Министерство на икономиката и енергетиката

БЪЛГАРСКИТЕ МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ И УЧАСТИЕТО ИМ В УСВОЯВАНЕТО НА СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Аналитичен доклад

ЮЛИ-АВГУСТ 2006 Г.

СЪДЪРЖАНИЕ

I. ВЪВЕДЕНИЕ ... 3

1.1. Обосновка на изследователския проект ... 3

1.2. Цели и задачи ... 4

1.3. Описание на дейностите и целевите групи на проекта ... 5

II. СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ НА ПОЛИТИКАТА КЪМ МСП ... 7

2.1. Обща характеристика на МСП в България ... 7

2.2. Същност на политиката за насърчаване на предприемачеството и малките и средни предприятия в България ... 11

2.3. Основни принципи и инструменти на политиките на ЕС за подкрепа на МСП и повишаване на тяхната конкурентоспособност ... 16

III. ОЦЕНКА НА СЕГАШНОТО СЪСТОЯНИЕ, НУЖДИТЕ И ПРОБЛЕМИТЕ НА МСП ... 18

3.1. Изисквания към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС 18

3.2. Конкурентоспособност на МСП ... 28

3.3. Иновационна дейност и иновационен капацитет на българските МСП.. 40

3.4. Степен на използване на информационни и комуникационни технологии в дейността и управлението на МСП ... 52

3.5. Достъп до финансиране на МСП ... 56

3.6. Сегашно състояние на консултантската мрежа и предлаганите консултантски услуги ... 64

3.7. Бизнес стратегии и управленски програми на МСП ... 73

IV. КАПАЦИТЕТ НА МСП ЗА УЧАСТИЕ В УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВА ОТ ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ ... 76

4.1. Участие на МСП в усвояването на средства от европейските предприсъединителни фондове ... 76

4.2. Степен на информираност на МСП по отношение на възможностите, предоставяни от структурните фондове на ЕС. Източници на информация и познаване на правилата и изискванията на структурните фондове..... 81

4.3. Готовност и капацитет на МСП за участие в усвояването на средства от структурните фондове на ЕС ... 86

V. ОСНОВНИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ ... 95

I. ВЪВЕДЕНИЕ

1.1. ОБОСНОВКА НА ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИЯ ПРОЕКТ

След присъединяването си към ЕС през 2007 г. Република България ще получи достъп до финансовата помощ от структурните и кохезионния фондове на Европейския съюз (ЕС), които са основните инструменти за намаляване на икономическите и социалните различия в ЕС. Ефективното управление на тези средства изисква добро познаване на изискванията на фондовете на ЕС и сериозна подготовка на национално, регионално и местно ниво в публичния и частния сектор, включително на малките и средните предприятия (МСП).

През 2000 г. в Лисабон Европейската комисия и страните-членки на Европейския съюз си поставиха амбициозната цел до 2010 година ЕС да се превърне в най-динамичната икономика, основана на знанието, в света[1]. Инструментите и механизмите за постигане на тази цел бяха описани в Лисабонската стратегия на ЕС. През 2005 г. ЕС направи равносметка на постигнатото по Лисабонската стратегия и установи, че изостава по основни нейни параметри, а различията между ЕС и водещите иновативни икономики в света – САЩ и Япония, се увеличават.

В отговор на това забавяне и вземайки под внимание разширяването на ЕС до 25 страни-членки през 2004 г. и очакваното присъединяване на България и Румъния през 2007 г., на 2 февруари 2005 г. Европейската комисия (ЕК) предложи, а Европейският съвет одобри "Нов старт за лисабонската стратегия"[2]. В рамките на тази инициатива, ЕС реши да реформира и основните си правила за финансова подкрепа чрез структурните и кохезионния фонд през новия бюджетен период 2007 – 2013 г. През юли 2005 г. след анализ на Третия доклад за икономическо и социално сближаване ЕК предложи нови Стратегически насоки за кохезионната политика на ЕС в подкрепа на растежа и заетостта[3]. За да отговори на нарасналите регионални различия в ЕС-27, новата кохезионна политика на ЕС се базира на:

- фокусиране върху растеж, заетост и иновации;
- опростяване на финансовите инструменти от 6 на 3 и на целите на интервенция от 9 на 3;
- подобряване на управлението на кохезионната политика до пет последователни стъпки:
  - Стратегически насоки на Общността, които се разработват от ЕК;
  - Национална стратегическа референтна рамка, която представлява стратегическото програмиране на кохезионната политика на национално равнище;
  - Оперативни програми (ОП), които определят конкретните действия и мерки по даден приоритет и финансов инструмент;
  - Програмно управление и избор на проекти, където се вземат конкретните решения за финансиране на отделни действия по ОП;
  - Стратегически преглед и ежегодно осъвременяване.

Малките и средните предприятия (МСП) са основен носител и бенефициент на социалното и икономическото сближаване, което ги прави важна част от кохезионната

[1] An Agenda of Economic and Social Renewal for Europe, Doc/00/7, Brussels, 28 February 2000

[2] Working together for growth and jobs: A new start for the Lisbon Strategy, COM (2005) 24

[3] Cohesion policy in support of growth and jobs: Community strategic guidelines, 2007 – 2013, COM (2005) 0299

политика на ЕС. За предходния програмен период 2000 – 2006 г. 11% от средствата в структурните и кохезионния фонд на ЕС са били предназначени за МСП. Новата политика за растеж и заетост поставя още по-голям акцент върху привличането на МСП за участие в програмите на ЕС и за взаимно допълване между мерките по структурните и кохезионния фондове, програмата за конкурентоспособност и иновации и рамковите програми на ЕС за изследвания, иновации и технологично развитие. През ноември 2005 г. Хартата на МСП в ЕС беше осъвременена и включи принципа „Първо помисли за малките", който отчита основното значение на МСП за развитие на иновациите, растежа и заетостта в ЕС. В тази връзка е и фактът, че общият брой на МСП в ЕС (около 23 милиона) съставляват около 99% от бизнес активността.

През последните 15 години България постигна значителен напредък в усилията си за укрепване на пазарната икономика. Според „Доклада за състоянието на МСП в България – 2004 г." МСП съставляват 99% от всички предприятия в страната и осигуряват 79% от заетостта[4]. Според работните варианти на Националната стратегическа референтна рамка на България, Националния план за развитие, Националния стратегически план за развитие на селските райони, Националния план за развитие на рибарството и аквакултурите и 6-те оперативни програми, МСП ще играят важна роля за постигане на стратегическите цели на България за по-висок растеж и по-добър човешки капитал в периода 2007 - 2013 г.

Ключова за ефективното и пълноценно участие на МСП в усвояването на средства от структурните фондове на ЕС е ОП „Конкурентоспособност", която съдържа основните параметри на действие на Европейския фонд за регионално развитие в сферата на иновациите и конкурентоспособността в България. Доброто познаване на възможностите и предизвикателствата пред МСП в България, включително при работата с фондовете на ЕС, е необходима предпоставка за усъвършенстване на програмирането и ефективността на въздействие на структурните фондове в страната.

1.2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Обща цел на проекта е изготвянето на анализ за състоянието и развитието на МСП в страната, който да бъде използван при прецизирането и подобряването на ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" като отрази в максимална степен специфичните проблеми на българските малки и средни предприятия. Специфичните цели на проекта са:

- ✓ Изследване на състоянието, нуждите и проблемите на МСП по отношение на степента им на готовност за въвеждане на европейски изисквания спрямо бизнеса; иновативност на предприятията; конкурентоспособност на МСП и конкурентни предимства; състояние на консултантския бизнес и неговото съответствие на пазарните потребности; достъп до допълнително финансиране за МСП и др.
- ✓ Определяне на капацитета на МСП за участие в усвояването на средства по ОП "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика".

Целите на проекта се конкретизират в следните задачи:

- Установяване на степента на информираност и готовността за приемане на изискванията към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС;

[4] Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България, 2004, Министерство на икономиката и енергетиката

- Оценка на сегашно състояние на конкурентоспособността на МСП в България по отношение на достъпа им до вътрешните и външните пазари, цените и качеството на произвежданите от тях продукти и услуги, състоянието на производствените технологии и средствата, отделяни за технологично обновление, както и патенти и интелектуална собственост;
- Оценка и установяване на иновационния потенциал на МСП чрез установяване на дела на предприятията, ориентирани към иновативни производства и дела на собствени средства за развойна и изследователската дейност
- Анализ на основните проблеми, свързани с достъпа до финансиране чрез оценка на възможностите за финансиране на МСП от различни банкови и не банкови източници, размера на използваните кредити и лизингови схеми, както и установяването на основните проблеми по получаване на допълнително финансиране от банкови институции;
- Оценка на сегашното състояние на консултантската мрежа и предлаганите консултантски услуги от гледна точка на достъпност, качество и разнообразие на предлаганите услуги, както и ползване на външни консултантски услуги;
- Установяване на ориентацията и състоянието на бизнес стратегиите и управленските програми на МСП.
- Установяване на степента на познаване и ползване на различни източници на информация, предоставяни от структурните фондове на ЕС по отношение на възможностите, които предоставят те за МСП.
- Анализ на степента на готовност на МСП за участие в усвояването на европейски средства по отношение на запознатост с правилата и начините на кандидатстване, готовността за генериране на проектни идеи и възможностите за осигуряване на съфинансиране на проекти.

1.3. Описание на дейностите и целевите групи на проекта

За реализацията на проекта беше използвана комбинация от количествени и качествени изследователски методи, които целяха да обобщят и анализират мненията и оценките на различни целеви групи. Основно бяха извършени следните дейности:

- В национален план беше извършено количествено изследване по проблемите на малките и средни предприятия в България сред ръководителите, директорите и собствениците на МСП на територията на цялата страна. Чрез него беше получена разнообразна и надеждна информация относно мнението и оценките на тази група от гледна точка на готовността, проблемите и реалните промени при приемането на България в ЕС.
- Информация беше набирана също и чрез качествени методи (дискусии във фокус групи и дълбочинни интервюта) от представители на институции и организации с ключова роля в процеса на информиране, обслужване и анализ на дейностите по усвояване на структурните и кохезионния фондове на Европейския съюз – ръководители и собственици на МСП, национално представени организации на работодателите, банкови и небанкови финансови институции, консултантски и публични изследователски организации.
- Беше извършено и кабинетно изследване и анализ на вторични данни от съществуващи информационни източници - политически документи на

Европейския съюз и българското правителство в областта на насърчаването на малките и средни предприятия и предприсъединителните програми, действащи закони и нормативни актове, наличната статистическа информация, данни от други изследвания в тази област.

Комбинацията от количествени и качествени методи осигури информация за различните мнения и гледни точки на изследваните целеви групи. По конкретно бяха изследвани следните целеви групи:

За количественото изследване:

- малки и средни предприятия, съгласно дефиницията на Закона за малки и средни предприятия (ЗМСП). Изследваната съвкупност се състои от нефинансови предприятия, чиято основна дейност е определена в обхвата на отрасловите сектори от С до К на Националната класификация на икономическите дейности (НКИД – 2003), разпределени в групи според броя на заетите лица;

За качественото изследване:

- Малки и средни предприятия, съгласно дефиницията на Закона за малки и средни предприятия (ЗМСП).;
- Национално представени организации на работодателите, определени с решения на Министерския съвет съобразно Наредбата за определяне на реда за установяване наличието на критериите за представителност на организациите на работниците и служителите и на работодателите;
- Банков сектор и небанкови финансови институции (фондове за дялово участие, схеми за микрокредитиране, фондове за рисков капитал, международни и национални програми и проекти за подпомагане на МСП);
- Консултантски организации (фирми и НПО) и техни мрежи с национално и регионално представителство (например, мрежи на БАРДА, JOBS, БТПП и др.);
- Публични изследователски организации (БАН, НЦАН, университети и пр.).

Резултатите от проведените изследвания са представени в няколко основни тематични модула:

Първо: Изисквания към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС, от гледна точка на степента на познаване на цялостната политика на ЕС по отношение на МСП (вътрешен пазар, Лисабонска стратегия, иновации и изследвания, структурни фондове и др.), информираност по отношение на изискванията на ЕС спрямо бизнеса, степен на покриване на европейските изисквания и готовност за въвеждане на задължителните изисквания, възможности за осигуряване на необходимите средства за покриване на изискванията и основни предизвикателства пред готовността за участие на общия европейски пазар.

Второ. Оценка на сегашно състояние на конкурентоспособността на МСП по отношение на достъпа до вътрешните и външни пазари, цените и качеството на произвежданите продукти и/или услуги, състоянието на производствените технологии и средства, отделяни за технологично обновление и подобряване качество на наличния човешки капитал. В този модул са представени данни за експортната дейност на МСП, наличието на монополи при доставките, клиентите и/или сферата на дейност, включването в национални и международни производствени мрежи (клъстеризация), използването на стандарти за качество и опазване на околната среда, енергийна ефективност;

Трето. Оценка на иновационния потенциал на МСП – дял на иновативните предприятия и на предприятията, ориентирани към иновативни производства, делът на собствени средства, отделяни за развойна и изследователската дейност и/или иновации, оценката на нови продукти, реализирани на пазара за определен период от време и др., патенти и интелектуална собственост на МСП, степен на използване на информационните и комуникационни технологии в дейността и управлението на МСП;

Четвърто. Оценка на достъпа до финансиране на МСП. Направен е анализ на възможностите за финансиране на МСП от различни банкови и не банкови източници; размер и вид на ползваните кредити и лизинги; проблеми по получаване на допълнително финансиране от банкови институции – лихви, обезпечения, документация, такси, погасяване и др.; използване на небанкови финансови източници;

Пето. Степента на запознатост и сегашно състояние на консултантската мрежа и предлаганите консултантски услуги от гледна точка на достъпност на консултантските услуги, качество и разнообразие на предлаганите услуги, ползване като консултанти на външни организации, най-често търсени и използвани услуги и др.

Шесто, Оценка на капацитета на МСП за участие в усвояването на средства от европейските фондове – опит в усвояването на предприсъединителни програми, степен на информираност за структурните и кохезионния фондове на ЕС и правилата за използване на средствата по тях, готовност на МСП за участие в усвояването на средства от европейските фондове (възможности за генериране на проектни идеи, подготовка на проекти, осигуряване на съфинансиране).

II. СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ НА ПОЛИТИКАТА КЪМ МСП

2.1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА МСП В БЪЛГАРИЯ

Източник на статистически данни за МСП в България са годишните изследвания на предприятията съгласно Регулация № 58/97 на Съвета на ЕС от 20 декември 1996 г. От началото на 1997 г. се използва Национална отраслова класификация (НОК), изградена на основата на статистическата класификация на икономическите отрасли в Европейския съюз.

В класификацията[5], основана на новата дефиниция на МСП, предложена от Европейската комисия от 01.01.2005 г., за сектора на МСП се прилагат основно три самостоятелни критерия - **брой персонал, годишен оборот и общ годишен баланс** (стойност на активите)**.**

ТАБЛИЦА 1. КЛАСИФИКАЦИЯ НА МСП ЗА ЕС

Критерий	Размер на предприятията		
	Средни	Малки	Микро
Брой персонал	до 250	до 50	до 10
Годишен оборот	до 50 млн. евро	до 10 млн. евро	до 2 млн. евро
Общ годишен баланс	до 43 млн. евро	до 10 млн. евро	до 2 млн. евро

Източник: L 124/36 EN Official Journal of the European Union 20.5.2003.

[5] *Вж. L 124/36 EN Official Journal of the European Union 20.5.2003*

Във връзка с предстоящото членство на страната в ЕС, тази дефиниция беше приета съвсем отскоро и в България, като тя се различава от тази на ЕС само по това, че стойностите са изразени в лева.

ТАБЛИЦА 2. КЛАСИФИКАЦИЯ НА МСП ЗА БЪЛГАРИЯ

Критерий	Размер на предприятията		
	Средни	Малки	Микро
Брой персонал	до 250	до 50	до 10
Годишен оборот	до 97 500 000 лв.	до 19 500 000 лв.	до 3 900 000 лв.
Стойност на активите	до 84 000 000 лв.	до 19 500 000 лв.	до 3 900 000 лв.

Източник: Закон за изменение и допълнение на Закона за малките и средните предприятия (обн., ДВ., бр. 84 от 1999 г.) обн. ДВ. бр.59 от 21 юли 2006 г.

Важно е да се отбележи, че задължително условие, за да бъде отнесено дадено предприятие към групата на МСП, е броят на персонала, а едно от другите две условия (годишен оборот или стойност на активите) предприятието може да определи самостоятелно. Въвеждането на дефиницията на ЕС в България, където МСП са многократно по-малки като размер на активите и оборота, ще има различни и неоднозначни последици. От една страна, възможността за избор при новата дефиниция осигурява на МСП, работещи в различните сфери на икономиката, получаването на по-честно и по-справедливо третиране. По-високите прагове означават на практика и повече фирми, които могат да се възползват от програмите и подкрепата на ЕС - финансиране от различни фондове, услуги от бизнес инкубатори, консултантски помощи и пр.

Единната дефиниция за МСП, която се прилага във всички актове и програми на ЕС, е включена в националните програми на страните членки и се съблюдава от Европейския инвестиционен фонд и Европейската инвестиционна банка, които са основните кредитори на сектора.

Анализът на структурата на МСП в икономиката на България се основава на агрегирани данни от годишните баланси и отчетите за приходите и разходите на 217 470 частни и обществени нефинансови МСП[6], които са 90,3% от общия брой на нефинансовите предприятия. За целите на настоящото изследване няма да бъдат разглеждани подробно характеристиките на обществените предприятия, т.е. предприятия с над 50 на сто държавна или общинска собственост. Броят на частните предприятия е 216 489 (99,2%), а броят на обществените предприятия е 981. **Относително малък е броят на големите нефинансови предприятия (над 250 заети) - 666.** В сектора на частните МСП най-много са предприятията със заети до 10 души (микропредприятията) – 195780 от общо 216 489 частни малки и средни нефинансови предприятия, или 90,43%. Броят на малките фирми (от 10 до 49 заети) е 17 388, а на средните (от 50 до 249 заети) - 3321 предприятия, което представлява респективно 8,03% и 1,53% от всички МСП.

Според "Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България – 2004 г." МСП в България съставляват 99% от всички предприятия в страната, осигуряват 79% от заетостта, осъществяват 75% от оборота и създават 61% от добавената стойност на частните предприятия[7].

[6] *Вж. Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България 2004, С., Министерство на икономиката и енергетиката с. 20-21.*

[7] *Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България, 2004, Министерство на икономиката и енергетиката, с. 16.*

Разпределението на показателите за предприятията по размерни групи, отраслови и регионални сектори е с различно познавателно значение. Например, над 55 % от всички МСП са в отраслов сектор "Търговия, ремонт на автомобили, лични вещи и стоки за дома", над 12% са ангажирани в "Преработваща промишленост", около 10% е делът на МСП в "Хотели и ресторанти", както и в "Операции с недвижими имоти и бизнес услуги", над 7% от МСП се занимават с "Транспорт, складиране и съобщения", около 4% със строителство и под 0,1% са в "Добивна промишленост" и "Производство и разпределение на електроенергия, газ и вода".

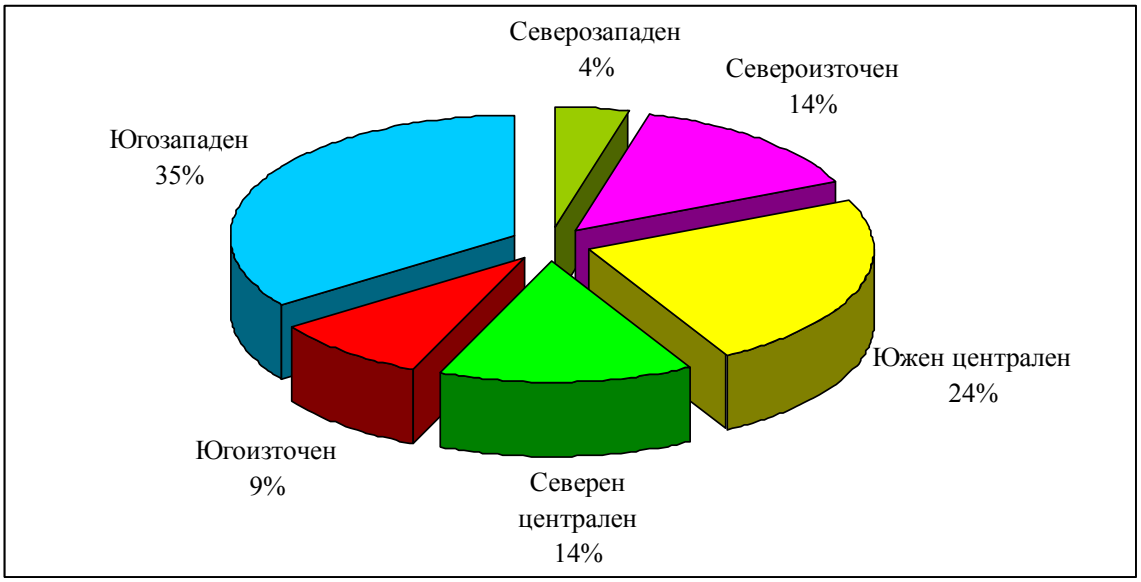
ТАБЛИЦА 3. ДЯЛ НА МСП В ОТРАСЛОВИЯ СЕКТОР КЪМ СЪОТВЕТНИЯ ПОКАЗАТЕЛ ЗА МСП ОБЩО, 2003 ГОДИНА, %

	Брой предпр	Брой заети	ДМА	Оборот	Продукция	Добавена стойност	Инвести-ции в ДМА	Отн. произв. МСП=100
Добивна пром.	0.1	0.5	1.1	0.4	0.7	C	0.6	C
Преработваща пром.	12.4	34	33.1	21.5	42.2	33.0	26.0	97
Произв. и разпр. на електроен., газ и вода	0.1	0.2	1.5	0.7	0.4	0.9	1.7	453
Строителство	4.3	7.9	6.0	5.8	12.0	8.9	7.1	113
Търговия, ремонт на автом., лич. вещи и стокои за дома	55.2	35.2	27.0	60.1	22.0	33.4	32.1	95
Хотели и ресторанти	9.8	7.9	11.6	1.9	3.0	4.8	9.5	61
Транспорт, складиране и съобщения	7.5	6.0	7.8	5.2	10.6	C	10.6	C
Оперции с недвижими имоти и бизнес услуги	10.7	8.4	11.8	4.4	8.9	10.3	12.3	123

Източник: Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България, 2004, Министерство на икономиката и енергетиката

В регионален аспект, доминиращата в даден район за планиране категория предприятия (според броя персонал) е групата с най-висок дял в заетостта на сектора. МСП доминират като цяло във всеки един от районите за планиране с дялове от общия брой на заетите в районите между 77,7% в Северен централен и 81% в Североизточен. Микропредприятията са доминиращата съставна група във всеки един от районите за планиране. Най-високият дял на заетите в микропредприятия от общия брой на заетите в даден район (37,2%) е в Югоизточния район; най-нисък, но все пак доминиращ, е делът в Югозападния район - 28%. При малките предприятия делът на заетите в тях варира слабо между 22,6% от общия брой на заетите в Северен централен район до 24,6% в Североизточен. Средните предприятия осигуряват между 20,5 на сто от заетостта в Югоизточния район и 25,6 на сто в Югозападния. Данните показват, че микропредприятията, независимо къде са локализирани, създават най-голяма заетост. Те обаче имат най-малък принос в добавената стойност, т.е. тази заетост е най-нископроизводителна в сравнение с по-големите предприятия.

