП, нетехнологични иновации (маркетинг и организационни).

Интернационализация: Въпреки че предприятията от малките по територия и пазар страни са по-активни в търсенето на външни пазари, страната ни се характеризира с нисък дял на експортно-ориентирани МСП. В същото време средният индекс за иновативност на предприятията, работещи предимно на международни пазари е по-висок в сравнение с работещите само на местни и регионални пазари, а така също предприятията, въвели някакъв международен стандарт, са по-иновативни от тези, които не го прилагат. Може да се предполага, че има тясна връзка между невисокият процент на експортните МСП и слабата иновативност сред тях.

ИКТ и обучение на персонала: Степента на иновативност, интернационализация и включване в международните бизнес мрежи е в пряка зависимост от равнището на използване на новите ИКТ. Независимо от високият дял на МСП с достъп до интернет (над 85%), степента на включването им в е-бизнеса е много ниска. Според данните от проведените проучвания, нисък дял от предприятията в България са получавали поръчки онлайн (близо 8%), а около 7% са купували стоки и услуги онлайн. Причините за слабото развитие на е-бизнеса са малкото активни потребители на онлайн стоки и услуги (средно 9% за страната като цяло, с по-висок дял в гъсто населените места – 14%), ниското технологично ниво на част от предприятията и недостатъчното предлагане на публични онлайн услуги.

Равнището на участие на населението на възраст 25-64 г. в различни форми на учене през целия живот през 2011 г. е 1.2-1.4% при 8.9% средно за страните от ЕС. Изоставането на страната по този показател може да се обясни със забавяне в изпълнението на Национална стратегия за учене през целия живот 2008–2013 г.

— **Силни страни на МСП от промишлеността**

Доколкото настоящото изследване се основава на анкета и сред 500 МСП от промишлеността, силните страни ще следват представянето на тези предприятия. Това се прави, защото в сравнение с всички МСП, които в огромната си част са микропредприятия, предимно от търговията, МСП от промишлеността се характеризират с по-високи стойности по всички индекси за конкурентоспособност.

Така например по отношение на иновативността, близо 1/3 (32%) от изследваните МСП отчитат по-скоро висока и висока активност, което представлява

значително по-висок дял в сравнение с целия сектор на МСП. Съвсем логично иновациите са най-развити в по-високо технологичните дейности и по-слаби в ниско-технологичните производства (производството на дървесна маса, дървен материал и текстил).

Отново в отличие от представянето на целия сектор на МСП, при промишлените предприятия се наблюдава доста по-висока активност по управление на интелектуалната собственост (търговски марки, брандове, патенти и др.). Както при иновациите и тук се открояват в по-голяма степен високо-технологичните сектори.

Над половината промишлени предприятия са осъществили внос през 2012 г. (53%), а 44% са реализирали износ за същия период, което показва, че тези фирми са значително по-силно интегрирани в европейската и световната икономика. 18% от износителите реализират на външни пазари продукция с предимно висока добавена стойност, а още 5% изнасят продукция с висока добавена стойност. Над половината от тези предприятия са активни по отношение участия в различни международни форуми като изложения и панаири, което им помага да ориентират голяма част от производството си към чужди пазари.

— Възможности за развитие на сектор МСП

Макроикономическа ситуация: В настоящият период възможностите за развитие на МСП са определят от колебанията в глобалната и европейска икономика. Предприемачите трябва да бъдат добре информирани за тези движения, за да могат да вземат адекватни решения. Търсенето, намирането, обработването и анализирането на информацията за пазари, клиенти, технологии, конкуренти и т.н. се превръща в ключов фактор за успеха на фирмите. Това изисква повече време за събиране на такава информация от различни източници – директно от партньори, доставчици, клиенти, индиректно от различни медии, участия в събития и др.

Подобряването на информационната среда включва и мерки по засилване на информационния обмен на фирмите с държавните институции и неправителствените организации (браншови организации, БСК, БТПП и др.); обогатяване на интернет сайтовете на браншовите организации с актуална информация по проблемите на съответния сектор; разкриване на служби за консултации и информационни услуги. В допълнение всяка фирма може да ползва услугите на портала за МСП на ЕК.

Бизнес и институционална среда: Според данните от анкета на БСК, за „75% от представителите на бизнеса икономическата среда в България се е влошила през 2012 г. спрямо предходната година, за 21% е останала без промяна, а едва 2% са на мнение, че има подобрение. 46% от анкетирания споделят, че икономическото състояние на фирмата им се е влошило през изтичащата година, 33% са успели да запазят показателите от предходната година, а 16% отчитат подобрение на показателите. Най-негативно икономическата криза се е отразила върху продажбите/оборотите (61% от фирмите, участвали в анкетата, отчитат спад), следвани от инвестициите (51%), обемите на производство (49%) и работните места (47%) (БСК: За 75% от бизнесмените икономическата среда в БГ се е влошила, <http://news.bgnes.com/view/1053314>).

В началото на 2013 г. България преживя политическа криза, предизвикана от невъзможността на част от населението да плаща сметки за комунални услуги, най-вече електричество. Тези събития несъмнено ще имат отражение и върху условията за правене на бизнес на МСП. Не случайно 79% от участниците в анкетата на БСК „определят действията на правителството през 2012 г. за прео-

доляване на негативните ефекти от икономическата криза като „по-скоро неуспешни”, а почти половината анкетирани остават крайни песимисти за развитието на икономическите процеси през следващата 2013 г. и предвиждат допълнително задълбочаване на кризата” (пак там). Все пак съгласно глобалния индекс за конкурентоспособност, България отчита подобряване по показателя „Ефективност на законовата рамка за решаване на спорове”, където преминава от 126 до 122 място и в защитата на правата на собственост (от 119 до 115 място).

Заетост: Независимо, че през 2011 г. спадът на заетостта в МСП отбелязва съществено забавяне (1.3% спрямо 6.5% през 2010 г.), ако посочените по-горе очаквания се оправдаят, не може да се прогнозира ръст в заетостта, без специална правителствена подкрепа.

Иновации: Съгласно данните от глобалният индекс за конкурентоспособност 2012–2013 България отчита значително подобрение по показателя „капацитет за иновации”, където преминава от 82 на 64 място. Независимо от слабото представяне на страната ни в индекса за иновативност на ЕС, делът на иновативните предприятия в България нараства за всички размерни групи в периода 2006–2010 г.

Табл. 3-17: Дял на иновативните предприятия и предприятия с технологични иновации от общия брой предприятия (2006-2010)

Икономически дейности (КИД – 2008)	Иновативни предприятия ⁽³⁾			Предприятия с технологични иновации ⁽⁴⁾
	2006	2008	2010	2010
Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица				
Общо	20.2	23.9	27.1	17.7
Индустрия ⁽¹⁾	23.8	29.2	31.1	22.3
Услуги ⁽²⁾	14.5	16.3	22.0	11.9
10 – 49 наети	17.0	20.3	21.8	13.7
50 – 249 наети	26.4	32.0	42.3	28.8
250 и повече наети	52.7	59.2	63.2	47.8

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н и К, и раздели 46, 58, 61, 62, 63 и 71.

³⁾ Иновативните предприятия обхващат предприятията с технологични иновации, както и предприятията с организационни и маркетингови иновации (според променената от 2008 г. дефиниция за иновация).

⁴⁾ Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови иновации, с процесни иновации и предприятия с незавършена и преустановена иновационна дейност.

Източник: <http://www.nsi.bg/ORPDOCS/Innovation1.xls>

Според доклада за МСП на ИАНМСП през 2011 г. също се наблюдава тенденция към повишаване на иновационната активност и на МСП. Делът на инвестиционните стоки (производства с по-висока БДС) в износа се повишава и през 2011 г. достигна 17.4% при 14.5% през 2006 г., а делът на високотехнологичния износ нарасна от 3.5% от общия износ на страната през 2007 г. на 3.8% през 2011 г.

Учене през целия живот и обучение във фирмите: През 2011–2012 г. се регистрира подобрение в индекса за прилагане на добри практики от МСП (включващ обученията на служителите) в сравнение с предходната година: 12% от предприятията широко прилагат такива, а 22% – прилагат добри практики в умерена степен (ИАНМСП, 2012). Вече са предприети действия и за прилагане на Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот в страната. По данни на НСИ, делът на предприятията, предлагащи продължаващо професионално обучение (ППО) за служителите си отчита също ръст.

Табл. 3-18: ПРЕДПРИЯТИЯ, ОСИГУРЯВАЩИ ППО

	Всички предприятия, брой	Общо	
		брой	%
1999	14815	4173	28.2
2005	24483	7016	28.7
2010	32335	10084	31.2

Източник: http://www.nsi.bg/ORPDOCS/Edu_5.1.xls

— Заплахи за развитието на МСП

Развитието на сектора на МСП в България през последните години показва, че българските МСП се характеризират с относително устойчиви структури по такива показатели като размер, отрасъл, заетост, малък дял на износителите, недобра структура на износа, ниска конкурентоспособност, слаба интеграция в европейски и други световни бизнес-мрежи. Една от причините за това състояние на сектора е големият брой микропредприятия. Тези фирми имат характеристики на семейни предприятия, които най-често спомагат за оцеляването на хората, но не и за иновативното развитие на икономиката

МСП изостават устойчиво по конкурентоспособност от големите с около два пъти по-ниска производителност, рентабилност, норма на печалба и равнище на работната заплата. По-добър потенциал за иновации и интернационализация показват само част от малките и средните предприятия. Наред с финансовите ограничения, като важен фактор за ниската степен на интернационализация изпъква липсата на информация и трудностите при сертифициране по качеството. Информационните услуги за МСП, в т.ч. предоставянето на информация за защита на интелектуалната собственост, търговски марки, международни стандарти и др., са все още недостатъчни и не покриват различните етапи от развитието на фирмите.

Основните клиенти на по-голямата част от МСП като правило са крайни потребители от населението, по-малък дял от фирмите продават само на други фирми или изпълняват правителствени поръчки. Поради това малките фирми продават продукти и услуги обикновено на местни (близки в географско отношение) пазари. Проблемите при тях възникват при нарастване на броя на фирмите, конкуриращи се на ограничен или западащ пазар, както става често по време на криза. Именно тогава възниква необходимостта от търсене на нови пазари, на нови клиенти, предлагане на нови продукти/услуги, използване на нови производствени или маркетингови методи, прилагане на по-ниски цени, сътрудничество с обещаващи партньори и т.н.

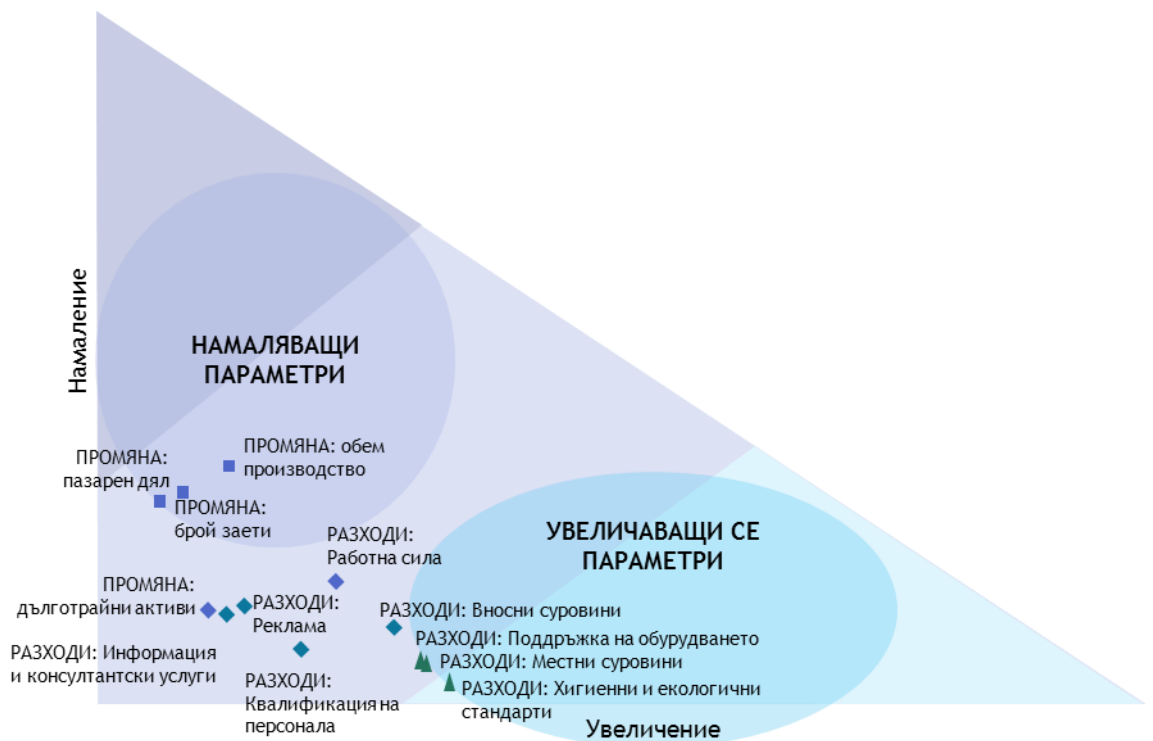
По традиция обаче малкият бизнес следва общоприети стратегии, осигуряващи възможно „най-доброто качество” и „най-добрата услуга” за клиента, докато иновациите са по-малко разпространени. Първите стратегии са „меки” и не предполагат растеж (който може и да не е желан от предприемачите), докато иновациите са свързани пряко с растежа. Освен това, собствениците на по-малки и по-млади фирми като правило имат слабо дефинирани стратегии. За отбелязване е, че в условия на криза стратегиите се променят в две посоки — едната е като реакция (отговор) на влошената ситуация, докато другата е търсене (и евентуално откриване) на нови възможности.

– Икономическо представяне и бизнес стратегии

Като цяло наблюдаваме влошено икономическо представяне на МСП спрямо прилаганите от тях бизнес стратегии (в частност политики на разходите по отношение придобиване на ДМА, информация, реклама, квалификация на персонала и др.).

В относителен аспект, най-голямо увеличение през 2012-2013 г се наблюдава в разходите, свързани с внедряването на хигиенни и екологични стандарти, най-голямото влошаване по отношение на икономическото представяне се наблюдава при динамиката на обема на производството, пазарния дял и заетостта (което съответства и на наблюдаваната макроикономическа динамика).

Фиг. 3-23: Разходи и стратегии на малките и средни предприятия в България – аспекти на поведението



Източник: Обединение "Инсайт"

— Ключови моменти

- През 2011 г. сектор МСП обхваща 350 679 нефинансови предприятия като техният брой се понижава с 0.6%. Структурата на предприятията през последните 3 години остава постоянна – МСП заемат дял от 99.8%. Динамиката на сектор МСП по икономически дейности се характеризира със спад от 3.1% в индустрията, докато в услугите той е незначителен (0.1%). Развитието на МСП по райони на планиране показва положителна динамика в Югозападен и Югоизточен район, а в останалите броят на МСП продължава да намалява. Броят на новооткритите предприятия в нефинансовия сектор на икономиката намалява с 36.8% спрямо предходната година, което обуславя значителния спад на нетния коефициент на откриване (3.4%).
- Средният брой на заетите в едно предприятие също остава постоянен – 6 лица. Спадът на заетостта през 2011 г. в МСП отбелязва съществено забавяне, достигайки 1.3% спрямо 5.6% през предходната година. Наблюдаваното развитие се обуславя от стабилизирането на показателя в сектор услуги с водещо влияние на малките по размер предприятия, докато индустрията продължава да се характеризира с негативна динамика. Въпреки че броят на заетите лица продължава да намалява, но темпът на изменение на показателя се забавя значително във всички шест райони на планиране.
- Сектор МСП се характеризира с положителна динамика на инвестициите, чийто темп на растеж възлиза на 1.7%. Предприятията използват предимно лични спестявания и банкови заеми, за да финансират инвестиции. Малък е делът на използващите неразпределена печалба за това.
- Остротата на нуждата от финансиране на предприятията в България е съпоставима с тази на предприятията в ЕС – около 20% е делът на предприятията с проблеми във финансирането. 23% от предприятията в България изпитват нужда от заем за оборотни средства. Два пъти по-голям дял от средните и малките предприятия посочват, че са ползвали досега банков кредит в сравнение с микро предприятията (32%). Кредитирането е по-достъпно за по-възрастните предприятия в сравнение с младите предприятия. Само 27% от предприятията, създадени след 2010 г., са ползвали банков кредит.
- Делът на предприятията, заети във високо-технологично производство в България, е два пъти по-нисък от този в подобни по размер страни членки на ЕС. Секторът на научната и развойна дейност в България е три пъти по-малък. Според проведената анкета в нови технологии през последната година са инвестирани съответно 23.5%, 35.5% и 44.2% от микро, малките и средните предприятия.
- Излизането на чуждестранни пазари е предимно пречка за младите и малките по размер предприятия. Според около една четвърт от микро и малките предприятия и около половината от средните предприятия държавата трябва да има специална политика за стимулиране на износителите.

4.1 Институционална рамка за развитие на предприемачеството в България

Всички европейски страни, в т.ч. и България, имат нужда от засилване на предприемаческия дух сред младите хора, окуражаване създаването на собствен бизнес и стабилизиране на институционалната и културна среда за иновации и ръст на малките и средни предприятия (МСП). Следвайки политиките на ЕС за насърчаване развитието на предприемачеството, българските правителства са приели редица документи, които имат отношение към стимулиране на предприемачеството. Това са различни национални планове за социално и икономическо развитие, стимулиране на образованието и науката, ученето през целия живот и др. Във всички тези документи се подчертава необходимостта от стимулиране на предприемачеството, но няма единен документ или единна стратегия за консолидиране на различните инициативи в това отношение.

Проблемите на предприемачеството са разработени подробно в: две национални стратегии за насърчаване на развитието на МСП (съответно за 2002–2006 и 2007–2013), Национална стратегическа референтна рамка на България 2007–2013, Националната стратегия за учене през целия живот за периода 2008–2013 г., Националната програма за реформи 2011–2015 г., Националната програма за развитие България 2020 и др. Акцент в тези документи е намаляването на административната тежест и опростяването на нормативната среда за МСП, подобряването на достъпа до информация, подкрепата за иновациите, насърчаване на предприемачеството и т.н. Предвидено е въвеждане на обучението по предприемачество в средните училища, разширяване на това обучение във висшите училища, подкрепа за обучението по предприемачество в предприятията, създаване на подходящи консултантски услуги за МСП, подкрепа за начинаещи предприемачи, включително специални инициативи за насърчаване на предприемачеството сред жените, етническите малцинства и др. Друг важен документ е Иновационната стратегия на Република България, в която се отделя специално внимание на създаването на предприемачески единици (обединения) в политехническите университети в помощ на начинаещи предприемачи, нарастване на управленските и маркетинговите умения на студентите от тези университети.

Основните държавни институции, ангажирани с насърчаването на предприемачеството са Изпълнителната агенция за насърчаване на МСП (ИАНМСП), Министерството на икономиката, енергетиката и туризма, Министерството на труда и социалната политика, Агенцията по заетостта и др., а така също и национални организации като Българска стопанска камара (БСК), Българска търговско-промишлена палата, НПО като Национално сдружение на малкия и среден биз-

нес и др. Например последното сдружение е създадено през 2000 г., а през 2002 г. става конфедерация, обединяваща различни общински и секторни асоциации. То има над 400 юридически и 165 физически лица като членове от различни икономически сектори. По своите цели, задачи и структура е подобно на други европейски неправителствени асоциации на малкия и средния бизнес. Предоставя услуги на членовете си като обучение по предприемачество, подобряване на квалификацията на мениджърите, подготовка на проекти, маркетингови изследвания, счетоводни и други услуги. Взаимодейства с други НПО, държавни и местни институции, като представлява интересите на членовете си. Редица други (предимно изследователски) организации от неправителствения сектор работят също за развитие на предприемачеството. Такива са Центърът за икономическо развитие, Центърът за изследване на демокрацията, Институт за пазарна икономика, Институт за икономическа политика, Фондация за развитие на предприемачеството, редица национални, регионални, университетски и местни центрове за развитие на предприемачеството.

По програмите, свързани с предприемачество в средните училища преподават 680 учители, в повече от 450 учебни заведения и в над 100 населени места.

4.2 Образование и предприемачество

— Образование и участие на пазара на труда

Равнището на участие на населението на възраст 25-64 г. в различни форми на учене през целия живот през 2011 г. е 1.2-1.4% при 8.9% средно за страните от ЕС.²⁹ Изоставането на страната по този показател може да се обясни със забавяне в изпълнението на Национална стратегия за учене през целия живот 2008–2013 г., стартирала през 2010 г. Вече са предприети действия за прилагане на Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот в страната.

Преди икономическата криза, заетостта нарастваше екстензивно, като заетост намираха и лица, които при нормални обстоятелства не биха ангажирали интереса на работодателите, тъй като са недостатъчно производителни или не притежават квалификация, която да отговаря на изискванията на съответното работно място. Същевременно формалното образование и обучението на работното място, които по принцип могат да се справят с този проблем, се оказаха недостатъчно финансирани в рамките на 2009–2011 г. Поради тази причина, настъпилят спад в заетостта в следствие на кризата не можеше да бъде компенсиран. Липсата на достатъчно адекватни мерки от страна на частния сектор прави още по-важна ролята на публичния сектор за адресиране на проблемите, свързани с несъответствията между квалификацията и потребностите на работодателите в средносрочен и дългосрочен план. В противен случай, връщане към ниски равнища на безработица е твърде малко вероятно. Вече се забелязват тенденции в активизиране на частния сектор, най-вече на МСП по отношение обучението на служителите им. През 2011–2012 г. се регистрира подобрене в индекса за прилагане на добри практики от МСП (включващ обучението на служителите) – в сравнение с предходната година 12% от предприятията широко прилагат такива, а 22% – прилагат добри практики в умерена степен³⁰.

— Обучението по предприемачество в средните училища

Джунниър Ачийвмънт България

Въвеждането на обучението по предприемачество в средните училища на България стартира със създаването през 1997 г. на Junior Achievement Bulgaria

29 Прогнозни данни на Евростат

30 ИАНМСП, „Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП в България: 2011–2012 г. Икономическо възстановяване и конкурентоспособност“, 2012 г.

Според данните на МОНМ понастоящем в България има 51 акредитирани висши училища и колежи, предлагащи висше образование.

(<http://www.jabulgaria.org>). На сайта на организацията пише следното: „Стартирала с 10 пилотни класа, днес Джуниър Ачийвмънт България предлага 24 образователни курса и бизнес програми и има над 30 000 ученици в цяла България. Мисията на Джуниър Ачийвмънт България е да образова и вдъхновява младите хора да ценят свободната инициатива, бизнеса и икономиката, за да подобрят качеството на живота си. Подготвя ги да успяват на полето на глобалната икономика. През академичната 2009–2010 г. програмите на Джуниър Ачийвмънт България се преподават от 680 учители в повече от 450 учебни заведения в над 100 населени места. От 1997 г. насам повече от 130 000 ученици, 920 учебни компании и 3000 бизнес консултанти са участвали в дейностите на Джуниър Ачийвмънт България”.

Учебно-тренировъчни фирми в средните училища

През 1996 г. учители от Националната финансово-стопанска гимназия създават Център за учебно-тренировъчни фирми, който от 1999 става звено към Министерството на образованието. Създаването на такива фирми е подкрепено от програмата ECO NET през 2001 г. Проектът е финансиран от Австрийското външно министерство и реализиран с помощта на Култур Контакт Австрия и бюро за проекти *k.education*. ECO NET обхваща почти всички страни от Югоизточна Европа. Основните дейности включват създаване и разширяване на мрежата от учебно-тренировъчни фирми (УТФ); обучение на учители, директори и други представители на образователни институции по управление на проекти, бизнес комуникации и ръководство на УТФ. В резултат на тези усилия, в пет пилотни училища от София, Бургас, Монтана, Стара Загора и Варна са изградени моделни центрове, чиито основни задачи са:

- Наблюдаване на професионалното развитие и консултиране на учители и директори при изграждането на УТЦ в други училища.
- Подготовка и консултиране по организацията и провеждане на училищни панаири на УТФ.
- Сертифициране на УТФ.

Отчетено е, че в страната има 61 училища с 245 УТФ или средно 4 УТФ на училище. Разбира се, в някои бизнес ориентирани училища имат средно повече УТФ, докато други имат само по една.

– Обучението по предприемачество в колежите и висшите училища

Според данните на МОНМ понастоящем в България има 51 акредитирани висши училища и колежи, предлагащи висше образование. Почти във всички от тях има факултети, специалности, отделни курсове или дисциплини, свързани с обучението по икономика, мениджмънт и предприемачество. Според рейтинговата система на министерството, водещи звена в обучението по икономика и бизнес администрация са: Американският университет в България, УНСС, Стопанският факултет на СУ „Св. Климент Охридски” и др. В тях се изучават базови дисциплини като микро и макро-икономика, математика, статистика, счетоводство, мениджмънт, УЧР, маркетинг и др. Има основание да се смята, че обучението по предприемачество в тези ВУЗ се основава на тясното разбиране на предприемачеството само като знания и учения за създаване и управление на фирма. Вероятно и поради това то е насочено главно към студентите от специалностите по икономика и мениджмънт.

В същото време в доклад на ЕК от 2008 г. се казва следното: „понастоящем обучението по предприемачество не е достатъчно интегрирано в учебните

програми на висшите училища. Наличните данни показват, че мнозинството от курсове по предприемачество се предлагат в специалностите по икономика и бизнес. Разпространението на обучението по предприемачество е особено слабо в някои от новите страни членки на Съюза”. Според експертите на комисията, „под въпрос е ситуацията, дали бизнес училищата са най-подходящото място за обучение по предприемачество предвид това, че иновациите и жизнените бизнес идеи е по-вероятно да възникнат в технически, природо-научни и творчески специалности”. Експертите смятат, че „обучението по предприемачество не трябва да се смесва с общото обучение по бизнес и икономика; обучението по предприемачество има за цел да насърчава творчеството, иновациите и самозаетостта”. Българските висши училища не са изключение от описаната картина на обучение по предприемачество.

За да се преодолеят тези недостатъци през 2006 г. стартира проект “Създаване на центрове за насърчване на предприемачеството към висшите училища в България”, който позволи създаването на редица такива центрове главно в технически ВУ. Такъв е например Центърът по предприемачество и индустриална собственост към Техническия университет във Варна. Център се стреми да съдейства за комерсиализирането на обещаващи технически идеи, да изпълнява релевантни образователни, консултантски и информационни услуги. В Североизточния район на страната през 2009 т. се създава между-университетски център за насърчване на предприемачеството във Висше училище Международен колеж в гр. Добрич (<http://iuec-ne-bg-vumk.com/index.php>) и др.

Според друго изследване на ЕК, няма голяма разлика между новите и старите страни членки на Съюза относно ключовите измерения в обучението по предприемачество (тези измерения са: Стратегия, Институционална инфраструктура, Преподаване и учене, Постижения, Развитие, Ресурси). Все пак сравнението показва, че в институциите за обучение по предприемачество в старите страни членки (ЕС-15) са разпределени повече ресурси в сравнение с тези от новите страни-членки (Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe, 2008, с. 36). Резултатите разкриват, че като цяло има недостиг на обучение по предприемачество в не-бизнес училищата на Европа; мнозинството курсове по предприемачество се предлагат главно в бизнес и икономическите специалности; има недостиг на преподаватели по предприемачество; малко се прави да се мотивират преподавателите да се ангажират по-активно с обучение по предприемачество (пак там, с. 65-66).

Подобно на висшите училища в Европа, българските колежи и университети също страдат от подобни слабости, отнасящи се до организацията на обучението по предприемачество, наличния преподавателски състав, качеството на обучението, използването на съвременни методи за обучение, интегрирането на обучението по предприемачество в учебните програми, което би могло хоризонтално да се разпростре във всички научни и учебни полета. Няма много специализирани преподаватели, преобладават учебни методи като лекции, докато много по-малко се използват интерактивните методи и връзките с реалния бизнес.

Добро изключение в случая е схемата на МОНМ за проекти по обновяване на учебните програми във висшите училища във връзка с потребностите на пазара на труда. Тези проекти изискват осъвременяване на учебните програми в тясна връзка с потребностите на реалния бизнес и пазара на труда.

В доклада на ЕК се споменава също, че „мобилността на преподаватели и изследователи между институциите на висшето образование и бизнеса е много

В България има около 50 акредитирани частни колежи, където обучението по предприемачество също е представено.

слаба като цяло, като такива практики дори не се насърчават много... Липсата на адекватни умения и опит в преподаването на предприемачество е особено остра в пост-преходните страни от централна и източна Европа... Въпреки че се включват предприемачи и бизнес практики в обучението, малко са случаите на предприемачи, ангажирани в пълната учебна програма. Най-често те се канят за кратки презентации пред студентите като гост-лектори или членове на различни журита” (ЕС 2008, р. 32; 38; 66).

Ключовата препоръка от тези изследвания на обучението по предприемачество във висшите училища на Европа се отнася до самата дефиниция (разбирането) на предприемачеството. В много случаи съпротивата на академичните среди към учебните програми по предприемачество произтича от неразбирането на това - какво всъщност е предприемачеството. Курсовете са фокусирани главно върху създаването на бизнес план и развитие на даден продукт или услуга. В същото време общите цели на университетското образование се разбират като създаване и разпространение на знание като публично благо, а не създаване на знание за лична полза. В този смисъл ценностите на университетското образование като че ли са в противоречие с целите на обучението по предприемачество (Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe, 2008, с. 36). Затова е необходимо да се приеме едно по-широко разбиране на предприемачеството.

— Продължаващото обучение и предприемачество

В България има около 50 акредитирани частни колежи за професионално обучение по туризъм, мениджмънт и много други професии, където обучението по предприемачество също е представено. Имайки предвид описаната по-горе ситуация с обучението по предприемачество във ВУ, трудно е да си представим, че професионалните училища правят изключение. Освен това много от частните образователни центрове са създадени специално за обучение по управление и предприемачество, като предлагат краткосрочни и нескъпи курсове. Такива курсове се предлагат и в специално създадените центрове за професионално обучение към някои от големите браншови асоциации.

Например Центърът за професионално обучение към БСК предлага курсове за начинаещи и напреднали в 35 професии и над 60 специалности. В допълнение се организират курсове и за начинаещи предприемачи. Такива курсове могат да започнат при наличие на група от 8-10 души, покриващи разходите по обучението. Курсовете са доста гъвкави – обучението може да е вечер или през почивните дни. Средните цени са около 400-500 лв. за курсове от 18 до 200 часа. Центърът предлага също така сертификация по European Business Competence* Licence (EBC*L) – европейски стандарт за бизнес компетенции. Центърът има 18 учебни звена в гр. София и в страната, структурирани към регионалните и браншовите камари – членове на БСК.

Всяко звено притежава собствена материално – техническа база за провеждането на обученията по теория и практика. В сътрудничество с Германската асоциация за организация на труда и предприятията и фирмено развитие се организират т.н. REFA курсове от БИК Капиталов пазар ЕООД (дъщерно дружество на БСК). Успешно завършилите получават REFA сертификат, но цената на тези курсове е по-висока (около 1500 лв. на участник).

Подобни курсове се организират и от Българска търговско-промишлена палата, Национално сдружение на малкия и среден бизнес, други браншови организации, НПО и центрове.

Младите предприемачи могат да подобрят уменията си в програмата Топ клас на Центъра предприемачество и управленско развитие (CEED). Годишна такса за участие е 2000 лв. без ДДС, която включва и членство в регионалния CEED клуб. Програмата предлага участие в месечните обучения, участие в събитията за обмен на бизнес контакти на местно и международно ниво.

Висок клас курсове се предлагат и от Българска асоциация за развитие на мениджмънта и предприемачеството – (БАРМП). Различни организации по различно време са предлагали и висок клас курсове, позволяващи получаването на международни сертификати, които са относително по-скъпи (над 4000 евро).

Българският форум на бизнес лидерите организира майсторски класове за избрани студенти. Тези класове са професионална програма за обучение на бъдещи бизнес лидери. Основната цел на проекта „Майсторски бизнес класове“ е да срещне бизнеса с младите хора и заедно с това да изгради отговорна връзка между настоящите и бъдещите бизнес лидери. Всеки майсторски клас разглежда в няколко последователни лекции най-актуалните проблеми на „реалния“ бизнес. Целта е да се навлезе в по-дълбоки подробности от различни сфери от бизнеса и по този начин да се изгради мост между теоретичната подготовка на студентите и реалните очаквания на бизнеса от тях. Майсторските бизнес класове се провеждат от 2001 г. и досега над 10 000 студенти са участвали в класовете, а лектори са били представители на близо 300 компании. Проектът предоставя достъп на близо 200 компании до най-голямата база данни от таланти студенти в България.

4.3 Развитие на профила на предприемачите в България, 1991–2013 г.

По данни от изследването „Предприемачество и частен бизнес в България“³¹, през 2011 г. предприемачите се разпределят по *възраст*, както следва: до 30 г. – 5%; от 31 до 40 г. – 25%; от 41 до 50 г. – 33%; от 51 до 60 г. – 28%; над 60 г. – 9%. През периода от 1997 до 2011 г. се наблюдава устойчива тенденция на застаряване (относителният дял на предприемачите на възраст до 30 г. намалява от 13% на 5%; в интервала 31-40 г. – от 35% на 25%; в интервала 41-50 г. е налице относителна устойчивост (35-35%); в интервала 51-60 г. делът нараства от 14% на 28%; при тези над 60 г. – от 3 на 9% (Давидков, 2005, 2010).

За периода 1991–2011 г. се отчита и значителна промяна в съотношението на мъжете и жените предприемачи.

Табл. 4-1: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ПО ПОЛ

пол	1991	1997	2004	2011
	в % от отговорилите			
Мъже	79	70	60	55
Жени	21	30	40	45
Общо	100	100	100	100

Източник: Предприемачество и частен бизнес в България (2011), Давидков, Ц. (2010)

Относителният дял на предприемачите мъже неотклонно намалява – през периода 1991–2011 г. – от 79% на 55%. Делът на предприемачите жени неотклонно нараства – през 2011 г. достига 45%.

31 Проучването е проведено през 2011 г. сред 1 090 собственици на фирми, като част от дългосрочен проект за наблюдение развитието на предприемачеството и частния бизнес в България (Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“).

48% от предприемачите са с висше, една трета със средно специално, 18% със средно и под 1% – с основно образование.

Висшистите доминират сред предприемачите от промишлеността (65%)

Средните предприятия имат най-висок дял предприемачи с висше образование (83%), следваните от малките (63%).

По отношение на социално-професионалния генезис, през 2011 г. 11% от предприемачите произлизат от: категория 1 – работник в промишлеността / строителството; категория 2 – работник в търговията/услугите – 14%; категория 3 – служители - в държавната администрация, учреждение, фирма, предприятие – 46%; категория 4 – техническа интелигенция - 11%; категория 5 – хуманитарна интелигенция – 6%; категория 6 – ученици, студенти и др. – 12%. Докато за периода 1997 – 2011 г. относителният дял на категории 1 и 2 са устойчиви, служителите (категория 3) – нарастват от 41 на 46%; а категории 4 и 5 намаляват - делът на техническата интелигенция - от 18 на 11%; делът на хуманитарната интелигенция – от 9 на 6%.