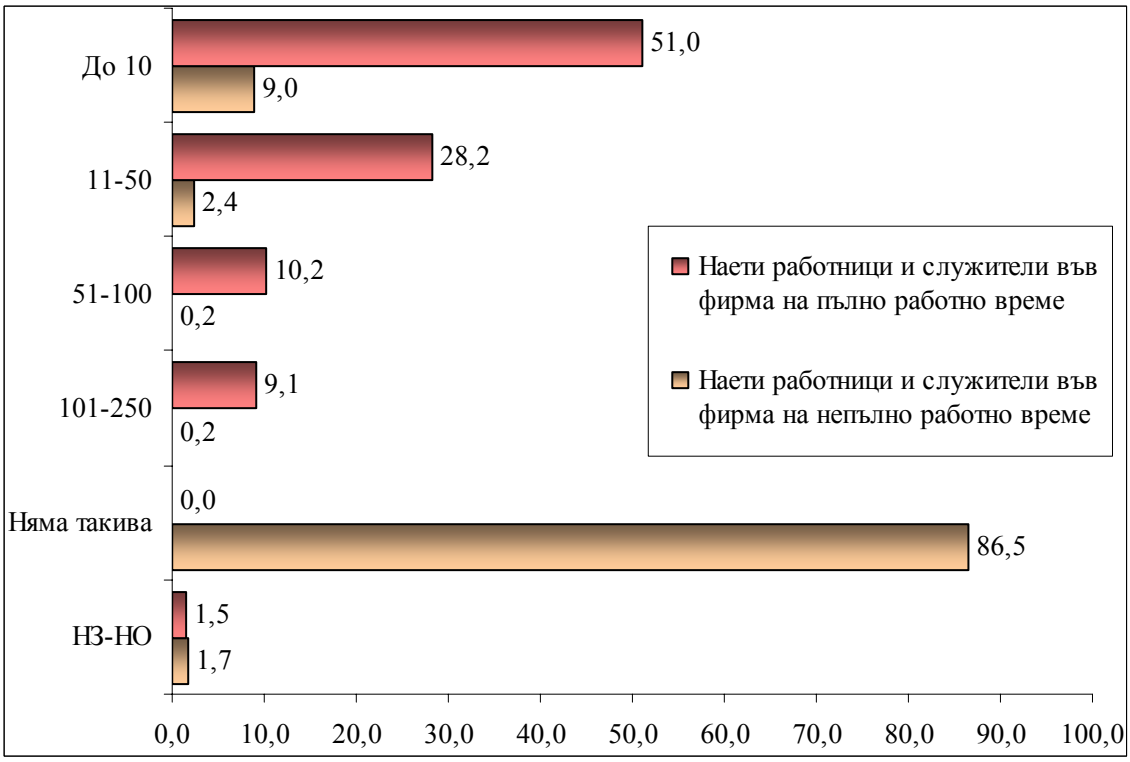
ГРАФИКА 1. ДЯЛ НА ЗАЕТИТЕ В МСП ПО РАЙОНИ ЗА ПЛАНИРАНЕ, 2003 ГОДИНА



Източник: Годишен доклад за състоянието и развитието на МСП в България, 2004, Министерство на икономиката и енергетиката, с. 55

Структурата на фирмите в настоящото изследване според броя на заетите е в съответствие с данните за разпределението на предприятията от Годишния доклад за състоянието и развитието на МСП, 2004 - 56,2 % са микропредприятия, 24,3 % са малки и 18 % - средни.

ГРАФИКА 2. МСП, ВКЛЮЧЕНИ В КОЛИЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ, СПОРЕД БРОЯ НА ЗАЕТИТЕ



База N = 1011

Според годишния оборот, 62,6% от фирмите, които са посочили данни за него (72,1 % от извадката), са с оборот до 3 млн. лв., което ги причислява към микропредприятията.

Данните от последните години за България показват, че МСП отбелязват изпреварващ темп на нарастване на производителността на труда и създадената добавена стойност спрямо показателите за икономиката като цяло. Действителният дял на МСП в брутния вътрешен продукт на страната нараства до 34% през 2003 г., а в БДС той е съответно 43%. Ръстът на производителността на труда общо за МСП е 5,9%, като изпреварва ръста на производителността на труда за цялата икономика – 4,7%. Дълготрайните материални активи (ДМА) на МСП представляват 56,6% от ДМА на всички фирми за 2003 г.. Делът на МСП в общия оборот от 36 млрд. евро на фирмите в България през 2003 г. достига до 75,2%.

Редица международни проучвания показват, че като цяло МСП не са добре представени в световната търговия, макар че интернационализацията на тяхната дейност непрекъснато се увеличава. Тенденциите в българските МСП съвпадат с тези на европейските фирми. Според оценки на ОИСР, на МСП се падат около 25-30 % от световния износ. Малкият вътрешен пазар принуждава фирмите да излизат на външния пазар още на етапа на изграждането си, разполагайки с ограничен обем вътрешни ресурси и с ограничен опит. В подкрепа на това твърдение могат да бъдат приведени данните за левовата равностойност на валутните приходи от износа в оборота на фирмите, изготвящи баланс, т.е. 30% от микропредприятията, 90% от малките предприятия и 100% от средните. Така например за средните предприятия, осъществяващи износ, приходите от него представляват 20% от оборота им, при малките този дял е 7,8%, докато при микропредприятията - 5,8%. Въвеждането на Европейската дефиниция за МСП и протичащите процеси на преструктуриране на големите предприятия създават условия за по-нататъшно нарастване на тяхната роля във външната търговия на страната.

Експортно ориентираните МСП имат голямо значение за бъдещото развитие на икономиката. МСП, извършващи само износ, са едва 38% от всички експортиращи фирми, докато чистите вносители са малко над 70% от импортиращите. Като основна пречка пред желаещите да осъществяват износ МСП се явява липсата на сертификация на продукцията им, която да отговаря на изискванията за качество, валидни в Европа. По-голямата част от МСП извършват едновременно износ и внос. Износът на МСП е почти два пъти по-малък от техния внос, въпреки че МСП имат най-висок дял в износа на страната.

2.2. Същност на политиката за насърчаване на предприемачеството и малките и средни предприятия в България

Икономическата политика на правителството е изложена в Националния план за икономическо развитие 2000-2006 и цели постигане на устойчив нискоинфлационен икономически растеж. Той е предпоставка за повишаване на доходите и подобряване условията на живот с оглед на по-нататъшното интегриране в европейското икономическо и социално пространство. Индустриалната политика на правителството е подчинена на основната цел на икономическата политика и си поставя за задача завършване процеса на приватизация и преструктуриране, повишаване на конкурентоспособността и развитие на МСП.

Съгласно визията, определена в работния вариант на Националната стратегическа референтна рамка (НСРР)[8] към 2013 г. България трябва да стане страна със значително по-високо качество на живот, основано на устойчиво социално-икономическо развитие в процеса на цялостно интегриране в Европейския съюз. За реализацията на тази визия е необходимо да се осъществят следните стратегически средносрочни цели: достигане и поддържане на висок икономически растеж чрез динамична икономика на знанието в съответствие с принципите на устойчивото развитие; повишаване на потенциала на човешкия капитал и достигане на равнища на заетостта, доходите и социалната интеграция, осигуряващи по-високо качество на живот.

Желаната визия и цели могат да се достигнат чрез следните **стратегически приоритети**:

1. Повишаване на конкурентоспособността на българската икономика;
2. Развитие на човешките ресурси и подобряване на социалната инфраструктура;
3. Подобряване и развитие на базисната инфраструктура;
4. Устойчиво и балансирано регионално развитие;
5. Модернизация на държавната администрация и по-добро обслужване.

Крайната цел на дейностите, предвидени от стратегията на НСРР, е **повишаване на конкурентоспособността на българските предприятия** на международните пазари като се стимулира експортната ориентация на тяхното производство. Тъй като България е страна с малка отворена икономика, увеличаването на приходите от износ е от решаващо значение за поддържане на устойчив икономически растеж.

Един от основните фактори на икономическия растеж, конкурентоспособността и иновациите е предприемачеството. Като част от европейското пространство и в съответствие с политиката на ЕС са разработени редица политически мерки на Министерския съвет на Република България за насърчаване на предприемачеството и развитие на малките и средните предприятия: Национална стратегия за насърчаване развитието на малките и средни предприятия за периода 2000-2006 г. и Работна програма за нейното изпълнение; Решение за участие на Република България в Многогодишна програма (2001-2005) на ЕК за развитие на предприятията и предприемачеството; Иновационна стратегия на Република България и др. Министерството на икономиката и енергетиката започна реализацията на редица програми в подкрепа на малкия и средния бизнес за периода 2005-2007 г., които се осъществяват със средства от националния бюджет, Национална Програма ФАР на ЕС и други донорски програми:

1. Програма „Въвеждане на системи за управление на качеството" - цели да осигури финансова подкрепа за ефективно въвеждане и прилагане на системи за управление на качеството в около 180 малки и средни предприятия, избрани на конкурсен принцип.
2. Програма „Създаване на действаща и устойчива инфраструктура по качеството" - разработва се стратегия за усъвършенстване на политиката по качеството. Предвиждат се както законодателни мерки, така и преструктуриране на администрацията с цел да се осигури съответствие с прилаганите европейски практики и стандарти.

[8] *Работен вариант на Национална стратегическа референтна рамка на Република България за програмния период 2007-2013 г., МФ и АИАП, 2006, с. 33. Предстои промяна в документа.*

3. Програма „Подкрепа и развитие на малките и средните предприятия и предприемачеството“ - включва няколко проекта, насочени към повишаване на конкурентоспособността на фирмите, опростяване на нормативната и административната среда за бизнес, подобряване на достъпа до информация и услуги за малки и средни предприятия, повишаване на предприемаческата култура, въвеждане на клъстерния модел.

3.1. Проект „Подкрепа за българските предприятия с цел повишаване на тяхната конкурентоспособност“ - насочен към повишаване конкурентоспособността на българските предприятия чрез привеждането им в съответствие с изискванията и стандартите на Европейския съюз.

3.2. Проект „Повишаване на предприемаческата култура“ или „Как да успее бизнесът ми в Европа?“ - целта му е да се повиши информираността за политиката на Европейския съюз по отношение на малките и средните фирми, за резултатите от преговорния процес, за възможностите и трудностите, които ще възникнат пред предприемачите в резултат от присъединяване.

3.3. Проект "Въвеждане на клъстерен подход и установяване на клъстерен модел" - целта му е подобряването на конкурентоспособността на българските предприятия чрез използването на клъстерния подход в икономиката.

3.4. Програма "Стимулиране на износа" и "Промоция на експортния потенциал" - насочени са към организирано участие на малки и средни фирми на специализирани международни изложения, бизнес форуми в страната и в чужбина, специализирано обучение на фирми с външнотърговска дейност, подпомагане на търговската политика на българските фирми на външните пазари.

4. Програма "Подпомагане създаването на малки и средни предприятия" - включва два проекта, насочени към подкрепа на предприемачи за стартиране на бизнес и обучение в предприемачеството.

5. Програма "Насърчаване въвеждането на енергоспестяващи и екологосъобразни технологии" - предвижда с финансовата помощ на програма ФАР да се разработи национална стратегия и план за действие, които да установят правната и икономическата рамка за подпомагане на производствения сектор в процеса на привеждане в съответствие с екологичното законодателство.

6. Проект „Подкрепа за изпълнението на Националната иновационна стратегия”

7. Проект „Развитие на клъстерната инициатива – Фаза 2”

Основна цел на разработваните политики, програми и проекти е да се подготвят българските предприятия за предизвикателствата, които поставя присъединяването ни към ЕС, чрез пропагандирането и възпитанието в предприемачески дух за създаване на ефективен и конкурентоспособен малък и среден бизнес. Очакваните резултати в тази област са свързани с:

- Популяризиране на необходимостта от възпитание в предприемачески дух;
- Активиране на връзките между образователните институции и бизнеса;
- Намаляване на безработицата сред младежите, завършващи средно образование;
- Прилагане на функциониращи практики за успешно осъществяване на бизнес;
- Изработване на пакет от мерки за повишаване нивото на образование, обучение и възпитание в дух на предприемачество;

- Създаване на функционираща структура за възпитание в предприемачески дух, за образование и обучение в предприемачество и/или за пропагандиране на предприемачеството.

В последните години в рамките на националната политика за насърчаване на предприемачеството и малките предприятия са осъществени редица инициативи и дейности:

1. Опростяването на законодателната и административната среда е един от най-важните приоритети на българското правителство. В процес на изпълнение е Решението на Министерски съвет №392/07.06.2002г. за отмяна или опростяване на 192 регулаторни режима. Препоръките за 144 режима са изпълнени, което представлява 75% от всички препоръки. Законът за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност предвижда прилагането на принципа на мълчаливото съгласие при издаването от административните органи на регистрации или разрешителни за определени действия или сделки.

2. През март 2004г. започна реализацията на проект "Създаване на конкурентоспособни стартиращи фирми" (Проект 100), който се изпълнява от Министерството на икономиката с подкрепата на Програмата на ООН за развитие (ПРООН) като компонент в рамките на проект «Заетост чрез подкрепа на бизнеса (JOBS)”. Целта на проекта е развитието на устойчив и конкурентоспособен частен сектор чрез предоставянето на цялостна и целенасочена помощ при стартирането и развитието на микро и малки предприятия в България в сферата на производството и услугите.

3. За да насърчи предприемаческия дух и подпомогне стартирането на собствен бизнес, Агенцията за малки и средни предприятия (АМСП) разработи и стартира с подкрепата на Американската агенция за развитие (USAID) проект за създаване на регионални бизнес справочници. Изданието съдържа систематизирана информация и професионални съвети за стартиране на собствен бизнес, за различните активни национални и регионални програми и проекти, насочени към подпомагане на МСП, като се акцентира върху професионалните училища, университети и бюра по труда с цел стимулиране на предприемаческия дух и умения на младите хора.

4. Проектът за глобално обучение в областта u1085 на индустрията GEMEUROPE има за цел да подпомогне осигуряването на нова схема за обучение на професионалисти за индустрията чрез разработване на нов учебен план за магистърска степен, който да включва както технологични, така и бизнес знания и умения. Разработените модули за обучение са представени в три варианта: WEB базирано обучение, дистанционно обучение, класическо обучение.

5. Правителството полага усилия за осигуряване на благоприятна законодателна и административна среда за използване на онлайн услуги от бизнеса. Законовата рамка се базира на приетите Стратегия за развитие на е-правителство (ПМС на МС №866 от 28.12.2002г.), Закон за електронния документ и електронния подпис (ДВ 34, 06.04.2001г.), Закон за защита на личните данни (ДВ 1, 04.01.2002г.). Според стратегията за развитието на е-правителството, данъчната администрация трябва да осигурява четири групи услуги по електронен път.

Сред добрите постижения на политиката в тези области са: Прегледът на регулативните режими през 2002 г. (Решение на Министерския съвет № 392/07.06.2002 г.); Законът за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност (в сила от декември 2003 г.), Законът за електронния документ и електронния подпис (в сила от октомври 2001 г.), Законът за изменение и допълнение на Закона за храните от ДВ 55/2006 г.; Законът за изменение и

допълнение на Закона за МСП ДВ 59/2006; Законът за насърчаване на инвестициите (в сила от август 2004 г.) и започналата през 2003 г. реформа в данъчната и осигурителната администрация, довела до създаването на Национална агенция по приходите.

Съществен компонент на политиката за насърчаване на малките и средните предприятия е обучението в дух на предприемачество. В "Европейската харта за малките предприятия" се посочва: "Общи познания за бизнес и предприемачество ще бъдат преподавани във всички образователни нива в училище. Въвеждането на тематични модули, свързани с бизнеса, ще представлява основен компонент в образователните програми в гимназиите, колежите и университетите". В България политиката в областта на обучението в предприемачество и формиране на предприемачески дух е очертана чрез Стратегията за развитие на човешките ресурси, както и в мерките и дейностите, предвидени в Националния план за заетост. Закона за професионалното образование и обучение от 1999 г (изменен и допълнен за последен път през 2006 г.), заедно със Закона за насърчаване на заетостта и Кодекса на труда, са основните нормативни документи, създаващи правната рамка за съвместни дейности между професионалното образование и обучение и пазара на труда. Тази рамка предвижда начално и непрекъснато обучение, както и преквалификация за пазара на труда. Общата рамка на професионалното образование на учениците в системата на народната просвета е формулирана в Закона за степента на образование, общообразователния минимум и учебния план, приет през 1999 г. (изменен и допълнен за последен път през 2004 г.). Държавното образователно изискване определя условията и реда за завършване на една степен на образование и преминаване в следващата степен, както и характеристиките на общообразователния минимум и на учебния план в различните видове училища, в т.ч. и в професионалните училища.

Някои по-конкретни инициативи в сферата на обучението в предприемачество са: усвояване на икономически знания и умения за развитие на предприемачество; разработване и реализиране на Националната образователна стратегия за интегриране на информационно комуникационни технологии в училищното обучение; формиране на технологична култура и др.

На основата на изследване на "Витоша Рисърч"[9] от август-октомври 2005 могат да се направят някои изводи за състоянието на процеса на обучение в предприемачество. Като цяло оценката на бизнеса за професионалното образование е положителна, но подготовката и познанията, които учениците получават са недостатъчни да задоволят потребностите на бизнеса. Техните изисквания за нивото на подготвеност не се отнасят до теоретичните знания, а до практическите умения. Тази констатация се отнася до цялата система на средното образование. Преодоляването на това разминаване може да се търси в три основни насоки - въвеждане на икономически предмети в учебните програми на всички нива на средното образование; активно сътрудничество между бизнеса и средното образование; реорганизация на учебния процес и ориентирането му към потребностите на трудовия пазар.

[9] *Проект: Изследване и анализ на състоянието на процеса по възпитание, обучение и образование в предприемачество в средните професионални училища в България и Пакет от мерки за повишаване нивото на образование, обучение и възпитаване в дух на предприемачество. Аналитичен доклад по Фаза 1, Октомври 2005 г., Витоша Рисърч.*

2.3. Основни принципи и инструменти на политиките на ЕС за подкрепа на МСП и повишаване на тяхната конкурентоспособност

ЕС се стреми да подкрепя активно успешното предприемачество и да създава обществени условия и бизнес среда за МСП, които да им позволят посрещането на предизвикателствата на съвременната "икономика на знанието" и да реализират напълно своя потенциал. Днес в рамките на ЕС е общопризнат фактът, че МСП играят важна роля в заетостта, повишаване на конкурентоспособността и развитието на икономиката. Страните членки на ЕС като цяло предприемат стъпки за разкриване потенциала на малкия бизнес посредством поредица от инициативи. В условията на бързо променящите се икономически условия, осигуряването на съгласуваност на тези инициативи е основна задача на Комисията на ЕС и обект на специална политика не само към страните членки, но и към икономиките в преход.

Още през 1989 г. Съветът на министрите на ЕС гласува резолюция, в която се подчертава значението на мерките за подкрепа на малкия бизнес както на национално, така и европейско равнище. Създадена е и отделна Генерална дирекция, която основно се занимава и с въпросите на политиката на ЕС към МСП (Directorate-General XXIII - DG XXIII).[10] В момента съществуват множество структури в рамките на ГД „Предприемачество", които подпомагат развитието на МСП: Специалният пратеник за МСП, който се грижи за интегрирането на интересите на МСП в политиките и инициативите на ЕС; мрежите от Евроинфо центровете и Европейските иновационни центрове, които осигуряват информация за МСП и им предоставят възможности за трансфер на технологии и други услуги; и др.

Пръв опит за изработване на обща рамка за подкрепа на малкия и средния бизнес е "Интегрираната програма на ЕС за МСП и занаятите" от 1994 г. На заседание на Европейския съвет в Мадрид през 1995 г. е създадена нова "Интегрирана програма" 1996 г. Тя не заменя действията, предприемани на равнище отделни страни или ЕС като цяло, и включва три вида мерки:[11]

1. Мерки за насърчаване на взаимните консултации между държавите членки и съвместно координиране, доколкото е необходимо на мерките в полза на МСП;
2. Мерки за МСП, разработени в рамките на други общи политики;
3. Мерки за МСП, разработени в рамката на специалната Политика на ЕС за МСП (Многогодишна програма на МСП).

Основавайки се върху фактите, че повече от 99% от 19-те милиона предприятия в ЕС са малки и средни, осигуряват 66% от заетостта в ЕС и реализират 55% от общия стокообмен, през юни 2000 г.[12] Европейския съвет прие "Европейска харта за малките предприятия". Тя насочва вниманието на Европейската комисия и страните членки на ЕС да предприемат действия за насърчаване и подкрепа на малките предприятия в десет ключови области:

1. Образование и обучение по предприемачество;
2. По-бързо и с по-малки разходи стартиране на бизнеса;

---

[10] *The Directorate-General XXIII (Enterprise Policy, Distributive Trades, Tourism and Co-operatives)* http://www.eu.int/comm/enterprise.htm.

[11] *Вж. Integrated Programme for Small and Medium-sized enterprises (SMEs) and the craft sector" Communication from the Commission, Brussels, 10.07.96, COM(96) 329 final; Основни положения на политиката и интегрираната програма на Европейския съюз за МСП и сектора на занаятите, Публикация на Комисията на Европейската общност, Българска стопанска камара, Програма ФАР, проект BG94-09.*

[12] http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/index.htm

3. Подобряване на нормативната среда и оценка на въздействието й върху МСП;
4. Повишаване на уменията на предприемачите и създаване на условия за дългосрочно и последователно обучение и консултиране;
5. Подобряване достъпа до електронна комуникация с администрацията;
6. Повишаване ползите от единния европейски пазар;
7. Данъчни и финансови въпроси;
8. Засилване на технологичния капацитет на малките предприятия;
9. Използване на успешни модели за електронен бизнес;
10. По-ефективно представяне на интересите на малките предприятия на национално ниво и на ниво Европейски съюз.

За да стимулира напредъка в областта на насърчаване на предприемачеството, Европейската комисия публикува Зелена книга "Предприемачеството в Европа"[13]. Нейната цел е да привлече възможно най-широк кръг заинтересовани обществени групи при формирането на бъдещия дневен ред на предприемаческата политика на ЕС. Въз основа на значителен обем изследвания, данни, анализи и политически опит, Зелената книга повдига десет въпроса относно два фундаментални проблема: "Как да се създадат повече предприемачи?" и "Как да се осигури растеж на повече фирми?". Вследствие на дебатите, инициирани от Зелената книга, Европейският съвет възлага на Европейската комисия да разработи План за действие в областта на предприемачеството.

Важен инструмент на ЕС за насърчаване на предприемачеството и МСП е Многогодишната програма на Европейския Съюз за развитие на предприятията и предприемачеството за 2001-2005 г. Това е основната програма на Генерална дирекция "Предприятия" на ЕК в сила от 01.01.2001 г. и включва следните основни насоки: популяризиране на предприемачеството като особена нагласа на индивида; насърчаване създаването на такава бизнес среда, която да повишава растежа и конкурентоспособността на бизнеса в глобализираната икономика, основаваща се на знанието; осигуряване на по-добър достъп на бизнеса до услугите, програмите и мрежите на ЕС и подобряване на координацията им; подобряване на финансовата среда на МСП.

Специално насочени към бизнеса са рамковите програми за изследвания, иновации и технологично развитие. На 12.11.2002 г. е обявено началото на Шестата рамкова програма[14] на ЕК. Основни цели, които тя си поставя са: увеличаване дела на инвестициите (частни и обществени) до 3% от брутния вътрешен продукт; развитие на човешкия потенциал; насърчаване на иновациите и изследователската дейност. Шестата рамкова програма отделя голямо внимание и на участието на МСП, тъй като те играят решаваща роля за европейската конкурентоспособност и създаване на работни места. От бюджетния период 2007 – 2013 г. ЕС стартира и специална Програма за конкурентоспособност и иновации, която ще бъде насочена към създаване на проиновативна среда за МСП в ЕС.

През 2005 г. ЕС въведе като свои основен принцип "Think small first" или "Мисли първо за малкия". Това правило изразява разбирането, че изискванията, отнасящи се до МСП, могат да бъдат изпълнявани и от големите фирми, но обратното невинаги е възможно. Известно е, че МСП са с доста по-ограничени възможности от

[13] *Green Paper "Entrepreneurship in Europe", European Commission, COM (2003) 27 final, 21.01.2003.*

[14] *The 6th Framework Programme EC programme: OJ L 232, 29.08.2002, pp. 1-33,* http://www.cordis.lu/fp6/find-doc.htm.

големите предприятия. Това ги поставя в по-затруднено положение и намалява тяхната конкурентоспособност, когато цялостната среда (законодателна, административна, данъчна) не е достатъчно благоприятна за развитието на предприемачеството. През 2005 г., в отговор на новия старт за Лисабонската стратегия, ЕК прие комюнике за нов интегриран подход за политика на ЕС към МСП, който ще ръководи действията на страните-членки в следващите години[15]. Основните насоки на действие на МСП политиката на ЕС според това комюнике ще бъдат:

- поощряване на предприемачеството и уменията на хората;
- подобряване на достъпа на МСП до пазарите;
- намаляване на бюрократичните бариери пред МСП;
- подобряване на потенциала за растеж на МСП
- засилване на диалога и консултациите с представителите на МСП.