През 2011 г. 39% от предприемачите са със средно образование; 6% – с по-висше; 54% – с висше (вкл. по-високо). През периода 1997–2011 г. образователната структура е относително устойчива: предприемачите със средно образование са между 38% и 41%; с по-висше – 4-6%; а тези с висше (и по-високо) образование – 51-54%.

Сред анкетираните предприемачи в рамките на проведеното за целите на настоящия анализ социологическо проучване, 48.2% са с висше, една трета със средно специално, 18.2% със средно и под 1% – с основно образование. Жените предприемачи преобладават сред тези с висше (53% при 41% за мъжете), докато мъжете се представени по-силно сред анкетираните със средно специално (37% при 30% за жените) и средно образование (съответно 20% и 16%). Тези разлики са статистически значими, но сравнително слаби (Cramer's V = .128, Approx. Sig. .043).

Доста по-значими са разликите в образованието между предприемачите в зависимост от населеното място. Докато 68.5% от анкетираните от София са с висше образование, то в селата те са само 20.5%.

Табл. 4-2: ОБРАЗОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ В ЗАВИСИМОСТ ОТ НАСЕЛЕНОТО МЯСТО

Образование на собственика/директора	Населено място				Общо
	София	Областен град	Друг град	Село	
Основно		0.4%	3.9%		0.8%
Средно	5.6%	18.0%	28.9%	25.0%	18.2%
Средно специално	25.9%	32.9%	17.1%	54.5%	32.8%
Висше	68.5%	48.7%	50.0%	20.5%	48.2%
Общо	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Източник: Проучване МСП 2013, Обединение "Инсайт"

В зависимост от сектора на дейността, висшистите доминират сред предприемачите от промишлеността (65%), а са значително по-слабо представени сред тези от търговията (39%). Лицата със средно и средно специално образование преобладават в сектора на търговията.

Средните по размер предприятия (с над 50 заети) имат най-висок дял предприемачи с висше образование (83%), следваните от малките (63%), докато в микро предприятията те са 40%. Сред последните са представени по-значимо предприемачите със средно (22%) и средно специално образование (38%) (Cramer's V = .220, Approx. Sig. .000).

Предприемачите с висше образование са малко над половината във възрастовите групи до 35 г., от 36 до 44 г. и от 45 до 54 г., докато тези със средно специално образование преобладават във възрастовата група над 55 г. (42%).

Налага се представата, че предприемачите сред жените, от столицата, секторите на промишлеността, средните и малките по размер предприятия и във възрастовите групи 35-54 г. имат по-висок дял сред лицата с висше образование, докато предприемачите сред мъжете, от селата, търговията и услугите, микро предприятията и на възраст над 55 г. преобладават сред тези със средно и средно специално образование.

Основни нагласи на българския предприемач

През периода 2004–2011 г. две трети от предприемачите подкрепят позицията „Държавата да не се намесва в работата на хората“; същевременно също толкова от предприемачите подкрепят схващането, че „Държавата трябва да се грижи за всеки“. В тази на пръв поглед вътрешно противоречива позиция могат да се открият както рационални основания, така и взаимно ограничаващи се мотиви.

Предприемачите декларират подкрепа за *диференциация* тип социална справедливост („Усилията на отделния човек трябва да се стимулират повече“). Тази позиция е доказателство за самооценка, чрез която предприемачите се причисляват към създаващата („творящата блага“) част на обществото; това е основание да имат претенцията за „полагащата им се“ част от общественото богатство. Същевременно – макар и доста по-ограничено – е налице съзнанието, че в обществото са необходими и преразпределителни механизми (Доходите трябва да бъдат относително еднакви).

Табл. 4-3: ОТНОШЕНИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ КЪМ СОЦИАЛНАТА СПРАВЕДЛИВОСТ

	1991	1997	2004	2011
	в % от отговорилите			
Усилията на отделния човек трябва да се стимулират повече	97	99	98	99
Доходите трябва да бъдат относително еднакви	35	23	26	31

Източник: Предприемачество и частен бизнес в България (2011), Давидков, Ц. (2010)

Над 80% от предприемачите (2011) логично защитават позицията „Човек може да забогатее без да ощетява другите“³². Зад тази позиция може да се прочете ясното послание „Аз не съм експлоататор, (доколкото) забогатявам - то е благодарение на личните ми усилия и труд“. Същевременно е налице устойчива група предприемачи (1997 – 33%; 2004 – 33%; 2011 – 34%), които не могат (или не искат) да се еманципират от възгледа „Хората забогатяват само за сметка на други хора“. Декларирането на позиция в „дилемата богатство“ е сложен съвкупен резултат от теоретични (вкл. идеологически) схеми, осмисляне на текущата практика, пластове в историческото съзнание на обществото и пр.

Данните, описващи отношението на предприемачите към труда могат да се разглеждат като ориентири за *трудова морал* на съвременния български предприемач. Като цяло, отношението към възвращаемостта от вложените усилия остава относително постоянно през последните 20 години, като 87% от предприемачите имат положително отношение към упоритата работа. Въпреки това, в годините на прехода, процентът на предприемачите, които вярват, че за успеха са необходими късмет и връзки нараства повече от два пъти и към 2011 г. той възлиза на 86%.

32 През периода 1991-2011 г. относителният дял на предприемачите от тази група е, както следва: 1991 - 83%; 1997 - 78%; 2004 - 76%; 2011 - 82%.

През периода 1997–2011 г. близо 9 от всеки 10 предприемачи декларират едновременно принадлежност към два различни, но взаимно предполагащи се, типа трудов морал. Традиционният (упоритата работа се възнаграждава) и съвременният (работа - да, но не на всяка цена). В първия случай можем да говорим за труда като *безусловна ценност*. Във втория - за труда като *условна ценност*.

Изборът на позиция в *дилемата труд* е обусловен от богата и разнообразна съвкупност от факторни променливи – социално-демографски характеристики на изследваните предприемачи, ценностни нагласи, оценки за фактическата ситуация на бизнеса и др.

Табл. 4-4: ОТНОШЕНИЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ КЪМ ТРУДА³³

	1991	1997	2004	2011
	в % от отговорилите			
Упоритата работа (в края на краищата) се възнаграждава	88	88	86	87
Само с работа не се успява – трябва късмет, връзки	41	86	90	86

Източник: Предприемачество и частен бизнес в България (2011), Давидков, Ц. (2010)

През 2011 г. удовлетвореността на предприемачите от печалбата е значително по-ниска в сравнение с предходните наблюдения: през 1997 г. 48% от предприемачите са удовлетворени от печалбата; през 2004 г. – 50%; през 2011 г. – 34%. Ако следваме общата логика на обяснение на икономическата ситуация, „виновни са кризата и неадекватното поведение на правителството“.

Въпреки засилващото се неудовлетворение от печалбата, *материалният статус на предприемачите не се влошава*. Възможно обяснение е стратегията на разпределение на предприемаческия доход между личното потребление (вкл. това на семейството) и инвестициите за развитие. При обсъждането на този въпрос често се отбелязва следното: при значителна част от предприемачите сферата на бизнеса не е отчетливо разграничена от сферата на личното потребление; що се отнася до избора на приоритети, те са свързани както с ценностите и манталитета на предприемача, така също с конфигурацията на бизнеса (например еднолично управление, съдружници и пр.).

Табл. 4-5: САМООЦЕНКА НА ПРЕДПРИЕМАЧИТЕ ЗА МАТЕРИАЛНОТО ИМ ПОЛОЖЕНИЕ

	1997	2004	2011
	в % от отговорилите		
Как оценявате собственото си материално положение?			
Не се лишавам от нищо важно в ежедневието си	34	34	36
Рядко се налага (да се лишавам от важни неща)	39	38	38
Често се налага (да се лишавам от важни неща)	22	23	22
Постоянно се лишавам – дори от елементарни неща	5	5	4
Общо	100	100	100

Източник: Предприемачество и частен бизнес в България (2011), Давидков, Ц. (2010)

В сравнение с 2004 г., общата оценка на състоянието на частния бизнес в България през 2011 г. се влошава (през 2004 г. оценката на 79% от предприемачите е оптимистична; през 2011 делът на оптимистите намалява на 52%). Що се отнася до оценката на нормативната база за бизнес, и през 2004, и през 2011 г.

³³ През 2011 г. 77% от предприемачите застават едновременно и зад позицията „Упоритата работа (в края на краищата) се възнаграждава“, и зад „Само с работа не се успява - трябва късмет, връзки“ - вж. (Давидков, 2010, с. 228).

38% от предприемачите я характеризират като добра, но за над 60% тя е неудовлетворителна.

— **Ефекти на обучението по предприемачество върху икономиката и обществото**

Проф. Баумол твърди, че предприемачеството може да бъде конструктивно и деструктивно – това зависи от силата на институциите в дадената страна и икономика. Слабите институции обикновено подкрепят деструктивното предприемачество, което се свързва с подкупи, корупция и висок дял на сивата икономика. В тази среда се извършва негативна селекция – най-добри може да са тези, които знаят кого и как да подкупят. Обратно, силните институции, които защитават правата на собственост, в т.ч. и интелектуалната собственост, са основа за конструктивното предприемачество, свързано с иновациите и творчеството (Baumol, 1990).

От своя страна Хоуърд Стивънсън така отговаря на въпроса дали е възможно да се учи предприемачество. Много години се смята, че всички студенти от добрите университети са способни да бъдат предприемачи, затова не си струва да си губят времето да вземат курсове по предприемачество. Ако някой има талант в музиката, обучението по музика не би го направило веднага или със сигурност втори Бетовен. Но това обучение определено ще му помогне. Талантът може да се научи на нещо в процеса на обучение, а ако няма обучение – може да се научи от тежкия опит на пробите и грешките. Ако студентите от Харвард са наистина умни, стремящи се към достижения, обучението по предприемачество би им дало някои инструменти и техники, с които биха подобрили шанса си за успех. Има емпирични доказателства, че обучението по предприемачество помага както на тези, които са решили и имат талант да бъдат предприемачи, така и на останалите да разберат дали имат капацитет да станат предприемачи, защото може и да нямат талант за това.

Според проф. Куней, един от митовете за предприемачеството е, че то се отнася само до създаването на нов бизнес или разширяване на съществуващ (Cooney, 2013). Той смята, че предприемачеството е по-скоро начин на мислене и поведение, свързан с идентифициране на възможности, създаване на екип, намиране на ресурси, поемане на риск, позитивно мислене и изграждане на нещо за бъдещето. Поради това предприемачеството може да бъде прилагано в много различни контексти като социално предприемачество, предприемачество в публичния сектор, в творческите индустрии и на много други места.

Само няколко страни от ЕС обаче имат стратегии за образование по предприемачество (Норвегия, Финландия и Дания), които осигуряват получаване на такива знания за всички ученици и студенти по време на формалното им обучение. Други страни (в т.ч. и България) имат разнообразни, но отделни инициативи за средното и висшето образование, които обаче не представляват кохерентна стратегия. Тези инициативи най-често са фрагментирани и не отговарят на потребностите на местната икономика.

За съжаление създаването и прилагането на подобна национална стратегия за обучение по предприемачество се натъква днес на бюджетни ограничения

По инициатива на ЕК е проведено изследване сред 9 европейски университета, където част от възпитаниците са имали обучение по предприемачество (861), а други не са имали (контролна група от 1 443), а така също и сред възпитаници на Европейската конфедерация на младите предприятия (ЕКМП) (288). Изследвани са ефектите на обучението по предприемачество (или отсъствие на такова) върху ключови компетенции за предприемачество, намерения към предп-

риемачество, възможности за намиране на работа и влияние върху обществото и икономиката. Според резултатите, получилите обучение по предприемачество като част от учебната програма имат по-добри академични постижения, по-добри умения за решаване на проблеми, вземане на решения, поддържане на личностни отношения, работа в екип, управление на пари и публични презентации. Тези умения са ключови за намирането на работа и личностното развитие на индивида (по-висока самооценка и само ефикасност). Докладът разкрива, че преминалите обучение по предприемачество демонстрират в по-голяма степен предприемачески намерения и нагласи, по-рано намират работа, правят иновации дори като служители във фирми и поставят началото на повече компании.

Що се отнася до заетостта, например, 16% от групата на преминали предприемаческо обучение са самонаети (8% от тях са предприемачи и 8% на свободна практика) в сравнение със само 10% от контролната група (сред които има 3% предприемачи и 7% на свободна практика). 78% от възпитаниците на ЕКМП веднага са намерили работа след завършването, следвани от 66% от тези, които са преминали обучение по предприемачество и накрая с 59% са лицата от контролната група. 63% от първите две групи споделят, че имат възможност да разгърнат творчески способности и идеи там, където работят в сравнение с 55% от контролната група. Данните показват също така леки групови разлики в полза на обучаваните по предприемачество по отношение на чистия годишен доход, който получават.

Влиянието върху обществото е измервано като участие в доброволна работа и некомерсиални проектни инициативи. Според резултатите от възпитаниците на ЕКМП преобладават в тези две дейности (съответно с 53% и 58%), следвани от обучаваните по предприемачество (съответно 39% и 49%), докато тези от контролната група са с по 38% по двата вида дейности. Ако 40% от контролната група споделят, че никога не са мислили да започнат свой бизнес, такива са само 19% от възпитаниците на ЕКМП и 25% от преминалите обучение по предприемачество. Аналогично, много повече лица от контролната група твърдят, че е малко вероятно да започнат свой бизнес в сравнение първите две групи.

В допълнение са изследвани 133 действащи предприемачи от извадката, сред които 65 преминали обучение по предприемачество, 25 възпитаници на ЕКМП и 43% от контролната група. Сравнението показва, че лицата от първите групи са започнали почти веднага след завършването си бизнес, докато на лицата от контролната група им е трябвало средно между 3 и 5 години след завършването да се ориентират към самостоятелен бизнес. Освен това предприемачите от групата с обучение по предприемачество демонстрират по-иновативен бизнес в сравнение с предприемачите от контролната група. Предприемачите – възпитаници на ЕКМП са създали средно 5.4 работни места, тези с обучение по предприемачество - 4.2 и предприемачите от контролната група - 4. Предприемачите с обучение генерират средно 50% годишен ръст на оборота, възпитаниците на ЕКМП - 47% и тези от контролната група - 34%. Много по-висок дял от първите две групи споделят, че искат техния бизнес да расте (съответно 58% и 48%), докато едва една трета от предприемачите от контролната група желаят това. Единственият показател, по който предприемачите от контролната група са водещи - това е нетния годишен доход. Това може да се дължи на факта, че по-иновативния бизнес на предприемачите с обучение изисква по-високи разходи (ЕС, 2012b, с. 71-81).

Крайното заключение е, че обучението по предприемачество има позитивно влияние върху мисленето на младите хора, техните намерения към предприе-

мачество, възможностите им за намиране на работа и тяхната роля в обществото и икономиката като цяло (ЕС, 2012b, с. 82).

Като цяло ситуацията в сектора на българските МСП по отношение на иновациите, интернационализацията, стандартизацията, използването на ИКТ и е-търговията не е блестяща. Структурата на сектора свидетелства за относителна слабост, главно поради големия брой микропредприятия (с 0-9 заети, от които близо половината нямат нает персонал), ниска конкурентоспособност, малък дял на износителите, слабо включване в е-бизнеса. Според последния доклад на ИАНМСП от 2012 за МСП, редица слаби страни на тези предприятия, регистрирани през 2010 г., бележат някакво подобрене по отношение степен на иновативност, регистриране на интелектуална собственост, достъп до финансиране и ниво на интернационализация. Като цяло обаче, нивото на създаване на собствени търговски марки (брандове), патенти и друга интелектуална собственост остава относително ниско в сравнение със средноевропейското. Други характеристики, които макар и подобрени, са оценени все още като слаби, са достъпът до финансиране, участието в мрежи на сътрудничество и клъстери и внедряването на иновации. По същество това са факторите, които са водещи за създаването на устойчиви конкурентни предимства в сегашната глобална икономика.

Може да се предположи, че така описаната ситуация на сектора на МСП донякъде се дължи и на недостатъчно добрата организация на обучението по предприемачество в страната, но тази хипотеза се нуждае от доказване.

През последните двадесет и пет години икономическата теория и практика ясно очертава ролята на образованието върху икономическото развитие. Образователното равнище, което е най-често използваният индикатор за човешкия капитал в икономиката, влияе положително върху икономическия растеж, производителността на труда, общата факторна производителност и технологичното развитие³⁴.

В повечето емпирични анализи, образователното равнище на работната сила се формира от два основни компонента:

- Формално образование (училищно, университетско);
- Професионално обучение и обучение през целия живот, вкл. чуждо езикови обучения и обучения по ИКТ.

Изследването на ролята на тези две компоненти върху българската икономика е направено в рамките на нетната оценка на въздействието на икономическите политики, финансирани по линия на Структурните инструменти³⁵. Оценката на ефектите от тези политики показва засилване на положителната им роля през последните години за икономическото развитие на България. От една страна, това е резултат от силно ограничените в тази област частни инвестиции. От друга страна, тези политики са насочени към развитие на човешкия капитал, което рефлектира върху икономиката в средносрочен план, поради което ефектите стават осезаеми поне една-две години след реализиране на инвестициите.

34 Simeonova-Ganeva, Ralitsa (2010) "Human Capital in Economic Growth: A Review of Theory and Empirics", *Economic Thought*, Institute of Economics, BAS, Issue 7/2010, pp.131-149.

35 Василев, Д., К. Ганев, Р. Симеонова-Ганева, П. Чобанов и С. Цветков (2011) Модел за оценка на ефектите от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС върху икономиката на България: Ръководство за работа с модела. Оценка на въздействието на СКФ върху икономиката на България. (Теоретична рамка, спецификация на модела, използвани данни, емпирични оценки, резултати от симулации), Министерски съвет, Р България. (www.eufunds.bg/document/3428)

ТАБЛ. 4-6: ЕФЕКТИ ОТ ПОВИШАВАНЕТО НА ОБРАЗОВАТЕЛНОТО РАВНИЩЕ, ФИНАНСИРАНО ПО ЛИНИЯ НА СТРУКТУРНИТЕ ИНСТРУМЕНТИ ПО ОСНОВНИ МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ ИНДИКАТОРИ КЪМ КРАЯ НА 2010, 2011 И 2012 Г.

Макро индикатори	2010	2011	2012
Реален БВП (%)	0.1%	0.3%	0.7%
Частно потребление (%)	0.2%	0.5%	1.0%
Правителствено потребление (%)	0.9%	1.7%	2.7%
Частни инвестиции (%)	0.0%	0.0%	0.0%
Правителствени инвестиции (%)	0.0%	0.0%	0.1%
Износ на стоки и услуги (%)	0.0%	0.1%	0.2%
Внос на стоки и услуги (%)	0.0%	0.2%	0.5%
Заетост (%)	0.4%	0.8%	1.5%
Коефициент на безработица (п.п.)	-0.3%	-0.6%	-1.0%
Средна годишна заплата(%)	0.1%	0.5%	1.3%
Инфлация (п.п.)	-0.2%	-0.2%	-0.4%
Бюджетен баланс/БВП (п.п.)	0.0%	0.1%	0.2%
Публичен дълг/БВП (п.п.)	0.0%	-0.1%	-0.4%
Баланс по текущата сметка/БВП (п.п.)	0.2%	0.2%	0.3%

Източник: СИБИЛА

Обучението по предприемачество е мостът, който свързва бизнеса с науката и иновациите. Вероятно ниската степен на иновативност на българските МСП се дължи и на недостатъчното сътрудничество на фирмите с научни организации. Според изследване на „Алфа ризърч“ от 2010 г., „54% от българските фирми по никакъв начин не са си сътрудничили с научни или образователни институции. Останалите 46% от фирмите най-често ползват научни експерти. 13% от тях са инвестирани в научни разработки, а 11% са помагали на млади хора на науката. По-рядко бизнесът е купил или използвал научни разработки. 70% от фирмите са доволни от научния продукт, който са получили. Едва 2% са недоволни. 57% от анкетираните 76 големи и 30 средни фирми имат ясни приоритети за научни инвестиции. Основните пречки за това се откриват най-често в графата „не сме имали нужда“. С по 4% се нареждат обясненията „криза“, „липса на стимули“ и „наличие на фирмени специалисти“.

В същото време недостатъчните инвестиции в иновации обрича фирмите на спадаща конкурентоспособност след време. Затова е необходима по-голяма активност от страна на бизнеса и на научните институции за интензифициране на взаимния диалог. ▼

— Ключови моменти

- В рамките на проведената анкета 48% от предприемачите са с висше, една трета със средно специално, 18% със средно и под 1% – с основно образование. Съществуват съществени различия на регионален принцип – 68% от анкетираните от София са с висше образование, докато в селата този дял възлиза на 20%.
- Висшистите доминират сред предприемачите от промишлеността (65%), докато в търговията те са значително по-слабо представени (39%).
- Средните по размер предприятия (с над 50 заети) имат най-висок дял предприемачи с висше образование (83%), следваните от малките (63%), а в микро предприятията техният брой обхваща 40%.
- Предприемачите с висше образование са с преобладаващ дял във възрастовите групи до 35 г., 36-44 г. и 45-54 г.,
- Равнището на участие на населението на възраст 25-64 г. в различни форми на учене през целия живот през 2011 г. е 1.2-1.4% при 8.9% средно за страните от ЕС.
- През 2011-2012 г. се регистрира подобрене в индекса за прилагане на добри практики от МСП (включващ обученията на служителите в сравнение с предходната година: 12% от предприятията широко прилагат такива, а 22% – прилагат добри практики в умерена степен.
- Въвеждането на обучението по предприемачество в средните училища на България стартира със създаването през 1997 г. на Junior Achievement Bulgaria като през академичната 2009/2010 г. по тези програми преподават 680 учители, в повече от 450 учебни заведения и в над 100 населени места.
- Според данните на МОНМ понастоящем в България има 51 акредитирани висши училища и колежи, предлагащи висше образование.
- В България има около 50 акредитирани частни колежи за професионално обучение по туризъм, мениджмънт и много други професии, където обучението по предприемачество също е представено.
- Обучението по предприемачество е мостът, който свързва бизнеса с науката и иновациите. Вероятно ниската степен на иновативност на българските МСП се дължи и на недостатъчното сътрудничество на фирмите с научни организации. Според изследване на „Алфа рಿಸърч“ от 2010 г., в повече от половината фирми (54%) не се наблюдава сътрудничество с научни или образователни институции.

4.4 Състояние и перспективи за развитие на женското предприемачество

ОИСР в своите анализи дефинира предприемаческите дейности на жените като: „създаване, управление, разрастване и оттегляне от бизнеса на независими фирми³⁶. Най-често използваните работни дефиниции за женското предприемачество могат да бъдат идентифицирани като:

- дял на жените, които са самонаети;
- дял на жените, притежаващи бизнес и
- коефициент на предприемачество на жените (entrepreneurship rate of women)

Общата тенденция в Европа е неизползване на потенциала за предприемачество сред жените. По-малко жени стартират бизнес в сравнение с мъжете; както и по-малко жени имат намерение да започнат бизнес. Обикновено жените избират да започнат бизнес и да го управляват в сектор търговия на дребно, услуги за населението и други. ЕК подпомага женското предприемачество и създаването на бизнес среда, като улеснява създаването и развитието на компаниите, създадени от жени. Женското предприемачество е на дневен ред за ЕК, като жените предприемачи са дефинирани като: „жени, които създават бизнес, в който притежават по-голяма част, и взимат решенията, рискуват и управляват всекидневно“³⁷. Европейската практика извежда следните основни мотиви за стартиране на бизнес от жените:

- Откриване на благоприятна пазарна възможност – много жени, които познават добре дадено производство, технология, продукт/услуга, сектор, пазар или пазарна ниша могат да открият благоприятна възможност за стартиране на нов бизнес. Важна роля тук има законодателството за защита на интелектуалната собственост и авторските и сродните права, което може да помогне на бъдещите жени-предприемачи да защитят своята бизнес идея от конкуренти.
- Финансови мотиви – предприемаческата дейност дава възможност на жените да получат значително по-високи доходи в сравнение с платената заетост, но е свързана и с риск от финансови загуби.
- Натрупване на знания, умения и професионален опит – жените, които са натрупали знания, умения и професионален опит като служители в държавна или частна организация могат да решат, че ще ги използват по-ефективно, като стартират и управляват собствен бизнес.
- Постигането на независимост и удовлетвореност от работата – жените взимат решение да стартират бизнес след преценка на всички печалби и загуби от тази дейност като време, пари, възможност за развитие, удовлетвореност и др. Също така, решението за стартиране на собствен бизнес може да бъде повлияно от желанието за себедоказване или от необходимостта за постигане на финансова независимост. Неудовлетвореността от сегашната работа или невъзможността за развитие на кариерата в някоя организация могат да бъдат силен мотив за стартирането на предприемаческа дейност.

³⁶ OECD (2004), Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy

³⁷ European Commission (2004), Promoting entrepreneurship amongst women

- Необходимостта от съвместяване на личния и професионалния живот — тук роля играят предоставяните социални услуги като детски градини, ясли и др.; законовата уредба на отпуските за майчинство и за отглеждане на деца, финансовите стимули за семействата и демографската политика в съответната страна. Възприетият в обществото модел на грижа за децата — споделена отговорност между държавата и семейството, или само лична отговорност и ангажимент на домакинството също оказва влияние.
- Избягване на безработица — понякога жените са принудени да стартират собствен бизнес, защото са безработни или не могат да си намерят работа. Особена роля тук има законовата уредба на обезщетенията при безработица, социалните плащания и помощи и др. Ако при загуба на работата си/прекратяване на фирмената дейност жената знае, че няма да получи след това обезщетение, тя по-трудно би рискувала спестяванията си за започване на бизнес.

Жените предприемачи имат висше или средно специално образование и са на възраст 35-64 г.

— Жените предприемачи в България през прехода

Профилът на жените предприемачи в България според редица проучвания в периода на прехода е следният: те са на възраст между 36 и 55 г. и нямат завършено университетско образование³⁸. Често финансовите мотиви са особено важни за жените при започване на бизнес и затова те проявяват склонност да поемат рискове в своята дейност като предприемачи. Въпреки, че притежават квалификация и умения, голяма част от тях при стартиране на бизнеса си са започнали без достатъчен първоначален капитал и персонал. Често жените ръководят малка фирма в сферата на услугите, хотелиерството и ресторантьорството, търговията; ползват чужди езици; работят с компютър и ползват интернет; предпочитат да работят извън дома си, като успешно съчетават работата с грижите за децата и семейството. За разлика от жените предприемачи в останалите икономики в преход, българките често смятат, че бизнесът им няма да се разрасне. Почти половината имат авторитарен стил на управление. Фирмите със собственици-жени често са микро (с до 6 души персонал) и са регистрирани като ЕТ. Тези компании съществуват от не повече от 5 г. Често жените предприемачи в България нямат висше образование, докато в другите страни в преход голяма част от предприемачите жени имат висше образование.³⁹ Значими разлики между жените и мъжете-предприемачи се наблюдават в размера на фирмата, предмета на дейност, наемане на външни хора, формата на регистрация, мотивите за стартиране на бизнеса, социално-професионалния генезис, семейното положение, лидерския стил и отношението към държавата⁴⁰.

— Профил на жените предприемачи в България днес

За целите на анализа анкетираните жени в проведеното проучване на МСП в началото на 2013 г. са разделени в 3 групи: жени-управляващи съдружници/собственици на фирмите; жени-управители/изпълнителни директори на фирми и жени-собственици, които не управляват бизнеса. Техните профили ще бъдат разгледани поотделно.

Жените-съдружници във фирмите работят в следните отрасли: търговия, услуги; промишленост и строителство. Техния дял е 57.9% от анкетираните

38 Йорданова, Д. „Ефекти на пола върху предприемачеството: емпирични данни от България”, докторска дисертация, Автономен Университет на Барселона.

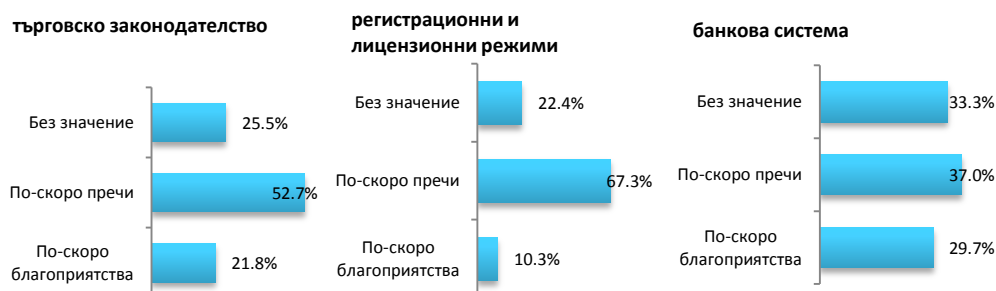
39 Welter et al., 2005; Zapalska, 1997; Lituchy and Reavley, 2004; Wells et al., 2003; Mrcozkowski, 1997; Özcan, 2006.

40 Давидков, Т. (2005). „България & предприемачите”. С. УИ „Св. Климент Охридски”.

жени. Жените управители считат, че законите защитават собствеността им, като нормативната база е достатъчна добре развита. За 1/3 от анкетираните нормативната уредба в областите търговско законодателство, регистрационни и лицензионни режими, браншовото законодателство и банкова система по-скоро пречи на бизнеса. Други съществени проблеми за жените-собственици са административните пречки от страна на данъчната администрация.

Фиг. 4-1: КАК ОЦЕНЯВАТЕ ВЛИЯНИЕТО НА СЪЩЕСТВУВАЩАТА ЗАКОНОВА БАЗА ПО ОТНОШЕНИЕ НА:

Отговор на жените-съдружници



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

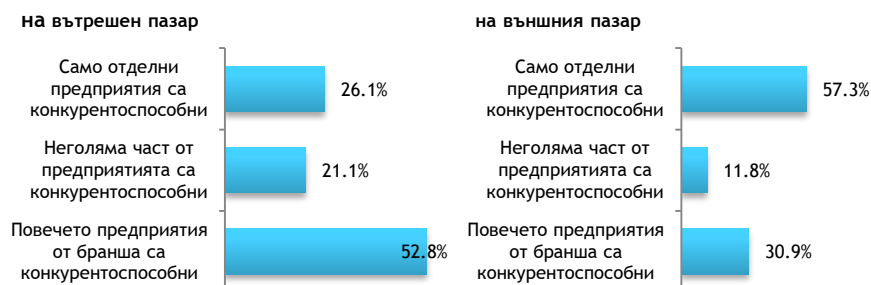
Сред тази група жени преобладаващата възраст е между 35-56 г.; те са с висше или средно специално образование на собственика/директора на частната българска фирма. Такива фирми са създадени след 2002 г.; с приблизителен официален оборот между 5 и 35 хил. лв. Сред тези фирми на жените-предприемачи преобладават микро фирмите с наети до 9 души, с дял от 89.1%. Наетите в тях по граждански договори средно също не надхвърлят 10 души. В 52.3% от фирмите средната възраст на персонала е между 30 и 42 г. Тези фирми работят в сферите на търговията на дребно; услуги за населението; информационни и бизнес услуги и храни и напитки. 65.5% от анкетираните жени предприемачи твърдят, че във фирмите им постоянно се използва интернет, но само 10.9% имат корпоративен уеб сайт.

Жените-собственици отговарят, че според тях персоналет им притежава необходимото квалификационно ниво. Само 25.5% от анкетираните жени предприемачи са направили инвестиции в нови технологии през последните години. Тези инвестиции са финансирани при 43.7% от собствените спестявания. Само 30.3% от фирмите на жените собственици са използвали до момента банков кредит. Според 100% от извадката те в момента имат нужда от кредит за оборотни средства. Основният начин за разплащане с доставчиците –търговците на едро и дребно, е в брой.

Само 13.9% от **жените-съдружници** са използвали консултантски услуги за получаване на достъп до информация. Други 13.3% са използвали маркетингови проучвания. Само 27.5% смятат, че членуването в браншова организация им дава предимства при информирането им за цените, пазарите и търговията. Всички анкетираните жени-собственици използват регулярни проучвания за удовлетвореността на клиентите. За 52.8% от анкетираните жени-предприемачи фирмите в бранша им са конкурентоспособни на вътрешния пазар и 30.9% смятат, че фирмите са конкуренти и на външния пазар.

Фиг. 4-2: КАК ОЦЕНЯВАТЕ КОНКУРЕНТОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ВАШИЯ БРАНШ?

Отговор на жените-съдружници

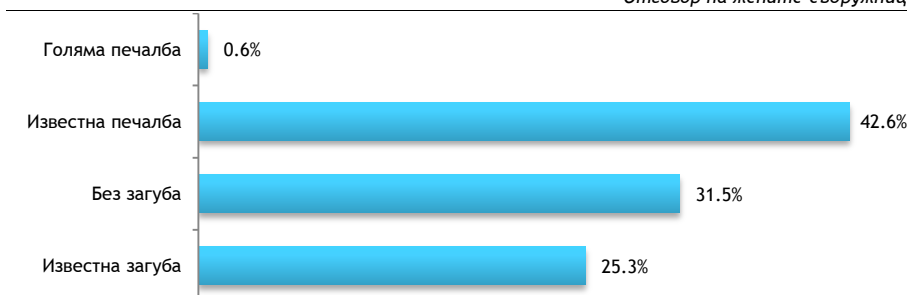


Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Според 64.8% фирменото техническо оборудване е на приемливо ниво, като само 15.8% смятат, че оборудването им е доста старо спрямо средното ниво в България. Спрямо стандартите на ЕС, за 27.9% от жените-предприемачи оборудването е доста старо, а само 17% отговарят, че оборудването им е съвременно.

Фиг. 4-3: ДОКОЛКО ПЕЧЕЛИВША ИЛИ ГУБЕЩА Е ВАШАТА ФИРМА ЗА 2011-2012 Г.?

Отговор на жените-съдружници



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

За 51.6% от жените, управляващи бизнеса си, чуждите фирми внасят нови управленски практики в бизнеса. Сред малкия брой изнасящи своята продукция, дялът на продукцията, предназначена за износ, стартира от 20%. Като най-перспективни пазари за продукцията си жените-предприемачи оценяват вътрешния и европейския. За последните две години 42.6% от жените-предприемачи твърдят, че печалбата им намалява или пък че генерират повече загуби. През последните години разходите за поддръжка на оборудването; за суровини; за работна сила и за поддържането на нейната квалификацията, както и за реклама и консултантски услуги на над 64% фирмите, управлявани от жени, останаха относително постоянни. Няма промяна и в броя на заетите; обема на производство; дълготрайните активи; пазарния дял и др. при фирмите на над 50% от анкетираните жени предприемачи.