III. ОЦЕНКА НА СЕГАШНОТО СЪСТОЯНИЕ, НУЖДИТЕ И ПРОБЛЕМИТЕ НА МСП

3.1. Изисквания към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС

За да бъдат конкурентни на европейските, българските фирми трябва да отговорят на редица изисквания, свързани с качество и безопасност на стоките, въвеждане на нови технологии, опазване на околната среда, безопасност на труда, да инвестират в ефективни маркетингови стратегии и др. Техническите спецификации се отнасят не само до съответния продукт и неговите съставки, но и до изискванията за сертификация (особено при хранителните стоки), опаковката и нейната съвместимост с продукта, методите за анализ и изпитания, маркировката и етикетирането и др. С приемането на България за член на ЕС европейските изисквания стават задължителни за всяко производство, както по отношение на експортните стоки, така и по отношение на тези, предназначени за българския пазар, който ще стане част от вътрешния европейски пазар. Спазването им трябва да започне още преди фактическото присъединяване на страната към Европейския съюз.

Според резултатите от изследването, средно около 27% от МСП не са запознати с изискванията по отношение на CE маркировките, опазването на околната среда, управлението на качеството, вътрешната организация на производството, условията и безопасността на труда. Най-добре се познават изискванията към условията за безопасност на труда (31,7%), а най-слабо - изискванията към CE маркировката.

[15] *Commission Communication "Implementing the Community Lisbon Programme - Modern SME Policy for Growth and Employment" (COM (2005)551 final of 10.11.2005)*

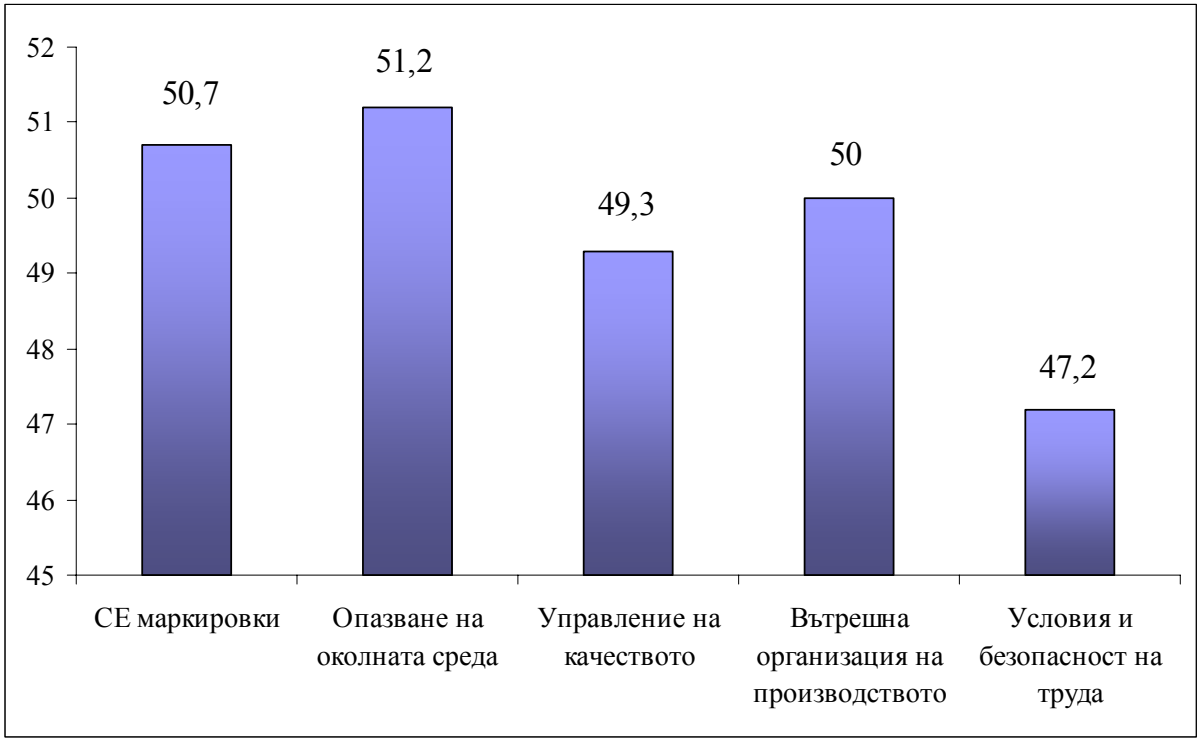
ТАБЛИЦА 4. СТЕПЕН НА ЗАПОЗНАТОСТ С ИЗИСКВАНИЯТА, КОИТО ФИРМИТЕ ТРЯБВА ДА СПАЗВАТ СЛЕД ПРИСЪЕДИНЯВАНЕ НА БЪЛГАРИЯ КЪМ ЕС

	Напълно запознат	По-скоро запознат	По-скоро не съм запознат	Изобщо не съм запознат	Не се отнася до фирмата	НЗ-НО
Запознат с изискванията: СЕ маркировки	14,6	17,1	15,4	14,3	34,9	3,6
Запознат с изискванията: Опазване на околната среда	19,6	29,1	16,5	11,8	18,8	4,3
Запознат с изискванията: Управление на качеството	21,9	29,0	17,1	10,1	18,5	3,5
Запознат с изискванията: Вътрешна организация на производството	19,8	25,0	17,9	10,2	23,7	3,4
Запознат с изискванията: Условия и безопасност на труда	31,7	34,9	12,8	9,2	8,3	3,2

База: N = 1011

Всяка втора фирма не е запозната със сроковете за въвеждане на отделните изисквания, което е индикатор, че те едва ли ще бъдат спазени.

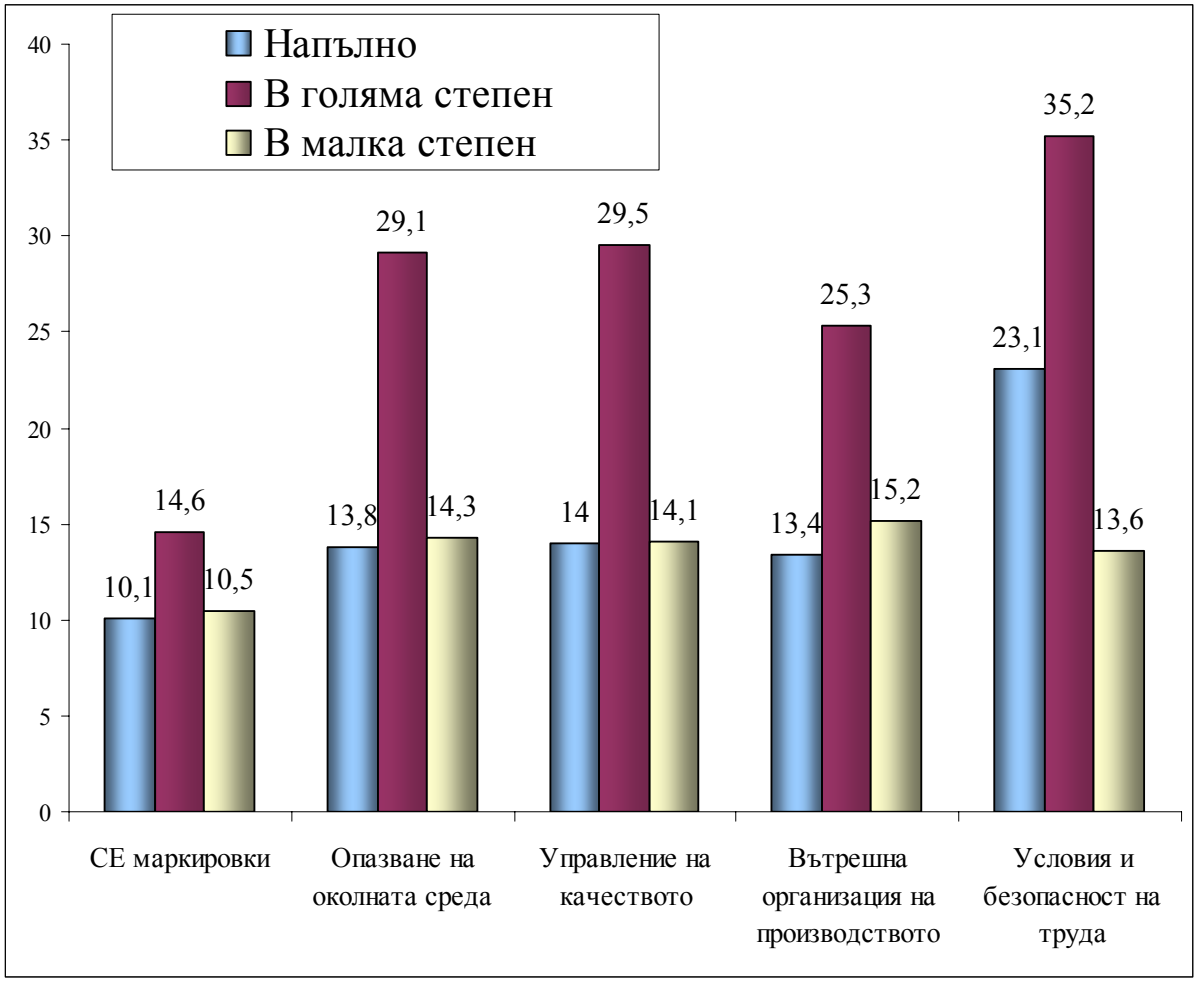
ГРАФИКА 3. ОТНОСИТЕЛЕН ДЯЛ НА МСП, КОИТО НЕ СА ЗАПОЗНАТИ СЪС СРОКОВЕТЕ ЗА ВЪВЕЖДАНЕ НА ИЗИСКВАНИЯТА НА ЕС (%)



База: N = 1011

Графика 4 представя степента, в която изследваните фирми покриват европейските изисквания по отношение на CE маркировките, опазването на околната среда, управлението на качеството, вътрешната организация на производството, условията и безопасност на труда. Според самооценката на респондентите, между 10% и 23% от изследваните фирми покриват напълно европейските изисквания в различните области. Получените резултати показват относително ниската готовност на българските МСП да изпълнят изискванията на ЕС в тези направления.

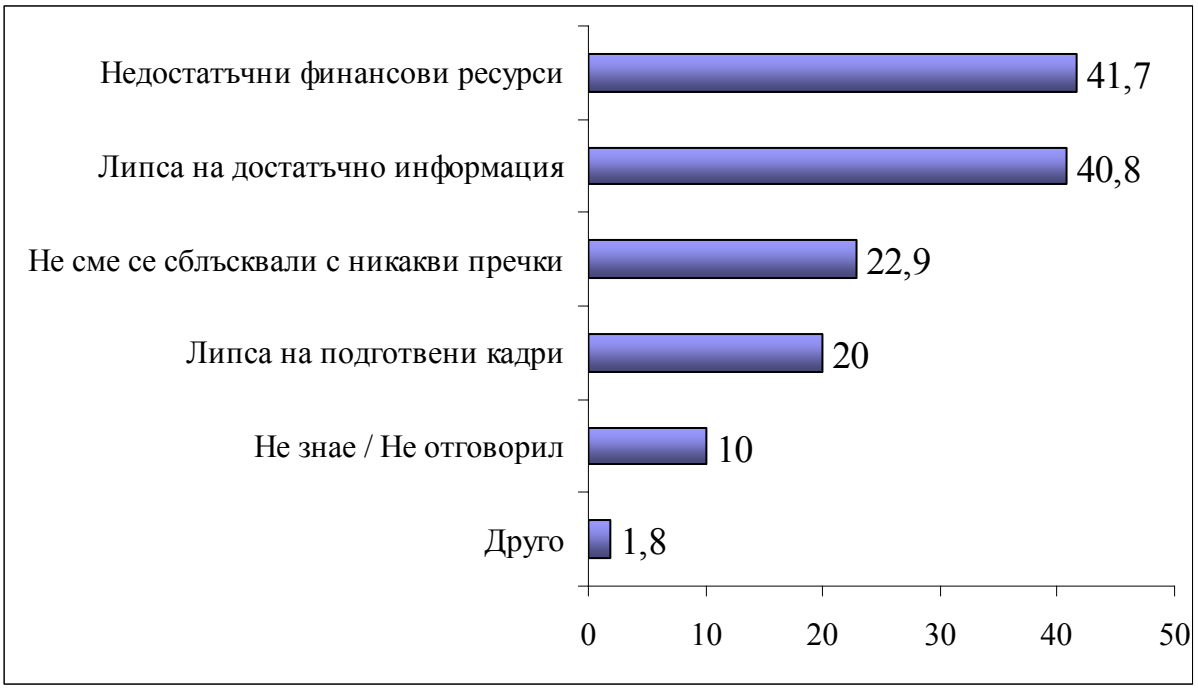
ГРАФИКА 4. СТЕПЕН НА ПОКРИТИЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ИЗИСКВАНИЯ



База: N = 1011

Проучването показва, че МСП, които не са покрили европейските изисквания, са се сблъсквали с редица пречки: недостатъчни финансови ресурси, липса на достатъчно информация, липса на подготвени кадри и др. Една от пет фирми не се е сблъсквала с никакви трудности.

ГРАФИКА 5. ОСНОВНИ ПРЕЧКИ ЗА ПОКРИВАНЕ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ИЗИСКВАНИЯ ОТ БЪЛГАРСКИТЕ МСП



База: N = 1011

Подробните технически спецификации и описание на методите за изпитване в директивите, както и практиката да се приема за всеки сектор рамкова директива плюс съпровождащите я директиви за отделните групи продукти, пораждат редица проблеми и водят до забавяне на приемането им. Ето защо, с Резолюцията на ЕС за Нов подход за техническо хармонизиране и стандартизация от 1985 г. се преминава към по-общо формулиране на основните изисквания за безопасност на стоките, залегнали в директивите от „Новия подход". Подробните технически спецификации за продуктите, обект на директивите от „Новия подход", се съдържат в европейските хармонизирани стандарти. Тенденцията е към унифицирането на националните стандарти. Важна стъпка към това е решението европейските стандарти да бъдат въведени във всички страни на ЕС без никакви промени, като противоречащите им национални стандарти бъдат отменени. От "Новия подход" досега са транспонирани 12 директиви за: газови уредби; строителни продукти; машини; плавателни съдове за отдиха; играчки; асансьори; обикновени съдове под налягане; експлозиви за невоенни цели; нисковолтови устройства; оборудване и предпазни системи, използвани в потенциално експлозивна среда; лични предпазни средства. В тези директиви не са регламентирани конкретни технически спецификации, като последните се съдържат в европейските хармонизирани стандарти.

Преди пускането на даден продукт на пазара се извършва оценка на съответствието с изискванията на европейските стандарти. Предвидени са 8 основни модули за оценка на съответствието, които имат и варианти: вътрешен контрол на производството; изследване на типа; съответствие на типа; осигуряване на качество на производството; осигуряване качество на продукта; краен контрол; проверка на единичен продукт; пълно осигуряване на качеството. Процедурите по взаимно

признаване на съответствието влизат в сила с присъединяването на страната към ЕС или се прилагат преди присъединяването по силата на различни споразумения.

Индикация, че продуктът е с оценено съответствие, е **маркировката за съответствие CE**. Тя се нанася върху продукта или опаковката му от самия производител или вносител. CE маркировката показва, че продуктът отговаря на основните изисквания на съответната директива и че е преминал през необходимите процедури за оценка на съответствието. От българските фирми, според резултатите на количественото проучване, напълно запознати с изискванията за CE маркировката са 14,6% от МСП, 15,5% са запознати със сроковете, 10,1% вече покриват европейските изисквания. Изобщо не са запознати с изискванията 14,3% от МСП, 50,7% не са запознати със сроковете, а не са готови да покрият изискванията 4,9%.

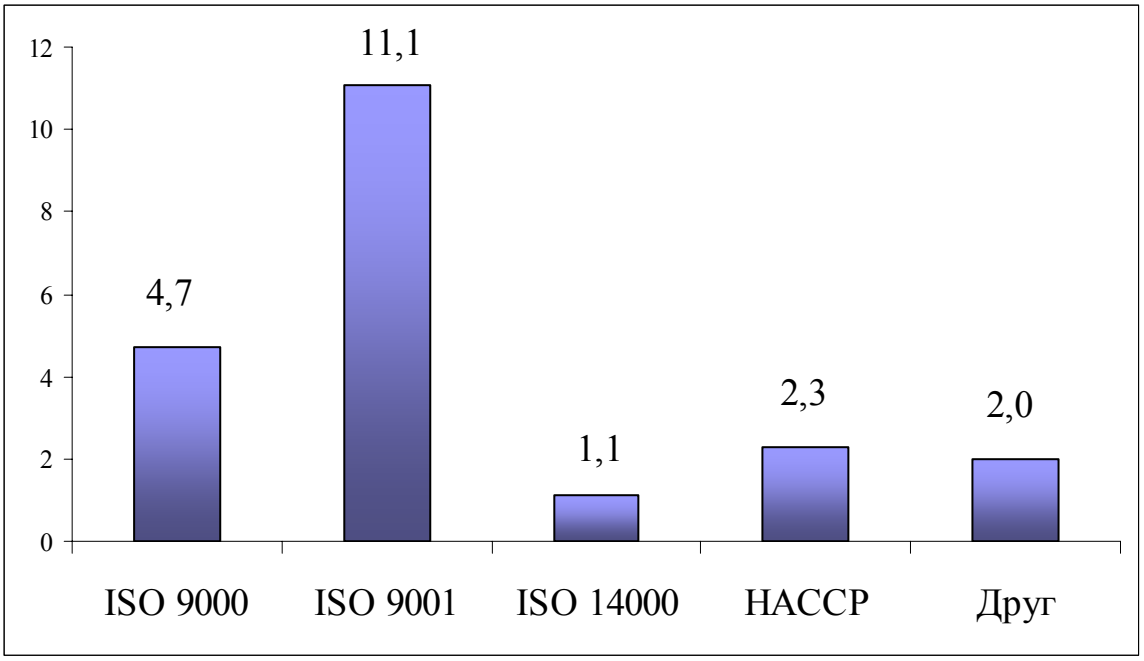
Особено строги са изискванията на европейското законодателство към хранителните стоки, като голямо внимание се обръща на изискванията по отношение на безопасността и хигиената на хранителните продукти. Те са заложени в различни директиви:

- Директива 91/493/ЕЕС регламентира ветеринарно-санитарните изисквания при производството и пласирането на пазара на рибни продукти и е транспонирана в българското законодателство с Наредба № 10 /ДВ, 42/2002 г./.

- Директива 93/43/ЕЕС (въведена в българското законодателство с Наредба № 7 /ДВ, 40/2002 г./) регламентира основните правила за хигиена на хранителните продукти и процедурите за проверка на съответствието с тези правила, третира всички мерки, осигуряващи безопасността и полезността на храните при всички етапи на производството им и касае подготовката, обработката, производствения процес, пакетирането, съхраняването, транспортирането, дистрибуцията и продажбата на стоките.

Съгласно тази директива производителите на хранителни продукти са задължени да прилагат принципите на метода HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points (Анализ на риска и критични контролни точки), чрез който се гарантира безопасността и качеството на храните. Според проведеното проучване, малък дял български фирми притежават сертификатите ISO, а HACCP притежават едва 2,3% от изследваните МСП.

ГРАФИКА 6. ПРИТЕЖАНИЕ НА СЕРТИФИКАТ НА БЪЛГАРСКИТЕ МСП (В %)



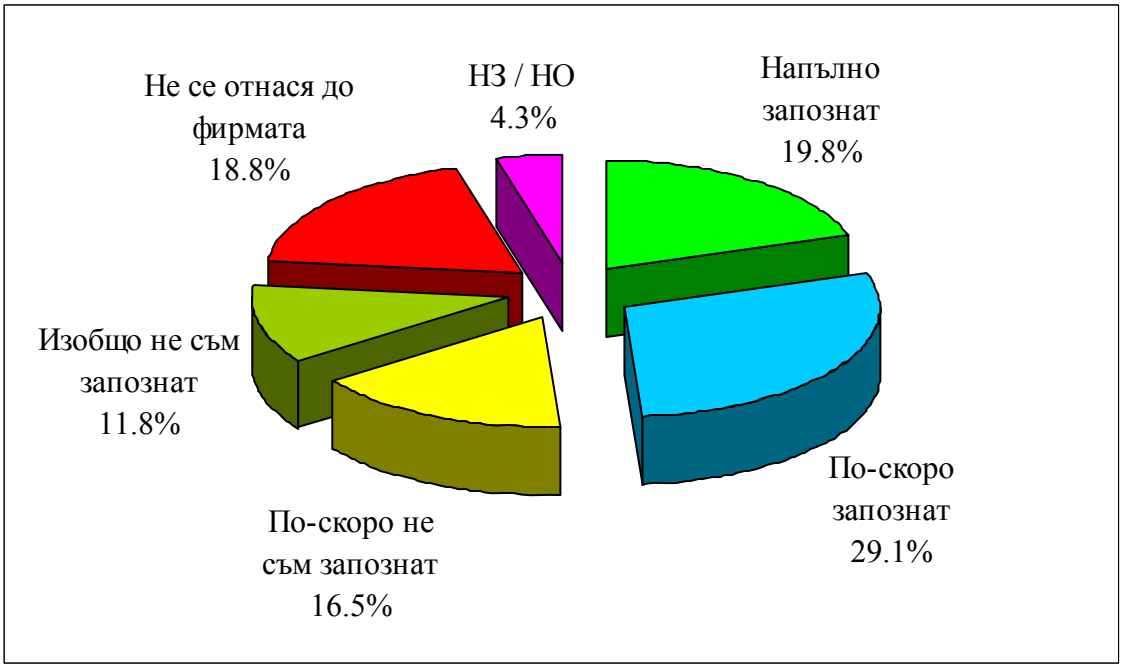
База: N = 1011

По отношението на **безопасността на храните** бяха приети наредби относно етикетирането, добавките, опаковъчния материал, хигиената, лъчението. Дейностите на институциите, натоварени с изпълнението на тези изисквания са разделени на техническо регулиране, стандартизация, акредитиране, сертифициране и контрол на пазара. В тази сфера работят Български институт по стандартизация, Изпълнителна агенция “Сертифициране и тестване” към Министерство на икономиката и енергетиката, Държавна агенция по метрология и технически надзор, Национална ветеринарно-медицинска служба, мрежа от независими лаборатории, сертифициращи органи и контролни служби. В контрола участват и организации за защита на потребителите. ЕК обаче препоръчва да се засили координацията между всички институции, свързани с цялостния метрологичен, ветеринарен и хигиенно-епидемиологичен контрол.

Изискванията на ЕС към производствените процеси по отношение на **опазването на околната среда** също са много високи. Българските предприемачи трябва да се подготвят да посрещнат разходите, свързани с тези изисквания. Фирмите, инвестирали в екологично чисто производство, ще бъдат по-конкурентоспособни на европейския пазар. В съответствие с изискванията на ЕС за екосъобразност, продуктите се отличават с т. нар екомаркировка. Екоетикетът или екомарката на ЕС се дава на продукти и услуги с намалено въздействие върху околната среда. Екомарките са един съвременен инструмент за маркетинг на различни продукти и услуги. Очаква се тяхното прилагане и ефективност да нарасне значително в следващите години.

Според данни от проведеното изследване, с изискванията за опазване на околната среда са запознати напълно 19,8% от анкетираните и в известна степен - 29,1%, т.е всяка втора фирма има представа за изискванията, които трябва да спазва след присъединяването на България към ЕС по отношение на опазването на околната среда. Близо една пета от фирмите (18,7 %) считат, че тези изисквания не се отнасят до тях.

ГРАФИКА 7. СТЕПЕН НА ПОЗНАВАНЕ ОТ МСП НА ИЗИСКВАНИЯТА ПО ОТНОШЕНИЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА



База: N = 1011

През 2003 г. беше приет нов Закон за управление на отпадъците, според който производителите трябва да поемат редица задължения. За да се избегнат трудностите за предприемачите, България предвижда преходни периоди в някои области, например за оползотворяване на отпадъците от опаковки - до 2007 г., за рециклиране на пластмасовите опаковки – до 2009 г., както и в секторите качество на въздуха, управление на водите, контрол на промишленото замърсяване. Законодателството в областта на безопасността на труда е хармонизирано с европейското.

С присъединяването на България към ЕС постепенно ще се отваря и пазарът на труда. Български работници ще могат да бъдат наемани във всички страни на ЕС, а българските предприемачи ще могат да привлекат в екипа си чуждестранни работници. Трудовата мобилност ще въздейства благоприятно върху развитието на българския бизнес. Тя ще предостави по-широки възможности за избор както на работодателите, така и на търсещите работа. Свободното движение на работната сила налага и прилагането на единните стандарти на ЕС за условия на труд, продължителност на работното време, защита на интересите на служителите и др.

Планирането на дългосрочна стратегия за повишаване нивото на **безопасност на труда** в българските предприятия е ключов фактор за подобряване на тяхната ефективност и конкурентоспособност. Фирмите трябва да предвидят допълнителни разходи за преоборудване, въвеждане на безопасни и здравословни условия на труд, знаци за безопасност, осигуряване на медицинско обслужване, обучение по здраве и безопасност и др.

От 1998 г. у нас действа Законът за здравословни и безопасни условия на труд, но с 6-годишен гратисен период, който приключи на 1 януари 2004 г. В този период фирмите трябваше да приведат дейността си в съответствие със закона, да инвестират средства за подобряване условията на труд, за преоборудване, за медицинско обслужване, за обучение по здраве и безопасност. Изследването показва, че 31,7 % от

малките и средните предприятия са напълно запознати с изискванията за здравословни и безопасни условия на труд, а 34,9 са запознати отчасти, което е сравнително добър показател за степента на информираност относно тази група изисквания.

В ЕС взаимоотношенията работодател-служител са строго регламентирани. За да отговори на изискванията на ЕС в тази област са направени редица промени в Кодекса на труда, които се отнасят до гъвкаво използване на възможностите за заемане на свободните работни места и длъжности при пълно и непълно работно време; уточняване на информацията, която трябва да включва трудовия договор; регламентиране на максималната продължителност на работната седмица - 48 часа, и минималната продължителност на седмичната почивка - 24 часа.

Присъединяването на България към общия пазар на ЕС налага някои промени и във взаимоотношенията на българските фирми с търговските им партньори от ЕС и от трети страни. От момента на присъединяване към ЕС България ще започне да прилага **Общата търговска политика на ЕС**. Това означава: възприемане на митническата тарифа на Общността; прилагане на Общата система за преференции на ЕС; прилагане на преференциалните договорености на ЕС с трети страни. Българските предприемачи ще имат свободен достъп до вътрешния пазар на ЕС и до пазарите на трети страни, с които ЕС има сключени споразумения за търговия и митнически съюз, например страните от Средиземноморието.

С присъединяването си към ЕС България става част и от т.нар. Митнически съюз на Общността. При Митническия съюз се премахват митата в търговията между страните членки и се прилага Обща митническа тарифа в търговията с държави извън ЕС. България е либерализирала напълно търговията с промишлени стоки с ЕС, а от 1 юни 2003 са в сила новите договорености с Европейския съюз в търговията със селскостопански стоки. България внася в ЕС при нулеви мита неограничени количества месо и хранителни продукти, приготвени от овче и козе месо и мляко; сушени яйца; мед; пресни гъби; временно консервирани гъби; пиперки; зеленчукови смеси; сушени гъби; бадеми; пресни трънки, малини, касис и боровинки; замразени ягоди, малини, къпини и касис; сливов мус; печени фъстъци и други ядки. В рамките на квоти са премахнати митата по вноса в ЕС на зърнени храни - пшеница, царевица, овес, ечемик; пресни, замразени и консервирани плодове и зеленчуци; слънчогледово олио; тютюни; кисело мляко, сирене и извара. Според изискванията на ЕС митата при внос на плодове и зеленчуци се определят на принципа на входните цени. По този начин се постига ценово изравняване на пазара и качеството на продукцията става водещ фактор за избора на потребителите.

За да улесни дейността на бизнеса, ЕС прилага **единна система за разплащания и мерки срещу финансови злоупотреби и нарушения**. С присъединяването на България към ЕС българските предприемачи ще спазват единните правила на ЕС за: вътрешни и трансгранични преводи и плащания; издаване и използване на дебитни и кредитни карти; търговия с ценни книжа. Наличието на обща система за разплащане и на единна валута, с която се извършват търговските плащания, спомага за по-ефективната дейност на бизнеса и за по-висока защита от валутни рискове. С включването си към свободния пазар на капитали в ЕС българските фирми ще могат да инвестират в повече бизнес проекти в рамките на ЕС. Отварянето на пазара ще увеличи и възможностите за чуждестранни инвестиции в българските предприятия.

По-голямата част от ръководителите и собствениците на МСП, изследвани чрез качествени методи (дискусии във фокус групи) споделят, че не са запознати с Европейските изисквания към тяхната сфера на бизнес, други имат информация от колеги бизнесмени от новите страни-членки на ЕС. Изискванията на българските

институции към фирмите се възприемат от тях като прекалено високи, но въпреки това те се стремят да ги спазват (ХЕИ, ресторантьорство, строителство). Като конфликтен момент МСП изтъкват, че институциите "оправдават" големите изисквания към фирмите с предстоящото членство на страната ни в ЕС. От други канали (лични контакти с фирми от ЕС, роднини, които живеят в ЕС) фирмите научават, че такива изисквания в Европа не са задължителни (например, в секторите хотелиерство и ресторантьорство). Според собствениците и управителите на МСП, включени в качественото изследване, макар и да им липсва конкретна информация, те имат готовност да покрият изискванията на ЕС, защото и в момента отговарят на високите български изисквания. Посочен е пример със строителството, където *"стандартите, които се изискват в България са по-високи от европейските в много отношения" (собственик на средна фирма)*. В някои МСП се наемат специалисти на граждански договор (например, в сферата на производството), които да следят за въвеждане на новите изисквания и за информиране на мениджмънта на фирмата за тях. Все пак, собствениците на микро-фирми изразяват в най-голяма степен опасения, че биха се справили с въвеждането на Европейските изисквания в техните сфери, като основно страховете произтичат от слабата информираност.

Представителите на работодателските организации също считат, че фирмите не са добре запознати с цялостната политика на Европейския съюз по отношение на бизнеса. Тази незапознатост обаче, е валидна не само за българските фирми, а и за новите предприятия в страните-членки. Чрез различни видове допитвания до бизнеса става възможно, от една страна, фирмите да се запознаят с европейската политика, а от друга – пряко да участват в нейното формиране. Както работодателите, така и консултантския бизнес отчитат тенденцията фирмите да повишават своята активност в посока запознаване с изискванията и правилата на ЕС към МСП. Все повече мениджъри се обръщат към консултантски фирми – както да бъдат запознати с новите изисквания на ЕС, така и за помощ за разработване на съответен план за развиване на предстоящите дейности на фирмите в тази посока. Консултантските фирми отчитат все по-голям брой предприятия, които се сертифицират по ИСО и други стандарти. Като проблем пред МСП във връзка със слабата запознатост се посочва ангажираността на фирмите за ежедневното им оцеляване, не владеенето на езици и мащабите на фирмите– мнозинството са малки и микро предприятия. Посочват се и „външни" за МСП причини за слабата им подготвеност към настоящия етап да покрият европейските изисквания – фирмите не са били информирани по-рано и информацията не им е била поднесена конкретно и разбираемо.

КАРЕ 1. ИЗИСКВАНИЯ КЪМ БИЗНЕСА, ПРОИЗТИЧАЩИ ОТ ЧЛЕНСТВОТО НА БЪЛГАРИЯ В ЕС – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *“Да, чисто български изисквания, но оправдание е ЕС, затуй на нас ни се отщява вече ЕС” (управител на средна фирма)*
- *“Нищо такова не знам. Ще променям, както ви казах, но това си е мое лично решение, не че трябва да се съобразявам с някакъв Европейски съюз” (управител на малка фирма)*
- *“По-големият проблем е, че има фирми и ръководители на фирми, които смятат, че тези изисквания не ги касаят. Те или ще се снишат и изискванията ще минат отгоре или казват «Какво ще мисля за след 2 години, като не знам след 2 месеца заплатите как ще осигуря» и т.н. Възможно е да има проблем с оцеляването на тези фирми и един временен ръст в безработицата, но пък тези фирми повече или по-малко работят вече в сферата на сивия сектор” (работодателска организация)*
- *“Те (бизнесмените) направо са по-скоро втрещени като видят това нещо, тази информация и даже по-скоро гипс пълен... те просто не знаят откъде да тръгнат и как да започнат” (консултантска фирма).*
- *“В това отношение бизнесът за мене не е абсолютно готов, няма реална представа какво би могло да се случи, особено малки и средни предприятия. Скоро бях на една среща с предприятия в месопреработвателната промишленост. Те просто изобщо не можаха да повярват, че ще ги затворят на 1 януари 2007 година, ако не са приели системата ИСО. Те си мислят: "А, не, не това не може да се случи, просто ще ни прескочат. Ще променят рамките. То не може цяла България да отговаря на тези изисквания." Просто разбирането е, че пак ще мине между капките, а това просто няма да стане” (консултантска организация)*

Представителите на работодателските организации считат, че основните предизвикателства пред готовността на МСП да участват на общия европейски пазар, са различните мащаби на мислене, на работа, на организация, силният конкурентен натиск върху фирмите, необходимите допълнителни инвестиции, за да се въведат тези европейски изисквания, което налага един съвсем друг начин за инвестиционно и бизнес планиране на дейността на фирмите. Това изисква нов тип предприемаческо поведение, включително и прилагане принципите на корпоративна социална отговорност. Друго предизвикателство е привличането на квалифицирана работна ръка и особено млади, високо квалифицирани специалисти. Силното желание на бизнеса да оцелее, особено на микро- и малките фирми, да съхрани възможността за препитание на семейството, е основният движещ фактор *„всеки да е готов на максимални усилия” (работодателска организация)*.

Степента, в която МСП покриват към настоящия момент европейските изисквания към бизнеса, се оценява от всички участници в качественото изследване като ниска. В сравнително най-голяма степен тези изисквания са въведени от фирми, които са участвали или са имали достъп до Европейски програми, от отрасли земеделие и хранително-вкусова промишленост.

По отношение възможностите на фирмите за осигуряване на необходимите средства за покриване изискванията на ЕС се споделят мнения от представители на

работодателски организации, че *"всяка една фирма дори да не е готова изцяло, ще намери механизми в себе си, за да си осигури такава възможност"*.

Каре 2. Изисквания към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС – мнения на участниците в качественото изследване

- *"Важното е, че фирмите непрекъснато през последната година полагат усилия, те сами проявяват активност да се запознаят с изискванията на Европейския съюз, с неговите правила, което е много важно, но това е само първият етап" (работодателска организация)*
- *"Има доста хора, които ходят, интересуват се и едва ли ще чакат 1 януари, за да изпълнят точно тези ангажименти, които знаят, че трябва да ги изпълняват" (консултантска организация)*
- *"След 1 януари бизнесът сам ще разбере, че има неща, които може и които не може да продължават така и естествения подбор ще бъде много сериозен и много силен и ще изхвърли тези, които нямат тази готовност" (консултантска организация)*

3.2. Конкурентоспособност на МСП

Включените в качественото изследване лица считат, че в България вече има МСП и крайни продукти, които са конкурентоспособни на фирмите и стоките на европейските пазари. Все повече български фирми предлагат и поддържат постоянно качество на продукцията си, което се оценява положително. Като цяло обаче, представителите на банките и на работодателските организации преценяват като ограничени възможностите на МСП чрез крайните си продукти да устоят на конкурентния натиск на европейските производители. Това предполага затруднения за по-голямата част от МСП да се задържат на българския пазар и/или да излязат на европейски/световни пазари. За оставане на българския пазар, както и за излизане на външни пазари, все още ще се разчита на конкурентното предимство, предоставяно от ниската цена на труда у нас. Очаква се това конкурентно предимство да продължи да действа и след приемането ни в ЕС, но не за дълго. Банков специалист обърна внимание на ограничените възможности на българския бизнес да подържа дейност, основаваща се на "икономия на мащаба", пред вид по начало ограничения мащаб на операциите на българския бизнес, и в частност – на МСП.

"*И единственото нещо, което издържа България, както и в областта на дрехи, на производството на всякакви компоненти е това, че ако на една фирма й трябват десет бройки, по-добре да ги поръча в България; но ако й трябват десет хиляди бройки, със сигурност ще ги вземе Китай, понеже ще ги получи на по-ниска цена и на по-добро качество*" (банкер).

Все пак, като предимства на МСП пред техните европейски конкуренти, се посочват адаптивността, гъвкавостта на българските фирми и предприемчивостта на българина.

Каре 3. Конкурентоспособност на МСП – мнения на участниците в качественото изследване

- *"Не бива да се казва, че всички продукти от един сектор са конкурентноспособни или пък еди кой си сектор е перспективен, друг не е. Във всеки един сектор има добри има и лоши продукти. Това разделение, което се наблюдава и в Министерство на икономиката се опитват да отличат сектори или браншове или даже групи продукти, би могло да повлияе негативно на ОП "Конкурентно способност" и усвояването на средствата по тази програма" (работодателска организация)*
- *"По отношение на клъстеризацията има известно забавяне. Все още не е утвърдено като практика фирмите да се обединяват. Това е една от възможностите малките фирми да устоят на конкурентния натиск и да повишат своята конкурентоспособност" (работодателска организация)*
- *"Но пък имаме предимства - по-малките са по-гъвкави, по-бързи, с по-малко ресурси, но с по-голяма скорост и при по-голямата скорост, както казваме тук - не голямата риба изяжда малката, а по-бързата. Така че това е нашият шанс. Но за да го направим това нещо, трябва да сме много добре информирани, защото бързата риба трябва да има информация, да използва своето предимство - бързина, и оттам да изпревари по-големите" (консултантска организация)*
- *"Те просто идват тука за евтината работна ръка. И това, което най-много ме притеснява, че и след като се присъединим, пак ще си изнесат производството тук. Както виждам, че имат намерение да дойдат, поне за тази фирма, с която работя аз, това идване ще бъде само с цел евтината работна ръка – високо качество, евтина работна ръка, а голямата печалба ще отива за тях" (собственик на средна фирма)*
- *"Давам за пример веднага облеклото. Има фирми, които работят на ишлеме, които в най-скоро време няма да могат да бъдат конкурентноспособни на пазара и други фирми, които произвеждат под собствена марка, работят в развитие на клиентската си мрежа – те са фирми с бъдеще" (работодателска организация)*
- *"На тях вече им мирише на тежка конкуренция и са заинтересувани и ще го правят. Не знам как, но ще го правят, имат амбиция. А малките специално, тук делението е много жестоко според мен, от малко до средно има една много дебела черта – дали малките са осъдени, аз не зная, но знам, че средните имат шанс да минат конкурентния натиск, по различни техники, почтени техники. Докато малките, не знам" (консултантска организация)*

В настоящия анализ равнището на конкурентност на българския малък и среден бизнес е разгледан като функция на четири основни компонента:

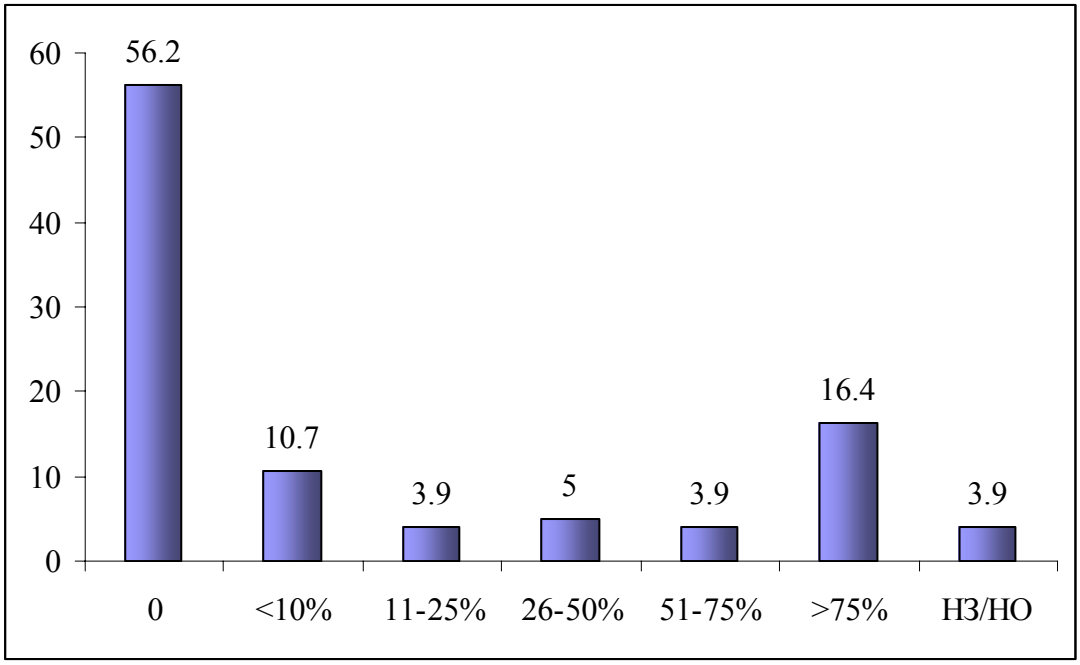
а. Експортна дейност и степен, в която МСП са изложени на външен конкурентен натиск;
б. Състояние на производствените технологии;
в. Наличен човешки капитал;
г. Готовност на МСП да отговорят на европейските изисквания към продуктите.

3.2.1. Експортна дейност на фирмите и степен на изложеност на външен конкурентен натиск

Количественото изследване сред българския малък бизнес показва, че той е все още до голяма степен пасивен наблюдател на събитията на международните пазари. Неговото участие в международната пазарна конкуренция остава ограничено. Едва 17,5% от попадналите в представителната извадка са реализирали някаква част от продукцията си извън страната през последната година, като по-малко от 7% от всички респонденти имат ясно изразен експортен профил (т.е. делът на експорта е повече от половината на годишния им оборот). Причината за силно изразения местен профил на българските МСП е преди всичко в големия дял на търговията, услугите и строителството. В тези типично домашни сфери оперират около 2/3 от българските МСП.

Ако се вземе само сектора на преработващата промишленост, експортният потенциал на малкия бизнес изглежда по-благоприятно. Относителният дял на износителите в него е около 40%, като повече от половината от тях имат дял на износа над 50%.

ГРАФИКА 8. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ФИРМИТЕ В ПРЕРАБОТВАЩАТА ПРОМИШЛЕНОСТ СПОРЕД ДЕЛА НА ИЗНОСА В ОБОРОТА ИМ (%)



База: N = 281

Количественото изследване показва ясно изразена диференциация сред експортните фирми: около 27% от тях са с незначителен, по-скоро случаен дял на износа в оборота си, докато над 40% от тях изнасят над 75% от продукцията си. Повечето от фирми с преобладаващо производство (над 50%) за външните пазари обаче, са на възраст над 11 години, като една значителна част от тях са създадени преди 1990г. Така например, 53,4 % от фирмите, които изнасят между 50 и 75% от продукцията си, са над 11 години в бизнеса, а за тези, които изнасят над 75% този дял е

56,4%. Много малко са успешните износители сред сравнително по-новите фирми на пазара (създадени в последните 5 години).

Таблица 5. Дял на износа в годишния оборот на МСП според активните години в настоящия им бизнес (%)

Дял на износа в оборота 2005	Общ брой активни години в настоящия бизнес			
	1-5	6-10	11-16	> 16
До 10%	15.4	34.6	23.1	25.0
Между 11 и 25%	12.0	32.0	32.0	24.0
Между 26 и 50%	20.0	33.3	33.3	13.3
Между 51 и 75%	6.7	40.0	26.7	26.7
Над 75%	10.9	30.9	38.2	18.2
Няма такъв	23.3	31.6	31.0	13.0

База: N = 1011

Добър показател за шансовете на нови износители да проникнат на **външните пазари** е участието на панаири и изложби извън страната. Над 85% от фирмите не са участвали през последните три години в подобни изложения, т.е. само една от седем фирми има някакъв опит с тази форма на промоция на продукцията си на външните пазари.

Що се отнася до ***българския пазар***, тук също конкурентният натиск отвън е слабо изразен. За близо 90 % от респондентите основната конкуренция е от български фирми. Едва 6.8% посочват, че основният конкурентен натиск е от вносни продукти, а 4.6% - от чужди компании у нас. Сравнително малка част са подложени на конкурентен натиск от национални монополи (1.7%) или олигополни структури (11.9%). За 2/3 от респондентите основните конкуренти са множеството местни фирми, а основната заплаха на пазара е не толкова външната конкуренция, колкото нелоялната конкуренция на нашия пазар. Около 2/3 от респондентите я определят като значителна или голяма заплаха, което я нарежда на първо място сред заплахите за малкия и среден бизнес. Под нелоялна конкуренция българският бизнес обединява всички несправедливости, с които се сблъсква на пазара. Най-вече те се свеждат до неравностойно прилагане на законите или преференциално третиране на едни за сметка на други от правоприлагащите и контролните органи, което пък е свързано с корупция.

Връзката между недостатъчната външна конкуренция и нелоялната конкуренция на българския пазар е пряка. От една страна, именно нелоялната конкуренция и неясните правила на играта отблъскват чуждите инвеститори. Поради по-строгите си счетоводни стандарти, вътрешна отчетност и придържане към европейските изисквания, чуждите фирми имат по-малки шансове да се състезават с местните фирми, ако правилата на играта не са ясни и еднакви за всички. Разбира се, това не важи за всички чужди инвеститори. Една част от тях са офшорни фирми на български граждани, които имат малък или никакъв опит на европейските пазари. Друга част се насочват към България именно за да извличат свръхпечалби от евтината работна ръка и слабостите в прилагането на трудовите и екологични регулации. В този смисъл може да се каже, че истинските чужди конкуренти на родните фирми на нашия пазар са все още сравнително малобройни. Малко са секторите (като млекопреработвателната промишленост, например) където чуждият инвеститор е директен конкурент на местните производители. В повечето от тях, като например пивоварната промишленост, българският малък бизнес е поддоставчик или търговец и не се конкурира с големите

чужди производители. В сектори като шивашкия пък, голяма част от чуждите фирми работят на ишлеме, т.е. не се конкурират с нашите фирми на българския пазар. Накратко, състезанието между чуждия и българския бизнес на вътрешния пазар все още се води по две отделни писти.

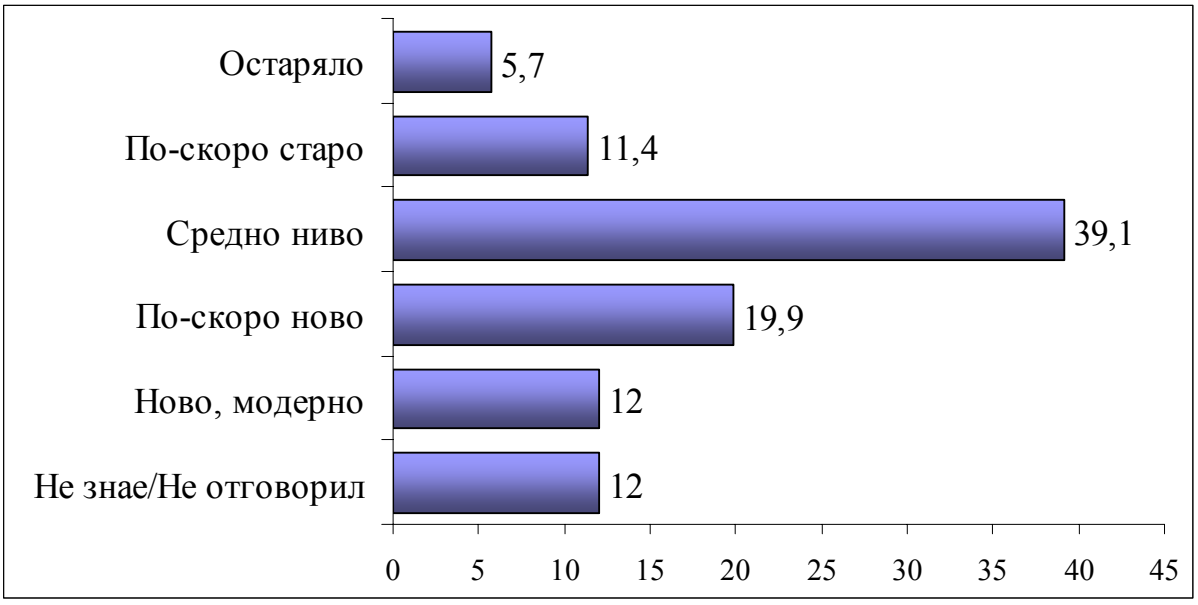
Сравнително ограничената изложеност на малкия бизнес на външен конкурентен натиск е едно от обясненията за високия оптимизъм по отношение на шансовете му на единния европейски пазар Около 41% от интервюираните очакват след присъединяването бизнесът им да се разрасне, а 28% да запазят позициите си.

3.2.2. Състояние на производствените технологии и средства отделяни за технологично обновление

Българските фирми отделят недостатъчна част от приходите си за инвестиции в нови технологии. За половината от респондентите този дял е под 10%. Съответно, иновациите имат сравнително малка относителна тежест в конкурентните предимства на българските МСП. Едва 18.5% от управителите смятат, че конкурентното им предимство идва от технологична иновация. За 60% от малкия бизнес конкуренцията е главно ценова.