Жените-собственици оценяват като перспективни отрасли и бъдещи възможности за разширение на бизнеса секторите реклама и бизнес услуги; откриване на нови търговски обекти; недвижими имоти; нови машини и технологии; други ниши, подпомагащи основния им бизнес и затварянето на цикъла от услуги.

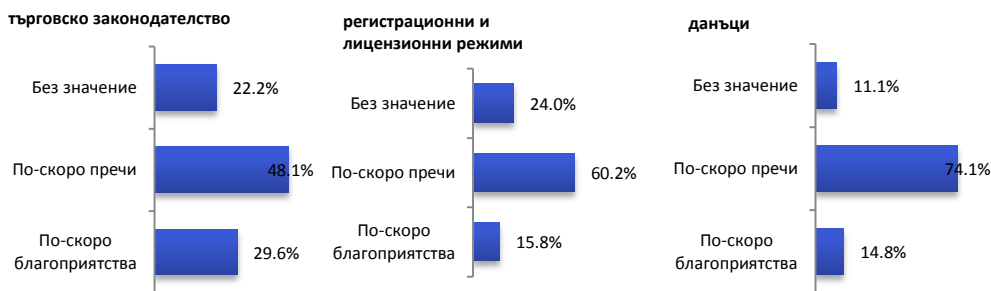
Жените-управители/изпълнителни директори на фирмите са втората група, разгледана в настоящия анализ. Те са 27 или 9.5% от общия дял на жените в

Според половината от анкетираните жени чуждите фирми внасят нови управленски практики в бизнеса.

анкетата. По вид на основната дейност, фирмите им работят в търговията, услугите, промишлеността и строителството. Според тези жени, нормативната база в сферата на данъчното облагане, регистрационните и лицензионните режими и търговското законодателство по-скоро пречи на бизнеса.

Фиг. 4-4: КАК ОЦЕНЯВАТЕ ВЛИЯНИЕТО НА СЪЩЕСТВУВАЩАТА ЗАКОНОВА БАЗА ПО ОТНОШЕНИЕ НА:

Отговор на жените-управители/изпълнителни директори



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Според около половината от анкетираните жени фирмите в бранша им са конкурентоспособни на вътрешния пазар.

51.9% оценяват като приемливо за нивото на страната техническото оборудване в своята фирма; само за 44.4% то отговаря на средните нива за страните от ЕС. Само в 18.5% от предприятията, управлявани от жени, са направени инвестиции в технологии през последните години, като те са били финансирани изцяло от спестяванията на собствениците. Според тези жени членуването в асоциации им дава предимно при достъп до информация за пазара и др. Само 14.8% от анкетираните жени-мениджъри са използвали банкови кредити във фирмите си, като в момента предприятията им имат нужда от свежи пари, с които да финансират оборота си. Тези фирми се разплащат с доставчиците си и търговците на едро най-често по банков път, а с търговците на дребно – в брой. Тези фирми правят проучвания за удовлетвореността сред клиентите си.

Повече жени оценяват фирмите в бранша като конкурентоспособни (60%) на вътрешния пазар, докато според 42.9% и за външния пазар това е валидно. Чуждите фирми в бранша са носители на нови управленски практики и не стимулират конкурентоспособността сред българските производители. Като най-перспективни пазари са оценени вътрешният и този на ЕС. За периода 2010-2011 г. се наблюдава влошаване на финансовите резултати на фирмите, управлявани от жени.

Фиг. 4-5: КАК ОЦЕНЯВАТЕ КОНКУРЕНТОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ВАШИЯ БРАНШ?

Отговор на жените-управители/изпълнителни директори

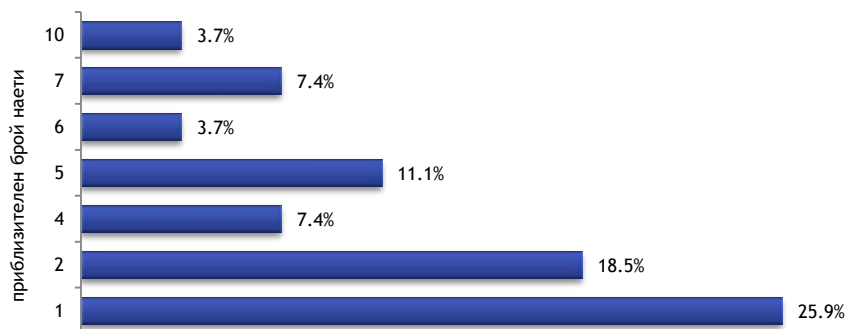


Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Разходите на фирмите за местни суровини са се увеличили през последните години. Тези фирми са създадени основно след 2001 г., основно оборотът им варира между 8 и 300 хил. лв. за 2011 г. Сред тях преобладават микро фирмите с персонал до 8 души. Над половината от фирмите имат до 4 служители наети по граждански договори.

Според образованието на собственика/директора на фирмата, доминират компаниите с ръководители с висше и със средно образование. Фирмите, в които работят жените-управители, са частна собственост и са български. Основната дейност на фирмите на жените-управители е търговия на дребно; храни и напитки; металообработване и машиностроене; търговия на едро; недвижими имоти; строителство; дървесина, целулоза и хартиени продукти; туризъм, хотели и ресторанти; финансови услуги и топлотехника. 85.2% от фирмите имат достъп до интернет, но само 18.5% имат корпоративен сайт. Приблизителната средна възраст на персонала във фирмата е между 28 и 54 г.

Фиг. 4-6: Дял на фирмите според брой наети на постоянен трудов договор през 2012 г.



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Следващата група, предмет на анализа, са жените-неуправляващи съдружници във фирмите. Те са общо 13 или 4.6% от анкетираните. Основната дейност на фирмите на тези респонденти са търговия и услуги. За 61.5% от тях законовата уредба в областта на данъците, регистрационните и лицензионните режими, браншовите закони, данъчната администрация и др. по-скоро пречи на бизнеса. Всички жени от групата твърдят, че не използват консултантски услуги за достъп до информация.

Фиг. 4-7: Как оценявате влиянието на съществуващата законова база по отношение на:

Отговор на жените-неуправляващи съдружници



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Регистрационните и лицензионните режими, както и браншовото законодателство по-скоро пречат на бизнеса.

Сред компаниите на жените предприемачи преобладават микро фирмите с персонал, обхващащ до 10 души.

Приблизителната средна възраст на персонала във фирмите на жените предприемачи варира в рамките 28-54 г.

76.9% оценяват техническото ниво на оборудването като приемливо за стандартите на страната, като 69.2% смятат, че то е приемливо и за стандартите на ЕС. Само 38.5% са направили инвестиции в технологии последните години, които са финансирани от личните спестявания на собствениците. Според тези жени членуването в браншови асоциации дава доста предимства като например по-добра и достъпна информация.

Възрастта на тези жени-съдружници е между 40 и 64 г., като образованието на собственика на фирмата е висше или средно специално; а фирмите са частни, български от създаването си. Мнозинството от компаниите са били създадени преди 1994 г. и имат приблизителен официален оборот за 2011 г. до 25 000 лв. Това са основно микро фирми с персонал до 7 души и също още толкова наети на граждански договори. Тези фирми оперират в секторите търговията едро и дребно; спорт, здравеопазване и образование и администрация. Наетите във фирмите са на средна възраст между 35 и 60 г.

Само 38.5% от респондентите са използвали кредити от банки за бизнеса си, като в момента според тях имат нужда от пари, за да бъде финансирана оборотната дейност. Най-използваният начин за заплащане с клиенти и търговци на дребно е в брой, а с доставчиците и търговците на едро – по банков път. Тези компании правят регулярни проучвания на удовлетвореността на клиентите си. 61.5% оценяват конкурентоспособността на предприятията от бранша като добра само на вътрешния пазар, като според тях само 25% от фирмите или само отделни фирми са конкурентоспособни на външния пазар.

Фиг. 4-8: КАК ОЦЕНЯВАТЕ КОНКУРЕНТОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ВАШИЯ БРАНШ?

Отговор на жените-неуправляващи съдружници

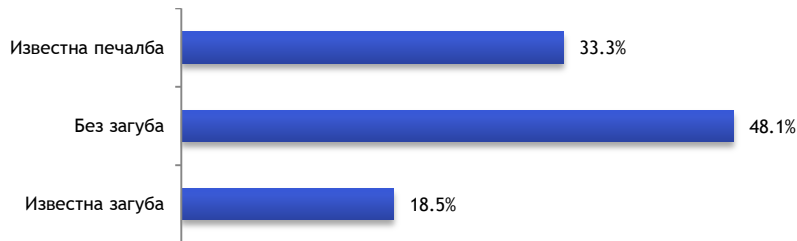


Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

Според 76.9% от жените-неуправляващи съдружници, чуждите компании внасят новости в управлението на бизнеса в сектора. Основно вътрешният и пазарите на съседните страни са оценени като перспективни за развитие на фирмите. 38.5% от фирмите работят на печалба или поне без увеличаване на загубите за периода 2010-2011 г. При 61.5% от фирмите разходите за поддръжка на оборудването, за вносни суровини и за постигането на хигиенните и еко стандартите са се увеличили през последните 2-3 г. Тези фирми според жените може да се развиват в бъдеще само в сектора на услугите.

Фиг. 4-9: Доколко печеливша или губеща е вашата фирма? — за 2012 г.

Отговор на жените-неуправляващи съдружници



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

92.3% от тези фирми имат достъп до интернет, но само 38.5% имат корпоративен сайт.

— Мъжете и жените в управлението на българските МСП

В следващата част на доклада са сравнени нагласите на мъжете и жените по отношение на едни и същи проблеми. Разгледани са темите, по които мъжете и жените-предприемачи дават различни отговори в проведеното проучване.

В отношението си към съществуващата законова база жените и мъжете-респонденти се различават в следното: мъжете оценяват търговското законодателство като по-благоприятно от жените: 30% от мъжете и 23% от жените са посочили, че то е благоприятно, докато съответно 35% от мъжете и 46% от жените са определили, че то по-скоро пречи. При другите области на законодателството – данъци, регистрация и лицензи, защита на собствеността, банкова система, достъп до информация няма разлика при предоставените отговори от респондентите.

Повече мъже, отколкото жени, посочват, че митниците като институция създават проблеми на бизнеса – 11% от мъжете и 6% от жените са отговорили утвърдително на този въпрос. По отношение на останалите институции – министерства, общинска администрация, данъчна администрация, електроразпределителни дружества и др., и до колко те се явяват пречка за бизнеса, мъжете и жените са отговорили по сходен начин.

По отношение на практиките за повишаване на конкурентоспособността на собствения бизнес, според проучването жените са по-склонни да прилагат такива от мъжете. Жените по-често от мъжете са прилагали дейности за подобряване на общия мениджмънт в предприятието – 34% при 27% от мъжете, провеждали са рекламни кампании – 29% при 21% от мъжете, използвали са външни консултантски услуги – 19% при 13% от мъжете.

Съществува известно различие в отношението на мъжете и жените към технологичното оборудване в предприятията. По-често мъжете, отколкото жените, определят технологичното оборудване във фирмите им като остаряло (36% от мъжете и 27% от жените). 20% от жените го определят като съвременно, а като такова го определят едва 15% от мъжете.

По-оптимистични са жените в оценката на използването на производствения капацитет в техните фирми. Според 45% от жените производственият капацитет на предприятията през последната година е бил използван над 75%, докато само 27% от мъжете смятат така. Най-често мъжете оценяват използването на капацитета на предприятията за последната година между 51 и 75%.

Предприятията, при които респондентите са мъже, по-често са прибегвали до банков кредит за финансиране на дейността на предприятието – 47% при 35% за респондентите-жени. Сравнително по-висок е процентът на мъжете, които оценяват, че предприятието има нужда от банков кредит в момента.

По отношение на членуването в браншовите организации, жените имат като цяло по-висока оценка от мъжете относно ползите от членството. 34% от жените и 29% от мъжете смятат, че членството в браншова организация подобрява информираността им за нови технологии, пазари и цени. 24% от жените и 19% от мъжете смятат, че организациите могат да се използват за получаване на юридически съвети. 27% от жените и 16% от мъжете смятат, че организациите могат да защитават техните интереси пред институциите и обществото.

Налице е лек превес на дела на жените, склонни да използват системи за отчитане на удовлетвореността на клиентите, спрямо този на мъжете. 34% от жените при 27% от мъжете използват системи за отговор и оплаквания от страна на клиентите, а 18% от жените при само 13% от мъжете посочват, че използват регулярен контрол за годността на храните.

Последната година наложи на много от предприятията в България необходимостта от рязко свиване на разходите. В отговорите на респондентите са налице различия и по отношение на това кои пера от разходите се е наложило да бъдат намалени през последните години. По отношение на разходите за работна сила 23% от мъжете са посочили, че тези разходи са се свили през последната година в сравнение с 15% от жените. 54% от мъжете са посочили, че тези разходи са без промяна при 63% от жените. 38% от мъжете посочват, че в тяхното предприятие е имало съкращаване на персонала, докато при жените този дял е едва 23%. Подобна е тенденцията и при разходите за реклама. 18% от мъжете са оценили тези разходи като намалени, при 11% от жените. 17% от жените са посочили, че разходите за реклама са нараснали, при едва 10% от мъжете. Използването на консултантски услуги също е по-предпочитана практика от жените. Едва 9% от жените посочват, че са намалили разходите за такива услуги през последните 2-3 години, при 18% от мъжете. Жените посочват и по-голямо увеличаване в разходите за покриване на хигиенни и екологични стандарти – 38% от жените, при 27% от мъжете.

Повечето от респондентите в проведеното проучване са на ръководни длъжности с участие във взимането на решения. Налице е обаче известна разлика в заеманите длъжности между мъжете и жените. Високите ръководни позиции са заети в по-голяма степен от мъже. 72% от анкетираните мъже са на длъжност управляващ съдружник, при 58% от жените-респонденти. 13% от анкетираните мъже са управители или изпълнителни директори, при 10% от жените. При жените голям е дялът на позицията служител с участие във вземането на решения – 18%, при 6% при мъжете.

— Барииери пред женското предприемачество

В европейската практика да идентифицирани следните барииери пред развитие на женското предприемачество:

- **Социокултурни барииери.** Нагласите на обществото за ролята на женското предприемачество и социално-икономическото развитие на страната имат силно влияние върху предприемаческата активност на жените. Стереотипите за жените са свързани с доминирането на мъжете-предприемачи и мениджъри в доста сектори на икономиката. Жените в тези сектори се ползват с по-малко доверие и/или с лош имидж и им се приписват неоснователно други негативни характеристики като по-

лоши професионални познания. Това означава, че потенциалните клиенти, партньори и доставчици обикновено подценяват жените-предприемачи и те трябва да доказват многократно повече своите знания, умения и възможности. Традиционното виждане за ролята на жената в обществото може да бъдат сериозна бариера като демотивира жените да стартират собствен бизнес.

- **Човешкия капитал на жените.** Способността да се открият и използват пазарните възможности зависи от образованието и опита на предприемача. В условията на глобализация и бурно развитие на науката и технологиите, не само нивото на образование, но и научната област имат важно значение за стартирането и развитието на успешен бизнес в повечето сектори на икономиката. Макар нивото на образование на жените да не се различава от това на мъжете, те са по-склонни да избират хуманитарните и социалните, а не техническите и естествените науки, което би им попречило да стартират високотехнологични предприятия. Вертикалната и хоризонталната сегрегация при наемането на жени е сериозна пречка пред придобиването на необходимия управленски и професионален опит за стартирането на успешен бизнес.
- **Икономически и финансови бариери.** Традиционно жените се сдобиват с първоначален капитал доста по-трудно от мъжете, което оказва негативно влияние върху вероятността за оцеляване и успеха на техния бизнес. Като цяло жените имат по-ниски спестявания в сравнение с мъжете, което означава, че за да се възползват от дадена благоприятна пазарна възможност, те трябва да осигурят допълнителни ресурси за стартиране на бизнес в сравнение с мъжете. Жените, работещи в традиционно смятаните за „мъжки“ сектори, се разглеждат като по-малко надеждни от инвеститорите и банките. Поради ограничените финансови ресурси, с които разполагат, жените имат по-големи трудности и при осигуряването на други важни ресурси като персонал, оборудване, технологии и др. Липсата на персонал и разнообразието му дава отражение върху размера на фирмата при жените предприемачи, като липсата на първоначален капитал и разнообразния персонал влияят върху удовлетвореността от печалбата на фирмата и намеренията за растеж при жените предприемачи.
- **„Меки“ бариери.** Липсата на достъп до подходящите технически, научни и бизнес мрежи може да попречи на превръщането идеята в реален бизнес; на достигането до потенциалните клиенти, партньори и доставчици; на придобиването на познания за пазара, възможностите и предизвикателствата и на получаването на информация, опит и подкрепа. Липсата на положителни ролеви модели на жени, които са успешни в определени сектори и дейности, както и на потенциални кандидати, на които те да предадат опита си, също влияе негативно на предприемаческата активност. Липсата на компетентност в съответната област може да е демотивиращ фактор за стартиране на бизнес при жените; също така, критиката от колеги и познати би попречила на старта на нов бизнес.

— Създаване на възможности за развитие на женското предприемачество

Подобряването на институционалната среда за стартиране и управление на бизнеса ще поощри предприемачеството⁴¹. Важно е също така централната и местната власт да притежават необходимия капацитет за ефективно обслужване на новите малки и средни фирми, в частност на женското предприемачество. Европейските оперативни програми са достъпни за всички настоящи и бъдещи предприемачи и трябва да се използват ефективно. Необходимо е и подобряване и разширяване на предоставяните социални услуги, което ще позволи на жените да комбинират успешно семейния и професионални живот.

Тъй като жените предприемачи работят предимно в услугите и в търговията, политиките и мерките, ориентирани към тези сектори, трябва да са съобразени с техните специфични потребности⁴². Специално внимание трябва да бъде отделено на жените, управляващи фирми в малки градове или в селските райони, които могат да изпитват още по големи трудности да се снабдят с ресурси в сравнение тези работещи в големите градове.

Необходимо е да се подобри значително достъпът до финансиране на жени, стартиращи собствен бизнес. Кредитните институции, инвеститорите и бизнес партньорите трябва да идентифицират потенциалните успешни предприемачи жени, като трябва да обърнат по-голямо внимание на техните личностни характеристики, мотивацията за стартиране на собствен бизнес, управленския опит и образование, и стила на управление. Първоначалните условия за започване на бизнес като липсата на персонал и капитал имат дългосрочен ефект върху представянето на бизнеса.

Основен проблем пред страната е вертикалната сегрегация на пазара на труда и съответно малкия дял на жени на ръководни постове. Това може да се промени чрез стимулирането на жените да се ориентират към високотехнологични и мениджърски специалности. Повече внимание трябва да се обърне и на образованието и курсовете за квалификация за жени, което ще им помогне да повишат управленските си умения. Необходимо е по-широко застъпване на обучение по предприемачество в средните и висшите училища, за да се задълбочат познанията по предприемачество. Така младите хора ще се запознаят с различните аспекти на създаването и управление на нова и/или малка фирма, което ще повлияе положително на техните предприемачески намерения. Образованието и обучението по предприемачество могат да засилят и връзката между предприемаческите намерения и стартирането на собствен бизнес чрез създаване и материализиране на предприемаческите намерения. Това включва специални планове описващи кога, къде и как може да се започне бизнес. Специалното окуражаване на жените да изготвят такива планове ще подпомогне навлизането им в бизнеса.

Борбата с наложените стереотипи, че жените не са подходящи за заемането на ръководни постове, трябва да продължи, но тя ще отнеме време. За това е добре да се предложат схеми за кредитиране на малките и средните предприятия, създадени от жени. Менторството и представянето на успешни жени-предприемачи, особено в областите с по-слабо участие на жените, ще послужи като положителен ролеви модел за жени, които биха желали да стартират собствен бизнес.

41 Welter et al. 2006.

42 Welter et al., 2005.

Европейски програми за подпомагане на жените предприемачи

Според Small Business Act, като изключение от държавните помощи се третира помощта в размер на до 1 млн. евро за новосъздадени дружества от жени. Като част от мерките за насърчаване на женското предприемачество съществува и финансиране по проект Women@business, който цели подпомагане стартирането на бизнес от жени в сферата на полученото от тях образование.

Една от инициативите на ЕК бе създаването на порталът за женско предприемачество в Европа⁴³, в който е събрана разнородна информация с цел подпомагане и създаване на мрежа от контакти между жените предприемачи. Европейската комисия през лятото на 2012 г. публикува документ⁴⁴ относно женското предприемачество, който предложи нови дейности и инструменти с цел насърчаване създаването на мрежи и предоставянето на подкрепа за жените-предприемачи. Според този доклад, в България само 15% са жените в управителните съвети на големи компании, листвани на борсата. Също така, там се посочва, че в половината от големите компании в страната няма жена в борда на директорите. За периода 2007-2012 г., вследствие влиянието на кризата спадна двойно до 7% делът на жените начело на такива компании. За същия период членовете на управителните съвети/бордове жени спаднаха до 12%.

Програмата „Еразмус за предприемачи“ дава възможност на стартиращите бизнес жени да работят определен период от време с опитни колеги от други страни с цел придобиване на ноу-хау за създаване на бизнес, откриване на нови фирми, преодоляване на пречките, свързани с необходимия капитал и административното обслужване.

В Европейската мрежа на посланиците на женското предприемачество опитни бизнес дами ще предават своя мениджърски опит на начинаещи дами, както и ще бъде обърнато внимание на възможностите за разработване на модели за ефективно използване на евросредствата за стартиране на бизнес. Съществуват и механизми за насърчаване на женското предприемачество: Small Business Act на ЕК за субсидиране на малки бизнес-предприятия, управлявани или собственост на жени, информационният „Портал за жени-предприемачи“ или програмата „Прогрес“, финансираща с до 25 хиляди евро старта на фирми с до 10 души персонал. Т. нар. Общ регламент за групово освобождаване цели намаляване на бюрокрацията при отпускането на държавни помощи под формата на субсидии за новосъздадени малки фирми. В областта на високите технологии за подпомагане женското предприемачество могат да се използват практиките на „Женска мрежа за иновации“ от Великобритания, както и „Сила за жени-предприемачи“, „Проект за жени в информационните технологии“ и „Бизнес академия за жени“ от Германия.

Генерална дирекция (ГД) "Предприятия и промишленост" на ЕК предвижда конкретни действия в подкрепа на женското предприемачеството. Основните мерки включват: включване на целта за насърчаване на женското предприемачество в Европейската харта за малките предприятия; насърчаване на проекти, насочени конкретно към женското предприемачество, като например през 2003 г. Най-добър проект за идентифициране на добри практики за насърчаване на женското предприемачество; създаването на портал за жените-предприемачи⁴⁵, насърчаване на мрежи за подпомагане на предприемачеството сред жените, насърчаване на събития и обществен дебат по темата на жените предприемачи; насърчаването на проучвания и доклади на женското предпри-

43 <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/women.htm>

44 Women in economic decision-making in the EU: Progress report A Europe 2020 initiative (2012)

45 http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-women/womenentr_portal.htm

емачество и насърчаване на предприемачеството сред младите жени. ГД "Трудова заетост, социални въпроси и равни възможности" осигурява подкрепа на предприемачеството сред жените в рамките на целите на политиката за борба с женската безработица и увеличаване на заетостта сред жените, както и насърчаване на равните възможности във всички сфери на обществото. Дейностите се финансират чрез Европейският социален фонд. ГД "Регионална политика" предоставя подкрепа на предприемачеството на жените в съответствие с целта на политиката на регионалното развитие и заетост чрез финансиране на механизми, като например Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и Инициативата за градско развитие. ГД "Изследвания" няма за конкретна цел подпомагане на женското предприемачество, но тя има програма за повишаване на осведомеността и подобряване на академична подкрепа на женското предприемачество в областта на науката и технологиите. ГД "Образование и култура" не насърчава конкретно предприемачеството сред жените, но в програмите си за обучение и образование понякога се занимават с този въпрос. ▼

— Ключови моменти

Профилът на жените предприемачи и фирмите управлявани от тях в България днес е следният:

- Собствениците/управителите са завършили висше или средно специално образование
- Тези жени са на възраст 35-64 г.
- Жените-собственици твърдят, че според тях персоналът им притежава необходимото квалификационно ниво, а оборудването им отговаря на стандартите за страната
- Почти всички анкетирани жени правят регулярни проучвания за удовлетвореността на клиентите си
- За половината от анкетираните жени чуждите фирми внасят нови управленски практики в бизнеса
- Според около половината от анкетираните жени фирмите в бранша им са конкурентоспособни на вътрешния пазар, а ¼ от тях смятат, че фирмите от бранша са конкуренти и на външния пазар
- Регистрационните и лицензионните режими, както и браншовото законодателство по-скоро пречат на бизнеса
- Повечето фирми на жените предприемачи са създадени след 2001 г., те са частна собственост и са български
- В момента предприятията имат нужда от свежи пари, които да използват за оборотни средства
- Сред компаниите на жените предприемачи преобладават микро фирмите с персонал до 10 души
- Приблизителната средна възраст на персонала във фирмите на жените предприемачи варира между 28 и 54 г.
- Тези компании са направили инвестиции в нови технологии през последните години. Като последните са финансирани основно от спестяванията на собствениците.
- Основният начин за разплащане в тези фирми с доставчиците; търговците на едро и на дребно е в брой
- За периода 2010-2011 г. се наблюдава влошаване на финансовите резултати на фирмите, управлявани от жени, при постоянно ниво на разходите; брой заети; обем на производство; дълготрайните активи; пазарен дял и др.
- Тези фирми работят в сферите на търговията на дребно; услуги за населението и др.
- 65.5% от фирмите имат постоянен достъп до интернет, но само около 11% имат корпоративен сайт
- Като най-перспективни пазари за продукцията си жените предприемачи оценяват вътрешния и европейския.

Основната дейност на регистрираните занаятчии е съсредоточена в производство на мебели, метални и неметални продукти, храни, канцеларска техника, химични и фармацевтични продукти.

4.5 Състояние и перспективи за развитие на занаятчийството

Занаятчийството обединява дейностите, свързани с ръчната направа на определени предмети. Като традиционни се определят занаятите, при които изготвянето на готово изделие става по стара технология/метод. Част от занаятите са с вековна традиция, другите са съвременни или пък са станали популярни след като в миналото са били разпространени в определен малък географски район. Основен нормативен акт, който урежда организацията, управлението и регистрирането на занаятчийските предприятия в България, е Законът за занаятите. Съобразно законодателството, упражняването на занаят се осъществява след регистриране на неговия собственик в Регистъра на занаятите в Регионалната занаятчийска камара. Законът дефинира, че "Занаят е производство на изделия или предоставяне на услуги, посочени в списък на занаятите съгласно приложение №1 на закона, по занаятчийски начин." Там фигурират 129 дейности. В страната има 25 Регионални занаятчийски камари (РЗК), които членуват в Националната занаятчийска камара⁴⁶. В РЗК се водят регистри на майсторите, калфите и чираците по съответния занаят, те организират и провеждат и изпитите за придобиване на съответната степен – майстор или калфа. Майсторските и калфенските свидетелства, издадени от НЗК, са законен документ и се приемат/признават почти без изключение във всички страни на ЕС и по света след приравнителен изпит в съответната занаятчийска организация.

На европейско ниво съществува Европейската асоциация на занаятчиите, малките и средни предприятия (ЕАЗМСП), която представлява интересите на европейските занаяти, професии и малки предприятия пред институциите на ЕС. Тя предоставя на членовете си помощ и информация за политиките на ЕС. Асоциацията взема участие в създаването на цялото законодателство в областта на МСП на ЕС. Това е призната за европейски социален партньор-организация на работодателите. В ЕАЗМСП членуват 85 организации (национални организации на малкия бизнес, занаятчийски камари и европейски секторни организации), представляващи над 12 млн. МСП, в които са наети над 55 млн. души в цяла Европа.

— Профил на занаятчийските и микро предприятията в България

Основната дейност на регистрираните занаятчии е съсредоточена в следните сектори: производство на мебели; производство на дървесна маса; производство на хартия, картон и изделия от тях; производство на метални и неметални продукти; производство на храни; производство на канцеларска и др. техника; производство на дървен материал и изделия от него и на химични и фармацевтични продукти. Според 60% от регистрираните собственици на занаятчийски предприятия, регулативните режими и административните пречки затрудняват тяхната дейност. Според 44% от занаятчийските фирми има конструктивен диалог с администрацията с цел преодоляване на бариерите. Само 48% от регистрираните занаятчии имат достъп до информация за подкрепата на бизнеса от национални и европейски програми. Достъп до добрите практики на управление имат 56% от занаятчийските предприятия, като достъп до международните пазари и контакт с потенциални партньори имат само 33.3% от регистрираните занаятчии и 55.2% от членовете на занаятчийски асоциации.

28% от регистрираните занаятчии са използвали банков кредит за инвестиции, като кредит за оборотни средства са използвали 44% от занаятчиите. Минимален е процентът на използвалите кредити със специално предназначение –

46 <http://www.nzk.bg>

само 8% от регистрираните занаятчии. Използването на рисков капитал също не е широко използвано от занаятчиите — само 18% от регистрираните по закон производители го използват за финансиране на дейността си. Основно занаятчиите използват собствени средства на собствениците (80% от регистрираните занаятчии). Европейски средства са използвали само 30% от регистрираните занаятчии, докато финансиране от правителствена или друга програма са ползвали само 12% от занаятчиите.

Фиг. 4-10: КАК ФИНАНСИРАТЕ ВАШИЯ БИЗНЕС?

Отговор на регистрираните занаятчии



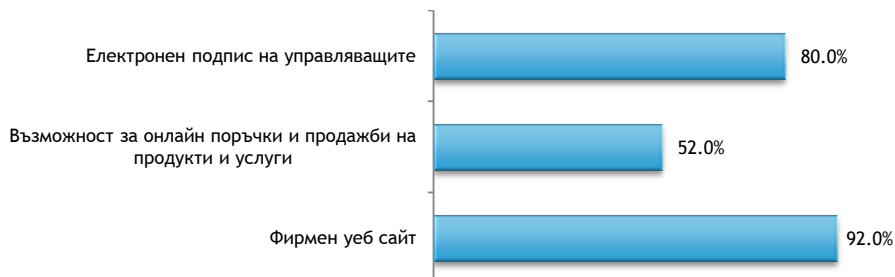
Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

16% от регистрираните занаятчии използват чужд опит в областта на мениджмънта и търговията с цел подобряване на производството и пласмента на продукцията си, но само под 8% занаятчиите могат да предложат новости в практиката на чужди партньори.

Занаятчиите познават възможностите за развиване и популяризиране на бизнеса и за това 92% от регистрираните занаятчии имат фирмен сайт. Около 52% от тях използват интернет за онлайн поръчки и продажби на продукцията си. Мениджмънтът на занаятчийските фирми също познава и активно използва възможностите на интернет, като 80% от регистрираните занаятчии използват електронен подпис. Изглежда обаче използването на интегрирани системи за управление на процеси е непознато и не е приложимо от занаятчиите, тъй като само 33% от тях го използват. Над 20% от занаятчиите използват друг вид система за управление на процесите.

Фиг. 4-11: Има ли ВАШАТА ФИРМА СЛЕДНИТЕ ИНТЕРНЕТ ПРИЛОЖЕНИЯ?

Отговор на регистрираните занаятчии



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

84% от регистрираните занаятчии определят нивото и квалификацията на работна сила в тяхното предприятие като добро. Над 74% от тях считат, че работниците им познават добрите практики в сектора. Над 72% от мениджърите и служителите в занаятчийските фирми са преминали през вътрешно обучение

Около половината от регистрираните занаятчии имат достъп до информация за подкрепата на бизнеса от национални, европейски програми, както и достъп до добри практики на управление.

Около половината от занаятчиите са използвали кредит за оборотни средства.

през последната година. Около 25% от управителите и служителите са преминали през външно обучение за управление и продажби и в сферата на дейност на фирмата; като и за използване на ИКТ приложения. 44% от анкетираниите регистрирани занаятчии определят, че фирмите имат нужда от специализирани обучения по маркетинг; управление и продажби. Около 32% споделят, че имат нужда от специализирани обучения с оглед износ на продукцията и 40% споделят, че имат нужда и от обучение по комуникационни технологии. Над 48% определят, че имат нужда от чуждоезиково обучение.

Фиг. 4-12: Има ли потребност във Вашето предприятие от обучения и квалификации по изброените?



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

При регистрираните и анкетираниите занаятчии 52% имат краткосрочни планове, 20% имат средносрочни планове, а само 16% имат и прилагат дългосрочни планове в компанията си. 44% от анкетираниите занаятчии имат маркетингова стратегия и 60% са направят маркетингови проучвания на пазара през последната година. 38% от занаятчиите са направили проучване на чуждите пазари през последната година, като само 16% участват в клъстери в сектора на основната дейност на фирмата. 50% от регистрираните занаятчии са прилагали иновации и искат да интернационализират предприятието си. 75% сред анкетираниите са осигурили обучение на персонала си, също толкова са използвали ПЧП. През последната година 40% от анкетираниите занаятчии са намалили персонала си, а 32% от анкетираниите са регистрирали загуба от дейността си през последната година. Други 52% от регистрираните занаятчии не отчитат промяна в икономическата си ситуация през последната година.

Сред членовете на занаятчийските асоциации, освен изброените по-горе сфери на дейност, те работят и в: производство на напитки; издателка и полиграфическа дейност и възпроизвеждане; производство на машини оборудване и домакински уреди; производство на ел. апарати и на каучук и пластмаси и др. При членовете на асоциации регулативните режими и административните пречки затрудняват тяхната дейност, като процентът е по-висок от този при регистрираните занаятчии и достига 66.7%.

Фиг. 4-13: КАКВА Е ВАШАТА ОСНОВНА СФЕРА НА ДЕЙНОСТ? (ЕДИН ОТГОВОР)



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

За 46.7% от членовете на асоциациите диалогът с администрацията е добър. 63.3% имат достъп до информация за подкрепа на бизнеса на национално и европейско ниво. Достъп до добрите практики на управление имат 70% сред отговорилите от членовете на асоциациите. Достъп до международните пазари и контакт с потенциални партньори имат 55.2% от членовете на занаятчийски асоциации.

Фиг. 4-14: КАК ФИНАНСИРАТЕ ВАШИЯ БИЗНЕС?



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

40% от членовете на асоциациите са използвали банков кредит за инвестиции. Кредит за оборотни средства са използвали само 36.7% от членовете на асоциациите. Минимален е процентът на използваните кредити със специално предназначение – 16.7% от членовете на асоциациите. Използването на рисков капитал също не е широко използвано от тях – само 6.7% го използват за финансиране на дейността си. Основно занаятчиите използват собствени средства за финансиране на дейността при 56.7% от анкетираните. Европейски средства са използвали само 30% от тези, които са членове на занаятчийска асоциация. В същото време, финансиране от правителствена или друга програма са ползвали едва 23.3% от членовете на асоциациите.

При членовете на асоциациите сред анкетираните 43% имат разработена маркетингова стратегия, а 47% са правили маркетингово проучване. 43% от членовете на асоциации сред анкетираните са прилагали иновации; 29% искат да интернационализират дейността си, 57% са осигурили обучение на персонала си, а 43% прилагат публично-частното партньорство. Сред анкетираните членове на асоциациите 30% са намалили персонала си, а други 57% не са го променили през

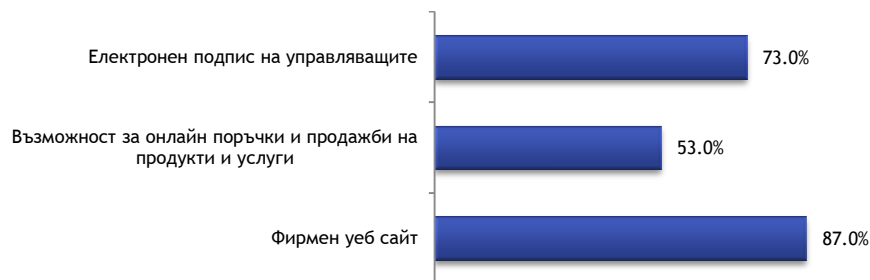
последната година. 17% сред анкетираните са регистрирали загуби през последната година, а само 17% са подобрили икономическото си състояние през 2012 г.

Около 1/3 от членовете на асоциациите използват чужд опит в областта на мениджмънта и търговията с цел подобряване на производството и пласмента на продукцията си. Само под 8% обаче могат да предложат новости в практиката на чужди партньори.

Занаятчиите познават възможностите за развиване и популяризиране на бизнеса, като 86.7% от членовете на асоциациите имат фирмен сайт. Близко 52% от тях използват интернет за онлайн поръчки и продажби на продукцията си. Мениджмънтът на занаятчийските фирми също познава и активно използва възможностите на интернет, като 73.3% от членовете на асоциации използват електронен подпис. Но явно използването на интегрирани системи за управление на процеси е непознато не е приложимо от занаятчиите, тъй като само 33% от тях го използват. Над 20% от членовете на асоциации използват друг вид система за управление на процесите във фирмите си.

Фиг. 4-15: Има ли ВАШАТА ФИРМА СЛЕДНИТЕ ИНТЕРНЕТ ПРИЛОЖЕНИЯ?

Отговор на членовете на занаятчийските асоциации



Източник: Проучване МСП, Обединение "Инсайт", собствени изчисления

66.7% от членовете на асоциации определят нивото и квалификацията на работната сила в тях като добро. Над 74% от тях считат, че работниците им познават добрите практики в сектора. Над 72% от мениджърите и служителите в занаятчийските фирми са преминали през вътрешно обучение през последната година. Около и над 25% от управителите и служителите са преминали през външно обучение по управление и продажби и в сферата на дейност на фирмата; като и за използване на ИКТ приложения. Около 32% споделят, че имат нужда от специализирани обучения с оглед износ на продукцията и 40% споделят, че имат нужда от обучение по комуникационни технологии. Над 48% определят, че имат нужда от чуждоезиково обучение.

При регистрираните и анкетираните членове на асоциации 80% използват краткосрочни планове, 33% имат средносрочни планове, а само 17% прилагат дългосрочни планове в компанията си. 43% от анкетираните членове имат маркетингова стратегия и 47% са направили маркетингови проучвания на пазара през последната година. 13% от членовете на асоциациите са направили проучване за позициониране на чуждестранните пазари през последната година, а само 24% участват в клъстери в сектора на основната дейност на фирмата. 43% от регистрираните членове на асоциации са прилагали иновации в дейността си, докато само 29% искат да интернационализират дейността си. 57% сред анкетираните са предоставили обучение на персонала си, а 43% толкова са използвали различни форми на ПЧП. През последната година 30% сред анкетираните членове са намалили персонала си, а 17% от анкетираните членуващи в асоциа-

ции са регистрирали увеличение на загубите от дейността си през последната година.

Характеристика на микро предприятията

Повечето МСП са всъщност микропредприятия с обикновено по-малко от 10 служители. Голяма част от тях се приемат в европейската практика като занаятчийски предприятия. Те се управляват от техните собственици, като осигуряват заетост на около една трета от европейската работна сила. Микро предприятията са особено често срещани в сектори като строителство, хотели и ресторанти и дистрибуция с дял в заетостта от повече от 40%. Анализът на разпределението и значението на микро предприятия на равнище ЕС показва доста прилики, но само в малка част от държавите-членки е налице законово определена концепция за занаяти.

Най-общо казано, информацията за ключови показатели като ниво на заетост, образователно равнище и основни икономически тенденции е ограничена по отношение на микро и занаятчийските предприятия.

— Анализ на дейността на занаятчийските и микро предприятия в ЕС

През 2012 г. Европейската комисия публикува анализ на сектора на микро и занаятчийските предприятия в осем страни и включване на два традиционни отрасли на индустрията – строителния (с акцент върху вътрешното строителство) и хранително-вкусовия сектор (с акцент на месо, млечни продукти и производство на хлебни изделия). В документа се съдържа и анализ на услугите, фокусиран върху "частни услуги", в т. ч. частни грижи, почистване, фризьорски и козметични услуги, както и медицински и стоматологични услуги. Във всички държави важноста в общоикономически аспект на строителния сектор, който се характеризира предимно с микро занаятчийски фирми, е била потвърдена. Друга констатация е, че строителният сектор също да се разглежда като "барометър за икономическата жизненост", с оглед необходимостта от промени в настоящи и бъдещи умения и оценка на нуждите и предизвикателствата. За разлика от строителния сектор, доминирането на малките предприятия в хранително-вкусовата промишленост е по-ниско в по-голямата част от включените в извадката страни. Въпреки че голяма част от работната ръка е заета в микрофирми, секторът се характеризира с двойствена структура, включваща, от една страна, промишлени предприятия и производствени предприятия, а от друга – малки занаятчийски предприятия. Анализът показва също различни и понякога разнопосочни тенденции на структурните промени и развитието на заетостта. Персоналните услуги е третият сектор, върху който е поставен фокус в изследването. Социалните грижи и трудови дейности често са неформални и затова е по-трудно да се анализират.

При прегледа на професионално обучение, умения, квалификация в сектори, различни професии, квалификации и умения беше установено, че е висок процентът на квалифицираните работници и че програмите за професионално обучение са широко разпространени.

Съществуващата информация и знания за МСП и по-специално специфичните нужди на микро предприятия по отношение на професионалното образование и обучение, квалификация и умения, са ограничени. Има редица предизвикателства в областта на професионалното образование и обучение и квалификация в контекста на националната рамка и изискванията на сектора. Налице са общи тенденции в трите сектора – това са демографски и социални фактори,

технологични фактори и фактори, произтичащи от държавното регулиране и стандарти.

Потребности от умения

Общите тенденции в бъдещите потребности от умения на микро и занаятчийски предприятия показват, че необходимостта от повишаване на равнището на уменията е безспорна. Най-голямо увеличение в търсенето на бъдещи умения има при обслужването на клиентите и пазарната ориентация, работа в структура за сътрудничество и управленските аспекти на бизнеса.

Най-важни сред тях са общуването с клиенти (79.4%); развитието на познания за чужди пазари (35.3%); нововъзникващи потребности от умения, където търсенето сега започва да се увеличава. Общуването с клиенти, доставчици и служители на чужд език (27.7%) и осигуряването на собствени иновации и патенти (25.4%) се виждат като бъдещи потребности от обучение за следващите 10 години и в трите сектора.

Установено е, че компаниите са изправени пред затруднения при наемането на нови работници. Едно от най-големите препятствия е, че кандидатите очакват високи заплати, без да са в състояние да предложат подходящи умения и мотивация. Обучаващите институции са наясно с променените потребности от умения и реагират чрез ориентиране на изискванията към националните или външни компании. По-голямата част от съществуващите програми за обучение обаче само се актуализират, изглежда без да се вземат предвид специфичните изисквания на микро и занаятчийските предприятия.

— Възможности за развитие на занаятчийството

Препоръките за развитие на предприятията в ЕС са групирани в три основни области: потребности от прогнозиране на необходимите умения; изследване на пазарните тенденции и следващите от тях потребности от умения; отразяване на получените резултати в програмите за обучение.

Проучването показва пряката връзка между тенденциите и промените в управление на бъдещите нужди от умения. Необходимо е да се подобри комуникацията и координацията между участниците на пазара. Компаниите трябва да наблегнат повече на собственото си проучване на пазара, с цел по-добро проучване на нуждите на бъдещи клиенти и доставчици. Стратегическите решения на микро и занаятчийските предприятия трябва да отчитат по-добре пазарните взаимодействия. За микро и занаятчийските предприятия тази форма на пазарна ориентация/ориентация към клиентите е изключително важна и трябва да се прилага по систематичен начин. Информацията за развитието на пазара и бъдещите тенденции е от жизненоважно значение.

Проучването на пазара трябва да бъде свързано с ученето през целия живот и с работните процеси. Въпреки че обучаващите институции са наясно с необходимостта от съгласуване на своите програми с нуждите на дружеството, все още няма достатъчно практически методи и инструменти, особено с акцент върху микро и занаятчийските предприятия. При нови предложения за обучение, обучаващите институции и фирмите трябва да работят в тясна връзка. Комуникацията и сътрудничеството в областта на маркетинговите проучвания и анализът на работните процеси ще спомогнат при определянето на съответните бъдещи потребности от умения. Такива анализи са необходими, за да се покаже връзката между промените на пазара и последиците за отделните фирми.

Регионалните и националните участници трябва да стимулират осведомеността за икономическо значение и въздействието на микро и занаятчийските предприятия на пазара на труда. Това означава, че трябва да бъдат разработени инструменти за идентифициране на факторите на промяната и бъдещите умения и нужди, които ще оказват влияние върху отделните компании. Микрокомпаниите трябва да бъдат насърчавани да участват активно на регионално/национално и секторно равнище с цел подобряване и коригиране на съществуващите програми за продължаващо обучение особено в тези области, в които все още не съществува.

В европейските инициативи се обръща все по-голямо внимание на специфичните нужди на микро и занаятчийските предприятия и условията, при които те функционират. Въпреки ролята на микро и занаятчийските предприятия, липсата на емпирични данни в България показва необходимостта от повече научни изследвания и проучвания, със специален акцент върху тези предприятия. Различни изследвания и развойни дейности в контекста на "Нови умения за нови работни места" трябва да бъдат придружени от действия с конкретен фокус върху микро и занаятчийските предприятия. Инициативата на Комисията по европейските секторни съвети по заетостта и уменията, подкрепяща създаването на мрежи от национални/регионални обсерватории на заетостта и уменията на секторно ниво, има потенциал да се превърне в един много полезен инструмент за микро и занаятчийските предприятия, като информацията, предоставена от тези съвети, трябва да бъде лесно достъпна за тези дружества.

Обучаващите институции трябва да установят и да пренастроят програмите за обучение, с оглед постигане на баланс между персонализираните за конкретни фирми и стандартизираните програми. От една страна, проучването показва необходимостта от силно индивидуализирани програми за обучение, особено за микро и занаятчийски предприятия. Като цяло, необходимостта от обучителни стратегии и програми, специално фокусирани върху специфичните нужди на тези дружества, е належаща. Предприятията трябва да бъдат подкрепени по отношение на комбинираното обучение за придобиване на умения. Те се нуждаят от подкрепа за изследвания на пазара и при анализиране на пазарните тенденции и влиянието им върху работните процеси. Такива анализи са чувствителни, като се основават на стратегическите реакции на предприятията и техните резултати, като по този начин стават основни фактори за бъдещото поведение на пазара и успеха. Микро и занаятчийските предприятия изглежда подценяват значението на стратегическата ориентация и ролята, която тя играе в изграждането на бъдещи умения.

Центровете за обучение трябва да ориентират своите програми за обучение към приложни и практически знания. За микро и занаятчийските предприятия от особено важно значение е развитието на пазара и неговото влияние върху работните процеси, поради което следва се включи в изграждането на учебни програми.

Бизнес организациите трябва да насърчават интеграцията на работния процес и управленските умения в програми за обучение за микро и занаятчийски предприятия. Данните, събрани в проучването, подкрепят предположението, че работните процеси и управленските умения трябва да бъдат координирани. Бизнес организациите имат възможности и опит, които биха им помогнали тези две области на умения да се въвеждат заедно, което от своя страна би им позволило или самите те да станат обучители, или да станат консултанти при разработване на конкретни програми за обучение.

Инструментите за насърчаване на развитието на занаятчийството

Разработени са различни инициативи и програми за образование, обучение и умения на равнище ЕС. Една от инициативите е "Мисли първо за малките" (както е посочено в директивите, насочени към МСП, т.е. инициативите за подкрепа на МСП трябва да се превърнат в обща политика в Европа). В последните проучвания на МСП специфичните аспекти, характеристики и предизвикателства пред тях са идентифицирани по отношение на професионалното обучение и образование (ПОО), квалификация и развитието на умения. Малките и средните предприятия и занаятчийските предприятия по-специално са изправени пред външни и вътрешни пречки пред подобряването на уменията на персонала им. В допълнение са налице финансови и организационни пречки. За микро предприятията и малките фирми е по-трудно да намерят необходимите финансови ресурси, за да предлагат обучение на своите служители. Те не разполагат с необходимите средства, за да изпратят своя опитен персонал на по-дългосрочни курсове за обучение. Програмите за обучение и методите, предлагани на пазара често са неподходящи и не отговарят на размера и нуждите на този тип компании.

Принципът "Мисли първо за малките" е заложен в Рамковата програма на ЕС за развитие на умения. Въпреки това, нашият анализ потвърди, че има разминаване между принципа и неговото прилагане в областта на ПОО, придобиването на квалификация и умения. Тази липса е идентифицирана на ниво европейското сътрудничество и структурите за подкрепа. По същия начин, от страна на компаниите са били идентифицирани пречки и бариери пред участието на МСП в областта на ученето през целия живот и програмите за мобилност. Примери за това са "таванът" при кандидатстване за финансиране; дискриминацията срещу микро дружествата, които не могат да си позволят да изпратят чирак в чужбина за по-дълъг престой, или липсата на гъвкавост по отношение на избора на държава и продължителност на престоя в чужбина.

Подпомагането на занаятите в България от Европейските фондове става по Приоритетна ос 3 от ПРСР Качество на живот в селските райони и разнообразяване на селската икономика. Подпомагат се предприятия в селски райони, като общата стойност на програмата по тази ос е 870 млн. евро за периода 2007-2013 г. Мерките, по които могат да бъдат подпомогнати занаятчиите, са Мярка 311 Разнообразяване към неземеделски дейности; Мярка 312 Подкрепа за създаване и развитие на микропредприятия и Мярка 313 Насърчаване на туристическите дейности.

По Мярка 311 се предоставят средства на земеделски производители за инвестиции в неземеделски дейности. Допускат се инвестиции в местно занаятчийство и развитие на социални услуги за населението в селските райони. Финансовата помощ е в размер на до 70% от инвестициите и/или до 200 хил. евро. Минималният размер на помощта е 5 хил. евро.

С мярка 312 се подпомагат нови или вече съществуващи микропредприятия за създаване и развитие на неземеделски дейности в селските общини. Предоставената безвъзмездна помощ е за инвестиции и съвети за маркетинг и управление на предприятията. Допустимите дейности за подпомагане по мярката са: услуги – развитие на дейности свързани със селски туризъм от частни микропредприятия, отдих и спорт, създаване и развитие на консултантски и бизнес услуги, социални грижи и здравеопазване, транспортни услуги и др.

С мярка 313 се отпуска финансова помощ за насърчаване на растежа на доходите и създаването на заетост в селските райони чрез подпомагане развитието на интегриран селски туризъм; разнообразяване и подобряване на туристичес-

ката инфраструктура, атракциите и съоръженията за посетители в селските райони. По мярката се предоставя финансиране за инвестиции за развитие на туристическа инфраструктура, която е общинска или държавна собственост и/или на организации с нестопанска цел, за атракции за посетителите, както и развитие и маркетинг на туристически продукти на местно ниво.

Мярка 313 подкрепя само дейности, които не генерират печалба, вкл. изграждане и подобрение на съоръжения и/или атракционни. Мярката се прилага в 103 общини в селските райони в България, с население ненадвишаващо 10 000 жители.

По мярката ще се подпомагат инвестиции за изграждане или обновяване на туристическа инфраструктура, съоръжения и/или атракции за посетителите като:

- Атракции за посетителите и места за отдих и развлечения;
- Посетителски центрове за представяне и експониране на местното природно и културно наследство;
- Изграждане на малки по размер атракции на открито и закрито, малки по размер центрове за изкуство и занаяти, както и центрове за временни изложения с туристическа цел. ▼

— Ключови моменти

Занаятчийството в България днес:

- Основната дейност на регистрираните занаятчии е съсредоточена в следните сектори: производство на мебели; на дървесна маса; на дървен материал и изделия от него; хартия, картон и изделия от тях; производство на метални и неметални продукти; на храни; на канцеларска и др. техника; на химични и фармацевтични продукти.
- Според 60% от регистрираните собственици на занаятчийски предприятия регулативните режими и административните пречки затрудняват тяхната дейност.
- Около половината от регистрираните занаятчии имат достъп до информация за подкрепата на бизнеса от национални и европрограми и достъп до добрите практики на управление. Около половината от занаятчиите са използвали кредит за оборотни средства.
- Основно занаятчиите използват собствени средства за финансиране на бизнеса. Евросредства са използвали само 30% от регистрираните занаятчии
- Минимален е процентът на използваните кредити със специално предназначение – само 8% от регистрираните занаятчии. Използването на рисков капитал също не е широко разпространено при занаятчиите
- Над 87% от регистрираните занаятчии имат фирмен сайт. Около 1/2 използват интернет за онлайн поръчки и продажби на продукцията си. Мениджмънта на занаятчийските фирми също познава и активно използва възможностите на интернет като над 74% от регистрираните занаятчии използват електронен подпис.
- Само 1/3 от занаятчийските предприятия използват интегрирани системи за управление на процеси. Над 1/5 от занаятчиите използват друг вид система за управление на производствените процеси.
- Над 67% от регистрираните занаятчии определят нивото и квалификацията на работната сила в тяхното предприятие като добро. Над 74% от тях считат, че работниците им познават добрите практики в сектора.
- При анкетираните занаятчии 52% използват краткосрочни планове.
- 1/2 от регистрираните занаятчии са прилагали иновации и искат да интернационализират предприятието си. 3/4 от анкетираните са осигурили обучение на персонала си, също толкова са използвали ПЧП.
- 52% от регистрираните занаятчии не отчитат промяна в икономическата си състояние през последната година.
- 43% от анкетираните занаятчии имат и прилагат маркетингова стратегия, а над 47% са направили маркетингови проучвания на пазара през последната година.

4.6 SWOT анализ на предприемачеството в България

— Слаби страни на предприемачеството в България

- България е приела редица документи, които имат отношение към стимулиране на предприемачеството, но няма единен документ или единна стратегия за консолидиране на различните инициативи в това отношение.
- Все още преобладава традиционното разбиране за предприемачество като създаване на собствен бизнес, а не като начин на мислене и поведение, свързан с идентифициране на възможности, създаване на екип, намиране на ресурси, поемане на риск, позитивно мислене и изграждане на нещо за бъдещето. Това позволява за предприемачество да се говори в много различни контексти като социално предприемачество, предприемачество в публичния сектор, в творческите индустрии и на много други места.
- Наличните данни показват, че мнозинството от курсове по предприемачество се предлагат в специалностите по икономика и бизнес. Обучението по предприемачество обаче не трябва да се смесва с общото обучение по бизнес и икономика. Затова е под въпрос ситуацията, дали бизнес училищата са най-подходящото място за обучение по предприемачество предвид това, че иновациите и е по-вероятно да възникнат в технически, природо-научни и творчески специалности. Налице е недостиг на преподаватели по предприемачество, малко се прави да се мотивират преподавателите да се ангажират по-активно с обучение по предприемачество.
- Определена слабост за страната ни е ниският дял на хората в активна възраст, участващи в обучението през целия живот, в т.ч. и за придобиване на предприемачески умения, но не само.
- Все още е недостатъчно подпомагането на формалното образование и обучението на работното място, особено в МСП, които могат да компенсират пропуските на образователната система.
- Към слабите страни на развитието на предприемачеството в България се отнасят и трудностите, свързани с кредитирането на начинаещи или млади фирми, които според опита на по-развитите страни, е по-вероятно да бъдат по-иновативни
- Не се познават достатъчно и поради това не се използват националните и европейски програми за стимулиране на предприемачеството и бизнеса
- Друга слабост на българската икономика е ниското ниво на научноизследователската дейност и иновациите (НИДИ), които не са финансирани в достатъчна степен и не стимулират академичното предприемачество
- Недостатъчно развита е информационната среда по отношение на предприемачеството и наличието на качествени и достъпни консултантски услуги
- Неблагоприятна е комуникационна инфраструктура в редица населени места, особено по-малките (пътища, достъп до бърз интернет).
- В културно отношение, липсват публични и значими ролеви модели на предприемачи, които младите да искат да следват

— Силни страни

Към силните страни от развитието на предприемачеството в България се отнася:

- Разширяването на обучението в тази област в редица средни и висши училища;
- Подкрепа за обучението по предприемачество в предприятията;
- Създаването на подходящи консултантски услуги за МСП;
- Подкрепа за начинаещи предприемачи, включително специални инициативи за насърчаване на предприемачеството сред жените и етническите малцинства и др.
- Редица НПО (както образователни, така и изследователски) работят в полза на стимулиране на предприемачеството
- Определена положителна промяна е нарастването на делът на жените предприемачи от 21% през 1991 г. до 45% през 2011 г.
- Всички изследвания показват, че делът на предприемачите с висше образование устойчиво е над половината от всички предприемачи. Това са главно предприемачите сред жените, от столицата, секторите на промишлеността, средните и малките по размер предприятия и във възрастовите групи 35-54 г.
- Висок е делът на предприемачите, ползващи чужди езици, компютър и интернет, особено сред по-младите
- Огромната част от изследваните предприемачи имат положително отношение и разчитат преди всичко на упоритата работа за своя успех.
- Въпреки кризата, материалният статус на предприемачите не се влошава – така те формират един модел на начин на живот, който много млади хора биха желали да следват.

— Възможности за развитие на предприемачеството

Възможностите за нарастване на предприемаческите нагласи и поведение са свързани до голяма степен с прилагането на заложените в Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (2008 г.) принципи, с което страната ни се е ангажирала:

- „Мисли първо за малките“
- Опростяване на процедурите
- Интернационализацията на МСП
- Образование по предприемачество
- Фалит и шанс за ново начало
- Намаляването на административната тежест

На практика, това означава премахването на тези пречки, съгласно които България е в неблагоприятни позиции по редица световни индекси (правене на бизнес, конкурентоспособност, икономическа свобода и др.).

- Предприемачеството би се разгърнало по-широко, ако регулаторните режими и процедурите за издаване на различни разрешителни бъдат облекчени както на местно, така и национално равнище.

- Шанс за предприемачество са очакваните действия за отстраняване на незаконните практики, опростяване и намаляване на административните такси, развитие на електронното управление, наличието единно звено за контакт и за повсеместното въвеждане на принципа на „мълчаливото съгласие“.
- Основа за конструктивното предприемачество, свързано с иновациите и творчеството е укрепването на институциите, които защитават правата на собственост, в т.ч. и интелектуалната собственост, а така също цялостното подобряване на институционалната среда за стартиране и управление на бизнеса.
- Друга възможност представлява реализирането на заявените намерения относно увеличаване на равнището на публични разходи за научно-изследователска дейност, сътрудничество между иновативни МСП, нетехнологични иновации (маркетинг и организационни) и др.
- Определени възможности се съдържат в по-активното използване на потенциала на жените-предприемачи, особено в някои сектори като социални грижи, грижи за децата, творчески индустрии като реклама, дизайн, бизнес услуги др.
- Създаването на мрежи на предприемачи, в т.ч. жени-предприемачи, награждаване на креативността на предприемачите, подобряване на комуникацията и прозрачността при отразяване на техните достижения.
- Не са изчерпани и възможностите на браншовите асоциации по отношение на стартиращи предприемачи с оказване на помощ, бизнес-съвети, развитие на менторството и др.
- В образователната система има потенциал за засилване на дела на обучението в обслужване на клиентите, пазарна ориентация, маркетингови проучвания, работа в структури за сътрудничество и управленските аспекти на бизнеса.
- Друг такъв инструмент е засилването на ролята на университетите в стимулирането на по-иновативни начинаещи предприятия, свързващи изследванията в публичния сектор със света на бизнеса.
- Все още недостатъчно стимулирани са инициативите на предприятията за съвместни дейности с образователни институции, включващи стажантски програми, обучения, професионално консултиране, стипендиантски програми, консултиране при съставяне на учебни планове и др.
- Специално внимание заслужава Национален иновационен фонд, насочен към стимулиране на иновативните МСП, особено начинаещи. За техният успех отново е необходимо опростяване на процедурите по кандидатстване, както и гарантиране на капитал за авансово финансиране.
- Предприемачеството би се ускорило, ако България следва примерът на държавите-членки, които са:
 - приели мерки във фискалната си политика, улесняващи достъпа на МСП до финансиране чрез държавна подкрепа, гаранционни схеми за подпомагане и др.;
 - осигуряващи финансиране за иновационни дружества чрез специален стартов и рисков капитал;

- предоставящи финансиране за енергийна ефективност чрез благоприятни условия за заеми или директни субсидии;
 - прилагащи данъчни облекчения за насърчаване на иновационна дейност в МСП;
 - създали обслужване на едно гише;
 - предоставящи интернет страници за предприемачите на английски език в допълнение към националния си език;
 - стимулиращи интернационализацията на МСП с финансова подкрепа за насърчаване на износа, стратегии за достъп до пазара и участие в различни панаири
- Не на последно място по значение е засилване на вниманието към културната промяна и създаването на ролеви модели на предприемачи, които младите българи да искат да следват.
- **Заплахи**
- Все още недостатъчните инвестиции за обучение по предприемачество обрича фирмите на спадаща конкурентоспособност, поради което е необходима по-голяма активност от страна на бизнеса и на научните институции за интензифициране на взаимния диалог.
 - Много е нисък делът на предприемачите:
 - Във високо-технологичните сектори;
 - На „родените глобални” предприемачи, т.е. такива, които от създаването си стъпват на един или повече чужди пазари.
 - Определена заплаха представлява спадът на учениците и студентите в професионални и технически средни и висши училища, а така също в инженерни и други технически специалности, където се раждат технологичните иновации.
 - Друга заплаха е намаляващият относителен дел на най-младите предприемачи и увеличаване на делът на по-възрастните, което поставя проблеми пред наследяването и трансфера на бизнеса.
 - Пренебрегвана заплаха в страната ни е недостатъчно позитивния образ на предприемача, медийното свързване на бизнес-успеха предимно с непочтени или криминални практики, а не с творчество и упорита работа.



Ръстът на икономиката е пряко свързан с капацитета за развитие и иновации. В условията на икономическа криза и намалено търсене конкурентните предимства на предприятията са в много по-голяма степен свързани с възможностите им за преминаване към технологично производство, подобряване на производителността на труда и търсенето на нови пазари.

5.1 Иновационна активност и конкурентоспособност

— Научни изследвания, иновации и конкурентоспособност на предприятията

Според европейския иновационен индекс (Innovation Union Scoreboard) през 2011 г. България запазва предпоследното място в ЕС-27. По данни на Евростат през периода 2000-2010 г. разходите за НИРД в страната са средно 0.49% от БВП при 1.89% за ЕС-27. По данни на НСИ за 2011 г. разходите за научноизследователска и развойна дейност (НИРД) са 219.6 млн. евро – с 1.9% повече в сравнение с 2010 г., интензивността на НИРД е 0.57% от БВП, а делът на иновативните предприятия в България възлиза на 27.1% и нараства за всички размерни групи в периода 2006-2010 г.⁴⁷ Процентът на иновативните малки предприятия се увеличава от 17% до 21.8%, на средните – от 26.4% до 42.3% и на големите – от 52.7% до 63.2%. Предприятията от индустрията (сектори В, С, D и E) са по-иновативни в сравнение с тези от услугите – съответно 23.8% и 14.5% през 2006 г. и 31.1% и 22.0% през 2010 г.

— Информационни и комуникационни технологии

В края на 2009 г. разходите за ИКТ възлизат на 6.9% от БВП. По този показател България се нарежда на едно от първите места в ЕС. Високият дял се дължи на сектора на електронните съобщения.

Според ICT Development Index⁴⁸ през 2011 г. България е на 51-во място сред общо 165 страни и е с индекс 6.270. Свързаността с интернет през 2011 г. на домакинствата в страната е била 45.0% (39.8% с широколентов), а на предприятията – 86.9% (68.5% с широколентов). В края на второто тримесечие на 2012 г. делът на интернет потребителите вече е 51.0%⁴⁹, което показва ускорени темпове на нарастване.

През последните години се наблюдава тенденция на повишаване на иновационната активност на МСП.

⁴⁷ По последни данни на НСИ.

⁴⁸ Източник: International Telecommunication Union.

⁴⁹ Източник: Internet WorldStats.

– Иновативност на българските МСП и ЕС

На база на сравнение на българските предприятия с тези на 6 други страни, сходни с България по брой на населението – Швеция, Дания, Финландия, Австрия, Словакия и Унгария, проведено от ЕК,⁵⁰ ясно личи изоставането на България по степен на иновативност на предприятията.

В България делът на предприятията във високотехнологично производство е 1% – двойно по-нисък от този в избраните страни от ЕС, а секторите с висок интензитет на знание са недобре развити.

Табл. 5-1: Иновативност на МСП в България и ЕС

	България	ЕС-6
Високотехнологично производство	1%	2%
Нискотехнологично производство	10%	8%
Интензитет на знание в услугите	14%	23%
Нискоинтензивни на знание услуги	68%	51%

Източник: ЕС, SME Performance Review 2012/2013

По отношение на технологичните отрасли в България броят на МСП в машиностроенето е два пъти по-малък отколкото в изброените страни (отново на база на същия анализ), в производството на компютри, оптика и електроника – 3 пъти по-нисък дял, автомобилостроенето – два пъти по-малък, производство на други превозни средства (включително корабостроене и самолетостроене) – два пъти по-малък, в производството на текстил – с 30% по-малък, в печатарска промишленост и производство на записани носители – с 25% по-малък.

Секторът на научната и развойна дейност в България е с дял три пъти по-малък от този в изследваните 6 страни. Този сектор в България е най-силно конкурентен – с най-висока производителност на труда, но е твърде малък. Като цяло България се характеризира с малък брой на предприятия във високотехнологичните сектори на икономиката и голям брой на предприятия в търговията на дребно.

Според годишния доклад за иновации в ЕС Regional Innovation Scoreboard 2012 България попада в групата на страните слаби иноватори. Докладът прави оценка на списък от индикатори, свързани с иновациите на ниво райони за планиране за ЕС. По много от показателите България заема критично ниски позиции. Това са показателите за равнището на публични разходи за научно-изследователска дейност, разходи на бизнеса за научно-изследователска дейност, сътрудничество между иновативни МСП, нетехнологични иновации (маркетинг и организационни). Прави впечатление и силните различия между двата големи региона за планиране в България. Северна и Източна България по много от разглежданите показатели е достигнала едва 10% от равнището на развитие на регионите шампиони по иновации в ЕС.⁵¹

50 ЕС, SME Performance Review 2012/2013

51 Индексът за всеки един показател се измерва от 0 до 1, като 0 и 1 се определят от най-лошите и най-добрите стойности на показателя.

Табл. 5-2: ИНДЕКСИ ЗА ИНОВАЦИОННОТО РАЗВИТИЕ (и. п.)

Индекси за иновационното развитие (индексни пункта)	Северна и Източна България	Югозападна и Южна централна България
Дял на населението с висше образование	0.44	0.59
Публични разходи за научно-изследователска дейност	0.11	0.37
Разходи на бизнеса за научно-изследователска дейност	0.12	0.25
Разходи за иновации, несвързани с НИД	0.68	0.34
МСП извършващи вътрешни иновации	0.19	0.16
Сътрудничество между иновативни МСП	0.09	0.15
Сътрудничество между публичния и частния сектор – общи публикации	0.19	0.13
Патенти	0.16	0.19
Технологични иновации (продукти и процеси)	0.21	0.22
Нетехнологични иновации (маркетинг и организационни)	0.13	0.08
Заетост в средно- и високо-технологични производства	0.23	0.31
Продажби на нови за пазара или нови за фирмата продукти	0.41	0.38

Източник: Regional Innovation Scoreboard 2012

Според индекса за конкурентоспособност на Световния икономически форум за 2012-2013 г. България заема 92 място в света по ниво на иновациите, като тя запазва позициите си спрямо предходната година (изкачва се с 1 място нагоре). При показателя „капацитет за иновации” България има значително подобрение, като се изкачва от 82 на 64 място. Отрицателните тенденции, които индексът отчита, са в недостатъчната държавна подкрепа на иновациите във формата на държавни поръчки за съвременни технологични продукти и в намалението на броя на учени и инженери, работещи в областта на високите технологии.

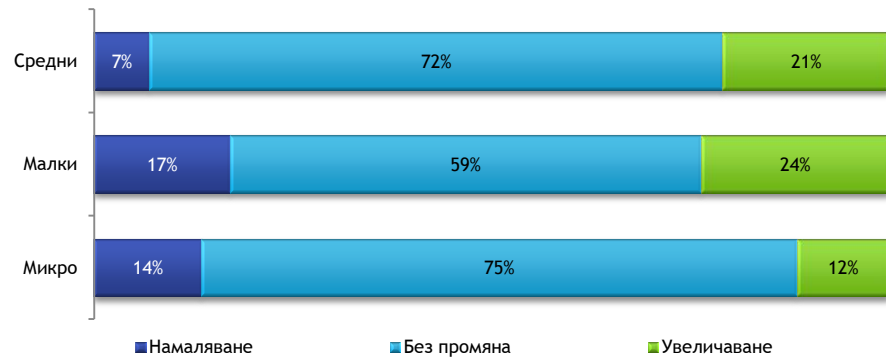
По данни на НСИ, делът на иновативните предприятия в България нараства с умерени темпове. Процентът на иновативните малки предприятия се увеличава от 17% до 21.8% от 2006 до 2010 г., на средните от 26.4% до 42.3% и на големите от 52.7% до 63.2%. Динамиката на развитието е най-висока при средните предприятия. Въпреки това според данните на НСИ през 2011 и при малките предприятия е налице ръст при разходите за НИРД – 28% спрямо 2010 г.⁵² При големите и микро предприятията е налице спад в направените разходи.