Всяка трета фирма смята, че работи със съвременно оборудване. Малка част (17%) от тях го характеризира като по-скоро старо или старо. В същото време информацията за годините на производство показват, че близо половината от производствените фирми (45.5%) работят с оборудване, което е по-старо от 10 години, а близо три четвърти (72.8%) работят с оборудване по-старо от 5 години.

ГРАФИКА 9. ОЦЕНКА ЗА СОБСТВЕНОТО ТЕХНОЛОГИЧНО ОБОРУДВАНЕ (% ОТ РЕСПОНДЕНТИТЕ)



База: N = 1011

Тези данни водят до заключението, че главните проблеми с иновационната активност на българския малък бизнес е на страната на търсенето. Качественото изследване (дълбочинните интервюта) показва обаче, че мениджърите са склонни да виждат проблемите на страната на предлагането. Все още е доста силна инерцията от

годините на плановата икономика, когато научните звена разработваха технологии и ги внедряваха в производството по плановете за научно техническо развитие. И сега значителна част от малкия бизнес гледа на иновациите като на външен за фирмата процес - нещо, което се създава в институтите с бюджетни средства и се ползва от бизнеса. Оттам и склонността да се вини «науката» и «държавата» за липсата на иновации и на връзка между науката и бизнеса. Бизнесът като че ли все още не вижда своята отговорност в иновационния процес, както и факта, че връзката с науката трябва да се гради на пазарни принципи. Наистина, държавата има своята водеща отговорност за адекватна политика за насърчаване на иновациите, но те все пак не са публично благо, а резултат от инвестиции на фирмите. Инвестициите на публичния сектор за иновации имат по-дългосрочен индиректен ефект и се отнасят главно до човешкия капитал и научната инфраструктура.

Средният годишен дял на средствата (спрямо общите приходи на фирмата), които изследваните МСП са отделили през последните 3 години за технологично обновление, е 18.04%. Повече от една трета от фирмите, попаднали в извадката, се затрудняват да посочат конкретен дял. Повече от една четвърт от МСП са реинвестирали между 1 и 10% от своите печалби обратно в дълготрайни материални активи през 2005 г., а едва всяка петнадесета фирма е реинвестирала над 75% от печалбата за последната година в ДМА.

Таблица 6. За 2005 г. каква част от печалбите бяха реинвестирани обратно в дълготрайни материални активи?

0%	13,6
1-10%	25,9
11-25%	15,1
26-50%	11,7
51-75%	4,5
Над 75%	6,7
Предприятието нямаше печалба	6,5
Не знае-Не отговорил	15,9
Общо:	*100,0*

База: N = 1011

Всички групи, включени в качествените изследвания, са на мнение, че състоянието на производствените технологии на българските МСП не е на достатъчно добро ниво и изоставането в сравнение с европейските стандарти е значително. По-доброто технологично състояние на западните фирми се дължи и на по-добрата, по-достъпната и по-пълна информация, която те имат за новите материали и технологии. Оборудването се възприема от предприемачите като скъпо и за да успее да закупи ново, фирмата или трябва да отдели значителна част от своята печалба, или да ползва кредити.

КАРЕ 4. СЪСТОЯНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"При технологиите, технологичното оборудване на фирмите сме много изостанали. По-малките фирми нямат нито ресурс нито възможност. Това трябва да е целта - да могат да кандидатстват по проекти, да усвоят средствата, за да развият базата си. Те просто не разполагат с такива средства. Ниско е технологичното ниво определено; производителността също не е тайна за никого колко е ниска с пъти. Фирмите знаят това, те са наясно с този проблем" (консултантска организация)*
- *"Състоянието на оборудването комплексно погледнато е около 90% универсално и около 10% ново оборудване. Знаете, че трудно се отделят средства за ново оборудване. Има много случаи в различни банки, където се отпускат кредити, но условията са драстично неадекватни" (работодателска организация)*
- *"Малкият и средният бизнес по моя субективна преценка трудно може да развива модерни технологии, съвременни, без да бъде подпомогнат от финансово-кредитните институции - банки, различни други кооперации финансово-кредитни, дори и финансови къщи и т.н. Бих казал, че това е много важно за тях, за да могат да продължат напред. И конкретно предложение имам в тая връзка - да се разработят някои кредитни продукти" (консултантска организация)*
- *"Пазарът е много динамичен и ние трябва да наваксваме доста. Според мен отделяните средства са недостатъчно, защото нормите на печалба са доста ниски. Обикновено се търси по-финансово достъпен модел като втора употреба, побългаряване на западни технологии" (работодателска организация)*
- *"Освен това политиката - и данъчната, не мотивира особено към инвестиции. Понякога се случва така - един ръководител на едно малко или средно предприятие пред очите ти си купува джип, вместо багер, заради политиката по отношение на облагите за него, т.е. не се отчита като инвестиция" (консултантска организация)*

3.2.3. Състояние и качество на наличния човешки капитал

Един от най-острите проблеми на конкурентоспособността на МСП в дългосрочен план са човешките ресурси. Очаква се единният европейски пазар да разшири възможностите за реализация на квалифицираните българи навън и да задълбочи квалификационния дефицит в сектора на МСП. И в това отношение те са в неравностойно положение спрямо големите фирми. Поради ограничената численост на персонала те не могат да разчитат на специализация и висока ефективност. Обикновено един квалифициран специалист съвместява няколко функции при сравнително ниско заплащане. Поради финансови ограничения и текучество, разходите за обучение не са съизмерими с тези при големите фирми.

В 22.1% от изследваните МСП няма нито един постоянно зает работник или служител с висше образование и научни степени. За друга една четвърт от попадналите в извадката предприятия между 1 и 10% от персонала е с висше образование, а за 9,2% от МСП съответният дял е над 80%. В повече от две трети от анкетираните фирми няма

постоянно зает персонал с образование по-ниско от средното. В 16.6% от МСП има работници или служители, които през последните 3 години са завършили курсове за професионално обучение и/или повишаване на квалификацията, а в 5.8% от изследваните МСП има служители, които са получили специално обучение за кандидатстване по международни и национални програми и/ или управление на проекти.

ТАБЛИЦА 7. ПРИБЛИЗИТЕЛЕН ДЯЛ НА ПОСТОЯННО ЗАЕТИТЕ РАБОТНИЦИ И СЛУЖИТЕЛИ ВЪВ ФИРМИТЕ СПОРЕД ОБРАЗОВАНИЕТО

Дял	Висше образование и научни степени	Средно образование	По-ниско от средно образование	Завършени курсове за професионално обучение и/или повишаване на квалификацията през последните три години
Нито един	22,1	8,9	67,8	79,0
1-10%	24,6	2,6	14,3	8,8
11-20%	14,9	4,4	5,3	3,4
21-30%	8,7	4,3	3,0	1,7
31-40%	3,4	3,3	1,8	0,5
41-50%	8,0	11,5	2,1	0,7
51-60%	1,8	6,9	0,7	0,1
61-70%	2,3	9,1	0,9	0,4
71-80%	3,1	12,8	0,5	0,2
Над 81%	9,2	35,1	0,8	0,9
Не знае / Не отговорил	2,0	1,3	2,9	4,4
Общо:	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*

База: N = 1011

Проблемът с осигуряването на необходимите човешки ресурси в сектора на малкия и среден бизнес е преди всичко проблем на образователната система и неразвития пазар на труда. Голяма част от мениджърите в България установяват сериозно разминаване между продукта на висшите училища и нуждите на бизнеса. Според авторитетната международна класация на конкурентоспособността World Competitiveness Yearbook 2006, България е в последните 10% (56 място от 61 участници в класацията) по недостиг на квалифицирани финансисти. Проблем за малкия бизнес са и регулациите на пазара на труда. За трудностите на малките фирми да решат проблемите си с човешките ресурси допринасят и ограниченията върху временните трудови договори и почасовото заплащане, ограниченията при съкращаване на персонала и др.

Наред с образованието и пазара на труда, голямата част от проблема с дефицита на човешки капитал е свързан и с управлението на фирмата. Нейна е главната отговорност да доизгради специалиста, който й трябва, чрез професионално обучение и обучение на работното място. Обикновено мениджърите зад неспособността на един специалист да се справи със задачите си виждат само недостатъчна квалификация, без да се замислят за своите отговорности в адаптирането на уменията на специалиста към нуждите на фирмата и особено за другите условия тази квалификация да бъде

реализирана. Показателно е, че пак според цитираната класация, българският бизнес отстъпва сериозно на другите страни по отношение управлението на персонала. По такива критерии като обучение на персонала и мотивация България е в дъното на класацията – 55 и 54 място съответно от 61 държави.

Важен фактор в мотивацията е наличието на стратегическа визия за бъдещето на фирмата, към която служителите и работниците да бъдат съпричастни. Сред българските МСП рядко има разработена дългосрочна фирмена стратегия или визия за развитие. Планирането на МСП често се свежда до някакъв документ за получаване на кредит, а не инструмент за развитие на бизнеса и пазарен успех. Обикновено на персонала се гледа като на изпълнители, които е нужно да се концентрират върху непосредствените си задачи, без да знаят накъде върви фирмата в средносрочен и дългосрочен план и как това, което правят, се вписва в нейната стратегия и цели. Това е обща слабост на фирменото управление в България, но засяга в по-голяма степен малкия и среден бизнес.

По отношение на качеството на работната сила в България няма еднозначна оценка от страна на изследваните чрез качествени методи лица – изказват се както негативни, така и положителни мнения. Еднозначно всички изследвани групи посочват, че човешкият ресурс в организациите е най-важен и на него трябва да се обърне най-голямо внимание както от страна на самите МСП, така и на всички институции. Според представителите на работодателски организации високо квалифицираният персонал, хората, завършили специализирани училища и университети, са на европейско ниво, но те са много малко. Изказаните мнения са, че като цяло преобладава ниско квалифициран персонал и качеството на образованието е паднало в голяма степен. Отчита се, че в някои определени професии има недостиг на работна ръка, например на заварчици и шлосери. Фирми от други региони извън София са подавали сигнали до ТПП, че проблемът с работната сила при тях вече съществува. Често добрите специалисти започват своята кариера от МСП и след това отиват в големите фирми, защото те могат да си позволят по-високи заплати. Малкият бизнес няма големи амбиции по отношение на персонала, в малките и микро фирми постъпват работници и служители без предприемачески стаж, получават достъп до обучения и информация и съответно се възползват от това, за да преминат на работа в по-големи фирми срещу по-добро заплащане: *„В тази връзка има много голямо текучество, защото с всеки изминал ден става все по конкурентен този пазар на специалисти и ако има добри специалисти в малките фирми, това е, защото има други механизми на задържане” (представител на работодателска организация и бизнесмен)*. Според изследваните консултанти, само малка част от бизнеса иска да повиши квалификацията си и образователното си ниво, а като цяло преобладава незаинтересованост у фирмите в това отношение.

Самите собственици на МСП считат, че в България има много конкурентоспособни специалисти, които са равностойни и понякога по-добри от западните, което се признава дори от техните европейски партньори. Фирмите отчитат необходимостта от обучение на своя персонал по мениджмънт и по чужди езици. Освен образованието и придобитата квалификация, от значение за собствениците на МСП е желанието за работа и инициативността на хората, които те наемат - *„да са усмихнати, любезни, да не правят елементарни грешки” (собственик на малка търговска фирма)*.

КАРЕ 5. СЪСТОЯНИЕ И КАЧЕСТВО НА НАЛИЧНИЯ ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *“Много е ниско за мен нивото, поне от онова, което аз бих желал да бъде в средния бизнес. За малкия е много трудно да се каже. Там може би амбициите им не са големи” (консултантска организация)*
- *“Но общо взето българите са любознателни, ученолюбиви и средното ниво на подготвеност в България, по моя лична преценка, по нищо не отстъпва на нивото на подготвяне на страните-членки. За квалифицираната работна сила е много важно вече да имат и езикова подготовка” (работодателска организация)*
- *“Работодателите, т.е. мениджърите на тези предприятия, трябва да осъзнаят факта, че трябва да си подготвят хора за кандидатстване, тъй като е много специфична дейност е подготовката на проекти, не всеки може да я прави” (работодателска организация)*
- *“Но все още всичко е много централизирано и когато предприемачите се налага да се отделят лично за обучения или семинари, предпочитат да изпращат свои служители, които съответно установяват други контакти и много често противно на очакванията, предприемачите остават без кадри. Кадрите започват самостоятелно някакъв бизнес. Наши колеги се оплакват, че са загубили кадри, които са подготвяли по няколко години” (работодателска организация)*
- *“В малките и средни предприятия не могат да бъдат задържани висококвалифицирани, особено финансово-мениджърски кадри. Този, който е добър мениджър и добър финансист, в среден и малък бизнес той няма да остане” (консултантска организация)*

Изследваните представители на работодателски организации отправят препоръки да се полагат усилия за включване на персонала в различни форми на обучение и квалификация, да се повиши езиковата квалификация на кадрите, да има специфични и целеви обучения, както и да се подготвят кадри, които не само да повишават познанията си в своя конкретен бранш, но и които да се научават как да разработват проекти, как да ги управляват, което не е свързано точно с конкретна професионална подготовка. Препоръчват се и по-непопулярни мерки за задържане на квалифицирани млади специалисти като например допълнителни финансови и данъчни облекчения и въвеждане на специални социални пакети.

КАРЕ 6. СЪСТОЯНИЕ И КАЧЕСТВО НА НАЛИЧНИЯ ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *“Във всички случаи образованието трябва да бъде обвързано с пазара на труда. Бълват се хора, които директно отиват в бюрата по труда. Аз се принуждавам да си взема студент и да си го обуча както трябва, за да го взема да работи. За какво плащаме данъци – сами да се образоваме, сами да се охраняваме, сами всичко. Щом липсва държавност, на мен не ми трябва държава” (работодателска организация)*

КАРЕ 6. СЪСТОЯНИЕ И КАЧЕСТВО НА НАЛИЧНИЯ ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ *(ПРОДЪЛЖЕНИЕ)*

- *"Младото поколение излиза от висшите учебни заведения, където не се знае какво учат, как влизат – те влизат някак, но излизат също някак. Това, мисля, че ще бъде голям проблем в близките 5-10 години. Те, разбира се, макар с дипломи в ръка също ще бъдат принудени да учат. Надеждата е, че те като са млади и като няма накъде, ще учат. Защото ще се отвори и европейския пазар. Те ще отидат там на работа, няма да ги вземат поради това, че нищо не знаят да правят, може да знаят само чужд език, но това не е достатъчно" (консултантска организация)*
- *"Десетилетия наред образованието е било безплатно, хората са свикнали с това, че образованието е безплатно. По-скоро проблемът според мен е, че те не че толкова не искат да учат, колкото не искат да си платят, за да учат" (консултантска организация)*

3.2.4. Степен на въвеждане на задължителни европейски изисквания и международно признати стандарти[16]

За целите на този анализ европейските изисквания към бизнеса могат условно да се разделят на три групи. Първата се отнася до стандартите за защита на потребителя и безопасността на продуктите. Втората е свързана с изискванията по отношение на опазване на околната среда. Третата е свързана с изискванията за защита на работниците и безопасните условия на труд. И трите в крайна сметка са свързани със здравето и качеството на живот на гражданите на ЕС. Това оправдава допълнителните разходи за бизнеса, които тези изисквания предполагат.

В контекста на конкурентоспособността на МСП въпросите тук са най-малко три:

а. Готови ли са българските МСП да поемат тези допълнителни разходи за изпълнение на европейските директиви, т.е. познават ли ги и готови ли са да ги изпълнят?
б. Как те ще се отразят на конкурентоспособността им?
в. Готови ли са контролните органи да ги приложат по начин, който гарантира равнопоставеност на фирмите и ефективната защита на потребителите, околната среда и труда?

Въпреки, че 2/3 от респондентите твърдят, че познават европейските изисквания, малка част от тях са готови да ги въведат. **Преобладаващата част от фирмите не са готови за изпълнение на изискванията на ЕС по отношение на качеството, защитата на потребителя, защитата на околната среда и безопасността на труда**. Една значителна част от тях – от една трета до една втора - дори не са добре запознати с тези изисквания, а тези, които са запознати, не са наясно със сроковете за въвеждането им.

[16] *Европейските изисквания към качеството и безопасността на продуктите и организацията на работните процеси са разгледани по-подробно в параграф 1 на тази глава. Тук във фокуса на анализа е готовността на МСП да ги изпълнят и последиците за конкурентоспособността им.*

За анализа на конкурентоспособността по-важният въпрос е доколко тази сравнително ниска готовност може да бъде наказана от пазара, т.е. доколко тя отразява непазарно и недалновидно фирмено управление. Както бе показано, сравнително малка част от българските МСП работят за външния пазар и още по-малка - за европейския. Следователно, за много малка част от тях спазването на европейските изисквания се налага от пазарната конкуренция. Това се отнася главно до тези фирми, които зависят от износа. Те изглежда са се подготвили или са на път да се подготвят адекватно за изискванията на единния пазар. Огромното мнозинство от МСП обаче, оперира основно на българския пазар. Въпреки, че номинално след присъединяването той става част от единния европейски пазар, реалното му интегриране по отношение на европейските правила зависи по-скоро от капацитета на контролните органи да ги приложат. От практическия си пазарен опит, голяма част от дребните предприемачи знаят, че законът в България – това е съответният инспектор. От тази гледна точка за тях не е нерационално да не бързат, а по принципа на най-малкото съпротивление да видят какво конкретно искат от тях контролните органи и какво ще струва те «да си затворят очите». От гледна точка на пазара и конкурентоспособността на фирмата и финансовите ограничения за голяма част от малкия и среден бизнес не е рационално да инвестират във въвеждане на европейските изисквания преди да ги принудят ***клиентите*** или ***контролните органи***.

Що се отнася до ***потребителското търсене***, то все още е слаб двигател в посока към приемане на европейските изисквания. Българският потребител все още е по-чувствителен към цената на стоката, отколкото към нейното качество. Ниската покупателна способност на голяма част от потребителите у нас ограничава техния избор и натискът от страната на търсенето към спазване на европейските изисквания. Това се отнася в по-голяма степен към спазване на екологичните изисквания, но също така и по отношение на изискванията към продуктите. По същия начин на пазара на труда ниските доходи и все още значителната безработица ограничават натиска от страната на предлагането по отношение на условията за труд.

Що се отнася до ***контролните органи***, една част от дребните предприемачи най-вероятно разчитат да се оправят «по втория начин». Ето защо при липсата на силни пазарни стимули в поска на въвеждане на европейските стандарти, спазването на европейските изисквания ще зависи главно от административния капацитет и професионалния интегритет на различните инспекции. От това как те прилагат закона ще зависи дали изпълнението на европейските изисквания ще бъде конкурентно предимство или обратно, загуба на конкурентоспособност.

Неправителствените организации също са в дълг на обществото. На пръв поглед като че ли има активни екологични и синдикални организации, организации за защита на потребителя, но техните действия все още са слаб коректив на конкретните работодатели и производители. Държавата има своите отговорности в прилагането на закона, но отдавна публичният сектор не е непременно навсякъде прекият виновник за замърсяването на околната среда и нарушаването на изискванията за безопасност на труда или на продуктите.

Относителната незрялост на пазарните и обществените механизми, т.е. липсата на икономически стимули като двигател на въвеждане на европейските стандарти, предопределя сравнително високия дял на административната принуда в краткосрочен план. Това пък увеличава риска от произволно прилагане на регулациите и използването им с корупционни цели. Дълг на контролните и регулаторни органи е да защитят потребителите, работниците и околната среда от недобросъвестния бизнес. В същото време, отговорност на законодателя и управляващите е да защити бизнеса от

административната дискреция при прилагането на закона. Практическото изпълнение на тази цел не е лесна задача, но е необходимо условие, за да могат българските фирми да се конкурират като спазват европейските правила, а не като ги заобикалят.

3.3. ИНОВАЦИОННА ДЕЙНОСТ И ИНОВАЦИОНЕН КАПАЦИТЕТ НА БЪЛГАРСКИТЕ МСП

Иновациите заемат централно място в политиките на ЕС за постигането на целите на обновената Лисабонска стратегия за растеж и заетост от 2005 г. В началото на миналата година Европейската комисия отчете, че ЕС изостава в изпълнението на заявените през 2000 г. цели на Лисабонската стратегия за превръщането на ЕС в най-динамичната икономика основана на знанието до 2010 г. Към момента икономиките на основните партньори и конкуренти на ЕС - САЩ и Япония, имат съществени конкурентни предимства в почти всички области на иновационната система. В отговор на направените констатации през 2005 г. ЕК реши да възприеме значително по-добре фокусирана политика за постигане на целите на Лисабонската стратегия, като концентрира своите усилия върху две приоритетни области – растеж и заетост на базата на иновации[17]. Тя предвижда научните изследвания и иновациите да се превърнат в сърцевината на политиките и финансовите инструменти на ЕС.

В резултат дейностите, свързани с иновации ще заемат значителен дял от средствата по кохезионния и структурните фондове за периода 2007 – 2013 г., особено що се отнася до Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), който ще бъде основен източник на европейски средства за България в първия й бюджетен период като страна-членка. Допълнително, ЕС отделя специално внимание на взаимната допълняемост на иновационните дейности, финансирани по ЕФРР с тези по рамковите програми на ЕС – за научни изследвания и за конкурентоспособност и иновации[18]. От това доколко успешно България и българските МСП ще съумеят да съчетаят използването на финансирането от тези инструменти ще зависи до голяма степен бързината на интегрирането на страната в ЕС. Без съмнение основен инструмент в тази насока е Оперативната програма „Конкурентоспособност на българската икономика”. Приоритетна ос 1 на програмата “Развитие на икономика, базирана на знанието и иновационни дейности” е фокусирана върху подпомагане развитието на научноизследователска и развойна дейност от предприятията с цел укрепване на техния иновативен потенциал и изграждането на подходяща проиновативна бизнес инфраструктура, която да укрепи връзката “наука-бизнес”. Нейното изпълнение трябва да се съобрази със спецификата, силните и слабите страни на българските иновативни предприятия, за да реализира най-пълно своите цели.

Както беше посочено, сред българските МСП все още преобладават микро предприятията с ниска производителност и ограничен капацитет за усвояване и управление на ресурси. Те имат потенциал за развитие и показват изпреварващи темпове на нарастване на производителността на труда и добавената стойност, но като абсолютни стойности тези показатели остават далеч под средните за ЕС. Българските МСП са в пъти по-малки от техните партньори и конкуренти в ЕС по отношение

[17] *Новата обща стратегия на ЕС в областта на иновациите се определя от комюникето на ЕК More Research and Innovation - Investing for Growth and Employment: A Common Approach SEC(2005) 1253 (Повече научни изследвания и иновации – инвестиции за растеж и заетост: общ подход).*

[18] *Седма рамкова програма за научни изследвания, технологично развитие и иновации и Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации, която ще започне да действа за първи път в ЕС от 2007 г.*

размера на дълготрайните материални активи, които определят до голяма степен ограниченията пред достъпа им до финансиране и растеж. Макар и да отбелязват ръст през последните няколко години, предприятията, които осъществяват иновационна дейност, остават два-три пъти по-малко в сравнение със средното за ЕС-25. Според данни от проведените количествени и качествени проучвания на агенция Витоша Рисърч, приоритет за по-голямата част от МСП остава предимно тяхното оцеляване и е изключително трудно да се отделят допълнителни средства за иновационна дейност. Разработването на иновации във фирмите е затруднено и от липсата на дългосрочно планиране - над половината МСП (57,6%) не изготвят писмени бизнес планове, а хоризонтите на тези, които изготвят такива са предимно до 1 година (18,6%) или до 2-3 години (10,4%/). Като труден се определя и достъпа до финансиране (повечето банки считат иновационната дейност за прекалено рискова), липсват изградени връзки между фирмите и научната и изследователската общност.

КАРЕ 7. ИНОВАЦИИ В МСП – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"В строителния бизнес се интересуваме от тези неща, тъй като строителството е много динамичен процес. В довършителните работи и в технологията на строене ползваме много новости. Тъй като строителната фирма не може да има насоченост към производство, концентрираме се към влагане на нови материали. Едно евентуално производство е свързано с много проучване и с доста труден технологичен процес. Това могат само да си го позволят само големи строителни фирми или пък фирма, която е насочена само към производство... Ако повече фирми имат технологична информация за повече изделия (за материалите и за технологията) и тя е достъпна, може би ще има и други неща, които ще се произвеждат в страната" (представител на средна фирма)*
- *"В национален мащаб подкрепата за иновации е държавна политика...Като цяло съществуват добри намерения, добри програми и много пари. За да не се връщаме към темата защо не ги усвояваме, а да вървим напред, аз мисля, че търсенето на нови неща, вкарването на нещо ново в производството е един от пътищата, по който поне средните предприятия могат да се издърпат напред. Или, друг път е, не точно те да вкарат нещо ново, а да си намерят партньор и те да се учат като негов подизпълнител, за да вземат ноу хау, организация, техника или патенти. Що се отнася до малките предприятия, специално тук [в иновациите] делението е много жестоко - от малко до средно има една много дебела черта" (консултантска организация)*
- *"Вкарването на новото като ново знание, нова технология, ново ноу хау, като начин на управление и т.н. е по-добрият начин да се конкурираш на пазара, отколкото като сваляш цена. Защото това е стара приказка – винаги ще се намери някой, който ще даде още по-ниска цена – китаец например" (консултантска организация)*

3.3.1. Иновативни фирми

Иновационната дейност все още не е характерна, а и често остава непозната за българските МСП, въпреки че през последните години бизнесът в България все по-ясно осъзнава важността на иновациите и научноизследователската и развойната дейност (НИРД) за повишаване на конкурентоспособността. Делът на иновативните

предприятия в България през 2004 г. е 11,4% или ¼ от дела на иновативните предприятия в ЕС-15 през 2001 г., по последните налични официални данни[19]. Това предполага развитието на сравнително широка и обхватна подкрепа за МСП в България с цел както укрепване и растеж на съществуващите иновативни предприятия, така и създаване на повече нови такива. В този смисъл подбраните специфични цели на Приоритетна ос 1 на ОП „Конкурентоспособност на българската икономика” са добре насочени да отговорят на настоящите нужди на българската икономика:

- Улесняване създаването на предприятия базирани на иновативни идеи;
- Стимулиране на научноизследователската и развойна дейност в микро, малки и средни предприятия;
- Подкрепа за стимулирането на патентната активност в страната;
- Развитие на благоприятна проиновационна среда за микро, малки и средни предприятия.

При изпълнението на дейностите по тези приоритети обаче, трябва да се имат пред вид редица характеристики и специфични особености на българските иновативни предприятия.

Българските иновативни фирми са съсредоточени предимно във въвеждането на продуктови иновации и значително по-малко в процесни или смесен тип иновации[20]. Предвид догонващото развитие на страната спрямо ЕС, това е нормално, но съотношението ще се променя все повече в полза на процесните иновации. С “износването” на ниските разходи на труд като основно конкурентно предимство на българските фирми, те ще трябва да погледнат към подобряване ефективността на процесите вътре във фирмите, за да могат да се съревновават с техните глобални конкуренти.

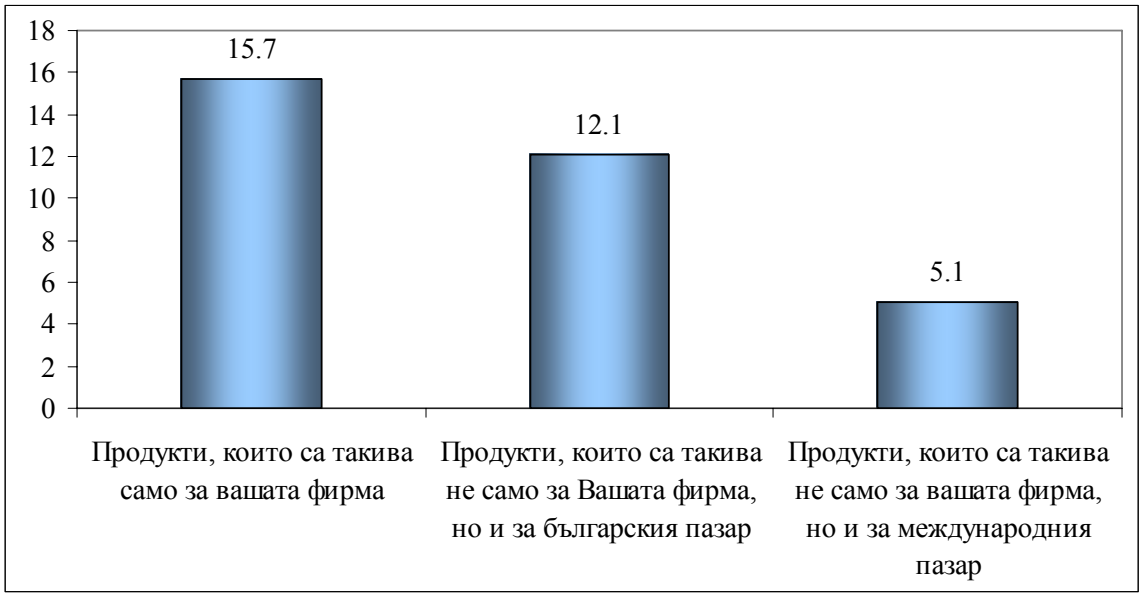
Както може да се очаква, повечето фирми в България въвеждат продукти или процеси, които са нови само за тях (15,7% от всички анкетирани фирми) или само за българския пазар (12,1%), т.е. съсредоточени са предимно към обновяване на продуктовата гама или към отваряне на нови пазарни ниши за съществуващи продукти на българския пазар. Фирмите, които имат международни амбиции в реализацията на нови продукти, са 5,1% от всички МСП в България. И трите вида иноватори са важни за развитието на българската иновационна система и за подобряване на иновационния капацитет на българската икономика. Но докато първите две категории имат нужда предимно от добра пазарна среда и възможности за технологично обновление (достъп до технически, финансов и човешки капитал), то последните имат нужда от поддържаща научноизследователска и развойна инфраструктура и добре функциониращи структури за трансфер на технологии вътре в страната и в международен аспект. Тези характеристики на българските МСП ще определят в общи линии общото търсене и специфичните изисквания към типовете инструменти на ОП „Конкурентоспособност”, от които най-много се нуждаят предприятията.

---

[19] *НСИ, 2004, Eurostat, NewCronos, 2001. (в Иновации.бг, Фондация "Приложни изследвания и комуникации", 2005). НСИ и Eurostat използват методологията Community Innovation Survey (CIS), която включва само избрани сектори от икономиката и предприятия с над 10 души персонал. Изследването на социологическа и маркетингова агенция Витоша Рисърч за нуждите на настоящия доклад е представително за всички МСП, т.е. включва микропредприятията, което не позволява директна съпоставимост с изследванията на НСИ и Евростат по методологията на CIS.*

[20] *НСИ, 2004 г. (в Иновации.бг, Фондация „Приложни изследвания и комуникации”, 2005)*

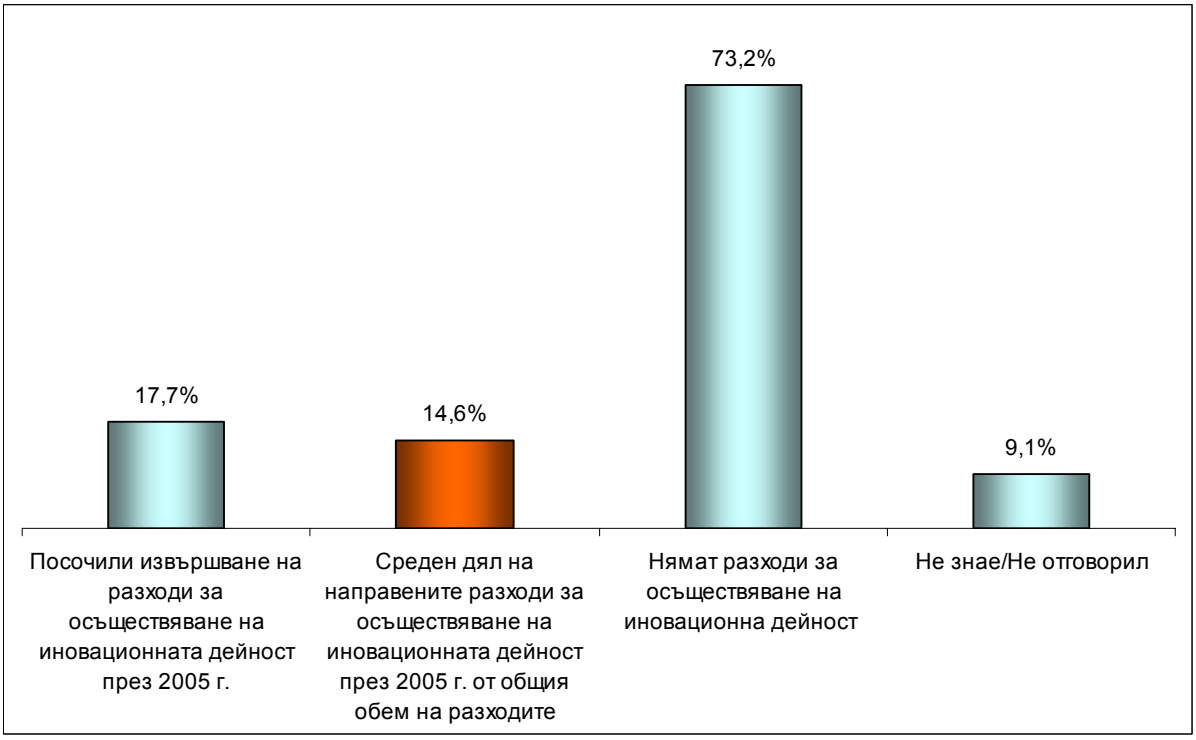
ГРАФИКА 10. ФИРМИ, КОИТО ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ТРИ ГОДИНИ СА ПРЕДЛАГАЛИ НА ПАЗАРА ИНОВАЦИОННИ (НОВИ ИЛИ ЗНАЧИТЕЛНО УСЪВЪРШЕНСТВАНИ) ПРОДУКТИ (СТОКИ ИЛИ УСЛУГИ) И/ ИЛИ ПРОИЗВОДСТВЕНИ ПРОЦЕСИ, ВКЛЮЧИТЕЛНО МЕТОДИ ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА УСЛУГИ И НАЧИНИ ЗА ДОСТАВКА НА ПРОДУКТИ (%)



База: N = 1011

Близо 75% от изследваните МСП нямат разходи за иновационна дейност, а около 18% са заявили, че правят такива разходи. Средно те изразходват за иновационна дейност 15 лв. на всеки 100 лв. разходи. Като се има пред вид сравнително малкия среден размер на оборота и дълготрайните материални активи на българските МСП, може да се предположи, че отделяните средства за иновационна дейност на българските МСП са сравнително малки като абсолютна сума. Над 72% от интервюираните МСП са заявили, че годишният им оборот е под 3 млн. лв. Дори да се направи нереалистичното допускане, че средният оборот на едно българско МСП е 3 млн. лв., това би означавало средно разходи за иновационна дейност от 450 000 лв. годишно.

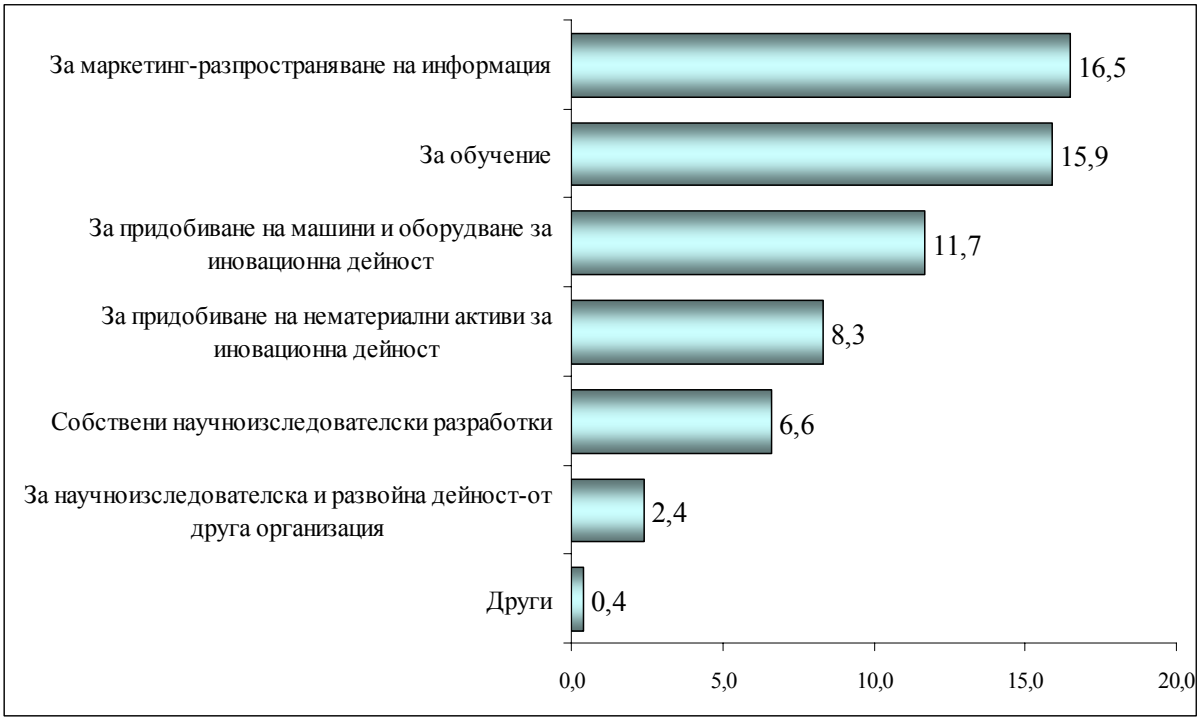
ГРАФИКА 11. РАЗХОДИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ИНОВАЦИОННАТА ДЕЙНОСТ ПРЕЗ 2005 Г.



База: N = 1011

Основната част от българските МСП правят иновационни разходи за маркетинг (16,5%), за обучение (15,9%) и за придобиване на машини и оборудване (11,7%). Това отговаря и на основните предизвикателства пред иновационната дейност на МСП в бъдеще – наличието на квалифициран персонал и достъп до крайния клиент чрез добре развит маркетинг микс и канали за дистрибуция. За момента сравнително малко МСП в страната правят разходи за придобиване на нематериални активи (8,3%), собствени научноизследователски разработки (6,6%) и закупуване на НИРД от външни организации (2,4%). Това е белег на сравнително ранния етап на развитие на националната иновационна система, когато от основно значение за иновативността на предприятията е усвояването на готови чуждестранни иновации и достъп до външни иновативни пазари, отколкото разработването на вътрешнофирмен и вътрешно-национален капацитет за създаване на иновации.

ГРАФИКА 12. ДЯЛ НА МСП, ИЗВЪРШВАЛИ РАЗХОДИ ЗА:



База: N = 1011

Повечето иновативни фирми (34,9 %) са с 11-50 души персонал или по-малко (32,1%), което се определя и от характера на самите МСП в България, където преобладават малките и микро фирмите. Като дял от иновативните предприятия във всяка една група МСП по брой на персонала обаче, начело застават предприятията с персонал от 101-250 души (40,2% от тях извършват иновационна дейност), следвани от предприятията с по-малък брой заети. Наблюдава се редуциране на дела на предприятия с иновационна дейност с намаляването броя на заетите. В групата на средните предприятия (с персонал над 51 души) делът на иновативните предприятия е по-голям, защото именно те срещат най-голяма международна конкуренция и съответно имат най-много капацитет, ресурс и потенциал за развитие и растеж. Вероятно към тях следва да бъдат насочени най-вече дейностите от специфичните цели на Приоритетна ос 1 на Оперативната програма за стимулиране на НИРД и на патентната дейност. Именно тези предприятия, заедно с малките (с персонал от 11 до 50 души) се очаква да поемат основната тежест на конкурентния натиск на пазара в ЕС.

Таблица 8. Брой на наетите работници и служители на пълно работно време (отговори на МСП, предлагащи през последните три години на пазара иновационни продукти (стоки или услуги) и/ или производствени процеси)

А. Дял на иновативните и неиновативните предприятия в съответната група предприятия по заети (%)

	Неиновативни	Иновативни	Общо
До 10	86,6	13,4	100
11-50	73,7	26,3	100
51-100	68,0	32,0	100
101-250	59,8	40,2	100
НЗ-НО	*93,3*	*6,7*	*100*

База: N = 1011

Б. Разпределение на иновативните предприятия по брой заети

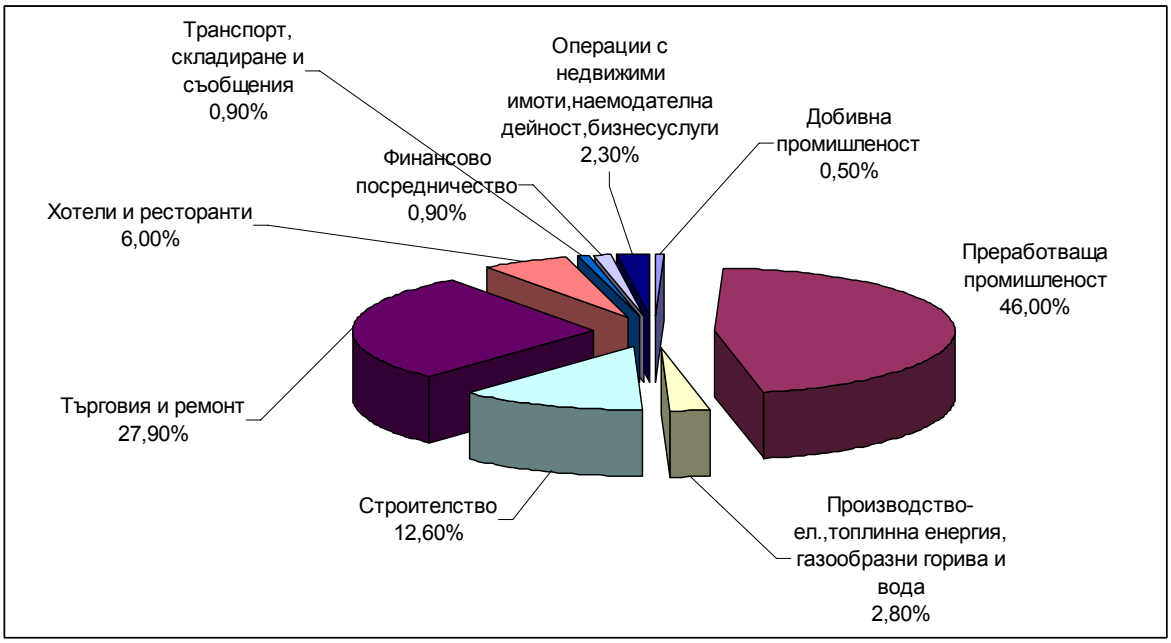
До 10	32,1
11-50	34,9
51-100	15,3
101-250	17,2
НЗ-НО	0,5
Общо	*100*

База: N = 1011

Повечето български иновативни фирми са от преработващата промишленост (46%), "Търговия и ремонти" (27,9%), "Строителство" (12,6%) и „Хотели и ресторанти" (6.0%). Типичното за тези отрасли на икономиката на страната е, че или са най-изложени на международен конкурентен натиск (преработваща промишленост, търговия на едро, хотели и ресторанти) или динамичното развитие и високата норма на печалба на местния пазар позволяват въвеждането на нови технологични решения (строителство). По отношение на иновативността на фирмите в сектор „Търговия и ремонти" трябва да се има пред вид, че техните иновации могат да бъдат предимно процесни като не е целесъобразна подкрепата на проекти, които отчитат като иновация търгуването с нови стоки. Иновативното развитие на преработващата промишленост ще бъде естественият двигател за общото иновативно развитие на българската икономика през следващите години. Разбира се, то ще трябва да бъде подпомогнато от новости в сектори като финансово посредничество и бизнес услуги, които за момента съсредоточават много малка част от иновативните фирми в България. Развитието на последните е от особено значение за бъдещото иновативно развитие на икономиката предвид водещата позиция на иновациите в сектора на услугите в световен мащаб. На практика глобализацията доведе до безпрецедентни подобрения в производителността на водещите международни икономики чрез иновации в софтуерните услуги (Интернет), финансовите услуги (международните финансови пазари), съобщенията и телекомуникациите (мобилните комуникации и преноса на глас през Интернет) и търговията (новите форми на глобални мрежи за дистрибуция и др.). Включването на българските предприятия в иновациите в услугите ще бъда важна предпоставка за бързо повишаване на капацитета за растеж и интеграция в ЕС на българските МСП. Подкрепата за иновативни бизнес, финансови и комуникационни услуги за МСП е най-

разумно да дойде по линия на специфичната цел „Развитие на благоприятна проиновационна среда за микро, малки и средни предприятия”.

ГРАФИКА 13. СФЕРА НА ДЕЙНОСТ НА МСП, ПРЕДЛАГАЩИ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ТРИ ГОДИНИ НА ПАЗАРА ИНОВАЦИОННИ (НОВИ ИЛИ ЗНАЧИТЕЛНО УСЪВЪРШЕНСТВАНИ) ПРОДУКТИ (СТОКИ ИЛИ УСЛУГИ) И/ ИЛИ ПРОИЗВОДСТВЕНИ ПРОЦЕСИ, ВКЛЮЧИТЕЛНО МЕТОДИ ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА УСЛУГИ И НАЧИНИ ЗА ДОСТАВКА НА ПРОДУКТИ



База: N = 215

3.3.2. Проиновативна инфраструктура и технологичен пазар

Увеличаването и реализирането на иновационния капацитет на българските МСП зависи от редица фактори. Едно от най-важните условия е тяхната отвореност към останалите участници в иновационната система в страната и по света и обменът на идеи. Въпреки, че българската икономика е силно отворена търговски, МСП в по-голямата си част осъществяват своята дейност на националния пазар. Много малко от тях посещават международни специализирани изложения и панаири – 85,2% от фирмите заявяват, че не са участвали в нито едно подобно мероприятие извън страната. Същевременно, 85.8% от българските МСП заявяват, че не участват нито в национални, нито в международни производствени мрежи. Все пак, едно от всеки десет предприятия участва в национална, а едно от всеки тридесет - в международна мрежа за производство, което показва нужда едновременно от затвърждаване на позициите на вече включилите се в производствени мрежи предприятия и насърчаване на нови участници да го направят.

Допълнително следва да се обърне специално внимание на иновационното сътрудничество. Тук все още преобладава изпълнението на иновационни проекти със собствени сили (9.5% от МСП в България). Причините за слаборазвитото партньорство при реализацията на иновационни проекти са изследвани задълбочено в редица анализи и доклади и могат да се систематизират в няколко по-важни точки: прекъсната връзка

"наука – бизнес", липса на стимули за комерсиализиране на научната дейност в страната, остаряла и неразвита инфраструктура за трансфер на технологии. Като положително развитие в тази насока може да се посочи процесът на оформяне на клъстери (мрежи от свързани производства), основно по инициатива и със сериозната подкрепа на проекти по програмата ФАР, реализирани от Министерство на икономиката и енергетиката. Подкрепата и развитието на клъстерите ще продължи и в изпълнението на ОП „Конкурентоспособност", когато реално ще се разбере каква част от създадените клъстери са жизнеспособни и могат да се интегрират в европейската икономика.

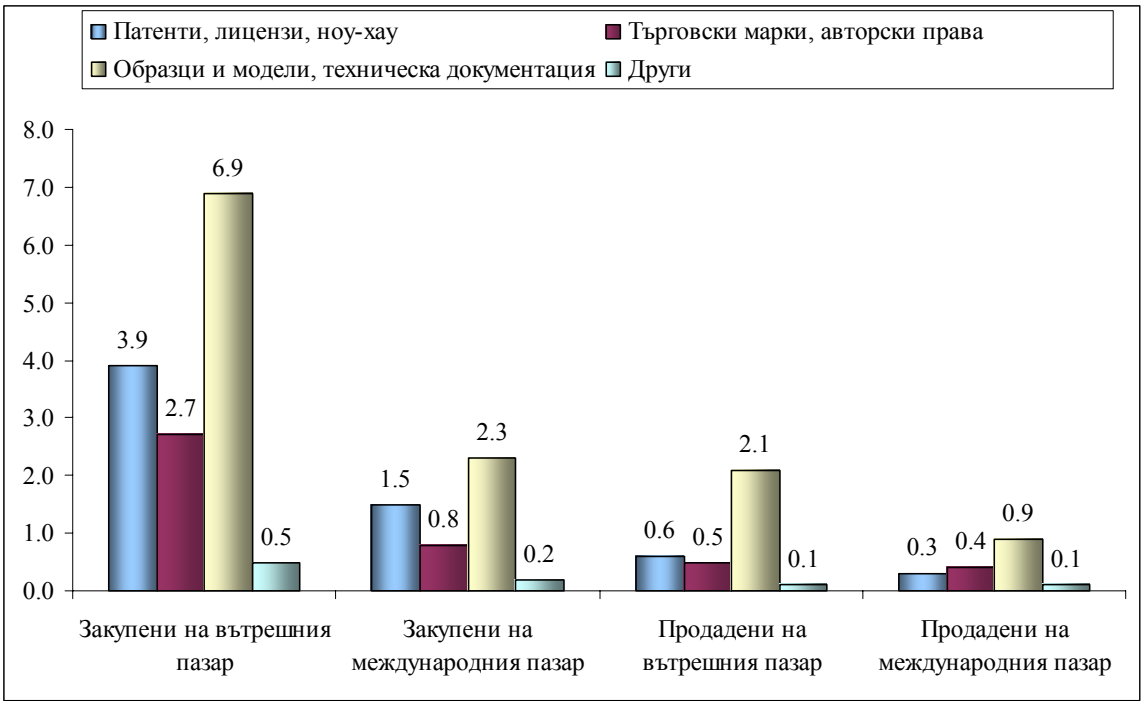
Таблица 9. През последните три години вашата фирма разработвала /внедравявала ли е иновация (нов продукт, услуга, производствен процес) чрез някои от следните форми на сътрудничество?