Според проведената анкета за целите на настоящия анализ в нови технологии през последната година са инвестирани съответно 23.5%, 35.5% и 44.2% от микро, малките и средните предприятия. Анкетираниите микро предприятия по-скоро отчитат тенденция на спад при технологичното обновяване през последните 2-3 години, докато при малките и средните предприятия оценката е по-благоприятна. Назначаването на служител на позиция за развойна дейност е постижимо за по-големите предприятия. Само 9.5% от микро предприятията посочват, че имат назначен такъв служител при 26.3% от малките и 41.9% от средните.

При микропредприятията се отчита тенденция на спад на технологичното обновяване, докато при малките и средните предприятия оценката е по-благоприятна.

52 НСИ, Разходи за НИРД в сектор Предприятия по големина на предприятията

Фиг. 5-1: Промяна през последните 2-3 години по отношение на технологично обновление



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

През 2012 г. 53% от предприятията в промишлеността са пуснали нов продукт на пазара през последната година.

Намерения да пуснат нови продукти през 2013 г. имат 48% от МСП.

5.2 Иновативност на МСП от промишлеността и фактори за развитието ѝ

Малко повече от половината предприятия от промишлеността са пуснали нов продукт на пазара през последната година (53%) или подготвят да реализират такъв в близко бъдеще (51%). Намерения да разработят и внедрят в производството нови продукти през следващата година имат 48% от МСП. Всяко пето предприятия, което не е разработвало нови продукти през последните две години има намерение да пусне такъв през 2013-2014 г. Делът на предприемачите, които заявяват, че имат достатъчен финансов ресурс да финансират иновационната активност на предприятието си е 28%.

Половината от предприятията (50%) поддържат библиотека за професионална литература – книги, ръководства, специализирани списания и т.н. Собствено звено за научно-развойна дейност имат приблизително една пета от промишлените предприятия (22%), а една четвърт (25%) имат назначени служители, в чиито длъжностни характеристики е включена научно-развойната дейност. През последните пет години 34% от промишлените предприятия са осигурили специализирани обучения на служителите си в областта на актуалните иновации в съответния отрасъл.

През последната година 20% от предприятията са реализирали съвместни дейности с образователни институции, включващи стажантски програми, обучения, професионално консултиране, стипендиантски програми, консултиране при съставяне на учебни планове и др. Делът на МСП, които ползват разработки на научни сътрудници и институти за създаването на нови или подобряването на съществуващите продукти, услуги и процеси е 16%.

Фиг. 5-2: ИНОВАЦИОННА АКТИВНОСТ НА МСП ПРЕЗ 2012 Г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

— Индекс Иновационна активност на промишлените МСП

Иновациите в дадено предприятие се определят от фирмената среда, от външната среда, а така също от знанията и уменията на предприемача. Сред най-важните обаче са: начинът на управление (предприемачът, както и човешките ресурси, въввлечени в иновационните дейности, а също така и развитата иновационната инфраструктура в предприятието), резултатът от разработването и внедряването на нови идеи, размерът на фирмата и технологичният интензитет на сектора.

За целите на анализа на МСП приемаме следната работна дефиниция за иновативно предприятие - предприятие, което:

- Наема дългосрочно на специализирано работно място квалифицирана работна ръка за целите на научно- развойната и иновативната си дейност, или ползва такава в краткосрочен/ средносрочен план от научни и академични организации или други бизнес организации за същите цели.
- Създава и поддържа иновационна инфраструктура в рамките на предприятието.
- Разработва нови идеи за продукти и внедрява в производството тези идеи.

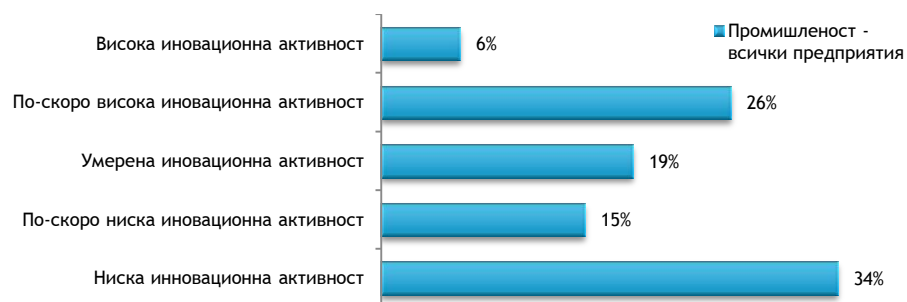
Индексът отчита иновационните дейности на предприятията през последната една и през последните пет години и е пресметнат за всяко предприятие, включено в изследването за целите на настоящия анализ, след което е обобщен по размер на предприятието, по сфери на основна дейност и по район за планиране. (За повече информация относно методологията и стойностите на индекса виж приложенията.)

В 34% от МСП се наблюдава ниска иновационна активност, в 15% – по-скоро ниска, 19% – умерена, 26% – по-скоро висока и в 6% от предприятията – висо-

ка. Като цяло, тези стойности са чувствително по-високи от тенденциите в целия сектор МСП през последните две години. Въпреки това, иновационната активност на една трета от българските промишлени предприятия все още е на много ниски нива.

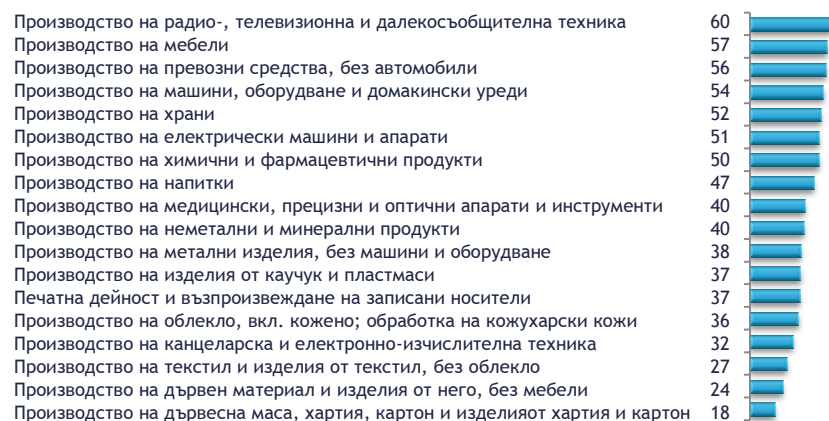
Най-високите нива на иновационна активност се наблюдават предимно във високо технологичните икономически дейности, както и в производството на мебели и храни. Най-ниска е активността в производството на дървесна маса, дървен материал и текстил.

Фиг. 5-3: Индекс Иновационна активност: разпределение на МСП по степен на иновационна активност, 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Фиг. 5-4: Индекс Иновационна активност: средни стойности на индекса по икономически дейности (и.п.), 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

5.3 Фактори за развитие на иновативността в промишлените МСП

Основните фактори за развитието на иновативността както в промишлеността, така и в сектора на МСП като цяло са достъпа до финансиране и интернационализацията (които бяха разгледани в част 3, посветена на характеристиката на сектора на МСП), активността по отношение на интелектуалната собственост, прилагането на добри практики в дейността на фирмите, включващи развитието на човешките ресурси, използването на ИКТ и установените практики в бизнес планирането и изготвянето на маркетингови стратегии.

— **Активност по отношение на интелектуалната собственост**

За целите на анализа въвеждаме следната работна дефиниция за предприятие, активно по отношение на интелектуалната собственост:

Предприятие, което:

- Има регистрирани търговски марки и патенти у нас и в чужбина.
- Има възможност за финансиране на такава дейност.

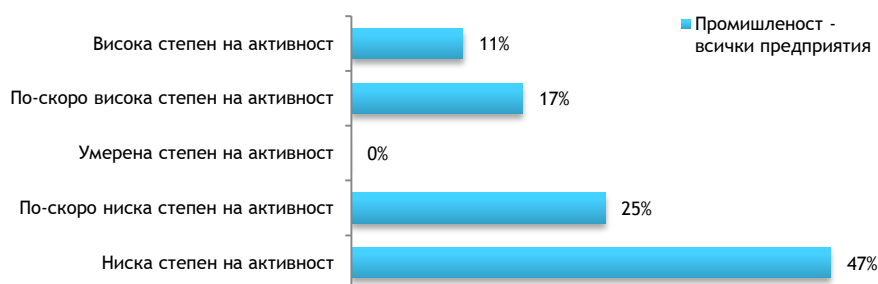
Делът на промишлените МСП със собствена регистрирана търговска марка в България или чужбина е 42%. Делът на микро предприятията с такава регистрация е 27%, на малките – 47%, а на средните по размер фирми – 61%.

Предприятията със собствен патент възлизат на 20%. Наличие на регистриран патент при микро предприятията има при 12% от фирмите, докато този при малките по размер компании е 21%, а при средните – 32%.

Осигуреност с достатъчен финансов ресурс за регистрация на интелектуална собственост декларират, че имат 30% от предприемачите в промишлеността. Делът на микро предприятията, които декларират, че финансово са обезпечени да регистрират интелектуална собственост е 20%. Този на малките компании е 31%, а на средните – 43%.

За разлика от тенденциите в целия сектор на МСП, включващ и останалите икономически дейности, при промишлените предприятия се забелязва значително по-високи нива на активност по отношение на интелектуалната собственост. Все пак, при близо половината от МСП (47%) се наблюдава ниска степен на такава активност, а в друга една четвърт (25%) – по-скоро ниска степен. Делът на по-активните предприятия е 28%, което означава, че близо три от десет предприятия в промишлеността имат регистрирана интелектуална собственост и достатъчно финансиране за целта. И в този случай, подобно на иновационната активност се забелязва открояване на повечето високотехнологични сектори, но поляризацията между най-активните и най-пасивните предприятия е по-чувствителна по отношение стойностите на индекса.

Фиг. 5-5: ИНДЕКС ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА МСП ПО СТЕПЕН НА АКТИВНОСТ, 2012 г.

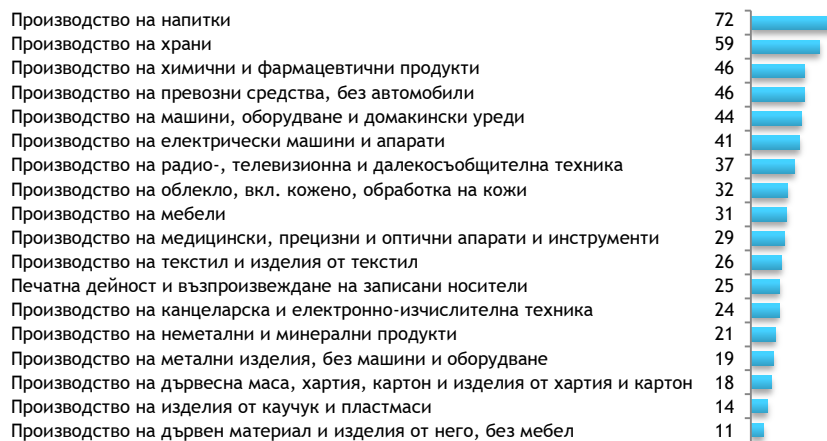


Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Всяко трето предприятие от промишлеността разполага с достатъчен финансов ресурс за регистрация на интелектуална собственост.

Около една четвърт от промишлените МСП нямат фирмена интернет страница.

Фиг. 5-6: ИНДЕКС ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ: СРЕДНИ СТОЙНОСТИ НА ИНДЕКСА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ (И.П.), 2012 Г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

— Прилагане на добри практики

На практика прилагането на ИКТ, обучението на човешките ресурси във фирмата и използването на маркетингови стратегии и бизнес планове в управлението на МСП са три различни по вид и характер дейности. Въпреки това, прилагането на всяка една от тях е свързано с останалите. Следователно, прилагането на добрите практики може да бъде описано и с трите вида дейности едновременно.

За целите на настоящия анализ приемаме следната работна дефиниция за предприятие, прилагащо добри практики:

Предприятие, което:

- Използва в дейността си съвременни ИКТ (управленски информационни системи и интернет технологии).
- Прилага формална или неформална стратегия за развитие на човешките ресурси и предоставя обучения на служителите си.
- Разработва и прилага пазарни стратегии и бизнес планове с краткосрочен и по-дълъг времеви хоризонт.

ИКТ и МСП от промишлеността

Всеки три от четири промишлени МСП има фирмена интернет страница. Електронен подпис на управляващите имат 78% от предприятията. Възможности за онлайн поръчки и продажби имат 45% от компаниите, а 40% предоставят възможност за онлайн плащания.

Система за управление на отношенията с клиенти имат 18% от МСП. Също толкова е делът на тези, които са внедрили система за управление на доставчиците и приблизително толкова (17%) са компаниите, които използват интегрирана система за управление на почти всички процеси. Друг вид управленска информационна система използват 24% от предприемачите в сектора.

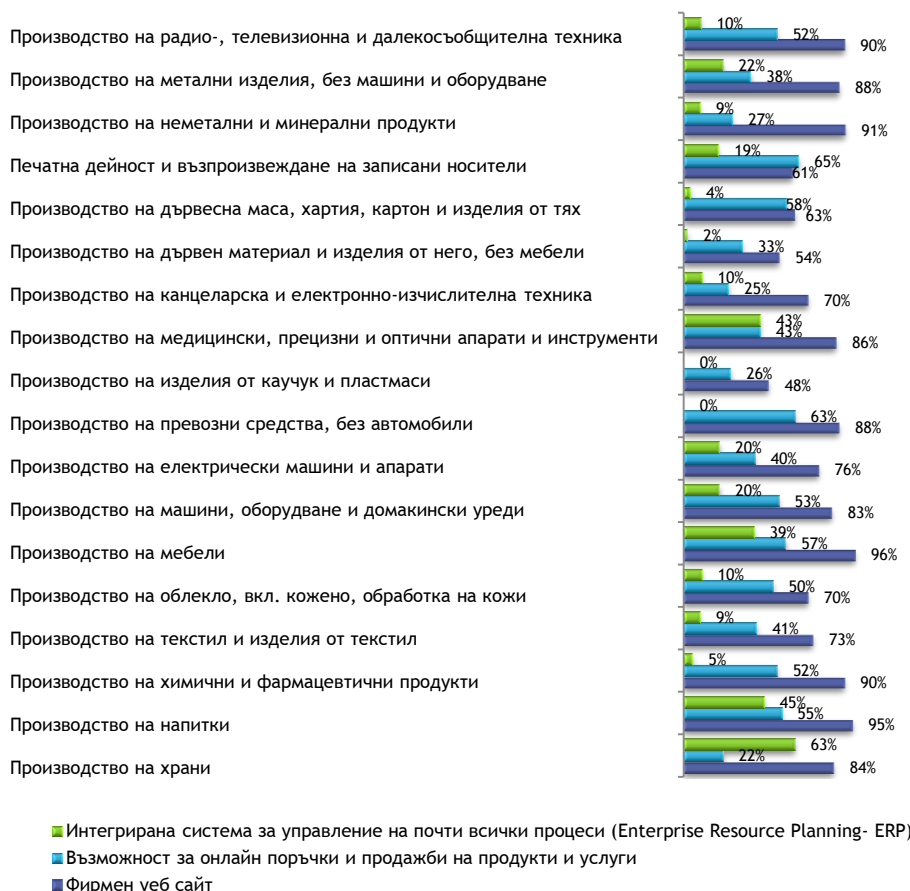
Като цяло се забелязва известно изоставане на по-малките МСП по отношение внедряването и използването на ИКТ спрямо по-големите предприятия.

Фиг. 5-7: **ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИКТ ОТ МСП В ПРОМИШЛЕНОСТТА ПО РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЯТА, 2012 Г.**



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Фиг. 5-8: **ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИКТ ОТ МСП В ПРОМИШЛЕНОСТТА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ, 2012 Г.**



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Обучения и МСП от промишлеността

Преобладаваща част от предприятията в промишлеността считат, че служителите им са достатъчно добре квалифицирани (80%), и че служителите им познават добрите практики в сектора (81%).

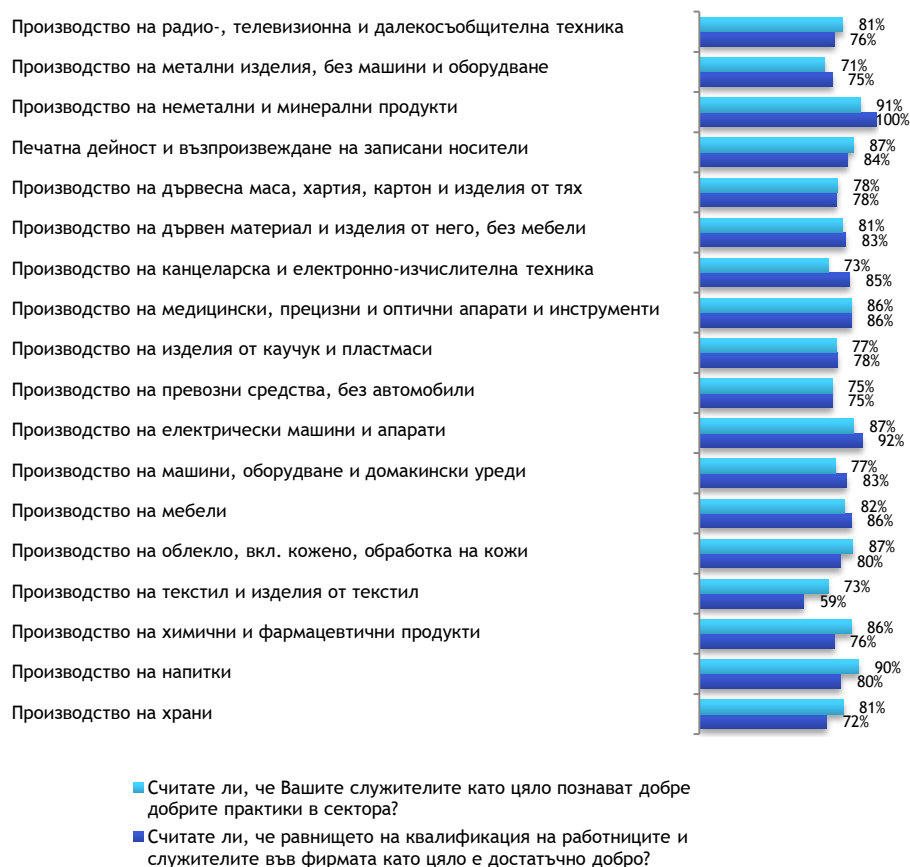
Повече от половината МСП са осигурили обученията на служителите си и/или ръководителите си през последната година – 53%. Външни специализирани обучения за управление на продажбите са посетили 17% от фирмите, а в професионалната сфера на дейност на компанията – 22%. Близко половината предприемачи заявяват потребност от чуждо езикови обучения – 45%. Близко една трета – 33% идентифицират потребност от обучение по управление, маркетинг и продажби, 31% – по ИКТ приложения, а 26% – от обучения, насочени към износ.

Фиг. 5-9: ОБУЧЕНИЯ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В МСП В ПРОМИШЛЕНОСТТА ПО РАЗМЕР НА ПРЕДПРИЯТИЯТА, 2012 Г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Фиг. 5-10: СУБЕКТИВНА ОЦЕНКА НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ В МСП В ПРОМИШЛЕНОСТА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ, 2012 Г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

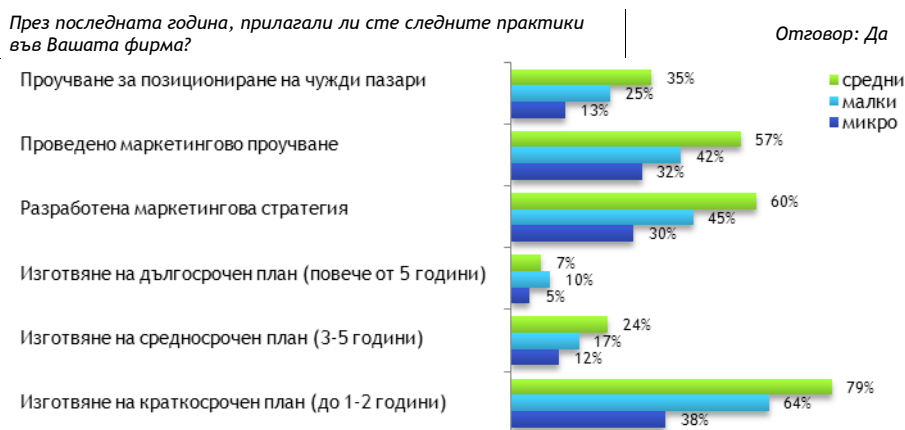
Бизнес стратегии и планове в МСП от промишлеността

Повече от половината предприятия в промишлеността ползват разработени краткосрочни бизнес планове с хоризонт 1-2 години – 57%. Средносрочни бизнес планове имат значително по-малък дял – 17%, а дългосрочни планове правят едва 8% от МСП.

42% от предприятията са имали изготвено маркетингово проучване и разработена стратегия през последната година. Проучване за позициониране на чужди пазари са направили по-малко от една четвърт от предприятията – 23%.

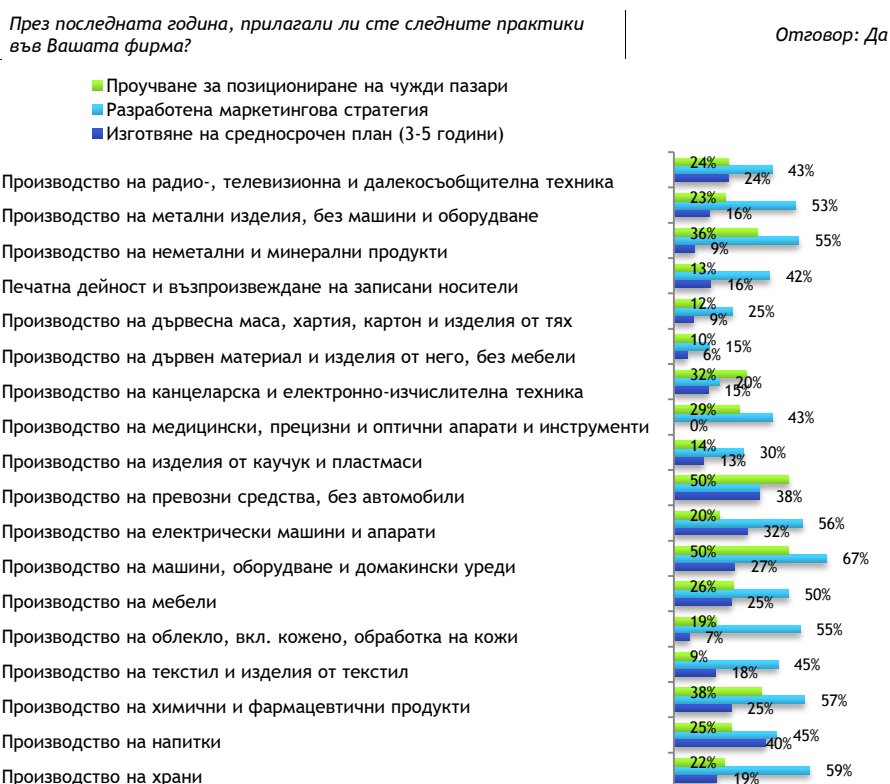
Подобно на останалите фактори за конкурентоспособност, и тук размерът на предприятието определя степента на прилагане на пазарните анализи и бизнес планове в дейността на фирмата. По-големите предприятия прилагат в значително по-голяма степен тези добри практики.

Фиг. 5-11: Използване на ИКТ от МСП в промишлеността по размер на предприятията, 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Фиг. 5-12: Пазарни анализи и бизнес планове в МСП в промишлеността по икономически дейности, 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

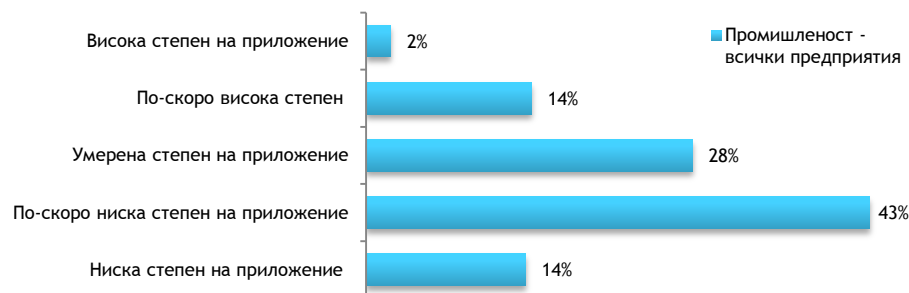
— Индекс Добри практики

Индексът на добрите практики дава възможност за обобщение на всички прилагани от МСП практики по отношение на ИКТ, човешките ресурси и бизнес стратегиите и плановете. През 2012 г. наблюдаваме известно изпреварване на индексните стойности в сравнение с тези за целия сектор на МСП през 2010-2011 г.: 16% от предприятията широко прилагат добри практики (висока и по-

скоро висока степен), 28% – в умерена, 43% – в по-скоро ниска, а 14% – в ниска степен.

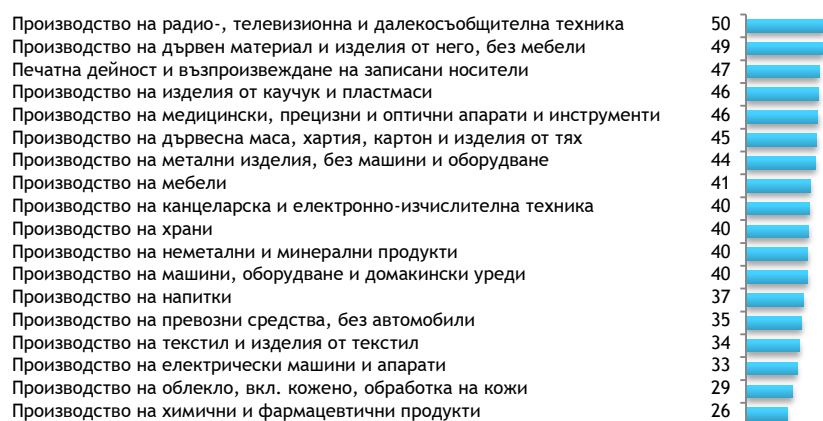
Прилагането на добри практики е значително по-разпространено сред средните по размер предприятия, при които средната стойност на индекса е приблизително 50 и.п., докато при малките този индикатор е 41 и.п., а при микро фирмите – 32 и.п.

Фиг. 5-13: Индекс Добри практики: РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА МСП ПО СТЕПЕН НА ИНОВАЦИОННА АКТИВНОСТ, 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

Фиг. 5-14: Индекс Добри практики: СРЕДНИ СТОЙНОСТИ НА ИНДЕКСА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ (и.п.), 2012 г.



Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

— Стимулиране на иновативността и ефекти върху икономическото представяне в промишлените МСП

За целите на изследването на иновативността на промишлените предприятия е направено иконометрично моделиране на връзките между факторите (определящи иновативността), иновационната активност на отделните МСП и икономическото им представяне (с цел идентифициране на ролята и мястото на всеки от факторите в сектора на промишлеността към момента). Обобщаването на получените резултати от оценката на тези модели е представено по-долу, а техническото описание на използваните модели е направено в приложенията.

Подобно на ситуацията в целия сектор на МСП, която беше наблюдавана през 2012 и 2011 г., през 2013 г. в промишлените МСП е налице висока взаимосвързаност между наблюдаваните фактори за развитие и конкурентоспособността, а именно иновативност, достъп до финансиране, интелектуална собственост, интернационализация и прилагането на добри практики. Подобряването на

Нивото на иновативност на дадено предприятие през 2013 г. зависи на първо място от прилаганите добри практики в рамките на предприятието.

Вторият по значение фактор е достъпът до финансиране.

На трето място се нареждат нивото на интернационализация и активността по отношение на интелектуалната собственост.

един от тези фактори в дадено предприятие води след себе си до подобряване и на всички останали фактори.

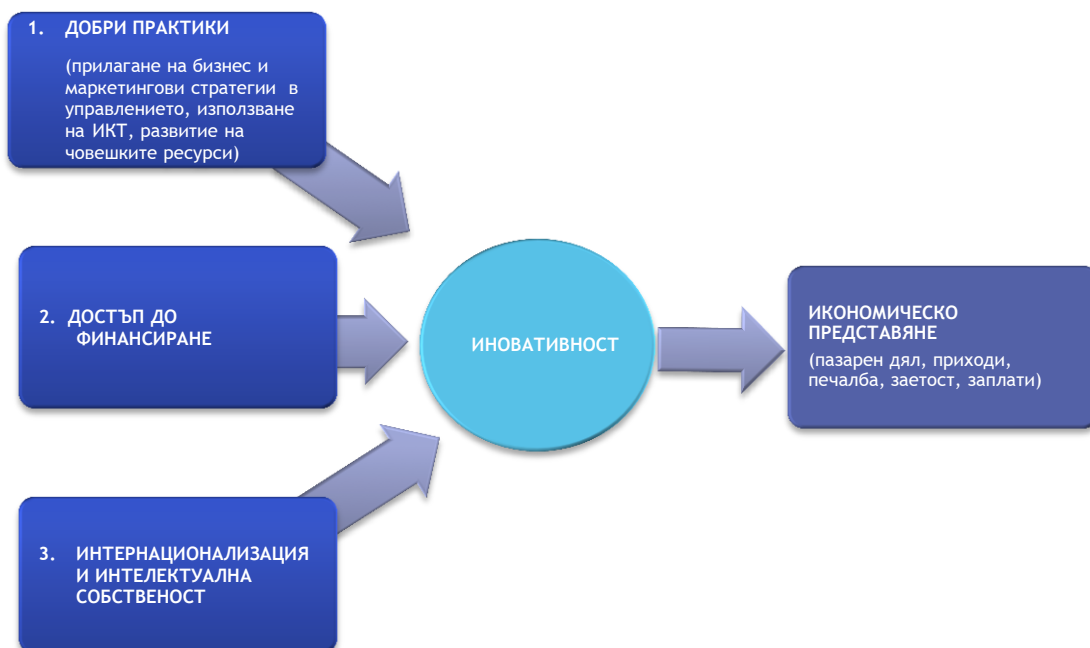
Нивото на иновативност на дадено предприятие през 2013 г. зависи на първо място от прилаганите добри практики в рамките на предприятието. В настоящия анализ добрите практики обхващат три разнородни по своята същност дейности – използване на ИКТ, развитие на човешките ресурси и прилагането на бизнес и маркетингови стратегии в практиката на МСП. В случая, мястото на всяка една от тези дейности е следното: водещата роля при определяне нивото на иновативност има използването на ИКТ в МСП; на второ място се нарежда прилагането на бизнес и маркетингови стратегии в управлението; на трето място е позиционирано развитието на човешките ресурси. По-широкото прилагане на добри практики в МСП води до по-висока иновативност.

Вторият по значение фактор, определящ нивото на иновативност на МСП е достъпът до финансиране. По-добрият достъп до финансиране на промишлените МСП води до по-високата им иновативност.

На трето място при определянето нивото на иновативност се нареждат нивото на интернационализация и активността по отношение на интелектуалната собственост. По-високите нива на интернационализация и патентна дейност на промишлените МСП водят до по-засилена активност по отношение на иновациите.

От своя страна, през 2012 и в началото на 2013 г., повишената иновативност е допринесла положително за икономическото представяне на МСП от промишлеността. Иновативните предприятия са съумели да запазят в по-голяма степен пазарните си дялове, приходите си от продажби, нивата на печалба, заетостта и нивата на заплащане в сравнение с по-ниско иновативните предприятия.

Фиг. 5-15: ФАКТОРИ, ИНОВАТИВНОСТ И ИКОНОМИЧЕСКО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОМИШЛЕНИТЕ МСП



Източник: Обединение „ИНСАЙТ“

— Ключови моменти

- През 2011 г. се наблюдава тенденция в повишаване на иновационната активност на МСП, но иновационната активност на една трета от българските промишлени предприятия все още е на много ниски нива.
- Намерения да пуснат нови продукти през следващата година имат 48% от МСП. Около половината от предприятията в промишлеността са пуснали нов продукт на пазара през последната година и също толкова подготвят да пуснат такъв през тази година.
- Делът на предприемачите, които заявяват, че имат достатъчен финансов ресурс да финансират иновационната активност на предприятието си е 28%.
- Осигуреност с достатъчен финансов ресурс за регистрация на интелектуална собственост декларират, че имат 30% от предприемачите в промишлеността.
- Делът на промишлените МСП със собствена регистрирана търговска марка в България или чужбина е 42%. Предприятията със собствен патент възлизат на 20%.
- Всеки три от четири промишлени МСП има фирмена интернет страница. Електронен подпис на управляващите имат 78% от предприятията. Възможности за онлайн поръчки и продажби имат 45% от компаниите, а 40% предоставят възможност за онлайн плащания.
- Система за управление на отношенията с клиенти имат 18% от МСП. Също толкова е делът на тези, които са внедрили система за управление на доставчиците и приблизително толкова (17%) са компаниите, които използват интегрирана система за управление на почти всички процеси.
- Преобладаваща част от предприятията в промишлеността считат, че служителите им са достатъчно добре квалифицирани (80%), и че познават добрите практики в сектора (81%).
- Повече от половината предприятия в промишлеността ползват разработени краткосрочни бизнес планове с хоризонт 1-2 години – 57%. Средносрочни бизнес планове имат значително по-малък дял – 17%, а дългосрочни планове правят едва 8% от МСП.
- През 2012 г. 16% от предприятията широко прилагат добри практики (висока и по-скоро висока степен), 28% – в умерена, 43% – в по-скоро ниска, а 14% – в ниска степен.
- Прилагането на добри практики е значително по-разпространено сред средните по размер предприятия, при които средната стойност на индекса е приблизително 50 и.п., докато при малките този индикатор е 41 и.п., а при микро фирмите – 32 и.п.

6

Политики за развитие на сектор МСП

6.1 Подобряване на институционалната и правната рамка

Все повече европейските страни осъзнават, че икономическото възстановяване от кризата и връщането към растеж изисква повече предприемачество. Това е така, защото предприемачеството прави икономиката по-конкурентна и иновативна, а така също създава заетост. Тази нова ориентация е фиксирана и в много документи на ЕС (ЕС, 2011; Escarys, 2012; ЕС, 2013 и др.). В същото време в редица страни институционалната и бизнес среда не е много благоприятна за предприемачите, особено за начинаещия малък бизнес. Трудностите са свързани с неадекватно образование, труден достъп до кредити и пазари за започващи фирми, проблеми с прехвърлянето на бизнеса, тежки процедури по неговото преустановяване и др. Независимо че в доста документи на Европейската комисия се декларира необходимостта от подобряване на бизнес средата за предприемачите (ЕС, 2012), подкрепящите мерки остават недостатъчно балансирани.