	Да	Не	Не се отнася до фирмата	Не знае-не отговорил
Договор с отделни учени, изследователи, преподаватели	2.9	52.1	42.1	2.9
Съвместна разработка в партньорство с научни и-или образователни организации	3.1	52.2	41.8	2.9
Закупуване на разработена услуга-продукт от научна институция или отделен учен	1.9	54.2	40.8	3.2
Привличане на научни и-или образователни организации като подизпълнители	2.2	52.7	42.1	3.0
Собствена изследователска структура	9.5	46.0	41.1	3.4
Друга форма на сътрудничество	1.6	33.6	25.4	39.4

База: N = 1011

Въпреки, че 71% от българските МСП определят своето основно технологично оборудване като средно до модерно, ¼ от тях са на мнение, че основният фактор, по-който отстъпват на своите конкуренти, е именно липсата на модерни технологии за производство. Единственият фактор на конкурентен недостатък посочен от малко повече МСП е липсата на сигурни пазари. Въпреки това, местният и международният технологичен пазар остават неизползвани или недостъпни за българските МСП. По-малко от 4 - 7% от МСП са закупили патенти, лицензи и търговски марки и технологии на вътрешния, и още по-малък дял – на външния пазар през последните три години. Почти незначителен е делът на МСП, които са продали за същия период технологии на местния и/или международния пазар. Факторите за подобряване на участието на МСП в местния и международния технологичен пазар са множество и комплексни и те са разгледани в ОП „Конкурентоспособност". По-важните от тях са: липса на познание, ноу-хау и финансови инструменти и ресурси за технологиите; липса на стимули за използване на защитата на интелектуалната собственост; липса на търсене от страна на предприятията и адекватно предлагане на комерсиални интелектуални продукти от българския НИРД сектор.

ГРАФИКА 14. ЗАКУПУВАЛА ЛИ Е ВАШАТА ФИРМА ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ТРИ ГОДИНИ ТЕХНОЛОГИИ НА ВЪТРЕШНИЯ И НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ПАЗАР?



База: N = 1011

3.3.3. Финансиране на иновационни проекти

Основният проблем пред иновационната дейност на МСП в България е липсата на адекватни източници на финансиране и високите разходи на иновационните проекти[21]. Той може да бъде съществено облекчен и дори преодолян чрез възможностите, които предоставят структурните фондове на ЕС и описаните мерки в ОП “Конкурентоспособност”. Банковото финансиране на иновации в България не е достъпно за МСП поради трудностите, свързани с високата рискова оценка от страна на банките и намирането на обезпечение от страна на фирмите. На практика, пазарът за нематериални активи, които са основните активи на иновативните МСП, е неразвит и непознат за българските банки. Делът на небанковото финансиране като фондове за рисков капитал или “бизнес ангели” все още е много по-малък отколкото в други европейски страни. Фондовете за рисков капитал не се насочват към финансиране на МСП поради традиционно по-големия обем на техните инвестиции, за реализирането на които все още няма благоприятни условия в България. Обикновено рисковите фондове желаят да инвестират минимум от 5 до 8 млн. евро като придобият не повече от 30% от собствеността на предприятието, което ограничава броя на предприятията, способни да усвоят тези суми. Оптималният вариант на такива фондове в български условия би бил инвестиция от 300 000 евро до 2 000 000 евро. Ето защо е налице потребност от небанков ресурс, предоставян при по-свободни условия и по-достъпен за МСП. Субсидията от европейски програми ще помогне за капитализацията на МСП и ще оптимизира техния рисков финансов левъридж[22].

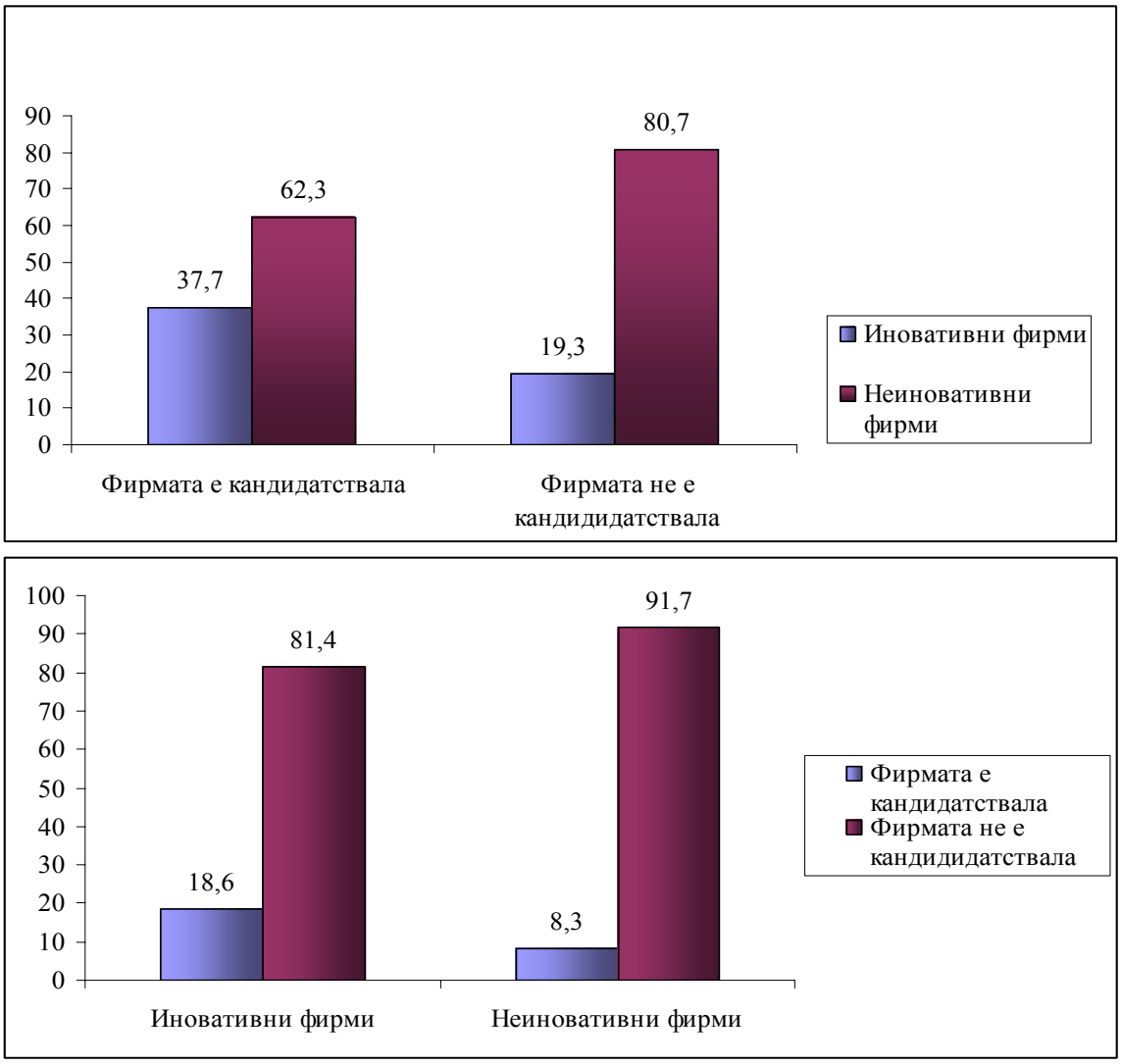
[21] *НСИ, 2004 (в Иноваци.бг, Фондация „Приложни изследвания и комуникации”, 2005)*

[22] *Изследване на Витоша Рисърч сред банкови служители, отговарящи пряко за кредитирането на МСП, получена по метода на дълбочинно интервю, юли 2006 г.*

3.3.4. Иновативни фирми: капацитет за усвояване на средства от ЕС и нужда от подкрепа от ОП „Конкурентоспособност"

По-голямата част (81,4%) от МСП в България, осъществяващи иновационна дейност, не са се възползвали и не са кандидатствали за финансова подкрепа от европейски или международни фондове и програми. Делът на кандидатстващите иновативни фирми обаче, е значително по-голям от дела на кандидатстващите неиновативни фирми. 11,2% от иновативните фирми са кандидатствали, но не са получили финансиране. От получилите финансиране, най-голям е делът на иновативните фирми, подкрепени от програма ФАР (2,3% от всички фирми или 35,7% от иновативните фирми, финансирани по ФАР – в сравнение с 64,3% финансирани неиновативни фирми), следвани от получилите финансиране по ИСПА и САПАРД. Особено тревожно е, че нито една от 1 000-те анкетирани фирми не е участвала в 6-та рамкова програма за научни изследвания, технологично развитие и иновации, където множество български организации вече натрупаха добър опит.

ГРАФИКА 15. КАНДИДАТСТВАНЕ НА ИНОВАТИВНИТЕ И НЕИНОВАТИВНИТЕ ФИРМИ ЗА ФИНАНСОВА ПОДКРЕПА ОТ ЕВРОПЕЙСКИ И МЕЖДУНАРОДНИ ФОНДОВЕ И ПРОГРАМИ



База: N = 1011

Бюрократичните процедури и липсата на информация за програмите са основните пречки пред иновативните фирми при получаването и използването на средства от европейските фондове (посочени съответно от 36,7% и 26,5% от иновативните фирми). Други фактори, които затрудняват процеса, са сложните процедури на финансова отчетност, допълнителното заплащане за посредници при кандидатстване, осигуряването на съфинансиране, трудностите при намирането на партньори – подизпълнители и др. Тези проблеми трябва да бъдат внимателно взети под внимание при разработване на бъдещите дейности по ОП „Конкурентоспособност”, защото ако те затрудняват иновативните фирми при кандидатстването, ще представляват още по-голяма пречка за неиновативните.

ТАБЛИЦА 10. ДЯЛ ОТ ИНОВАТИВНИТЕ И НЕИНОВАТИВНИТЕ МСП В БЪЛГАРИЯ, ПОСОЧИЛИ СЛЕДНИТЕ ФАКТОРИ КАТО ЗАТРУДНИЛИ ТЯХНОТО КАНДИДАТСТВАНЕ ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА СРЕДСТВА ПО ПРОГРАМИ НА ЕС

	Неиновативни фирми	Иновативни фирми
Много големи разходи за кандидатстване	13.7	15.8
Програмите не съответстват на нуждите на фирмата	11.9	14.9
Липса на информация за програмите	28.9	26.5
Затруднения с формулярите и формите за кандидатстване	13.9	16.3
Сложна и бюрократична процедура на кандидатстване	27.0	36.7
Трудности при намирането на партньори	12.6	16.7
Осигуряване на съфинансиране	14.7	17.7
Затруднения с ползването на чужд език	11.1	9.8
Сложни процедури на финансова отчетност	14.4	20.5
Допълнителното заплащане за посредници	16.3	18.6
Липса на квалифициран персонал	17.0	12.6
Друго	1.1	2.3
Фирмата не е кандидатствала за подкрепа от европейски- международни фондове и програми	91.7	81.4

База: N = 1011

Фирмите, осъществяващи иновационна дейност, предвиждат инвестиции през следващите три години предимно за технологично обновление на производството, за покриване на стандартите и изискванията на Европейския съюз и за разработването на нови продукти, технологии или услуги. Макар да заявяват, че ще кандидатстват за подкрепа от структурните фондове на ЕС (т.е. предимно ОП „Конкурентоспособност”) за покриване на всички свои инвестиционни нужди, за няколко от тях (свързани най-тясно с иновационната им дейност) те ще разчитат почти изцяло на фондове от ЕС. Това са областите: разработване на нови продукти/технологии/услуги, въвеждане на енергоспестяващи технологии, модернизация на управлението на фирмата, обучение и квалификация на персонала и използване на консултантски и бизнес услуги. Почти всички иновативни МСП, които са посочили, че ще инвестират средства през следващите три години в тези области, са изразили готовност да търсят подкрепа за

тези инвестиции от фондовете на ЕС. Това предполага съсредоточаване на ресурсите на ОП „Конкурентоспособност" именно в тези направления.

Таблица 11. Цели, за които имат намерение да инвестират средства в следващите три години фирмите и за които биха кандидатствали за подкрепа от Европейските фондове/програми, при условие, че за това се изисква и около 50% собствено финансиране? (отговори на иновативните предприятия)

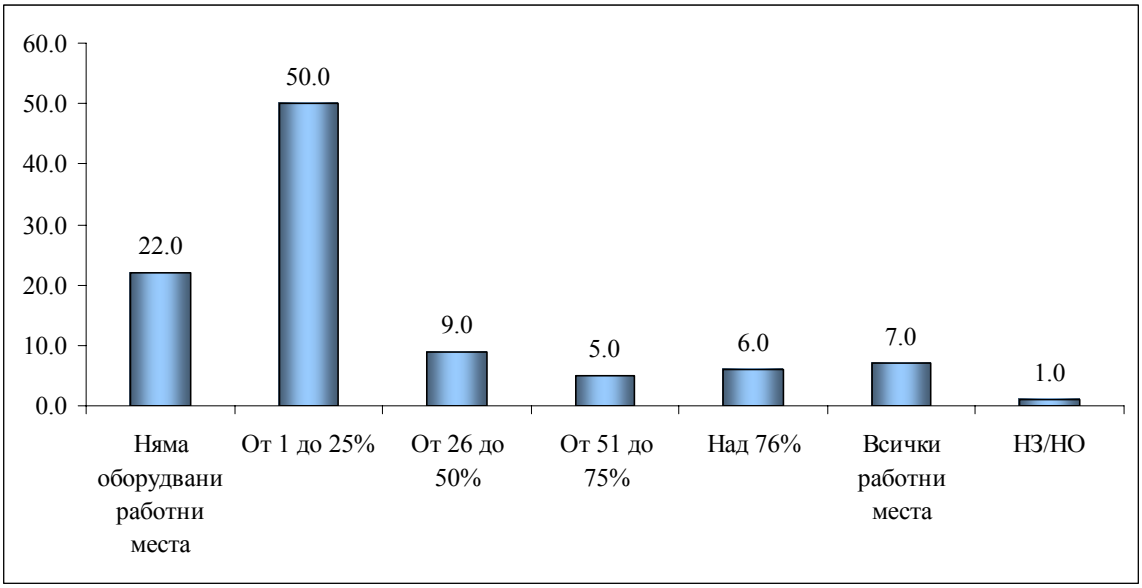
	Намерение за инвестиция	Намерение за кандидатстване към Европейските фондове/програми
За технологично обновление на производството	73.3	58.6
За разработването на нови продукти-технологии-услуги	31.9	30.2
За привличане на чуждестранни инвестиции	15.5	10.3
За популяризиране и увеличаване на износа на фирмата	11.2	8.6
За покриване на стандартите-изискванията на Европейския съюз	44.0	32.8
За осигуряване на качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса ми	6.0	6.0
За обучение и квалификация на персонала	10.3	9.5
За модернизация на управлението на фирмата	19.0	17.2
За въвеждане на енергоспестяващи технологии	28.4	26.7
За бизнес кооперирание и включване в бизнес мрежи (клъстъри)	12.1	6.0
Друго	0.9	0.9

База: N = 215

3.4. Степен на използване на информационни и комуникационни технологии в дейността и управлението на МСП

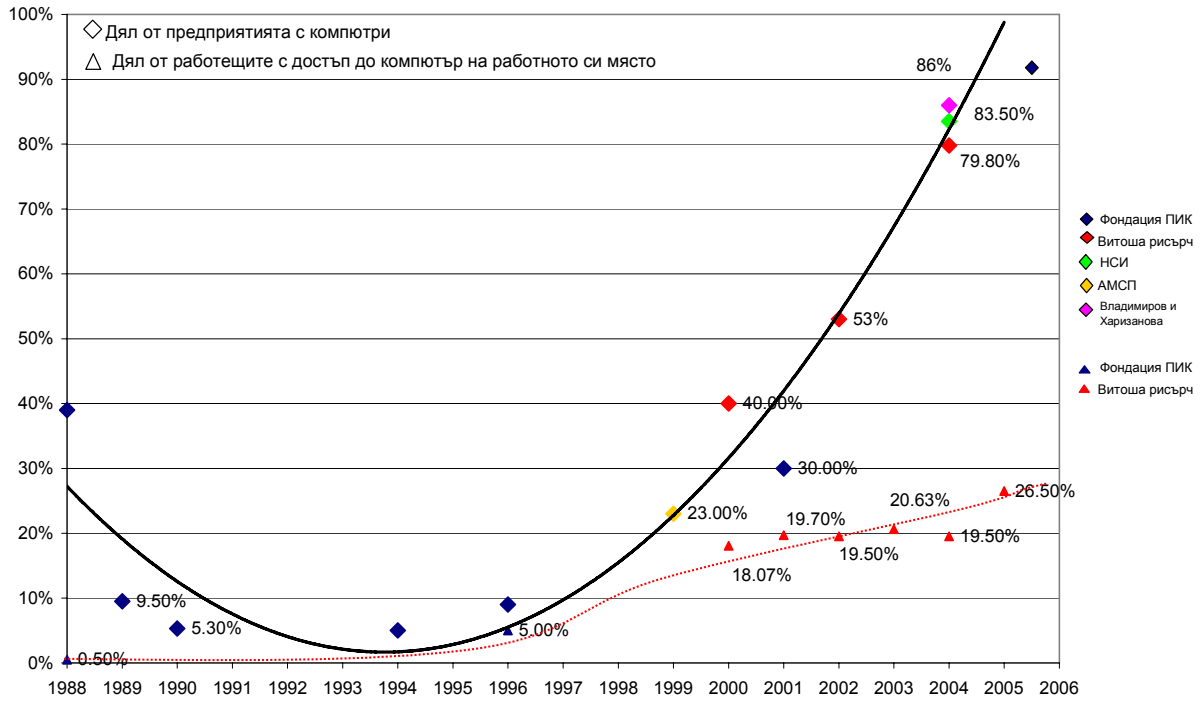
Според данните от проучването, проведено от Витоша Рисърч, 78,3% от българските предприятия са оборудвани поне с един компютър. Останалите фирми (21,7%) са дребни семейни бизнеси, които са форма на самонаетост или осъществяват дейността си в слаборазвити райони. 50,4% от фирмите са оборудвали с компютри до 25% от работните места, а 8,7% е делът на фирмите с 26 до 50% работни места, оборудвани с компютър. Все още е малък броят на фирмите с висока степен на компютризация – 5,5% са с над 76% работни места с компютър, а делът на предприятията, при които всички работни места са с компютър, е 7,4%. Процесът на навлизане на компютрите в предприятията в България е по-скоро еволюционен и административно обусловен, отколкото елемент от проактивна стратегия за повишаване на иновативността на предприятието.

ГРАФИКА 16. ДЯЛ НА РАБОТНИТЕ МЕСТА, ОБОРУДВАНИ С КОМПЮТЪР.



База: N = 1011

ГРАФИКА 17. КОМПЮТРИЗАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА



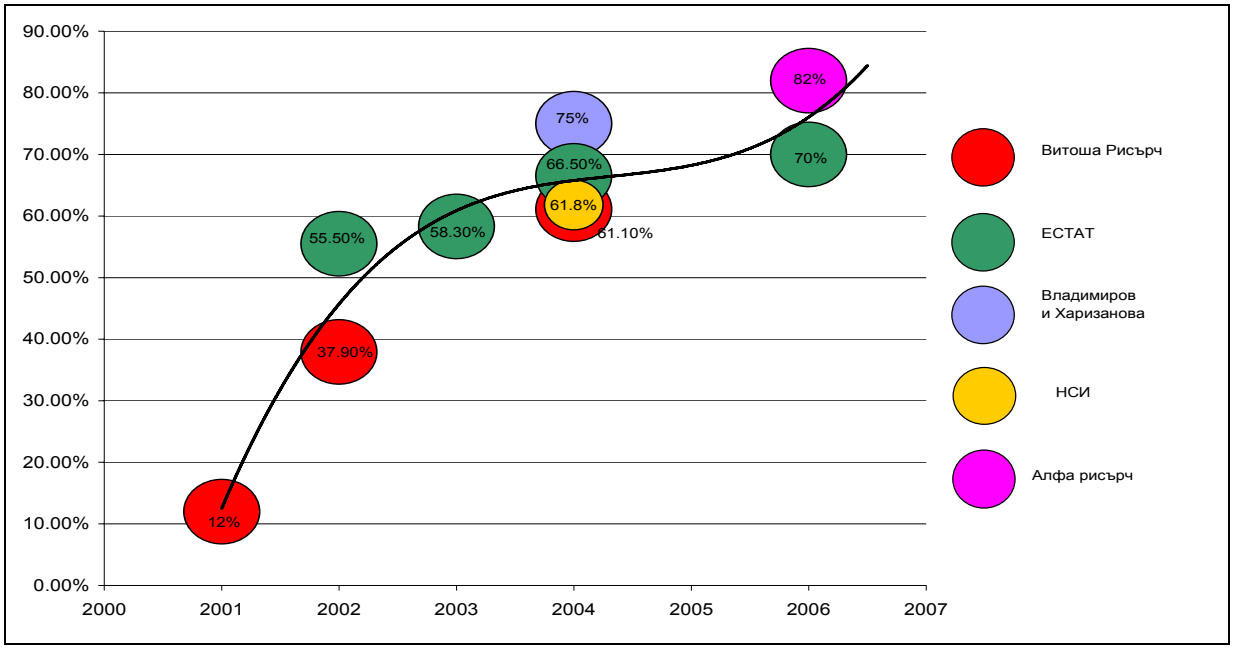
Източник: *Доклад "е-България 2006"*

Използване на интернет в българските предприятия

Около 73% от българските предприятия са онлайн като се очаква свързаността към интернет да достигне през 2007 г. тавана си от около 90% от предприятията.

Според изследването на Витоша Рисърч, делът на предприятията, разполагащи с уебстраница през 2006 г., е 32,2%. Друго изследване обаче, проведено от Фондация „Приложни изследвания и комуникации”, регистрира дял от 23,5%. Това несъответствие се дължи на използваната методика при определянето на онлайн присъствието. За разлика от Витоша Рисърч, Фондация ПИК подхожда по различен начин – без да се иска обратна връзка от организациите чрез анкети, които често са насочени към по-стари и лесно откриваеми предприятия, екип от оценители се опитва да открие уебсайта чрез стандартни средства.