Специално за България, Европейската комисия отчита, че „Кризата значително намали достъпа до финансиране за малките и средните предприятия, а финансираните от ЕС операции по финансов инженеринг в полза на МСП са възпрепятствани от бюрокрацията и закъсненията. В основното или средното образование не е включено специфично обучение по предприемачески умения. Във висшето образование е предвидено обучение по бизнес и управление, както и по останалите свързани с него предмети, но от него студентите и предприемачите не винаги придобиват уменията, които са им нужни, за да успеят на един силно конкурентен пазар... Предприятията считат, че регулаторната среда е нестабилна и непредсказуема, тъй като законите се променят често. Хармонизирането на националните закони със законодателството на ЕС е сложно и води до противоречия. Регулаторните режими и процедурите за издаване на разрешителни (напр. в строителството, фармацевтиката и химическия сектор) трябва да бъдат облекчени както на местно, така и на национално равнище. Трябва да се предприемат действия за отстраняване на незаконните практики, за опростяване и намаляване на административните такси, за развитие на електронното управление, за гарантиране на добре функциониращо единично звено за контакт и за повсеместно въвеждане на принципа на „мълчаливото съгласие“....Основна слабост на икономиката на България е ниското равнище на научноизследователската дейност и иновациите (НИДИ). И двете не се финансират в достатъчна степен, не постигат очакваните резултати и се нуждаят от радикална реформа” (ЕК, 2012, с. 16, 20, 21).

Превръщането на предприемачеството в машина за икономически растеж изисква цялостна културна промяна. В Плана за действие относно стимулирането на предприемачеството на ЕК са посочени три области за незабавна интервенция:

- 1) Образование и обучение по предприемачество в подкрепа на растежа и създаването на нови бизнеси;
- 2) Укрепване на рамковите условия за предприемачите чрез премахване на съществуващите структурни бариери в критичните фази на жизнения цикъл на бизнеса;
- 3) Динамизиране на културата на предприемачество в страните от ЕС посредством създаване на условия за поява на нова генерация предприемачи.

В допълнение може да се посочи прилагането на данъчни облекчения за насърчване на фирмената иновационна дейност като успешна практика в редица европейски страни (Белгия, Великобритания, Дания, Германия, Естония, Ирландия, Испания, Латвия, Полша, Финландия и др.) Тяхното въвеждане цели и изваждане на светло на скритите до момента разходи за научноизследователска и развойна дейност на предприятията (Иновации Бг. 2012, с. 24).

Друга мярка включва насърчването на академичното предприемачество. Подобно на заключението в доклада на ИАНМСП от 2012 г., че „разходите за обучение по икономика и стопанско управление не са просто разходи за образование, а директни инвестиции за развитието на икономиката” (с. 105), ЕК също твърди, че „инвестирането в обучение по предприемачество е една от инвестициите с най-голяма възвращаемост, която Европа може да направи” (ЕС, 2013, с. 5). Това обучение трябва да бъде обвързано с моделите за практическо обучение от опита и света на реалните предприемачи.

Особено внимание се обръща на условията за създаване на нов бизнес. За неговата подкрепа са необходими усилия в шест ключови области, като достъп до финансиране, особено в началото на бизнеса; подкрепа в критичните фази на жизнения цикъл, свързване с новите бизнес възможности на ИКТ, облекчаване трансфера на бизнеса, на процедурите по излизане от даден бизнес и започването на нов (втори шанс за почтените предприемачи), намаляване на регулаторните тежести (ЕС, 2013, с. 6-8). Европейската комисия ще подкрепя комерсиализирането на изследванията и тестването на нови бизнес-модели посредством Програмата за Конкурентоспособност на предприятията и МСП (COSME), Хоризонти 2020 и Структурните фондове. Регулациите на бизнеса трябва да се опростят и да станат по-ясни, да се минимизират условията за корупция, да се премине към обслужване на „едно гише” – всичко това спестява много средства на предприемачите.

Новото в този план за стимулиране на предприемачеството е вниманието към културната промяна и създаването на ролеви модели на предприемачи, които младите европейци да искат да следват. Задачата е осъществяването на нова „предприемаческа” революция и тази цел може да се постигне чрез дългосрочни съвместни усилия на ЕК и страните членки (ЕС, 2013, с. 28).

В доклада на ЕК „Review of the “Small Business Act” for Europe” от 23.02.2011 се отчита, че повечето от страните членки са приели национални цели за намаляване на административната тежест спрямо малкия бизнес, но не всички са успели ефективно да се справят с тази задача (Пешева, 2011). Сред основните цели, които си поставя стратегията за МСП са:

- опростяване на административните процедури;
- по-широко използване на електронното правителство;
- облекчаване на процедурите по обявяване на несъстоятелност

Комисията стимулира прилагането на принципа “само веднъж”, според който административните органи не трябва да искат от предприятията различна информация, документи или сертификати, които вече са били предоставени за други процедури. Поощрява се опростяване на счетоводната рамка на ЕС, чрез преразглеждане на основните изисквания за годишните и консолидираните отчети на МСП

Комисията насърчава държавите-членки да изпълнят препоръките, изложени в стратегията за МСП, като:

- намаляване на времето необходимо за стартиране на нови предприятия до 3 работни дни и разходите до 100 евро;
- намаляване на времето, необходимо за получаване на лицензи и разрешителни за започване и извършване на специфична дейност на МСП до един месец до края на 2013 г.

6.2 Добри практики

В анекса към доклада „Review of the “Small Business Act” for Europe” от 23.02.2011 се посочват добрите практики в страните членки.

Така например във Франция с помощта на закона “Сам-предприемач” от 2009 г. се дава възможност на всеки гражданин (безработни, заети лица, служители, пенсионери) лесно да създаде бизнес. Повече от 500 000 такива предприемачи са създадени в периода януари 2009 – юни 2010 година.

В Белгия законът за непрекъснатостта на предприятия от 2009 г. предоставя мораториум за компаниите, изправени пред финансови трудности, за да се предотврати неплатежоспособност и предварително обявяване в несъстоятелност.

В Естония Законът за реорганизацията от 2008 г. създава алтернатива на производството по несъстоятелност, която позволява на компаниите да оцелеят в случай на временни проблеми с платежоспособността.

Новият закон за несъстоятелност от 2010 г. в Латвия прави процедурата по обявяване на несъстоятелност по-проста и значително по-бърза, като се гарантира стабилизиране на финансовия сектор и намаляване на нивото на дълга в частния сектор.

В Чехия, т.нар закон “Кутия на данните” от 2009 г. има за цел опростяване на трансфер на данни и комуникация между бизнеса и администрацията.

Унгарската администрация предоставя услугата на “едно гише” за регистрация на дружество и процедурите по електронен път (от 2008 г., процедурите по електронен път са задължителни и времето, необходимо за учредяването на предприятие е намалено до един час).

В Португалия се учредява програма, която има за цел опростяване на административните процеси, процедури и практики. От 2009 г. насам, обществени консултации се извършват чрез публичен блог.

Правителството на Великобритания има създаден уеб портал, който предлага информация за наличните обществени поръчки и осигурява достъп до електронните административните възможности. През 2008 г. Службата на държавна търговия публикува 12 препоръки за намаляване на бариерите, с които малки и средни предприятия се сблъскват, когато се конкурират за обществени поръчки.

През 2010 г. Испания прие нов закон за приемането на 30-дневен срок за публични вземания и на 60-дневен срок за между-фирмени плащания.

Двадесет и две държави-членки са създали оперативни бюра за обслужване на "едно гише". Те позволяват на МСП да се справят с административните формалности по електронен път, когато искат да правят бизнес в Европа. 15 от държавите предоставят интернет страница на английски език в допълнение към националния език – Белгия, Кипър, Чехия, Дания, Естония, Финландия, Германия, Гърция, Унгария, Италия, Литва, Нидерландия, Португалия, Испания и Швеция.

6.3 Подобряване достъпа до вътрешния и външния пазар

Българската търговия представлява едва 0.2% от световната, като страната ни е на 62 място сред износителите. Не може да се очаква България да е лидер в цял сектор, но страната ни има роля в международния пазар на някои нишови продукти и може да развива интернационализацията си именно в засилването на тази роля.

Водещите експортни продукти на България са горива и мед, следвани от електрически и електронни изделия и машини. Износът на електроника и електротехника след 2007 г. бележи средно годишен ръст 17%, докато световният внос расте с 4% за същия период, т.е. страната печели пазарен дял. Подобни постижения има при машините: за 5 години средният експортен ръст е 4% при средногодишен ръст на световния внос 2%. Следващите групи продукти са желязо и стомана и облекла, различни от трикотажните. И при двете групи се регистрира спад през последните 5 години и загуба на пазарен дял. На седма и осма позиция са маслодайните семена и житни растения, следвани от трикотажни изделия и фармация (Илиев, 2012). Пазарът на ЕС не е достатъчно динамичен, поради което запазването на българският експортен ръст изисква увеличено присъствие на други пазари. Страната ни не използва достатъчно възможностите на най-динамичния пазар в Европа и най-големия град – Истанбул, Турция. С приближаването на Западните Балкани към членството в ЕС ще нараства и тяхната конкуренция както на пазарите в ЕС, така и в привличането на качествени инвестиции.

В същото време у нас има остра нужда от привличане на инвестиции в производства, които да създават високотехнологични експортни продукти с голяма добавена стойност. Инвестициите трябва да се насочат към допълнителна преработка на ресурсите – те се изнасят не защото на външните пазари цените са по-високи, а защото не могат да се оползотворят тук. В тази връзка ниските данъци са само един компонент от общата цена за правене на бизнес. Важни компоненти още са: качеството и наличието на работна ръка, на публични услуги, местни доставчици на стоки и услуги и инфраструктурата.

България може да насочи усилията си към производството и износа на стоки с относително голяма добавена стойност, сред които:

- Компоненти за автомобилостроенето – хидравлика, машинни възли, акумулатори, лагери, кабели, електротехнически и електронни изделия, сензори, джанти;
- Хладилници, фризери; санитарен фаянс; изчислителни машини; фармацевтични продукти.

6.4 Подобряване на технологичните условия

Дори и по време на кризата, МСП устояват позицията си на крайъгълен камък на съответните икономики. Както в ЕС, така и в страната ни те са 99.8% от всички предприятия. Ако в страните от ЕС-27 МСП са отговорни за 67% от общата заетост и 58% от БДС, то в България те осигуряват 75% от заетостта и 62% от БДС. Наред със заплахата от повторна рецесия, МСП продължават възстановяването си от пред кризисния период по отношение на добавена стойност и заетост

Икономическото представяне на МСП варира значително между страните членки. Например МСП в Австрия и Германия надвишиха нивото от 2008 г. по отношение на БДС и заетост през 2011 г., докато в повечето други страни МСП не могат да достигнат пред кризисното ниво по тези показатели.

Налице са ключови фактори, които дават обяснение защо в малко страни МСП се възстановяват добре. На първо място е важно икономиката да е силна във високо и средно-технологичната преработваща промишленост и интензивните на знание услуги (като случая на Германия). Второ, секторната производителност на труда е по-висока там, където има по-висока степен на инвестиции, експорт и във високо и средно-технологичната преработваща промишленост и интензивните на знание услуги (например, Австрия и Германия). Трето, ръстът в добавената стойност в тези най-добре представящи се икономики на ЕС е резултат едновременно от ръст в заетостта (което увеличава вътрешното търсене) и реален ръст на производителността, като ръстът в заетостта е доминиращ (Ecorus, 2012, с. 10).

Повечето сектори отчитат възстановяване в ръста на БДС за МСП в съчетание с намаляваща заетост. Единствено изключение са търговията, транспорта и услугите. Така като главен резултат се очертава ръст на МСП, съчетан с безработица (jobless growth). По отношение на представянето на МСП от страните членки на ЕС спрямо годишния ръст на добавената стойност и заетостта, те се разделят на четири групи:

- 1) П-П страни – с позитивен ръст по двата показателя;
- 2) П-Н страни – с позитивен ръст в добавената стойност и негативен по отношение на заетостта;
- 3) Н-П страни – с негативен ръст в добавената стойност и позитивен ръст в заетостта;
- 4) Н-Н страни – с негативен ръст по двата показателя.

Данните показват реално подобрене през 2012 г. в сравнение с 2009 г. Ако през 2009 г. само Германия принадлежи към първата група, мнозинството от 22 страни са в четвъртата група. През 2011 г. вече 13 страни са в първата група и само три страни в последната. За 2012 г. се очаква 18 страни да принадлежат към първата група (сред които и България) и само две (Гърция и Португалия) – към последната група (Табл. 6-1).

Табл. 6-1: КАТЕГОРИЗАЦИЯ НА СТРАНИТЕ ЧЛЕНКИ СПОРЕД РЪСТА В РЕАЛНАТА ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ И ЗАЕТОСТТА ПРЕЗ 2009 и 2012 г.

	2009	2012
П-П	Германия	Австрия, Белгия, България, Кипър, Дания, Естония, Германия, Унгария, Ирландия, Латвия, Литва, Люксембург, Малта, Нидерландия, Румъния, Словакия, Испания, Англия
П-Н	Белгия, Нидерландия	Чехия, Финландия, Франция, Италия, Полша, Словения, Швеция
Н-П	България, Англия	
Н-Н	Австрия, Кипър, Чехия, Дания, Естония, Финландия, Франция, Гърция, Унгария, Ирландия, Италия, Латвия, Литва, Люксембург, Малта, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Словения, Испания, Швеция	Гърция, Португалия

Източник: Ecorys, 2012, с. 19-20

Политиките за стимулиране на растежа, заетостта и конкурентоспособността са ключови за успеха както на стратегията Европа 2020, така и на Националната програма за развитие "България 2020". Предишните годишни доклади на ИАНМСП разкриха решаващата роля на МСП за възстановяването от кризата от 2008 г. Страната ни е изправена пред предизвикателството да насърчава конкурентоспособността, базирана на по-висока производителност, което е отразено в седемте водещи приоритета на стратегията, сред които иновациите, новите умения и устойчивостта са ключови компоненти.

6.5 Насърчаване на иновациите в МСП

МСП се разглеждат като една от „водещите сили“ на модерните икономики, благодарение на техния принос за технологично осъвременяване, продукти и процесни иновации, създаване на заетост и развитие на експорта. Способността на МСП за иновации е важна, не само защото води до подобряване на тяхната конкурентоспособност, но и поради свързаността и разпространението на знанието сред другите фирми от сектора и цялата икономика. Предвид факта, че Европа се превръща все повече в икономика водена от знанието, от критично значение е да се разбере по-добре ролята на МСП в тази икономика на знанието, как интензивността на знанието, изследователската и развойна дейност и иновациите могат да повлияят върху ръста на производителността и специално в МСП.

Според данните от изследвания, ръстът на производителността за периода 2009–2012 г. е по-висок в интензивните на знание услуги и в сравнение с ниско-интензивните на знание услуги, а така също във високо технологичните в сравнение с ниско технологичните МСП от преработващата промишленост. Тези два типа МСП са най-важните за конкурентоспособността.

Страните членки, които имат относително по-интензивна на знание икономика, отчитат по-бърз растеж на БДС в техните МСП. Съществува позитивна и статистически значима корелация между дела на заетостта в интензивните на знание МСП в общата заетост на МСП и реалния ръст на БДС на всички МСП за 27-те държави членки в периода 2008–2011 г. Същата позитивна и статистическа значима корелация съществува в страните членки между дела на заетостта във високо и средно-технологичните МСП от преработващата промишленост и реалния ръст на БДС за всички МСП.

Съществува по-силна връзка между ръста на БДС на МСП и техния дял в заетостта в секторите с интензивни на знание услуги. Това означава, че повече МСП от секторите с интензивни на знание услуги увеличават вероятността за

страната да има по-висока добавена стойност от сектора на МСП, което не изключва факта, че някои страни с висок дял на МСП от интензивни на знание услуги, могат да отчитат негативен ръст на БДС по време на криза. Като правило продуктите и услугите на тези сектори са по-скъпи и еластичността на търсенето при тях е по-силна – те са по-чувствителни на промяната на доходите (Berthou and Emlinger, 2010). Поради това спадът в доходите по време на кризата повлиява много по-силно върху този род продукти и услуги (Esposito and Vicarelli, 2011). Обратно, по време на икономическо възстановяване може да се наблюдава по-силен ръст при този тип фирми. Тази хипотеза намира потвърждение в относително по-бързото възстановяване на високо и средно-технологичните МСП и тези от секторите с интензивни на знание услуги през 2010 и 2011 г. (Ecorys, 2012, с. 44)

Допълнително, страни с по-висок дял на заетостта в МСП от секторите с интензивни на знание услуги е по-вероятно да се представят по-добре и в експорта. Същата връзка съществува и по отношение на страните с по-висок дял на заетостта в МСП от високо и средно-технологичните сектори на преработващата промишленост.

И през 2011–2012 г. конкурентоспособността на българските предприятия обаче продължава да се основава на ниски разходи и ниски данъци, а не на качествени фактори, образование и иновации. Това донякъде се дължи и на намаляването на държавните разходи за финансиране на НИРД и иновациите, като в това отношение се разчита почти изключително и само на европейските фондове. Според анализаторите, финансирането на изследователската и развойната дейност от държавата има фрагментарен характер, без дългосрочна визия и обосновааност при определянето на държавната политика в областта на науката и иновациите (Иновации Бг., 2012, с. 46). Неслучайно 89.5% от издадените патенти в България за периода 2001–2011 г. принадлежат на чуждестранни притежатели на патенти и само 10.5% – на български, което ограничава възможностите на българските фирми да използват нови технологии без да нарушават чуждестранни патентни права (Иновации Бг., 2012, с. 29).

В същото време в България съществуват „разнородни скрити форми на взаимодействия между наука и бизнес, които са широко разпространени и са пряко свързани с предприемаческата активност на учени и изследователи. Основната черта на тези форми на взаимодействие е, че те са неформални и понякога заобикалящи или дори нарушаващи действащите нормативни актове, поради което остават скрити както за официалната статистика, така и за голяма част от изследванията в тази област”. (Иновации.бг 2010, с. 41)

Всичко това повдига и въпросът за адекватните политически инструменти и по-специално ролята на университетите в стимулирането на по-иновативни начинаещи предприятия, като свързват по този начин изследванията в публичния сектор със света на бизнеса. Необходимо е да се направи детайлен преглед на методите за стимулиране, включително:

- въвеждането на правилата за интелектуална собственост;
- създаване на годишни награди;
- фокусиране върху предприемачи от университетите;
- подобряване достъпа до финансиране за студентски предприемачи;
- подкрепа за бизнес инкубатори;
- ориентирани към резултатите центрове за трансфер на технологии.

Този преглед трябва да отговори на въпроса – как най-добре да се стимулира създаването и развитието на високотехнологични и интензивни на знание МСП? Очевидно е, че значително място в този процес принадлежи на университетите и тяхната нова роля за стимулиране на предприемачеството и свързването на научните изследвания с реалните потребности на бизнеса.

Трудно е да се намерят средства за инвестиции в образование, наука и технологии, особено по време на криза. В същото време редица изследвания разкриват, че инвестициите в икономика базирана на знания се възвръщат. Страните, отчитащи икономически ръст дори и след кризата от 2008 г., са предимно такива, които се характеризират с висок процент инвестиции в научни изследвания, технологии и подобряване квалификацията на работната сила. Това са държави като Финландия, Дания, Швеция, Швейцария, САЩ, Сингапур, Тайван, Белгия, Норвегия и Холандия. Тези държави предприемат различни мерки за постигане на икономика на знанието (INSEAD, 2010). „В Сингапур например, учителите получават високи възнаграждения, както и допълнителни бонуси, свързани с представянето на техните ученици. Учебната програма е съобразена и актуализирана според най-новите изисквания за доброто бъдещо развитие на учащите се. В Холандия пък редица компании подпомагат училищата и сътрудничат в измислянето на начини природните науки да се популяризират сред младежта. В Дания, държавата поема заплатата на служителите, под риск от съкращение или намаляване на работната седмица, ако компанията работодател се ангажира, че през този период ще ги обучава и подпомага да развият допълнителни умения и квалификации” (Каменова, 2011). Застаряването на населението във всички страни от ЕС и особено в България, съчетано с негативен демографски ръст поставя още по-големи изисквания към повишаване производителността на труда и осигуряване на квалифицирана работна сила като главен фактор за икономически растеж. Без подобряване на уменията на човешкия капитал разходите за нови технологии и инфраструктура са напразни, а привличането на инвестиции трудно.

6.6 Инструменти за подобряване достъпа на МСП до финансиране и кредитиране

Според изследване на БСК през 2012 г. с 16% нараства делът на фирмите, ползвали банкови кредити – през 2011 г. 63% са декларирали, че имат кредити, а през 2012 г. – 79%. В същото време, все повече са фирмите, които успяват навреме да изплащат задълженията си към банките (49%). Със 7% намаляват и реструктурираните кредити – от 25% през 2011 г. на 18% през 2012 г. През последните три години фирмите, които не успяват да изплащат навреме кредитите си са 11-12%.

Изследването показва, че бизнесът все повече разчита на банковото кредитиране и все по-малко на еврофондовете, тъй като 65% от анкетираните не планират да кандидатстват с европроекти през 2013 г., 26% имат такова намерение, а 9% още не са решили. Най-честата причина за отказ от кандидатстване с проекти е липсата на ресурс за авансово финансиране (39%). Сред другите причини са и тежките процедури по кандидатстване, управление и отчитане на проектите (15%), както и съмненията в обективността на оценяването на проектите предложения (14%). По 7% от анкетираните посочват липсата на квалифициран човешки ресурс за разработка и управление на проекти, както и факта, че все още не са приключили работата си по настоящ проект. Сравнително висок остава процентът на предприемачите (18%), които твърдят, че не разполагат с достатъчно информация за възможностите за кандидатстване, което по-скоро се дължи на недостатъчна активност от страна на самите кандидати за евро-финансиране (БСК. Негативни оценки за 2012 г.).

В същото време Оперативна програма „Конкурентоспособност“ съдържа шест под-приоритета, средствата от които са насочени за подкрепа на иновативното предприемачество. През 2010 г. бе подписано споразумение между правителството на страната и Европейския инвестиционен фонд за прилагане на инициативата JEREMIE. Тази инициатива включва инструменти за финансов инженеринг, предназначени за стартиране на нови и подкрепа на съществуващи иновативни микро, малки и средни предприятия. По споразумението са създадени 5 фонда за финансиране на МСП:

- Гаранционен фонд, осигуряващ гаранции на търговски банки, за да кредитират МСП със собствен ресурс.
- Три фонда за дялов капитал – Фонд за рисков капитал, предвиждащ финансиране на иновативни новосъздадени малки предприятия, фонд „Растеж“, насочен към подкрепа на иновативни МСП в първите години от създаването им, и фонд „Мецанин“, предвиждащ смесено дялово финансиране и заеман инструмент.
- Фонд „Акселератор“ (seed capital), подпомагащ предприемачите на етап идея и разработване на бизнес план за нейната реализация.

По този начин чрез ОП „Конкурентоспособност“ в България се въвежда пълният набор от капиталови инструменти, насочени към всеки етап от жизнения цикъл на едно иновативно предприятие – от разработване на идеята, през новосъздадено предприятие, ранно развитие, до капиталова експанзия и разширяване на бизнеса в зряла фаза. Общата безвъзмездна финансова помощ от европейските фондове и националния бюджет възлиза на малко повече от 389 млн. лв. (Иновации.бг, 2012, с. 46)

6.7 Обобщение: предложения за политики за стимулиране развитието на МСП в България

– Политики за подобряване на бизнес средата за развитие на МСП

Съгласно Европейския законодателен акт за малкия бизнес, подкрепата на малките предприятия следва да бъде фокусирана в следните десет ключови области/приоритета:

- Образование и обучение по предприемачество.
- Евтино и по-бързо стартиране на бизнес.
- Добро законодателство и регулации.
- Повишаване на уменията.
- Подобряване на онлайн достъпа до услуги.
- Максимално извличане на ползите от единния пазар.
- Данъчни и финансови въпроси.
- Засилване на технологичния капацитет на малките предприятия.
- Използването на успешни модели за електронен бизнес и развитие на най-висококачествена подкрепа за малките предприятия.
- Развитието на по-силно и по-ефективно представителство на интересите на малките предприятия на ниво ЕС, както и на национално равнище.

Съгласно Плана за действие относно стимулирането на предприемачеството на ЕК, политиките следва да са посочени в следните три области за незабавна интервенция:

- 1) Образование и обучение по предприемачество в подкрепа на растежа и създаването на нови бизнеси.
- 2) Укрепване на рамковите условия за предприемачите чрез премахване на съществуващите структурни бариери в критичните фази на жизнения цикъл на бизнеса.
- 3) Динамизиране на културата на предприемачество в страните от ЕС посредством създаване на условия за поява на нова генерация предприемачи.

Според препоръките на ЕК, България трябва да следва добрите практики по Законодателния Акт за малкия бизнес, отразени в следните принципи: Насърчаване на предприемачеството; Втори шанс; Мисли първо за малките; Комуникативна администрация; Достъп до обществените поръчки; Достъп до финансиране; Единен пазар; Умения и Нововъведения; Превръщане на предизвикателствата, свързани с околната среда във възможности; Подкрепа за интернационализация.

— Политики в областта на правните регулации

Основните политики, които ще създадат предпоставки за развитието на сектора на МСП в областта на правните регулации, са както следва:

- Подобряване на регулаторната среда в смисъл на предсказуемост и устойчивост.
- Облекчаване на процедурите по издаване на разрешителни (напр. в строителството, фармацевтиката и химическия сектор) на местно и национално равнище.
- Намалване на времето необходимо за стартиране на нови предприятия до 3 работни дни и разходите до 100 евро.
- Намалване на времето, необходимо за получаване на лицензи и разрешителни за започване и извършване на специфична дейност на МСП до един месец до края на 2013 година.
- Отстраняване на незаконните практики, опростяване и намаляване на административните такси.
- Облекчаване на условията за участие на МСП в обществени поръчки - например оригинални и пълни документи да се искат само от спечелилият поръчката.
- Разработването на закон за въвеждане на 30-дневен срок за публични вземания и на 60-дневен срок за между-фирмени плащания (подобно на този в Испания);
- Развитие на електронното управление.
- Гарантиране на добре функциониращо единно звено за контакт („едно гише“) (административните органи не трябва да искат от предприятията различна информация, документи или сертификати, които вече са били предоставени за други процедури).
- Прилагане на принципа за „мълчаливото съгласие“.

- Опростяване на езика на стандартите за здравословни и безопасни условия на труд (ЗБУТ), както и на стандартите за безопасност на продуктите, особено на храните.
- Облекчаване трансфера на бизнеса, на процедурите по изливане от даден бизнес и започването на нов (втори шанс за почетените предприемачи).
- Опростяване на счетоводната рамка за МСП, чрез преразглеждане на основните изисквания за годишните и консолидираните отчети на МСП.
- Създаване на национален уеб портал, който предлага информация за наличните обществени поръчки и осигурява достъп до електронните административните възможности (например позволяващ на доставчиците на услуги да се оправят с административните формалности по електронен път).

— Данъчни политики, стимулиращи МСП

Предложенията за политики в областта на данъчната политика могат да бъдат обобщени по следния начин:

- Премахването или намаляването на данъка върху дивидентите.
- Намаляването на ставките за едноличните търговци от 15% на 10%.
- Преглед на законосъобразността и размера на редица държавни и общински такси с цел тяхното намаляване (особено такса смет).
- Облекчения за МСП в изостанали и обезлюдени райони (села), като например премахване на изискването за касови апарати.

— Политики, облекчаващи достъпа до финансиране

Предложенията за политики, насочени към облекчаване на достъпа до финансиране на МСП, са следните:

- Подобряване на достъпа до финансиране за малките и средните предприятия по линия на европейските и националните програми, което включва намаляване на бюрокрацията и закъсненията при администрирането им.
- Опростяване на тежките процедури по кандидатстване, управление и отчитане на проектите.
- Осигуряване на първоначален ресурс за авансово финансиране за участие в евро проектите.
- Популяризиране на инициативата JEREMIE в средствата за масова информация.

— Политики в сферата на трудовите отношения:

- Разширяване на практиките на наемане на срочни договори, временна и почасова работа, което изисква и въвеждане на приемлива часова ставка за различните сектори (особено в хотелиерството, ресторантьорството, строителството, търговията на дребно и др.).
- Развитие на системата за признаване на неформално придобит професионален опит и квалификации.

- **Политики в областта на технологиите, иновациите и енергийната ефективност:**
 - Засилване финансирането на НИРД.
 - Подкрепа на изследванията на МСП и тестването на нови бизнес-модели посредством Оперативна програмата „Конкурентоспособност“.
 - Специално подкрепа за МСП от високо и средно-технологичната преработваща промишленост и интензивните на знание услуги.
 - Специална подкрепа на експортно ориентирани високо и средно технологични МСП от преработващата промишленост и интензивните на знание услуги.
 - Изграждане на електронна платформа за оценка на експортния и иновационния рейтинг на МСП, която да бъде в основата на формулирането на адекватни политики за стимулирането на иновациите и подпомагане интернационализацията, и която да позволява насочването на тези политики към релевантната целева група.
 - Регулярна актуализация на информационния масив и изготвяне на анализи на състоянието на МСП по отношение на иновациите и интернационализацията, които да бъдат използвани за идентифициране на ефективни политики.
 - Осъществяването на нетни оценки на въздействието на провежданите политики, които да идентифицират ефективните и неефективните мерки, както и стимулите, на които МСП реагират в най-голяма степен, с цел подобряване ефективността на провежданата политика от страна на ИАНМСП и МИЕТ.
 - Съдействие за институционализиране на скритите форми на взаимодействия между наука и бизнес, които са свързани с предприемаческата активност на учени и изследователи.
 - Стимулиране на новата роля на университетите и свързването на изследванията с бизнеса:
 - ревизия на статуса на изследователя;
 - въвеждането на правилата за интелектуална собственост;
 - създаване на годишни награди;
 - фокусиране върху предприемачи от университетите;
 - подобряване достъпа до финансиране за студентски предприемачи;
 - подкрепа за бизнес инкубатори;
 - ориентирани към резултатите центрове за трансфер на технологии.
 - Въвеждане на „иновационните ваучери“, които позволяват на МСП да закупуват иновационни консултантски услуги и ноу-хау.
 - Финансиране за енергийна ефективност чрез въвеждане на благоприятни условия за заеми или директни субсидии.
 - Предоставяне на консултантски услуги за МСП относно осведомеността им за енергийната ефективност.

- Съфинансиране на проекти за предоставяне на еко-продукти и технологии (например слънчеви приложения, интелигентни мрежи и др.).
- **Политики, стимулиращи интернационализацията и износа на МСП:**
- Финансова подкрепа за насърчаване на износа, стратегии за достъп до пазара и участие в различни панаири.
 - Подкрепа за излизането на МСП на трети пазари извън ЕС, особено към бързо развиващите се страни (Бразилия, Русия, Индия, Китай, Турция и др.).
 - Приоритетно подпомагане на доказали своята експортна конкурентоспособност производства.
 - Въвеждане на наставническа схема, при която се оказва подкрепа от големите фирми за интернационализацията на МСП.
- **Политики в областта на образованието и предприемаческата културата:**
- Включване на специфично обучение по предприемачески умения в основното и средно образование.
 - Разпространение на обучението по предприемачество във висшето образование с акцент върху техническите творческите специалности.
 - Популяризиране на образованието в природните науки и математиката сред младите хора - масови стипендии за ученици и студенти в тези специалности.
 - Създаването на ролеви модели на предприемачи, които младите българи да искат да следват - осъществяването на културна „предприемаческа” революция.
 - Съдействие за разширяване на практиките на вътрешнофирменото обучение в МСП, особено в областта на управление на проекти.

КАРЕ 6-1: ДОБРИ ПРАКТИКИ В СТРАНИТЕ НА ЕС ЗА СТИМУЛИРАНЕ РАЗВИТИЕТО НА МСП

Политики и подходи

Европейският законодателен акт за малкия бизнес, приет от държавите-членки с цел подобряване на бизнес средата за малките предприятия, беше одобрен от лидерите на ЕС на Европейския съвет през 2000 г. Съгласно него, държавите-членки и Комисията предприеха действия за подкрепа на малките предприятия в десет ключови области/приоритета:

- Образование и обучение по предприемачество;
- Евтино и по-бързо стартиране на бизнес;
- Добро законодателство и регулации;
- Повишаване на уменията;
- Подобряване на онлайн достъпа до услуги;
- Максимално извличане на ползите от единния пазар;
- Данъчни и финансови въпроси;
- Засилване на технологичния капацитет на малките предприятия;
- Използването на успешни модели за електронен бизнес и развитие – на най-висококачествена подкрепа за малките предприятия;
- Развитие на по-силно и по-ефективно представителство на интересите на малките предприятия на ниво ЕС, както и на национално равнище.

Приетият през юни 2008 г. Законодателен акт за малкия бизнес в Европа отразява политическата воля на Комисията да признае централната роля на МСП в икономиката на ЕС и за първи път утвърди цялостна политика за МСП в рамките на ЕС и държавите-членки. Актът има за цел да подобри цялостния подход към предприемачеството, да бъде въведено постоянно прилагане на принципа „Мисли първо за малките“ в политиката, нормативната дейност и обществените услуги, както и насърчаване растежа и развитието на МСП, като им помага да разрешават проблемите, пречателни за развитието им. Законодателният акт за малкия бизнес в Европа се прилага от всички независими компании, които имат по-малко от 250 работници и служители: такива са 98% от всички европейски предприятия.

През 2011 г. Комисията представи нов подход, който отговаря по-добре на нуждите на малките предприятия. Отсега нататък, Европейската комисия ще се стреми, доколкото е възможно да намали административната тежест върху микро предприятията при прилагането на законодателството на ЕС или да въведе специални режими, така че да се сведе до минимум регулаторната тежест за тях. В специален доклад до Съвета и Европейския парламент, Комисията представи списък на инициативи, които вече са предприети и ще бъдат използвани в бъдещето. В него са представени строги мерки с цел вземане под внимание мнението на МСП при формулирането на новите инициативи на ЕС.

Отчитането и обмяна на добри практики по Акта в областта на политиката за МСП продължи с все по-голямо участие от страна на държавите-членки. Като основен инструмент за обсъждане на добрите практики по него са годишните конференции, организирани съвместно от Европейската комисия, заедно със съответното председателство на Съвета. Конференциите привличат всяка година над 350 политици и бизнес организации от повече от 40 страни.

Критерии за оценка на добри практики

Под добра практика се разбира политика, проект, инструмент или друга мярка, въведена от или по инициатива на публичните власти на национално, регионално или местно ниво с цел прилагане на законодателния акт за малкия бизнес.

Тя трябва да отразява следните приоритети:

- Да бъде специално насочена към малките и средните предприятия и/или трябва да вземе предвид нуждите на МСП, за да се приложат един или повече от приоритетите на законодателния акт за малкия бизнес с цел постигане на значими резултати;
- Какво е влиянието на добрите практики върху местната/регионалната/ националната икономика при създаване на работни места? Проектът устойчив ли е в бъдеще? Какъв дългосрочен положителен ефект ще има от него?
- Може ли подходът да се приложи в други страни на Европа? Проектът вдъхновяващ ли е? Има ли някакви бизнес отношения/партньорства, разработени на база споделени научени уроци?
- Ясно изразена подкрепа и на други практики по отношение на ефикасността и ефективността или значително подобряване на положението на МСП в рамките на тази държава-членка.

За предпочитане е примерът за добра практика да включва:

- комуникационна стратегия, адаптирана към целевата аудитория;
- идеята да бъде оригинална и новаторска;
- да предвижда текуща оценка на резултатите от нея, за предпочитане въз основа на предварително зададени ясни и измерими цели.

През последните години е налице значително сближаване в политиките на държавите-членки в областта на МСП, както и в практическите аспекти на прилагането ѝ. Все по-голям брой държави-членки докладват, че са използвали мерки, разработени в други държави-членки, като по този начин се възползват от силните си страни и опита при прилагането на идеите.

Много конкретни примери свидетелстват за успеха на този метод като например:

- Прилагането на принципа „Мисли първо за малките“
- Опростяването на процедурите

- Интернационализацията на МСП
- Образованието по предприемачество
- Фалит и ново начало
- Намалването на административната тежест

В допълнение на насърчаването на малките и средни предприятия и предприемачеството на регионално и местно равнище, Комисията започна да раздава и Европейските награди за предприемачество, за да поощри най-добрите практики в насърчаване на тези предприятия и предприемачеството.

Преглед на добрите практики по Законодателния Акт за малкия бизнес

В изпълнение на 10-те принципа на Законодателния акт за малкия бизнес са налице следните добри практики при неговото изпълнение:

Принцип 1: Насърчаване на предприемачеството

Много държави-членки са въвели програми за насърчаване на предприемачески нагласи и умения в младите хора чрез интегриране на предприемачеството в училище и в университетските учебни програми или чрез създаване на проекти.

В някои страни обучението по предприемачество е обект на съгласувана национална стратегия (Дания, Нидерландия, Швеция, Обединеното кралство и др.). В Латвия стотици студенти представят бизнес планове ежегодно в рамките на конкурс. Някои страни са включени в национални или европейски програми за насърчаване на предприемачеството сред жените (Кипър, Дания, Гърция, Финландия, Франция, Германия, Исландия, Ирландия, Италия, Норвегия, Полша, Словакия и Швеция). Няколко държави-членки използват значителни суми от структурните фондове за тези програми:

В Австрия например програмата "Succession exchange" (стартирала през 2008 г.) има за цел подпомагане сливането на предприятия. Предлагат се помощни услуги и електронна платформа за свързване на предприемачите, които възнамеряват да прехвърлят фирмата си и предприемачи, които искат да поемат управлението ѝ.

Във Франция „Auto-entreprenuer" (2009 г.) позволява на всеки гражданин (безработни, заети, длъжностни лица, пенсионери), да започнат бизнес и да се възползват от редица данъчни облекчения по време на първата година от старта на бизнеса. Повече от 500 000 „предприемачески" дружества са създадени между януари 2009 и юни 2010 г.

В Румъния програмата „Старт" се стреми към развиване на предприемачески умения сред младите хора (на възраст 18-35 години) и в подкрепа на нововъзникващите предприятия. (с бюджет: 21.2 милиона евро през 2009 г., включително 19 млн. евро за грантове и 2.1 млн. евро за финансиране на изпълнителната агенция).

В Швеция Националната програма за насърчаване на жените предприемачи (за периода 2007-2010 г.) осигурява услуги и наставничество на стартиращи фирми, управлявани от жени. Бе създадена Национална мрежа на жени посланици, която през 2009 г. вдъхнови изграждането на Европейската мрежа на Посланици на женското предприемачество.

Принцип 2: Втори шанс

Само пет държави-членки (Белгия, Финландия, Ирландия, Испания и Обединеното кралство) се съобразяват с препоръката да допълнят правните си производства за прекратяване на бизнес в случай на банкрут в рамките на една година.

В Белгия това е Законът за приемственост на предприятия (2009г.), за предоставяне на мораториум за фирми, изправени пред финансови трудности, за да се предотврати ситуация на неплатежоспособност и фалит.

В Естония чрез реорганизация, който беше приета през 2008 г. се създаде алтернатива на производството по несъстоятелност, която позволяват на компаниите да оцелеят в случай на временни проблеми с платежоспособността.

В Латвия бе изготвен нов закон за несъстоятелност, който влезе в сила през 2010 г. с цел да се опростят и ускорят процедурите по несъстоятелност, като се гарантира стабилизиранието на финансовия сектор и намаляване на нивото на дълга в частния сектор.

Принцип 3: Мисли първо за малките

Само няколко държави-членки (Белгия, Дания, Финландия, Люксембург, Германия, Полша, Словения, Швеция и Обединеното кралство) са интегрирали МСП теста в националният си подход за вземане на решения.

В Германия през 2009 г. бяха опростени 23 бюрократични процедури, като част от предприетите действия за намаляване на бюрократичните пречки за МСП.

В Италия през април 2010 г. правителството прие препоръка за прилагане на Законодателния акт за малкия бизнес и създаде постоянна работна група, която обединява министерства, камари, бизнес организации, регионите и италиански член на Европейския икономически и социален комитет за наблюдение на изпълнението на Законодателния акт за малкия бизнес и с цел предлагане на инициативи в това отношение.

Принцип 4: Комункативна администрация

В Чехия проектът „Data box” от 2009 г. има за цел опростяване на трансфера на данни и комуникация между бизнеса и администрацията.

Администрацията в Унгария осигурява обслужване на едно гише за регистриране на дружество с опростени процедури и процедури по електронен път (от 2008 г. насам, процедурите по електронен път са задължителни и времето, за да се създаде бизнес е намалено до един час).

В Португалия програмата „Симплекс” има за цел да се опростят административните процеси, процедури и практики. От 2009 г. насам обществени консултации също се осъществяват чрез публичен блог.

Принцип 5: Достъп до обществените поръчки

Само няколко държави са започнали да прилагат Европейския кодекс на добрите практики, с цел улесняване на достъпа на МСП до обществени поръчки (Австрия, Франция, Германия, Ирландия, Полша, Португалия, Швеция и Обединеното кралство). Най-разпространените мерки благоприятстващи МСП са ограничаване на офертите и улесняване на достъпа до информация чрез централизирани уеб сайтове, интерактивни уеб страници и други електронни обществени поръчки.

В Обединеното кралство е създаден правителствен уеб-портал (Supply2.gov.uk), на който се публикуват договори в публичния сектор и така осигурява достъп на МСП до публично-финансирани възможности. През 2008 г. Търговската служба на правителството публикува 12 препоръки за намаляване на пречките пред МСП, когато те се конкурират за договори в публичния сектор.

Принцип 6: Достъп до финансиране

Повечето държави-членки са приели мерки във фискалната си политика, за да се улеснят достъпа на МСП до финансиране чрез държавна подкрепа, гаранционни схеми за подпомагане (Белгия, Кипър, Чешката република, Естония, Франция, Германия, Гърция, Унгария, Италия, Латвия, Литва, Холандия, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Словения, Испания и Обединеното кралство) или микрокредити за съфинансиране (Австрия, Германия, Унгария, Ирландия, Латвия, Литва, Словакия и Швеция).

Няколко държави-членки също са предприели мерки за повишаване на рисковия капитал (Чешка република, Дания, Германия, Ирландия, Люксембург, Полша, Словакия, Швеция и Обединеното кралство). Необходимо е също да се спомене, че Белгия, Унгария, Франция, Ирландия и от скоро Финландия имат т.нар. ”кредитен омбудсман”.

Други държави-членки са предприели действия за справяне с просрочените плащания, които изпревариха промените в Директивата за забавените плащания, а в някои случаи излизайки извън нейния обхват (Белгия, Франция, Германия, Португалия и Обединеното кралство). През 2010 г. Испания прие нов закон, който определя 30-дневен срок за публичните плащания и 60 дни срок за плащания на бизнеса към бизнеса.

Принцип 7: Единен пазар

Двадесет и две държави-членки са създали оперативно обслужване на едно гише (points of single contacts). Те позволяват на доставчиците на услуги да се оправят с административните формалности по електронен път, когато искат да правят бизнес в цяла Европа. Петнадесет от тях предоставят информация в сайтовете на националния и на английски език (Белгия, Кипър, Чешката република, Дания, Естония, Финландия,

Германия, Гърция, Унгария, Италия, Литва, Нидерландия, Португалия, Испания и Швеция).

Принцип 8: Умения и Нововъведения

Няколко държави-членки осигуряват финансиране за нови иновационни дружества чрез специален стартов и рисков капитал (Австрия, Белгия, Чехия, Финландия, Германия, Гърция, Унгария, Испания, Швеция и Обединеното кралство). Други осигуряват финансова подкрепа за иновационни центрове или за конкурентоспособността като свързват университетите, изследователските центрове и предприятията (Австрия, Белгия, Чешката република, Германия, Франция, Ирландия, Италия и Обединеното кралство). „Иновационните ваучери“, които позволяват на МСП да закупуват иновационни консултантски услуги и ноу-хау, са широко разпространени (Австрия, Гърция, Ирландия, Холандия, Португалия, Словения и Обединеното кралство).

Друг пример за добра практика е Италия, където, за да се насърчи свързването в мрежа на иновативните малки и средни предприятия, бе приет Закон за регулиране на мрежите на компаниите през юли 2010 г. и предоставяне на тези мрежи с фискални, административни и финансови инициативи.

Принцип 9: Превръщане на предизвикателствата, свързани с околната среда във възможности

С цел да се помогне на МСП да подобрят или подменят оборудването си с енергийно ефективни алтернативи, няколко държави-членки осигуряват финансиране за енергийна ефективност чрез въвеждане на благоприятни условия за заеми или директни субсидии (Белгия, България, Кипър, Франция, Германия, Малта, Португалия, Словения и Обединеното кралство). Други страни оказват подкрепа на малки и средни предприятия за развитие на бизнес възможности на зелените пазари (България, Чешката република, Германия и Словакия). Трети страни членки предоставят консултантски услуги за малки и средни предприятия, за да ги информират и повишат осведомеността им за енергийната ефективност, намаляване на разходите и бизнес възможностите в тези сфери (Австрия, Белгия, България, Германия, Унгария, Испания, Швеция и Обединеното кралство).

В Дания чрез Бизнес иновационния фонд с бюджет от 100 млн. евро за периода 2010-2012 г. (създаден през 2009 г.) датското министерство на икономиката и бизнеса подкрепя възможностите за бизнес в т.нар. зелени пазари.

Фондацията за наука и иновации в енергетиката и околната среда в Холандия (създадена през 2008 г.) е мрежа от 160 фирми, институти, регионалното и местното самоуправление като съфинансира проекти за предоставяне на еко-продукти и технологии (например слънчеви приложения, интелигентни мрежи и др.).

Принцип 10: Подкрепа за интернационализация

Няколко правителства стимулират интернационализацията на МСП, например с финансова подкрепа за насърчаване на износа, стратегии за достъп до пазара и участие в различни панаири (Кипър, Чешката република, Дания, Естония, Франция, Ирландия, Италия, Латвия, Литва, Малта, Нидерландия, Полша, Португалия, Словацка република, Испания, Швеция и Обединеното кралство). Някои от тях като Дания и Словения се фокусират върху растежа на фирми, готови да интернационализират. Други са създали нови агенции за насърчаване на износа (Люксембург) или нови програми за подкрепа на експортни малки фирми (Унгария).

Наставническа схема, при която се оказва подкрепа от големите фирми за интернационализацията на МСП, също е пилотен проект във Франция.



Библиография

- Baumol, W. 1990. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98 (5), 893 – 921.
- Berthou A., & Emlinger C. (2010). Crisis and the Collapse of World Trade: The Shift to Lower Quality, CEPII WP 2010-07.
- Bulgarian Forum of Business Leaders (<http://www.bblf.bg>)
- Busenitz, L. and Barney, J. (1997), "Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making", *Journal of Business Venturing*, Vol. 12, No. 1
- Carter, S., Anderson, S., and Shaw, E. (2001). „Women Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature”, Report to the Small Business Service, Department of Marketing, University of Strathclyde
- Cho, J. and Lee, J. (2006), "An integrated model of risk and risk-reducing strategies", *Journal of Business Research*, Vol. 59 No. 1,
- Cooney, Th. 2013. The Need for Countries to Adopt an Entrepreneurship Education Strategy. Available at: http://sponsor.ja-e.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1003:1791840926883431:::1003:P1003_HID_ID,P1016_HID_INSTITUTION_ID:12417,31743.
- Davidsson, P. (1995). "Determinants of entrepreneurial intentions", Paper presented at the RENT IX Conference, Piacenza, Italy, November.
- DG ENTERPRISE AND INDUSTRY, EUROPEAN COMMISSION, „EVALUATION ON POLICY: PROMOTION OF WOMEN INNOVATORS AND ENTREPRENEURSHIP” (2008), Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship – Final Report
- ECO NET project (<http://www.econet-see.com/bg/index.html>)
- Ecorys. 2012. EU SMEs in 2012: at the crossroads Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12, Rotterdam, September, 2012;
- Entrepreneurship: It Can Be Taught, <http://hbswk.hbs.edu/item/2905>. html
- Esposito, P. & Vicarelli, C. 2011) Explaining the Performance of Italian Exports during the Crisis: (Medium) Quality Matters, Luiss Lab of European Economics Working Paper No. 95. 2011
- European Commission (2004), 4Promoting entrepreneurship amongst women – Best Report No 2”, <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-women/documents/bestreport2.pdf>
- European Commission. 2008. Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies. Final Report of the Expert Group, Final version, March 2008
- European Commission. 2011. Review of the "Small Business Act" for Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, 23.2.2011, COM(2011) 78 final ;
- European Commission. 2012a. Annual Growth Survey 2013. Communication from the Commission, Brussels, 28.11.2012. COM(2012) 750 final

- European Commission. 2012b. Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf
- European Commission. 2013. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Entrepreneurship 2020 Action Plan, Brussels, 9.1.2013, COM(2012) 795 final
- Fischer, E., Reuber, A. and Dyke, L. (1993). "A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No. 2
- Gollwitzer, PM (1999). „Implementation intentions: Strong effects of simple plans”. *American Psychologist*, 54(7),
- Greene, P., Hart, M., Gatewood, E., Brush, C. and Carter, N. (2003), „Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory”, United States Association, Small Business and Entrepreneurship white paper, www.usasbe.org/knowledge/whitepapers/index.as
- http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=3815
- http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/gender-decision-making/database/business-finance/index_en.htm
- <http://sesp-project.eu/bg/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82-sesp.html>
- http://www.parliamentsmagazine.eu/analysis_review.php?n=89
- Innovation Union Scoreboard 2011, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf
- INSEAD, 2010, Economic Tigers: Sustaining the Roar, http://www.insead.edu/facultyresearch/centres/elab/research/documents/tigers_report_WEB_001.pdf
- Isakova, N., Krasovska, O., Kavunenko, L. and Lugovy, A. (2006), "Entrepreneurship in the Ukraine: a male female comparison", in Welter, F., Smallbone, D. and Isakova, N. (Eds), *Enterprising Women in Transition Economies*, Ashgate, Aldershot,
- Junior Achievement Bulgaria (<http://www.jabulgaria.org>)
- Keh, H., Foo, M. and Lim, B. (2002), "Opportunity evaluation under risky conditions: the cognitive processes of entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27 No. 2,
- Kolvareid, L., (1996). "Prediction of employment status choice intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1)
- Krueger, N (1993). „Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1),
- Krueger, N and A Carsrud (1993), „Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior”. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4),
- Krueger, N, M Reilly and A Carsrud (2000). „Competing models of entrepreneurial intentions”, *Journal of Business Venturing*, 15,
- Lituchy, T. and Reavley, M. (2004). "Women entrepreneurs: A comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic", *Journal of International Entrepreneurship*, 2(1-2),
- Mrczkowski, T. (1997). "Women as employees and entrepreneurs in the Polish transformation". *Industrial Relations Journal*, Vol. 28 No. 2,
- NIRAS Consultants, FORA, ECON Pöyry. 2008. Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe, Main Report, October 2008.
- NSI (2004), „Small and Medium-sized Enterprises in the Republic of Bulgaria”, Report, January 29, www.nsi.bg
- OECD (2004), „Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy – Towards a More Responsible and Inclusive Globalisation: WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP: ISSUES AND POLICIES”, <http://www.oecd.org/dataoecd/6/13/31919215.pdf>
- Özcan, G. (2006). "Djamila's Journey from Kolkhoz to Bazaar: Female Entrepreneurs in Kyrgyzstan". In Welter, F., Smallbone, D., and N. Isakova (eds.), *Enterprising Women in Transition Economies*

- Rosa, P., Carter, S., and Hamilton, D. (1996). "Gender as a determinant of small business performance: insights from a British study", *Small Business Economics*, Vol. 8 No. 4
- Simeonova-Ganeva, Ralitsa (2010) "Human Capital in Economic Growth: A Review of Theory and Empirics", *Economic Thought*, Institute of Economics, BAS, Issue 7/2010, pp.131-149.
- Sitkin, S. and Pablo, A. (1992), "Reconceptualizing the determinants of risk behaviour", *Academy of Management Review*, Vol. 17 No. 1,
- Sitkin, S. and Weingart, L. (1995), "Determinants of risky decision-making behaviour: a test of the mediating role of risk perceptions and propensity", *Academy of Management Journal*,
- Small Business Act for Europe, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:PDF>
- Souitaris V, S Zerbinati and A Al-Laham (2007), „Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources”, *Journal of Business Venturing*, 22,
- Stoyanovska, A. (2001), "Jobs, gender and small enterprises in Bulgaria", Series on women's entrepreneurship development and gender in enterprises – WEDGE, Seed working paper no. 20, International Labour Organization, Geneva
- Tkachev, A and L Kolvereid (1999). „Self-employment intentions among Russian students”. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11,
- Verheul, I. and Thurik, A. (2001), "Start-up capital: does gender matter", *Small Business Economics*, Vol. 16 No. 4,
- Watson, J. and Newby, R. (2005), "Biological sex, stereotypical sex roles and SME owner characteristics", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11, No. 2,
- Wells, B., Pfantz, T., and Bryne, J. (2003). "Russian women business owners: evidence of entrepreneurship in a transition economy", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(1),
- Welter, F., Smallbone, D., Isakova, N., Aculai, E. (2005). "The role of gender for entrepreneurship in a transition context", Paper presented at RENT XIX Conference, Naples, Italy, November.
- Welter, F., Smallbone, D., Mirzakhalikova, D., Schakirova, N., and Maksudova, C. (2006). "Women Entrepreneurs between Tradition and Modernity – The Case of Uzbekistan". In Welter, F., Smallbone, D., and N. Isakova (eds.), *Enterprising Women in Transition Economies*. Aldershot: Ashgate.
- Williams, S. and Narendran, S. (1999), "Determinants of managerial risk: exploring personality and cultural differences", *The Journal of Social Psychology*, Vol. 139 No. 1,
- Women in economic decision-making in the EU: Progress report A Europe 2020 initiative (2012), EC, DG Justice, http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/women-on-boards_en.pdf
- Yordanova, D., Tarrazon, M. – A., (2010) „GENDER DIFFERENCES IN ENTREPRENEURIAL INTENTIONS: EVIDENCE FROM BULGARIA”, *Journal of Developmental Entrepreneurship* Vol. 15, No. 3
- Zapalska, A. (1997). "A profile of women entrepreneurs and enterprises in Poland", *Journal of Small Business Management*, 35(4),
- Бизнесът слабо ползва научните открития, 28 ноември 2010, <http://dnes.dir.bg/news/nauka-biznes-prouchvane-borjana-dimitrova-7518421?nt=13>
- БСК. 2010. Състояние и проблеми на оценяването на компетенциите на работната сила на национално, секторно и регионално ниво. София, Sofia, June, 2010 (In Bulgarian)
- БСК. За 75% от бизнесмените икономическата среда в БГ се е влошила, <http://news.bgnes.com/view/1053314>.
- БСК. Негативни оценки за 2012 г. и песимизъм за 2013 г. показва годишната бизнес анкета на БСК. <http://www.bia-bg.com/news/14588>, 15.12=2012
- Василев, Д., К. Ганев, Р. Симеонова-Ганева, П. Чобанов и С. Цветков (2011) Модел за оценка на ефектите от Структурните и Кохезионния фонд на ЕС върху икономиката на България: Ръководство за работа с модела. Оценка на въздействието на СКФ върху икономиката на България. (Теоретична рамка, спецификация на модела,

- използвани данни, емпирични оценки, резултати от симулации), Министерски съвет, Р България.
- Гочева, Р. 2012. Бизнесът е доволен от асфалта, но не и от чиновниците. Фирмите оценяват слабо работата на съда и образователната система, (<http://www.segabg.com/article.php?id=628279>).
- Давидков, Ц. 2005. България и предприемачите. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Давидков, Ц. 2010. Ценности на забогатяване: предприемачите в България през периода 1991 – 2004 г., София, УИ „Св. Климент Охридски“
- ЕК. 2012. Работен документ на службите на комисията. Оценка на Националната програма за реформи и на Конвергентната програма на България за 2012 година, Брюксел, 30.5.2012 г., SWD(2012) 302 final, с. 16, 20, 21
- ИАНМСП. 2012. Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП 2011-2012. Икономическо възстановяване и конкурентоспособност. София, <http://www.sme.government.bg/?p=10841>
- Илиев, В. 2012. Мястото на България в световния износ, 17.08.2012, http://www.bia-bg.com/analysis/361/Мястото_на_България_в_световния_износ
- Иновационна стратегия на Република България и мерки за нейната реализация. София, август, 2006, http://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/innovations/innovation_strategy-2006.pdf
- Каменова, Т. 2011. Инвестиции в знания: лукс или необходимост?, <http://daily.bia-bg.com/index.php?f=ANALYSE&lang=bg&polid=45>
- Междуниверситетски център за насърчаване на предприемачеството, <http://iues-pe-bg-vumk.com/index.php>
- Министерство на икономиката и енергетиката. 2007. Национална стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2007-2013, <http://www.sme.government.bg/wp-content/uploads/2011/06/NationalStrategyforSMEs2007-2013%20final1.doc>
- Пешева, М. 2011. Политики за улесняване на малките и средни предприятия в Европа, 02.03.2011, <http://ime.bg/bg/articles/politiki-za-ulesnyavane-na-malkite-i-sredni-predpriyatiya-v-evropa>
- Фондация „Приложни изследвания и комуникации“. 2010. Иновации.бг 2010, <http://www.arcfund.net/index.php?id=2084>
- Фондация „Приложни изследвания и комуникации“. 2012. Иновации.бг. 2012. ИКТ и иновационно търсене.

Приложения

A1. Микроикономически индикатори за представяне на сектора на МСП

Таблица А1: Матрица с ключови индикатори за представянето на сектора 2012-2013 г.

Отрасли или по ключови сектори	Характеристики на фирмата		Характеристики на директора/собственика/управителя		
	Размер по брой заети	Среден оборот 2011 – лв.	Пол – % жени	Образование – % висшисти	Средна възраст на пред-приемача
Търговия	9.52	334483	59.1	39.1	46
Услуги	9.81	189800	62.3	51.5	46
Промисленост	37.49	870349	47.5	62.3	47
Строителство	22.59	662167	43.5	47.8	48
Общо	14.34	399690	57.3	47	47

Отрасли	Фактори за конкурентоспособност											Представяне на фирмата			
	% Проникване на предприемачеството сред населението – %	Достъп финансиране – % ползвали банков кредит	Иновации – % правили инвестиции с нови технологии	Интернационализация – % изнасящи продукция	Системи за управление на качеството – сертифицирани ISO 9001	Използване ИКТ – % с постоянен достъп до интернет	Използване ИКТ – % с корпоративен уебсайт	Технологии – % със съвременно оборудване	Обучение персонал – % с дейности за повишаване квалификацията	Маркетингови стратегии – % на използвалите	НИРД – % със служители на позиция, свързана с НИРД	Собствена търговска марка или марки	Печалба – % с печалба	Наети – % намаление на наетите	Пазарен дял – % с увеличение на пазарния дял в последните години
Търговия	35.8	19.5	1.4	12.1	66	10.2	14	18.6	14.4	11.2	14.4	39.9	33	5.1	8.4
Услуги	32.3	32.3	3.6	10.2	76	26.9	25.7	40.1	16.8	12	12	31.1	28.7	9.6	14.4
Промисленост	59	42.6	42.6	44.3	90.2	39.3	24.6	42.6	21.3	29.5	45.9	50.8	37.7	11.5	18
Строителство	56.5	23.9	2.2	37	82.6	28.3	8.7	34.8	10.9	23.9	26.1	40	56.5	8.7	10.9
Общо	6	39.5	27.2	7.4	17.8	74	21.3	18.8	30.5	15.7	14.9	0.38	34.4	7.8	11.9

A2. Макроикономически показатели

ТАБЛИЦА А2: МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ, БЪЛГАРИЯ, 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Брутен вътрешен продукт, млн.евро	30772	35430	34932	36052	38504	39667
Брутен вътрешен продукт, реален ръст	6.4%	6.2%	-5.5%	0.4%	1.8%	0.8%
Крайно потребление, реален ръст	7.2%	2.6%	-7.3%	0.5%	1.5%	1.8%
Инвестиции в основен капитал, реален ръст	11.8%	21.9%	-17.6%	-18.3%	-6.5%	0.8%
Износ на стоки и услуги, реален ръст	6.1%	3.0%	-11.2%	14.7%	12.3%	-0.4%
Внос на стоки и услуги, реален ръст	9.6%	4.2%	-21.0%	2.4%	8.8%	3.7%
Инфлация в края на годината	12.5%	7.8%	0.6%	4.5%	2.8%	4.2%
Средногодишна инфлация	8.4%	12.3%	2.8%	2.4%	4.2%	3.0%
Средногодишен коефициент на безработица	6.9%	5.6%	6.8%	10.2%	11.3%	12.3%
Текуща сметка, млн.евро	-7755	-8182.6	-3116.5	-533.0	39.2	-528.3
Текуща сметка, дял от БВП	-25.2%	-23.1%	-8.9%	-1.5%	0.1%	-1.3%
Търговско салдо, млн.евро	-7245.2	-8597.7	-4174.0	-2763.8	-2156.3	-3621.9
Търговско салдо, дял от БВП	-23.5%	-24.3%	-11.9%	-7.7%	-5.6%	-9.1%
Износ на стоки F.O.B., млн.евро	13511.9	15204.1	11699.4	15561.1	20264.3	20793.1
Внос на стоки F.O.B., млн.евро	20757.1	23801.8	15873.2	18324.9	22420.3	24415.2
Валутни резерви на БНБ, млн.евро	11937	12713	12919	12977	13349	15525
Валутни резерви на БНБ /внос на СНФУ, в месеци	5.9	5.5	8.0	7.3	6.3	6.7
Преки чуждестранни инвестиции, в млн.евро	9051.7	6728.0	2436.9	1151.3	1314.6	1478.2
Преки чуждестранни инвестиции, дял от БВП	29.4%	19.0%	7.0%	3.2%	3.4%	3.7%
Бюджетен дефицит /излишък, млн.евро	1001.9	1017.4	-320.1	-1443.3	-761.1	-179.1
Бюджетен дефицит /излишък, дял от БВП	3.3%	2.9%	-0.9%	-4.0%	-2.0%	-0.5%
Държавен и д.г.дълг, млн.евро	5709.7	5465	5440.5	6020.6	6557.8	7507.0
Държавен и д.г.дълг, дял от БВП	18.6%	15.4%	15.6%	16.7%	17.0%	18.9%
Широки пари (M3), млн.евро	21506	23406	24384	25943	29104	31569
Кредит към неправителствения сектор, млн.евро.	18656	24713	25599	25903	26740	27507
Основен лихвен процент, края на годината	4.6%	5.8%	0.6%	0.2%	0.2%	0.03%

Източник: НСИ, БНБ, Министерство на финансите

А3. Обхват и методология на статистическия анализ

— А3.1. Класификация на икономическите дейности

В анализа са ползвани два класификатора на икономическите дейности — НКИД 2003 и КИД 2008, както следва:

НКИД 2003		КИД 2008	
C	Добивна промишленост	B	Добивна промишленост
D	Преработваща промишленост	C	Преработваща промишленост
E	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия, газообразни горива и вода	D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива
		E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване
F	Строителство	F	Строителство
G	Търговия, ремонт и техническо обслужване на автомобили и мотоциклети, на лични вещи и стоки за домакинството	G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети
		95 от S	Ремонт на компютърна техника, на лични и домакински вещи
H	Хотели и ресторанти	I	Хотелиерство и ресторантьорство
I	Транспорт, складиране и съобщения	H	Транспорт, складиране и пощи
K	Операции с недвижими имоти, наемодателна дейност и бизнес услуги	J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения
		L	Операции с недвижими имоти
		M	Професионални дейности и научни изследвания
		N	Административни и спомагателни дейности

В анализа са ползвани четири сфери на дейности, както следва:

- Производство — Преработваща промишленост (отрасъл С по КИД 2008)
- Услуги — отрасли от I до N, S95 по КИД 2008
- Строителство — отрасъл F по КИД 2008
- Търговия — отрасъл G по КИД 2008

Анализът е базиран на дефиницията за МСП, съгласно закона за МСП, като е използван критерия брой заети лица.

— **А3.2. Методология на емпиричните проучвания сред МСП**

Проучване на сектор МСП

Характер на проучването:	Национално представителен
Целева група:	Микро, малки и средни предприятия
Извадка:	500 предприятия
Дизайн на извадката:	Случаен подбор в клъстери, като всеки клъстер е дефиниран по три критерия: район за икономическо планиране, големина на предприятията по брой заети и сфера на дейност (производство, търговия, услуги, строителство)
Метод за контакт:	Телефонно интервю
Въпросник:	Анкетна карта, състояща се от 146 въпроса
Продължителност на интервю:	40 минути
Теренна работа:	Ноема ООД (5 февруари – 5 март, 2013 г.)

Проучване на МСП от 18 подотрасъла на промишлеността

Характер на проучването:	Национално представителен
Целева група:	Микро, малки и средни предприятия
Извадка:	500 предприятия
Дизайн на извадката:	Случаен подбор в 18-те подотрасъла в рамките на предварително дефинирани квоти
Метод за контакт:	Телефонно интервю
Въпросник:	Анкетна карта, състояща се от 100 въпроса
Продължителност на интервю:	25 минути
Теренна работа:	Ноема ООД (20 февруари – 19 март, 2013 г.)

— **А3.3. Методология за пресмятане на индексите**

Спецификация на индексите за конкурентоспособност на МСП

Индекс „Достъп до финансиране”

Индексът измерва в каква степен предприемачите имат достъп до финансиране.

Облекчен достъп до финансиране е такъв достъп, който позволява на предприятията да ползват финансови ресурси от следните източници:

- Банкови, инвестиционни и др. финансови институции;
- Бюджетни програми, европейски фондове и друга чуждестранна подкрепа;
- Средства на собствениците на предприятието, близки и приятели.

Индексът съдържа 11 равнопоставени компонента, които индикират ползването на финансови инструменти от страна на предприятията през последната година.

Формулата, по която е пресметнат индекса е следната:

$$IAF_i = \frac{\sum_n FinInstrument_i^n + \sum_m Programme_i^m + \sum_k FamilyFriends_i^k}{\max(\sum_n FinInstrument_i^n + \sum_m Programme_i^m + \sum_k FamilyFriends_i^k)} \cdot 100$$

където:

IAF_i е индексът за достъп до финансиране за предприемач i ,

$FinInstrument_i^n$ измерва дали предприемач i ползва финансов инструмент n , предоставян от банкови, инвестиционни и др. финансови институции,

$Programme_i^m$ измерва дали предприемач i ползва финансиране по програма m , предоставяна от правителството, европейските фондове и трети страни,

$FamilyFriends_i^k$ измерва дали предприемач i ползва заеми от източник k , предоставени от собствениците на предприятието, близки и приятели.

Индексът заема стойности от 0 до 100, като: Стойности, клонящи към 100, показват наличие на изключително облекчен достъп до финансиране, който позволява на предприемачите да ползват свободно възможностите на различните източници. Стойности, клонящи към 0 показват наличие на изключително затруднен достъп до финансиране, който не позволява на предприемачите да ползват финансови ресурси от който и да било.

Стойностите на индексите са разпределени условно в следните интервали:

0 – 20	21- 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
силно затруднен достъп	затруднен достъп	нито затруднен, нито облекчен	облекчен достъп	силно облекчен достъп

Индекс Иновационна активност

Индексът измерва в каква степен предприемачите упражняват иновационна дейност.

Иновационните дейности включват:

- Създаване на иновационна инфраструктура в предприятието
- Разработване на нови продукти и реализирането им на пазара

Индексът съдържа следните два равнопоставени компонента: наличие на иновационна инфраструктура в предприятието; и наличие на разработки за нови продукти.

Индексът отчита иновационните дейности на предприемачите през последната и през последните пет години.

Формулата, по която е пресметнат индекса е следната:

$$IRD_i = \frac{\frac{\sum_n RDbase_i^n}{\max\left(\sum_n RDbase^n\right)} + \frac{\sum_m RDproducts_i^m}{\max\left(\sum_m RDproducts^m\right)}}{2} \cdot 100$$

където:

IRD_i е индексът, който измерва иновационната дейност на предприемач i ,

$RDbase_i^n$ показва дали предприемач i упражнява дейност n , свързана със създаването на научно развойна инфраструктура,

$RDproducts_i^m$ показва дали предприемач i упражнява дейност m , свързана с разработването на нови продукти.

Индексът заема стойности от 0 до 100, като: Стойности, клонящи към 100, показват наличие на изключително висока иновационна активност. Стойности, клонящи към 0, показват липса на иновационна активност.

Стойностите на индексите са разпределени условно в следните интервали:

0 – 20	21- 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
ниска иновационна активност	по-скоро ниска иновационна активност	умерена иновационна активност	по-скоро висока иновационна активност	висока иновационна активност

Индекс Активност по отношение на интелектуална собственост

Индексът измерва степента, в която предприятията имат регистрирани търговски марки и патенти, както и готовността им да имат такива.

Индексът съдържа следните два компонента:

Наличие на регистрирани търговски марки и патенти у нас и в чужбина, както и предстоящи такива регистрации;

Наличие на достатъчен финансов ресурс в предприятието за регистриране на търговска марка, патент или друга интелектуална собственост.

Формулата, по която е пресметнат индексът, е следната:

$$ITM_i = w_1 \times Registrations_i + w_2 \times Financing_i \cdot 100$$

където:

ITM_i е индексът, който измерва прилагането на добри практики в предприятиите i ,

Registrations_i е показател, кореспондиращ на направените вече и предстоящите регистрации на търговски марки и патенти у нас и в чужбина от предприятието *i*,

Financing_i измерва степента, в която предприятие *i* може да финансира регистрацията на търговска марка, патент или интелектуална,

W_1 е тегло на регистрираната интелектуална собственост в индекса, което в случая то е равно на 70%, а W_2 – теглото, използвано за възможността за финансиране, което в случая е равно на 30%.

Индексът заема стойности от 0 до 100, като: Стойности, клонящи към 100 показват наличие на изключително висока степен на регистриране на интелектуална собственост и възможност за финансиране на такава регистрация. Стойности, клонящи към 0 показват, както липса на регистрирана интелектуална собственост, така и липса на финансова възможност за такава.

Стойностите на индексите са разпределени условно в следните интервали:

0 – 20	21- 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
ниска степен на активност по отношение на интелектуална собственост	по-скоро ниска степен на активност по отношение на интелектуална собственост	умерена степен на активност по отношение на интелектуална собственост	по-скоро висока степен на активност по отношение на интелектуална собственост	висока степен на активност по отношение на интелектуална собственост

Индекс „Интернационализация”

Индексът измерва степента на интернационализация на дейността на предприятията.

Интернационализацията на дейността включва:

- Извършване на целенасочени PR дейности
- Осъществяване на внос на суровини, материали, продукти
- Реализиране на износ на собствени продукти/услуги

Индексът съдържа следните два равнопоставени компонента: участие в международни събития и осъществяване на външнотърговска дейност.

Индексът отчита дейностите, свързани с интернационализацията на предприемачите през последната година.

Формулата, по която е пресметнат индексът, е следната:

$$ITN_i = \frac{PR_i + EX_i}{2} \cdot 100$$

където:

ITN_i е индексът, който измерва степента на интернационализация на дейността на предприятие i ,

PR_i показва извършените PR дейности като е равно на:

$$PR_i = \frac{\sum PR_i^m}{\max\left(\sum PR_i^m\right)},$$

EX_i измерва степента на осъществяване на външнотърговска дейност и е равно на:

$$EX_i = w_1 \times \frac{Im\ port_i + Export_i}{2} + w_2 \times \frac{Exp_output_i + Exp_turnover_i}{2},$$

където w_1 и w_2 са съответно тегла (които в случая са приети да бъдат равни съответно на 40% и 60%), $Im\ port_i$ и $Export_i$ индикират наличието съответно на внос и износ, Exp_output_i е делът на износа от общото производство в предприятие i , а $Exp_turnover_i$ е делът на оборота, който идва от реализирания износ.

Индексът заема стойности от 0 до 100, като: Стойности, клонящи към 100 показват наличие на изключително висока степен на интернационализация. Стойности, клонящи към 0 показват липса на каквато и да било интернационализация на дейността.

Стойностите на индексите са разпределени условно в следните интервали:

0 – 20	21- 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
ниска интернационализация	по-скоро ниска интернационализация	умерена интернационализация	по-скоро висока интернационализация	висока степен на интернационализация

Индекс Добри практики

Индексът измерва степента на приложение на добри практики в дейността на предприятията.

Приложението на добри практики включва:

- Използване на съвременни информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в дейността;
- Прилагане на политика за висока квалификация на персонала (ЧР)
- Разработване и прилагане на бизнес стратегии и планове (БСП).

Индексът съдържа следните три равнопоставени компонента:

Степен на използване на ИКТ като функция от: (1) приложението на управленски информационни системи и (2) приложението на интернет технологии;

Степен на прилагане на политика за повишаване квалификацията на персонала като функция от: (1) оценка за квалификацията на персонала и (2) наличието на проведени обучения за повишаването на квалификацията на персонала през последната година;

Степен на разработване и прилагане на пазарни стратегии като от: (1) наличието на краткосрочни, средносрочни и дългосрочни планове за дейността и (2) разработени и прилагани пазарни стратегии на вътрешния и външния пазар.

Формулата, по която е пресметнат индексът, е следната:

$$IBP_i = \frac{ICT_i + HR_i + BS_i}{3} \cdot 100,$$

където:

IBP_i е индексът, който измерва прилагането на добри практики в предприятие i ,

ICT_i измерва използването на ИКТ технологии от предприятие i и е пресметнато по следния начин:

$$ICT_i = \frac{\frac{\sum_n MIS_i^n}{\max\left(\sum_n MIS^n\right)} + \frac{\sum_m Internet_i^m}{\max\left(\sum_m Internet^m\right)}}{2},$$

като MIS_i^n показва използването на управленска информационна система n , а $Internet_i^m$ – използването на интернет технология m ,

HR_i измерва степента на приложение на политики за висока квалификация на персонала в предприятие i и е пресметнато посредством следната спецификация:

$$HR_i = 0.4 \times Qualification_i + 0.6 \times \frac{\sum_k Training_i^k}{\max\left(\sum_m Training^k\right)},$$

като

$Qualification_i$ е индикатор за високата квалификацията на персонала, а $Training_i^k$ показва участието на персонала в обучение k .

BS_i измерва степента, в която в предприятие i са използвани пазарни стратегии и е пресметната по следния начин:

$$BS_i = \frac{\frac{\sum_t Plan_i^t}{\max\left(\sum_t Plan^t\right)} + \frac{\sum_j MS_i^j}{\max\left(\sum_j MS^j\right)}}{2}$$

, като $Plan_i^t$ е индикатор за наличието на планиране за период t , а MS_i^j е индикатор за наличие на разработена и приложена пазарна стратегия j .

Индексът заема стойности от 0 до 100, като: Стойности, клонящи към 100 показват наличие на изключително висока степен на приложение на добри практики. Стойности, клонящи към 0 показват неприлагане на добри практики в дейността на предприятието.

Стойностите на индексите са разпределени условно в следните интервали:

0 – 20	21- 40	41 – 60	61 – 80	81 – 100
ниска степен на прилагане на добри практики	по-скоро ниска степен на прилагане на добри практики	умерена степен на прилагане на добри практики	по-скоро висока степен на прилагане на добри практики	висока степен на прилагане на добри практики

Анализ на използваната индексна методология

Таблица 0.1. Индекси за конкурентоспособност на промишлените МСП: Chronbach's α , средни стойности и стандартно отклонение на пресметнатите стойности

Индекси	Cronbach's	Средна стойност	Стандартно отклонение
Общо (1,2,3,4 и 5)	0.66	-	-
1 Достъп до финансиране (ако бъде изключена)	0.64	22	18
2 Добри практики (ако бъде изключена)	0.60	39	18
3 Иновационна активност (ако бъде изключена)	0.60	39	28
4 Интелектуална собственост (ако бъде изключена)	0.60	31	35
5 Интернационализация (ако бъде изключена)	0.62	50	28

Източник: Проучване МСП 2013, обединение „Инсайт“, собствени изчисления

А3.4. Приложен емпиричен анализ: оценени регресионни модели

Зависима променлива: Индекс Иновационна активност

Метод за оценка: LS, WH-C Standard Errors & Covariance

Брой наблюдения: 201

Променлива	Коефициент	Стандартна грешка	t-статистика	Вероятност
IAF	0.19202	0.089546	2.144368	0.0332
IBP	0.28717	0.104477	2.748637	0.0065
INT	0.138531	0.060831	2.277313	0.0238
ITM	0.137164	0.057348	2.3918	0.0177
C	19.56046	4.793421	4.080689	0.0001
R-squared	0.207225		F-statistic	12.80817
Adjusted R-squared	0.191045		Prob(F-statistic)	0

Зависима променлива: Индекс Иновационна активност

Метод за оценка: LS, WH-C Standard Errors & Covariance

Брой наблюдения: 462

Променлива	Коефициент	Стандартна грешка	t-статистика	Вероятност
BS	0.273606	0.047203	5.796378	0
ICT	0.268355	0.056576	4.743273	0
HR	0.161134	0.057626	2.796208	0.0054
C	12.75491	3.095039	4.121081	0
R-squared	0.217547		F-statistic	42.44634
Adjusted R-squared	0.212422		Prob(F-statistic)	0

A4. Каталог на добри практики в предприемачеството и иновациите

1.1 Обучение по предприемачество

	Година на подаване	2010
01	Име на мярката	TF-Fest
02	Държава	България
03	Език	Български
04	Данни за контакт:	
	Отговорна организация	Център на учебно-тренировъчните фирми
	Име и фамилия на лицето на за контакт	Дария Маврудиева
	Улица и номер	ул. Розова долина 1
	Пощенски код	1421
	Град	София
	Страна	България
	Електронна поща на лицето за контакт	info@buct.org
	Електронна страница на организацията	www.buct.org
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Обучение по предприемачество
06	Източник	Законодателният акт за малкия бизнес
07	Описание на мярката	За повишаване на знанията и уменията на обучаваните в учебно-тренировъчните фирми е наложително да се организират изложения по подобие на провежданите търговски изложения. Така младежите привикват към планиране на участие в търговско изложение, аранжиране и обслужване на панаирен щанд и се научават да осъществяват директни преговори и контакти. Първият панаир на учебно-тренировъчните фирми бе през 1997 г., но след внимателен анализ през 2004 г. се взе решение за издигане на нивото на годишното изложение на тренировъчните предприятия в България и превръщането му в международен форум по обучение в предприемачество – място за провеждане на състезания и оценка на постиженията на обучаваните в тренировъчните компании. За целта бяха привлечени представители на бизнеса, държавната администрация, местните власти; неправителствени организации; висши и средни училища в организирането и провеждането на ежегодното изложение – но най-вече включването на Пловдивския панаир доведе до единственото в България изложение на тренировъчни фирми, което става на територията на реално действащ международен панаир. Така на база систематична подготовка по специално изготвена методика за участие в панаир децата се включват в изложението и участват в редица конкурси, съпътстващи панаира – най-добра рекламна стратегия и позициониране на търговска марка, най-добър щанд, най-добро фирмено облекло и т.н. През годините в панаира са се включвали и тренировъчни фирми от Румъния, Словакия, Австрия, Хърватия, Украйна, Македония и Черна гора. TF Fest е организиран от Центъра на учебно-тренировъчните фирми – това е публична организация, подразделение на Министерството на образованието, младежта и науката. Центърът отговаря за работата на над 300 учебно-тренировъчни фирми от средните училища в цялата страна.
08	Цели	Среща на реалния бизнес с бъдещите предприемачи и участници на пазара на труда и оценка от реалния бизнес за постиженията на изложителите и техните ръководители -съпоставяне на резултатите на местните и чуждестранни учебни фирми – максимално близка до действителните бизнес изисквания подготовка.
09	Продължителност на проекта	22/04/2005 – отворен
10	Целева група	Годишно около 4000 ученици от средните училища в България, участващи в над 300 учебно-тренировъчни фирми от 55 училища в 39 града на страната
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/предприемачи	„TF-Fest вече е утвърден и значим форум и се радва на голяма популярност, не само в Пловдив и България, но и в целия Балкански регион. Той има голямо значение за създаване, развиване и насърчаване на предприемачески дух в младите хора, тъй като им дава възможност в реална бизнес среда да тестват своите умения и да придобият опит, който да им бъде полезен в бъдещото им развитие. Винаги ме е впечатлявало сериозното отношение и предварителна подготовка на организаторите и участниците и желанието им да се представят по един достоен начин, което създава предпоставки за подготовката на бъдещи предприемачи, които, освен с умения в областта на бизнеса, впечатляват със следването на бизнес етиката и правилата на честната конкуренция.” Валентина Петрова, управител на "Фортис Вел"
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	По време на изложението през 2010 година участваха рекорден брой: 97 учебни фирми, 673 ученици от 43 училища, 95 преподаватели, 5 държави, 12 компании и институции, подкрепящи TF-Fest. Проведеха се 14 съпътстващи конкурса, 2 социално-отговорни проекта – "До училище пеша" и "Академия корпоративно-социална отговорност". Част от учениците постъпват на стаж в някои от компаниите-партньори на изложението.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодоляни и научени уроци	Българските организатори подпомагат съседните държави в изграждането тяхната мрежа на тренировъчните фирми и организацията на местните изложения, като например през ноември 2010 български екип посети Подгорица, Черна гора, за да сподели своя опит от TF-Fest. Задълбочаването на сътрудничеството между страните от региона е по-скоро преодоляване на проблема на изолацията и превръщането му във възможност за безценна взаимопомощ и прогрес.
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	Български

Година на подаване	2009
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт: Отговорна организация Име и фамилия на лицето за контакт Улица и номер Пощенски код Град Страна Електронна поща на лицето за контакт Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката
08	Цели
09	Продължителност на проекта
10	Целева група
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици

C
E

Година на подаване	2008
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт: Отговорна организация Име и фамилия на лицето на за контакт Улица и номер Пощенски код Град Страна Електронна поща на лицето за контакт Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката
08	Цели
09	Продължителност на проекта
10	Целева група

Приложения

11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Бизнесът счита, че програмата допринесе за: а) развитие на предприемаческия дух и умения на учениците; б) насърчаването на предприемаческа култура в България като цяло; в) формирането на образовани и обучена бъдеща работна сила г) формирането на нов вид мотивация и отношение към учебния процес. Според бизнеса, освен теоретични и практически познания, програмата развива следните качества и умения на участващите: лидерство, доверие, вземане на решения, планиране, работата в екип и комуникационни умения.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	бизнеса счита, че програмата допринесе за: а) развитие на предприемаческия дух и умения на учениците; б) насърчаването на предприемаческа култура в България като цяло; в) формирането на образовани и обучен бъдещата работна сила г) формирането на нов вид мотивация и отношение към учебния процес Според бизнеса, освен теоретични и практически познания, програмата развива следните качества и умения на участващите: лидерство, доверие, вземане на решения, планиране, работата в екип и комуникационни умения.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци	Корпоративната социална отговорност все още не е много популярна практика в българските фирми. Това затруднява процеса на участието на доброволци

Година на подаване		2008
01	Име на мярката	Предприемачески центрове в техническите университети
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт: Отговорна организация	Министерството на икономиката и енергетиката, Лесотехнически университет – София, Технически университет София – филиал Пловдив, Технически университет – Варна и Технически университет – Габрово
	Име и фамилия на лицето за контакт	доц. д-р Владимир Пиралков., тел.: +359 2 862 28 89 359 2 862 28 89 ; Ели Анави, директор, МИЕ; тел. +359 2 9407556 +359 2 9407556
	Улица и номер	София 1000, 10 Климент Охридски бул; София, ул. "Славянска" 8,
	Пощенски код	1052
	Град	София
	Страна	България
	Електронна поща на лицето за контакт	vpiralkov@tu.bg; e.anavi@mee.government.bg
	Електронна страница на организацията	
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Образование по предприемачество
06	Източник	Европейската харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	В предварителната фаза на проекта беше извършена консултантска програма, финансирана от холандското правителство по три линии: а) Стратегическо развитие на програми за насърчаване на предприемачеството сред студентите и пазарна реализация на нови продукти; б) обучение на преподаватели от техническите университети във факултети на предприемачеството, които трябва да бъдат установени в) обучение в създаването и бъдещото управление на предприемачески центрове в техническите университети. След публична процедура за възлагане на обществена поръчка 4 Технически университети са избрани въз основа на географското им положение и стратегическите виждания за обучението по предприемачество в бъдещите центрове и концепции за управление на центрoвете.
08	Цели	а) Създаване на предприемачески центрове в университетите – като движеща сила зад предприемаческото образование, насърчаването на технологични стартиращи-прозорци и пазар за реализация на тяхното производство; б) Изграждане на предприемаческа култура и умения сред учениците в) R & D насърчаване в университетите; г) Разширено сътрудничество между бизнеса и академичните среди
09	Продължителност на проекта	20/12/2006 -20/12/2008
10	Целева група	Завършилите висшисти, студенти и преподаватели – всички заинтересовани лица.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Лесотехнически университет – София: вече има силен интерес от страна на бизнеса – например при производство на бързорастящи топоволи растения, Технически университет София – филиал Пловдив: Силен интерес от страна на бизнеса, особено вече обявените курсове "Партньори за проекти", където броят на кандидатите надвишава квотата. Бизнесът очаква решаването на конкретни проблеми.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Това създава силни връзки между студентите, финансови институции и бизнеса, и помага на иновативни идеи бързо да бъдат въведени в бизнеса.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци	
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

Година на подаване	2008
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт:
	Отговорна организация
	Име и фамилия на лицето за контакт
	Улица и номер
	Пощенски код
	Град
	Страна
	Електронна поща на лицето за контакт
	Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката
08	Цели
09	Продължителност на проекта
10	Целева група
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици

1.2 Подкрепа и съвети по време на жизнения цикъл на бизнеса

Година на подаване	2010
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт:
	Отговорна организация
	Име и фамилия на лицето за контакт
	Улица и номер
	Пощенски код
	Град
	Страна
	Електронна поща на лицето за контакт
	Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката

Приложения

		промишлена палата с помощта на Министерство на труда и социалната политика. Министерството е включено в проекта чрез предоставянето на експерти, участващи в мониторинга на дейностите и резултатите от проведеното обучение по предприемачество. Проектът е изграден с подкрепата на фламандското правителство, чрез неговата програма за техническа помощ с официалното участие на българското Министерство на труда и социалната политика
08	Цели	Създаване на мрежа от центрове за регулярно обучение по предприемачество в регионалните палати; развитие на предприемаческата активност; развиване на креативните идеи; развиване на умения за управление на риска; цялостно възраждане на предприемачеството в страната
09	Продължителност на проекта	01/01/2004 – 31/12/2008
10	Целева група	действащи предприемачи, които да разширят бизнеса си; работещи, които желаят да стартират свой бизнес; току-що дипломирали се висшисти; безработни. Всички не по-възрастни от 38 години.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Впечатленията ми от курса по българо-фламандския проект са изключително положителни. Допадна ми идеята, както и начинът на работа. Смятам, че в България има нужда от подобни мероприятия, тъй като предприемаческата инициатива бе прекъсната за почти половин век и има нужда от нов импулс в обществото. Лекциите бяха отлично изнесени, в разбираема форма. Лекторите показаха познания в професионалните си области. Положителни поне за мен бяха практическите посещения на производствени бази, бизнес форум, бизнес коктейл, разговори с търговски аташета. Ще се радвам, ако продължа контактите си с Варненската търговско-промишлена палата и в бъдеще. Боян Найденов, участник в обучението
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	От общо 180 обучени само 7 не получиха сертификати, поради отсъствия или лошо представяне при разработването на бизнес-плана. Съгласно представените отчети от регионалните търговски палати в Стара Загора, Ямбол, Хасково, Варна, Разград и Шумен, около 23% от обучените са разширили своя бизнес и около 18% са стартирали нов бизнес. Регионалните палати продължават и до днес да поддържат контакти с обучените и да им помагат в тяхното развитие.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодоляни и научени уроци	
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

	Година на подаване	2009
01	Име на мярката	Проект 100
02	Държава	България
03	Език	Български
04	Данни за контакт	
	Отговорна организация	Министерство на икономиката и енергетиката
	Име и фамилия на лицето за контакт	Ренета Копандова,
	Улица и номер	Славянска, 8
	Пощенски код	1052
	Град	София
	Страна	България
	Електронна поща на лицето за контакт	r.kopandanova@mee.government.bg
	Електронна страница на организацията	http://www.pro-100.org
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Подкрепа и съвети по време на жизнения цикъл на бизнеса
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Проектът е лесно приложим модел за подпомагане стартирането и развитието на малки предприятия, в 13 области на страната досега. Чрез курс обучение по предприемачество, цялостно бизнес консултиране и достъп до безвъзмездна помощ и до схема за финансов лизинг за покупка на машини и оборудване. Прилаганата методология включва цялостна подкрепа за предприемачите по целия път на техния бизнес – от момента на обмисляне на бизнес идеята, през етапа на усвояване на предприемаческите знания до успешното реализиране на бизнес плана и последващото развитие на новото предприятие. Всичко това повишава гаранциите за създаване на по-устойчиви, по-конкурентни и по-перспективни фирми. Това е грантова схема с предвидено минимално съучастие от страна на предприемача в зависимост от дейността.
08	Цели	Насърчаване на предприемаческата инициатива и създаване на устойчиви и конкурентоспособни малки предприятия, до 100 броя годишно в различни области на страната, чрез предоставяне на цялостна и целенасочена помощ за стартиране и развитие на малкия бизнес в сферата на производството или услугите.
09	Продължителност на проекта	22/12/2003 – отворен
10	Целева група	Предприемчиви хора с добри бизнес идеи, които желаят да стартират собствен бизнес, но често нямат познания в областта на предприемачеството и все още нямат реална представа как ще реализират идеите си за създаване и управление на своето малко предприятие.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Г-жа Хенриета Димитрова – на семинар: "Има моменти в живота ни, когато сме на ръба да се откажем, особено когато имаме здравословни проблеми и да лежим в болница. Проекта 100 ме върна на крака. Бях вдъхновена от възможността да се

		опитам да създадам нещо сама за първи път в живота си. " Г-н Сашо Карапеев – винар: "Да правя вино е моето хоби, той досега го е раздавал на роднини и приятели. Тогава Проект 100 стартира. Дори и ако не бях получил безвъзмездна помощ, курсът беше полезен защото ми даде много практически знания."
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Насърчава предприемаческия дух, предоставя обучение по предприемачество и вдъхва вяра в собствените възможности сред хора, които дори не са подозирали, че могат да бъдат предприемачи един ден. Създадените фирми от 2004 година досега все още са на пазара, което показва, че подхода в тяхното създаване гарантира устойчивостта им.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци	Една от основните поуки е, че определени местните власти и местни бизнес центрове са от решаващо значение за успеха на тази мярка. Друг урок е, че дори с малък годишен бюджет като 500 000 евро, хората с предприемачески идеи, които минават през практически курс може да направят "малки чудеса". Въпреки значително увеличение в бюджета на проекта, това ще помогне на експанзията в национален мащаб.

	Година на подаване	2008
01	Име на мярката	Проект 100
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт Отговорна организация Име и фамилия на лицето за контакт Улица и номер Пощенски код Град Страна Електронна поща на лицето за контакт Електронна страница на организацията	Министерството на икономиката и енергетиката и JOBS на ПРООН г-жа Ренета Копанданова, държавен експерт Славянска 8, тел.: +359 2 940 7296 +359 2 940 7296 1052 София България r.kopandanova @ mee.government.bg www.pro-100.org
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	политика на подкрепа и съвети по време на жизнения цикъл на бизнес
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Проект 100 е програма за обучение по предприемачество и стартиране на малък бизнес. Хората с бизнес идеи преминават през серия от образователни курсове в областта на предприемачеството и накрая най-добрите кандидати получават държавни средства(до 20 000 лева или около 10 000 евро; при годишен бюджет от 1 млн. лв., или около 500 000 евро) за стартиране на бизнес. Годишно Проект 100 се реализира в 3 или 4 от 28-те области на България с добре развити бизнес центрове, където се провеждат лекциите. Бюджетът на проекта позволява създаването на до 100 малки предприятия годишно.
08	Цели	Проект 100 възнамерява да изгради конкурентоспособни малки фирми в областта на индустрията и услуги. Мониторингът продължава 2 години след създаването на бизнес, за да се увери, че парите се разходват точно, както е било планирано.
09	Продължителност на проекта	1/1/2004 – отворен
10	Целева група	Хората с добри бизнес идеи, които желаят да започнат свой собствен бизнес.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Дългоочаквана инициатива, особено в областите, където с помощта на JOBS и Министерството на икономиката и енергетиката вече са били установени местни бизнес центрове.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Проект 100 предоставя цял пакет от подкрепа за младите предприемачи – образование в областта на предприемачеството, финансови умения, планиране и отчетане, както и първоначален капитал за стартиране на бизнес
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци	Проект 100 се нуждае от по-голям бюджет за увеличаване на размера на финансовата подкрепа, както и да се превърне в национална програма.
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

1.4 Специални групи- етнически малцинства; безработни, пенсионери и младежи

	Година на подаване	2011
01	Име на мярката	Най-добър млад предприемач на Пловдив
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт Отговорна организация Име и фамилия на лицето на за контакт Улица и номер Пощенски код Град Страна Електронна поща на лицето за контакт	Община Пловдив зам.-кметът Георги Титюков пл. "Стефан Стамболов" 1 4000 Пловдив България jorotit@abv.bg

Приложения

Електронна страница на организацията		www.plovdiv.bg
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Специални целеви групи: Етнически малцинства, безработни, младежи, възрастни хора
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Състезанието дебютира през 2009 г. и се повтори през 2010 г. Допустими за участие са всички млади хора от Община Пловдив, на възраст между от 18 и 33 г. Изисква се бизнес план от 5 до 25 страници и автобиография. Няма значение дали бизнесът вече е започнал, или това е само идея за стартиране на бизнес. Победителят получава награда от 3500 евро; подгласника 2000 евро и има две трети места, които получават 1000 евро. Това се прави в партньорство с Колежа по икономика и администрация в Пловдив, който дава още една награда в размер на 500 евро. Друг партньор е Центърът за наука и образование, чиято награда е безплатен външнополитически курс на езика по собствен избор на победителя. Групата Радио 1 предоставя на победителите ефирно време за 50 реклами във всяка от своите три радиостанции. Община Пловдив присъжда на всеки участник малка възпоманателна награда. Конкурсът се обявява през предходната година и от ноември конкурентите трябва да представят своите бизнес планове. Церемонията по награждаването се провежда всяка януари следващата година в един от луксозните хотели на Пловдив.
08	Цели	Необходимо е повече младежи от Пловдив, да бъдат насърчавани за стартиране на собствен бизнес и създаване на нови работни места. Местното самоуправление се опитва да ги помогне чрез предоставяне на най-добрите бизнес планове, като по този начин се насърчава най-добрите идеи и бизнеса на тези младежи.
09	Продължителност на проекта	01/06/2008 – отворен
10	Целева група	Млади хора от Пловдив, на възраст 18-33 г.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Всяка година все повече бизнес организации са готови да се включат в конкурса. Международен панаир – Пловдив също се интересува от темата, както и местните медии. Те високо оценяват появата на конкуренция.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Това е иновативна стъпка на местно ниво и подпомага младите хора с енергия и ентузиазъм, за да превърнат идеите си в бизнеса. Има проследяване на това, което се случва на предприемачите и техните планове след конкурса. През 2009 г. 20 млади хора представиха бизнес планове, докато през 2010 г. техният брой е нараснал до 30.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци	- няма достатъчно количество средства за по-големи награди и има опасения, че някои от победителите не биха могли да реализират своите бизнес планове. Досега само малък процент от тях не успяха да постигнат успех.
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	Български

Година на подаване		2008
01	Име на мярката	Start UP 2007
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт	
	Отговорна организация	Българската агенция за насърчване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) и AIESEC
	Име и фамилия на лицето на за контакт	Валентин Алексиев, управител Start UP, AIESEC, Владислав Точев, началник на отдел в ИАНМСП; тел.: +359 2 979 17 93 +359 2 979 17 93; ИАНМСП тел. +359 2 9329 270 +359 2 9329 270
	Улица и номер	Пл. Св. Неделя
	Пощенски код	1000, 1052
	Град	София
	Страна	България
	Електронна поща на лицето за контакт	valentin.aleksiev @ стартиране-bg.org; v.tocev @ sme.government.bg
	Електронна страница на организацията	www.startup-bg.org ; www.sme.government.bg
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Специални целеви групи: Етнически малцинства, безработни, младежи, възрастни хора
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Мярката Start UP е проект за предприемачество сред младежите. Тя се състои от два подпроекта: Бизнесът в действие и бизнес уикенди: а) поредица от лекции, презентации и казуси, които са отворени за всички студенти, интересувани се от стартиране на малкия бизнес б) бизнес симулации за решаване на случаи от реалния живот и презентации на успехите от българските предприемачи; фокус върху това как да развие своята бизнес идея, как да се планират, подготвят бизнес план, да намерят финансиране и да регистрират фирма. Налице е също Star конференция за предприемачество, където младите хора ще имат възможност да оценят собствения си потенциал
08	Цели	Start UP 2007 има за цел да насърчи чрез поредица от лекции, презентации и казуси на предприемаческия дух и умения сред младите хора в България и да им помогне да открият възможности за бизнес, да ги научи как да реализират своите идеи и как да поеме риска да го направят.
09	Продължителност на проекта	03/11/2007-11.11.2007

10	Целева група	Всички студенти в техническите училища, които имат за цел да обединят своите технически знания и умения с бизнес практика. Всички ученици от икономическите гимназии, които биха искали да разширят бизнес знанията си и практика. Завършващите студенти и млади хора със нов бизнес.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Поканените организации – предприемачество институт в Университета за национално и световно стопанство – София, Обединена българска банка, Геотехмин, Полет Орлов, ОЙРОШПЕД – възможност да се консултират младите хора и да се избере някои от най-добрите изпълнители и предлагат работа за тях, което означава, че те откриват подходящи качества в участниците. Компаниите също предложат на студентите, които учат в чужбина, да се направи маркетингово проучване на външния за тях пазар и възможностите за навлизане на този пазар.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Тази мярка има синергичен ефект – в реално време и е ефективна система за взаимодействие между младите хора, академичните среди, държавни органи, неправителствени организации и не на последно място – бизнесът.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци	
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

6.1 Достъп до финансиране

	Година на подаване	2008
01	Име на мярката	Изменение на Закона за насърчаване на инвестициите
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт: Отговорна организация Име и фамилия на лицето за контакт Улица и номер Пощенски код Град Страна Електронна поща на лицето за контакт Електронна страница на организацията	Дирекция „Организация на инвестиционната политика” – Министерство на икономиката и енергетиката г-жа Христина Георгиева, старши експерт; тел. +359 2 940 7461 +359 2 940 7461 ул. "Славянска" 8 1054 София България h.georgieva@mee.government.bg www.mee.government.bg/IND/invest.html
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Достъп до финансиране
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Изменението води до улесняване на инвестициите не само в скъпите високотехнологични индустрии и услуги, но също така и в някои по-слабо развити индустрии. Например: Инвеститорът ще запази всички стимули, предвидени в закона, дори ако инвестицията е два пъти по-ниска в класа от определения праг, в случай, че инвестицията е в региони с висока безработица от средната за страната за последната година или инвестицията е в хай-тек индустрията; (три пъти по-ниска), ако инвестицията е в хай-тек услуги. Това ще увеличи възможностите за инвестиции в по-голям брой малки фирми. Два определени прага са с 70 млн. лв. и 40 млн. лв.
08	Цели	Повишена конкурентоспособност на икономиката чрез инвестиции в индустрии и услуги с по-висока добавена стойност, подобряване на инвестиционния климат, преодоляване на регионалните различия, осигуряване на повече работни места
09	Продължителност на проекта	30/08/2007 – отворен
10	Целева група	Измененията са насочени към: а) производство и доставка на енергия от възобновяеми енергийни източници; б) компютърните технологии, научноизследователска и развойна дейност, образованието и опазването на човешкото здраве.
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Изменението на концепцията беше обсъдено на специална среща на Съвета за икономически растеж – Съветът се състои от представители на правителството и най-големите бизнес организации.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци	
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

Приложения

Година на подаване	2008
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт:
	Отговорна организация
	Име и фамилия на лицето за контакт
	Улица и номер
	Пощенски код
	Град
	Страна
	Електронна поща на лицето за контакт
	Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката
08	Цели
09	Продължителност на проекта
10	Целева група
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолен и научени уроци
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици

Година на подаване	2008
01	Име на мярката
02	Държава
03	Език
04	Данни за контакт:
	Отговорна организация
	Име и фамилия на лицето за контакт
	Улица и номер
	Пощенски код
	Град
	Страна
	Електронна поща на лицето за контакт
	Електронна страница на организацията
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес
06	Източник
07	Описание на мярката
08	Цели
09	Продължителност на проекта
10	Целева група
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи

	мачи	
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Свързвайки малките предприятия с организации за подпомагане от 18 европейски страни, IDEA оказва голямо въздействие. Базата данни се развива и поддържа много лесно.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци	Проблеми възникнаха поради недоразумения между някои организации. Те бяха разрешени и в момента IDEA работи добре.
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

	Година на подаване	2008
01	Име на мярката	Трансгранично бизнес партньорство
02	Държава	България
03	Език	Английски
04	Данни за контакт: Отговорна организация	Търговско-промишлена камара в Кърджали, България – в сътрудничество с Камарата на търговията и промишлеността на Комотини, Гърция
	Име и фамилия на лицето за контакт	г-н Наско Настев – председател на Търговско-промишлена камара, Кърджали; тел.: +359 361 62190 +359 361 62190 , факс: +359 361 6218
	Улица и номер	"Отец Паисий" 3
	Пощенски код	6000
	Град	Кърджали
	Страна	България
	Електронна поща на лицето за контакт	kjilcci@bccci.bg
	Електронна страница на организацията	
05	Област на политиките по Законодателният акт за малкия бизнес	Интернационализация област на политиката (ЕС и пазарите извън ЕС)
06	Източник	Европейска харта за малките предприятия
07	Описание на мярката	Студената война беше причината за слабо развитие на отношенията между две близки съседни региони – Кърджали, България и Комотини, Гърция. В продължение на 12 месеца ние успяхме да направим: а) паралелни изследвания и събиране на база данни на бизнеса, работни срещи на изследователите и представянето на докладите; б) популяризиране на проекта и финансираща институция чрез серия от пресконференции, срещи, брошури и месечен бюлетин; в) да се подпише споразумение между страните; г) бизнес каталог с фирми от Кърджали и Комотини в български и гръцки език; д) организиране на бизнес посещение на избрани фирми от Кърджали до Комотини и конференция "Трансгранично бизнес сътрудничество Кърджали-Комотини"
08	Цели	а) Повишаване на информираността на бизнеса от двете страни в определени бизнес сектори с възможности за сътрудничество; б) Представяне на възможностите на програмата ФАР, които биха могли да помогнат на нашата инициатива в) създаване на преки връзки между браншовите организации и бизнеса от двете страни ; г) по-силно сътрудничество между камари на търговията и промишлеността на Кърджали и Комотини.
09	Продължителност на проекта	01/12/2003 – 30/11/2004
10	Целева група	Преки бенефициенти: около 50 фирми, които са взели участие в конференция на тема "Трансгранично бизнес сътрудничество Кърджали-Комотини" и посещение на бъдещи партньори от Комотини. Двете камари на търговията и промишлеността на Кърджали и Комотини. Косвени бенефициенти – 600 дружества
11	Консултирана ли е мярката/проекта с бизнеса преди да бъде изпратен за одобрение проекта?	Да
11.1	Коментари от бизнес организации/ предприемачи	Бизнесът има изключително положително отношение към мярката поради необходимостта да се подобрят отношенията си със съседните страни.
12	Защо считате, че тази мярка ще бъде успешна? Моля подайте допълнително информация за постигнатите резултати	Тази мярка изгради ново партньорство между двете камари, а сега и нов механизъм за обмен на информация. Членовете на камарите се познават помежду си и подобряват своите бизнес контакти и сътрудничество.
13	Проблеми, които трябва да бъдат преодолени и научени уроци	
14	Информацията по проекта може да бъде получена на следните езици	

Изследване предприемачеството и перспективите за развитие на иновациите в МСП (2012–2013)

Анализът е разработен по поръчка на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия и е изготвен от Обединение ИНСАЙТ (НОЕМА ООД и СИГМА ХЕТ ООД)

София, 2013 г.