ГРАФИКА 18. ПРЕДПРИЯТИЯ С ДОСТЪП ДО ИНТЕРНЕТ



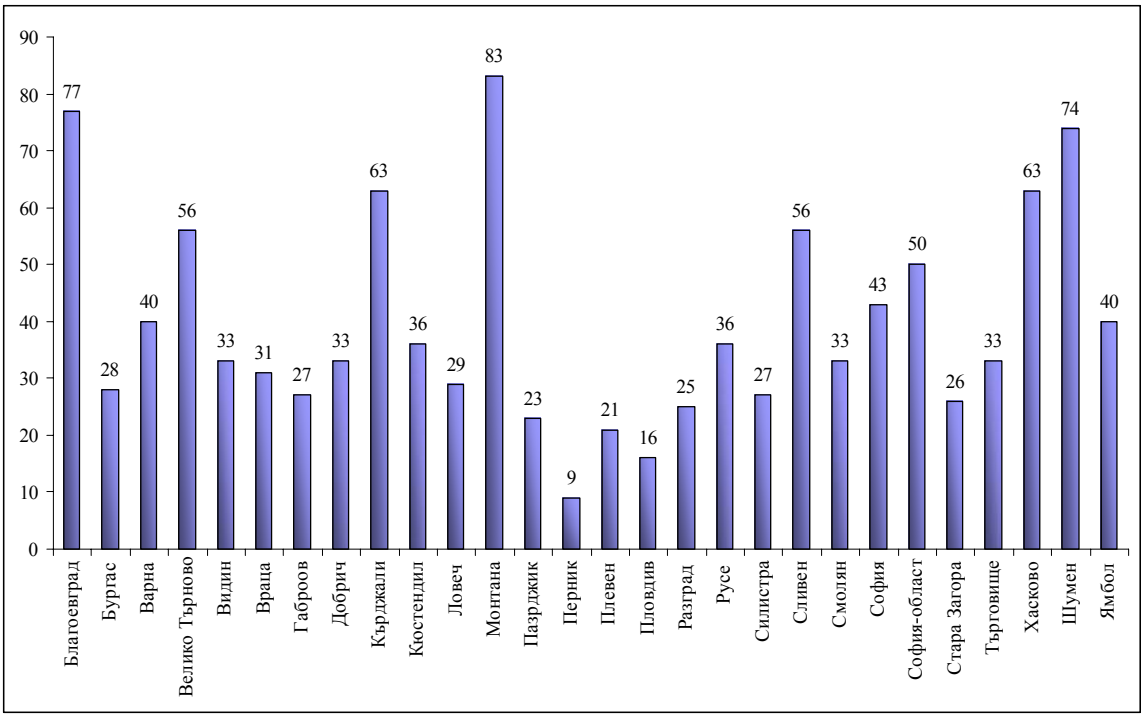
Източник: *“Доклад” е-България 2006”*

Подобна е ситуацията и при делът на предприятия, чиито уебстраници са с възможност за електронна търговия – според изследването на Витоша Рисърч той е 6,9% (важно е да се отбележи, че 11,2 % от анкетираните не знаят дали сайтът на предприятието, в което работят поддържа такава възможност), а според данните на Фондация „ПИК” 11 % от фирмите имат уебсайт.

Компютърни специалисти в предприятията

Повече от половината (60,5%) от всички анкетирани фирми не разполагат с компютърни специалисти, а 63% от фирмите с персонал 101-250 души разполагат с поне един специалист. Между 12 и 15% от тях разполагат само с един компютърен специалист. Като се изключат микропредприятията, 11-14% от останалите са назначили двама ИТ специалисти.

ГРАФИКА 19. ДЯЛ НА ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОНЕ ЕДИН ИТ СПЕЦИАЛИСТ ПО ОБЛАСТИ.



База: N = 1011

Първенци по дял от предприятия с поне един ИТ специалист са областите: Монтана (83%), Благоевград (77%) и Шумен (74%). Най-малък е делът на фирмите от областите Перник (9,1%) и Пловдив (16%)

Българските предприятия са вече сравнително добре оборудвани с компютри, с очаквано достигане на насищане на работните места с компютри в следващите една-две години. Изграждането на локални мрежи (LAN) и свързване към интернет продължава с високи темпове.

Представителите на работодателски организации отчитат, че за малките и средни предприятия в някои региони интернет е недостъпен или е с много лоша връзка. Това се явява и причина МСП да не успяват да се информират от интернет по въпросите на европейските фондове, защото „*обикновено това са сайтове, където е необходима чиста и сериозна връзка"*.

Изследваните собственици и управители на МСП посочват, че имат достъп и ползват интернет, „*компютри почти всички имат и това не е проблем"*, „*всеки си рови», «за информация, обичам да търся неща, които ме интересуват"*. Прави впечатление, че за част от фирмите притежаването на компютър с интернет е по-скоро следване на някакъв моден тренд, отколкото функционална потребност, произтичаща от дейността и управлението на МСП. Възникват проблеми с начините за търсене на информация – незнание къде и какво да се търси, как чрез компютъра да се набави нужната информация и др. Повечето фирми имат финансово-счетоводни програми, някои използват компютри за следене движението на стоките, в по-специфичните сфери на производството се наемат и специалисти, които да боравят със специфични програми (за дизайн на дрехи, за изготвяне на макети, проекти и т.н.). Все пак, участниците в качественото изследване са на мнение, че всяка сериозна фирма има и

използва в своята дейност и управление информационни и комуникационни технологии.

Каре 8. Степен на използване на информационни и комуникационни технологии в дейността и управлението на МСП - мнения на участниците в качественото изследване

- *"Аз съм се сблъсквал в редица случаи с визитни картички, на които има един мобилен телефон и нищо друго. Мисля, че е време да се направи едно разделение – с кои фирми ще се занимава държавата и с кои няма. Аз не бих се занимавал с фирма, чийто собственик има на картичката си един мобилен телефон" (работодателска организация)*
- *"Много-много МСП не разчитат на технологиите и на иновациите. Те си направиха бизнеса някак си и го бутат така, както е в момента, така да върви. Ние бяхме изумени от квотата на информация, прочетена, не пристигнала, а прочетена, не по електронна поща, а по факс. Трябва да ви кажа, че бях потресена. 80% от информацията се чете, ако пристигне по факс" (консултантска организация)*
- *"Ако вие казвате, че тези хора не си четат пощата, какво да кажем тогава да ровичкат, за да си търсят свои неща в интернет. Това е технология. Самото ровене в интернет е едно знание, вид знание как се рови" (консултантска организация)*

3.5. Достъп до финансиране на МСП

Проблемът с достъпа до финансиране е ключов за капацитета на МСП да усвояват структурните фондове поне по две причини. Първо, достъпът до външно финансиране е критично условие за достъп до структурни фондове и програми, защото от него зависи капацитета на повечето малки и средни предприятия да осигурят съфинансиране. На второ място, от достъпа до външно финансиране зависят мащабите на иновационна дейност и растеж на фирмата, които пък определят и шансовете за участие в грантовите схеми. Малко са фирмите, които могат да си позволят технологично обновление само чрез вътрешни източници на финансиране, например от реинвестирана печалба. Дори при наличие на такава възможност, това би оскъпило финансовия ресурс в сравнение с техните конкуренти, които предприемат същата инвестиция чрез банково кредитиране. Облагането на бизнес доходите дава предимство на дълговото финансиране пред реинвестираната печалба или продажбата на дялове.

Ограниченият достъп до финансиране традиционно е между най-сериозните пречки пред предприемачеството у нас. През последните две-три години като че ли кредитният пазар в страната се "отпуши" и дори показа признаци на кредитен бум. Банките влязоха в по-остра конкуренция, лихвите определено паднаха (макар и с цената на известно прехвърляне на цената на кредита в допълнителните условия), номенклатурата от банкови продукти се увеличи, обслужването значително се подобри. За мащабите на кредитната експанзия говори и загрижеността на БНБ и на МВФ за последиците й върху търговския дефицит и предприетите рестрикции за охлаждане на икономиката. Тези позитивни промени обаче, остават главно в сферата на потребителските кредити и не водят до съизмеримо подобряване на достъпа на малкия бизнес до търговско кредитиране. Според представители на работодателски

организации все пак се усеща банково оживление и все повече намалява ролята на собствените средства на фирмите и ипотекиране на имущество.

3.5.1. Степен, видове и размер на използване на стандартни банкови инструменти – кредити, лизинги и др.

Количественото изследване сред бизнеса показва, че банковият кредит все още остава скъп и трудно достъпен източник за по-голямата част от българските МСП. Повече от половината от тях не са ползвали каквото и да е кредитиране през последните три години. Достъп до кредит през този период са имали 44% от респондентите. При това една част от тях са ползвали ***потребителски кредит*** за нуждите на бизнеса си – т. е. по малки кредити със значително по-високи лихви за сметка на по-облекчени изисквания за обезпечения. Около 37% от участниците в изследването са ползвали ***търговски кредит*** през последните три години. Размерът на тези кредити е ограничен -таваните им са средно около 70 хил. лв.

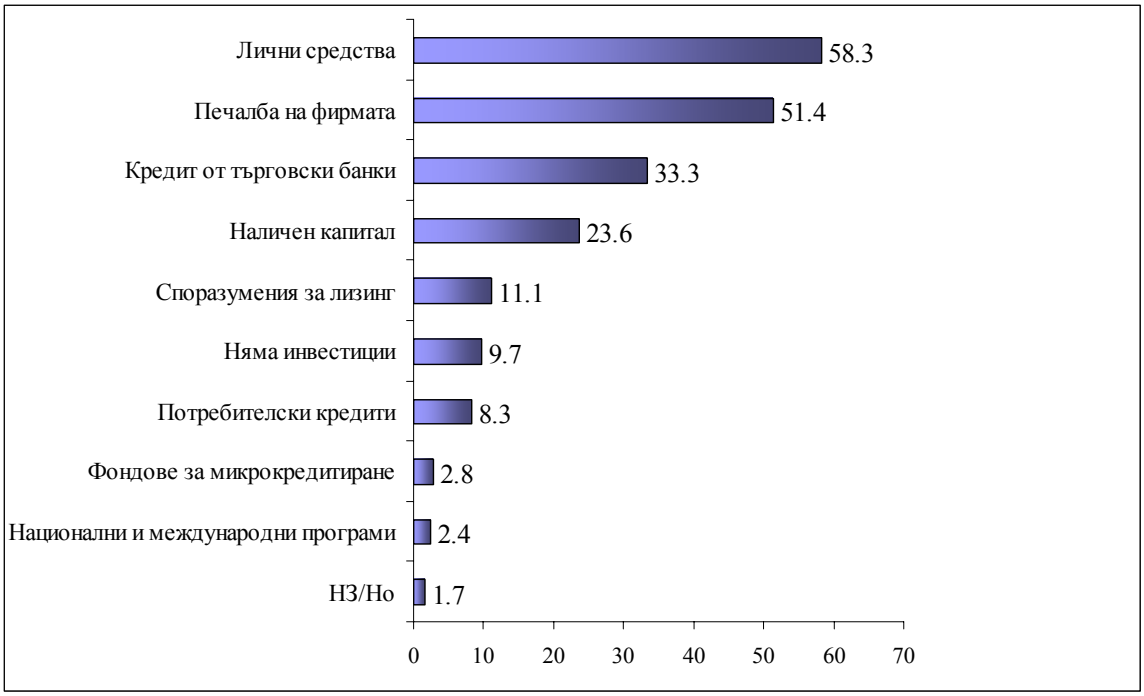
Делът на ***инвестиционните кредити*** е още по-нисък: около 18% от респондентите са ползвали такъв кредит. Максималните им стойности са средно около 78000 лв. За сравнение, средните стойности на таваните на оборотните кредити са около 60 хил. лв., а на “потребителските” кредити ползвани от бизнеса са 47 хил. лв. Ако се сравнят тези размери с размерите на жилищните и потребителски кредити за гражданите се вижда, че независимо от широко дискутирания кредитен бум, банките все още отпускат кредити “на дребно” в бизнес сектора.

Още по-малък е делът ***на лизинговите схеми*** в инвестиционната дейност на фирмите - една на десет фирми е ползвала лизингово финансиране. Делът на лизинга сред основните източници е незначителен - 1.2 % от респондентите го посочват като основен финансов инструмент. За степента на зрелост на сектора на финансовото посредничество говори и фактът, че делът на тези, които са посочили като основен финансов източник на инвестициите си потребителските кредити са повече от тези, посочили лизинговите схеми.

В резултат, повече от 60% от МСП в България са финансирали инвестициите си през последните три години основно със собствени средства. Те не могат да разчитат на външно финансиране за нови производствени мощности, които да изплащат от бъдещите си печалби. С други думи, растежът и инвестициите на 60% от МСП се определят от достигнатите производствени мощности и мащаби на производство, а не от възможностите на пазара. Достъпът до кредитиране е основно условие, за да може предлагането да отговори на пазарното търсене. В България това условие е изпълнено само за 16.5% от МСП, които са посочили като основен източник на финансиране търговските кредити.

Може да се направи изводът, че малкият и среден бизнес все още не разчита достатъчно на сектора на финансовото посредничество, а ползва главно собствени средства. Тази констатация е още по-валидна по отношение на новите и стартиращи фирми. При тях делът на вътрешните (нетърговски) източници на финансиране е много по-голям, т.е. те са по-изолирани от сектора на финансовото посредничество, отколкото по-старите фирми. Стартиращите и нови фирми обикновено нямат кредитно досие, големи активи, спестявания. Техният шанс е в специалните финансови схеми и програми за насърчаване на малкия бизнес, но техният дял във финансирането е пренебрежимо малък. Близо 10% от фирмите, създадени през последните три години, не са направили досега никаква инвестиция.

ГРАФИКА 20. ИЗТОЧНИЦИ НА ФИНАНСИРАНЕ НА СТАРТИРАЩИЯ БИЗНЕС (%)



База N=72 (фирми, регистрирани преди по-малко от три години)

Интервюираните представители на банковия сектор определят сегмента на МСП като привлекателна ниша в кредитния пазар в страната. Ръстът на кредитите за МСП в общия ръст на банковия кредит е значителен. Например, за 2005 г. в диапазона 20000 – 200000 лв. ЦКБ отчита ръст 174%, докато ръстът на целия й кредитен портфейл е 37%. Банките, които не са специализирани в обслужването на МСП, подържат специални звена (дирекции, направления и т.н.), които проучват този кредитен пазар и разработват продукти за него. Тези банки предлагат специални (привилегировани), условия за МСП от рода на програма кредитооборот, продукти с други ценови параметри, различни от тези примерно за корпоративни клиенти; програми без изискуемо обезпечение; прилагат се облекчени процедури с по-малък брой изискуеми документи; анализът за платежоспособността се прави по друг, облекчен ред, различен от този за големите корпоративни клиенти и др. под. Една от изследваните банки стартира програмата „Заедно в Европа", насочена към повишаване на конкурентоспособността на малки и средни български предприятия в процеса на присъединяване към Европейския съюз. Фирмите по тази програма могат на база изготвеният проект да кандидатстват за частично финансиране по линия на различните предприсъединителни програми от Европейския съюз за България. Кредитите по програмата са с максимален срок от седем години и до една година гратисен период при опростена и ускорена процедура на разглеждане и вземане на решение.

Редица банки не изискват от клиента да представи предварително подготвен бизнес план. Мненията относно изготвените от клиента бизнес планове са противоречиви. За някои банки това е *загуба на време*, други го приемат като улеснение, което предоставят на МСП. За други, независимо от качеството, бизнес плановете са *необходимост*, *защото те дават възможност да се види гледната точка на клиента*. Като цяло банките са единодушни, че качеството на представяните инвестиционни проекти, в частност, бизнес планове, е „на средно ниво” или лошо.

Независимо дали изискват или не приготвен от клиента бизнес план, банките поемат ролята на консултант като насочват клиентите как да изготвят такъв план или сами изготвят собствен бизнес план. Качеството на изготвяните бизнес планове би се повишило, ако фирмите започнат да се съобразяват с изискванията от ЕС. С натрупване на кредитна история у МСП се натрупва и повече опит в изготвянето на бизнес-планове, като качеството на предоставяните планове се повишава. Качеството на изготвяните от МСП инвестиционни проекти, с които фирмите понастоящем кандидатстват за кредити обаче, се оценява предимно като „трагично" и „лошо" от страна на работодателски организации.

КАРЕ 9. КРЕДИТИРАНЕ НА МСП И КАЧЕСТВО НА ИЗГОТВЯНИТЕ БИЗНЕС ПЛАНОВЕ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"Ние нямаме тази яснота, защото това е най-важното – всички говорим за фондовете, но никой не отпуска тези средства, без да има перфектен бизнес план. А перфектен бизнес план се прави с гаранция, банкова гаранция. Значи трябва да има и банка, която да ви гарантира, че вие ще усвоите този фонд и ще следи как се използва този фонд. А при нас, трябва да ви кажа, че "банка – малък и среден бизнес" – разстоянието е от тук до Луната. Банката и средния бизнес въобще не комуникират. Само използват да минават нашите пари през тях, но те не са заинтересовани как се движим ние, как работим ние" (собственик на малка фирма)*
- *"Тука има отдели с колеги, които подпомагат фирми в изготвянето на проекти, бизнес планове. Най-често се инвестира на интуитивна база, а не, защото могат да изложат всичките финансови аспекти" (работодателска организация)*
- *"Най-вече за кредитиране се обръщат към нас. Търсят варианти. Ние даже смятахме в някоя от банките да предоставяме от време на време наш представител при кредитните специалисти, за да можем да защитаваме нашите членове, тъй като е малко страшничко да кандидатстваш за кредит. Почти не е възможно, ако няма някакви протекции или супер залози. Основно нашите членове търсят кофинансиране и съответно доверие при финансирането, изразено в по-стеснен кръг от документи" (работодателска организация)*

Банките са гъвкави в прилагането на програмите си за МСП. Тяхната рамка е ориентировъчна, като стремежът е не клиентът да се принуди да се "вкара" в нея, а обратно, банката да се съобрази с очакванията на клиента. Така рамковите условия на кредита могат да се променят, условията на кредита варират – например, от таван на кредита до 200000 лв. до 7 млн. лв. Срокът на кредита също е променлив, като максималният възможен срок е 10 години. В отделни случаи срокът за погасяване може да се структурира и до 30 години. Ако клиентът е перспективен, таванът на кредитирането може да се вдигне като съответно се промени и категоризацията на самия клиент – от МСП той преминава в групата на големите корпоративни клиенти.

3.5.2. Основни затруднения при ползването на кредити и причини за неизползването им

Сред основните пречки, които респондентите посочват за достъпа им до банкови кредити, са високите лихви (54.3% от респондентите), „скритите" разходи по кредита (19%), както и прекомерните изисквания за обезпечения (40%). Така например, обезпеченията са предимно недвижима собственост: земя, сгради, машини оборудване. Малък е делът на нематериалните обезпечения (12%). За значителна част от фирмите непреодолимо препятствие се е оказала банковата бюрокрация: тежка документация, недостатъчна компетентност и експедитивност на служителите и т.н. Възможно е, под това определение да влизат и неоправданите според клиентите изисквания на банките по отношение на бизнес планове, счетоводна отчетност и кредитни досиета, но все пак то е показател за равнището на обслужване така като го вижда клиентът.

ТАБЛИЦА 12. ОСНОВНИ ПРИЧИНИ ДА НЕ СЕ ИЗПОЛЗВАТ КРЕДИТИ ОТ ФИРМИТЕ

	От банкови институции	От небанкови институции
Високи лихвени проценти по кредитите	54.3	12.5
Високи изисквания за обезпечения	40.3	9.2
Наличие на "скрити" лихви по кредита	19.0	6.0
Тежка документация	19.6	5.6
Недостатъчна според банката кредитна история	7.7	1.9
Експедитивността на служителите	1.2	1.0
Не достатъчна компетентност на служителите	2.1	3.3
Нямам нужда от кредити	34.4	36.1
Друго	1.7	1.2
Не отговорил	4.8	41.3

База N = 1011

Причините за тези все още съществени прегради пред достъпа до финансиране отразяват преди всичко проблеми от страната на предлагането и по-конкретно - добри възможности пред банките за бързи и по-високи печалби от потребителски и жилищни кредити в сравнение с инвестиционните кредити, което води до несъразмерен дял на първите в кредитните портфейли на търговските банки. Не трябва обаче да се пренебрегват и проблемите от страната на търсенето и цялостната регулативна среда, в които оперира финансовият сектор в България и тяхното влияние върху оценката и управлението на кредитния риск. Все още значителна част от МСП нямат кредитни истории. Освен това, голяма част от техните операции са в "сивата" част на икономиката, където преобладават касови разплащания и укриване на доходи, а изрядните и пълни счетоводни записи са по-скоро рядкост. В повечето случаи представените бизнес планове също не могат да дадат достатъчно възможност на банките да оценят риска си. В момента начинаещи фирми много трудно биха се справили без помощта на банките, но те от своя страна не толерират стартиращия бизнес и много рядко подпомагат начинаещи фирми. Политиката на болшинството от банките е такава, че отпускат кредити най-вече на фирми, които са се доказали на пазара. Според банков специалист, "*не само банките трябва да променят нещо в политиката си, но и фирмите трябва да го сторят, понеже те все още са в "сивата" икономика и ще трябва да се постараят да излязат оттам, и по този начин ще стане*

най-лесно усвояване на фондовете. А банките трябва да подготвят нови продукти за по-улеснено кредитиране за обновяване на технологиите и машините на фирмите. Очаква се раздвижване на този пазар до края на годината”.

Липсата на кредитни досиета и достатъчно убедителни баланси и финансова информация за миналото и обезпечеността на бъдещите планове на кредитоискателя затруднява банките в оценката и управлението на кредитния риск и ги кара да се презастраховат с по-високи рискови премии и обезпечаване на вземанията с материални активи. Последните обаче, особено когато се касае за производствено оборудване, са нисколиквидни. Това води до подценяване на пазарната им стойност и оскъпяване на кредита. Дори недвижимата собственост, въпреки че на пръв поглед е по-ликвидна от оборудването, крие риск от неустановени права на собственост, незавършени устройствени и кадастрални планове и т.н. Всички тези дефекти на факторните пазари повишават риска за събираемостта на кредитите. Банкови служители посочват, че ниската ефективност на съдебната система при изпълнението на задълженията и договорите също е фактор, който повишава рисковата премия и цената на кредитния ресурс.

Отказите за кредитиране също варират според политиката на банката – от 10% до 70%. Но подобна статистика може да се окаже подвеждаща. В случая тя се отнася до първоначалния контакт с потенциалния клиент, т.е. до първоначалното пресяване, когато се установява съответствието с минималните критерии. Веднъж премината тази граница, делът на одобрените кредити рязко нараства. Като основни причини за отказ се посочват: 1) качеството на документацията, съответно начина на представяне на бизнес идеята; 2) осигуряването на обезпечение, което най-често е ипотека върху недвижимост и ДМА; 3) много от фирмите са в “сивата” икономика, не декларират печалби, отчетните документи са нередовни; 4) невъзможност от страна на фирмата да предостави изискваната от банката информация – не поради липса на документи, а поради ниска икономическа и финансова култура; 5) недобра кредитна история – наличие на задължения / просрочени задължения към други банки.

Като основен проблем на достъпа на МСП до финансов ресурс се очертава взаимодействието на банковото и небанково финансиране. Ако трябва да се говори за конкуренция между тези два източника на финансиране, засега тя определено се печели от банковия сектор. Единственото финансиране, което конкурира донякъде банките, в момента е лизингът. Причините за липсата на достатъчно фондове за рисков капитал, насочени към МСП, са предимно обективни. Проблемът на тези фондове е, че те се стремят да правят по-големи инвестиции, за каквито в страната няма благоприятни условия.

Европейските програми за финансиране на бизнеса, включително и МСП, се разглеждат като отделен случай на небанково финансиране. Банките си дават сметка, че в случая на фирмите се предоставят средства на цена, значително по-ниска от тази на кредитния ресурс. Небанковите източници, особено международните програми, предоставят по-свободни условия – например, финансирането на по същество инвестиционен проект под формата на краткосрочно финансиране. Несъмнено тези средства са привлекателни за МСП и ако този източник се рекламира активно, МСП ще се насочат към него. Налице е обективна потребност от такъв небанков ресурс. Той помага да се преодолее един определено рисков момент в работата на МСП. Според банкови специалисти, понастоящем значителен брой МСП работят общо взето като банки поради липса на достатъчно собствени средства, т.е. с 10-15% собствен капитал, като останалото се допълва от привлечен капитал и задължения към доставчици.

При работата с външни програми за финансиране МСП могат да се сблъскат и с трудности от друг характер, които в крайна сметка оскъпяват предоставяния ресурс. Такива трудности могат да бъдат редица изисквания относно срок, целева стратегия, търсен социален ефект, вид на допустимите разходи, възстановяване на ефективно направена инвестиция и други подобни. Според банков експерт, изправени пред тях, предприемачи и бизнесмени, “*които гонят срокове, предпочитат банковото финансиране, защото нещата са много по-ясни и могат да си направят някаква сметка - кога почват да работят, кога свършват и какви резултати постигат*”. Но банките определено съзнават възможностите, които им предоставят европейските програми с условията, които поставят за усвояване на съответните фондове. Например, изискванията за съфинансиране или за възстановяване на ефективно направената инвестиция след преценка на съответствието ѝ на формални критерии за допустимост, отварят възможности за банково кредитиране на работещите по такива програми.

“Обикновено по смисъла, който вие влагате в понятието небанково финансиране, в повечето от случаите то просто е невъзможно да се осъществи без наличието на банково финансиране. Говорим за малки и средни предприятия и тяхното участие в процеса на финансиране от небанкови финансови институции в този аспект, в който го конкретизирахме сега. Значи то в повечето случаи при това положение е невъзможно да се осъществи, без посредничеството на банката. Тъй че те нещата си вървят паралелно” (банков специалист).

Банките, работили досега по програмата САПАРД например, са натрупали ценен опит в това отношение. Въпросът е, като се вземат поуки от досегашната практика на предприсъединителните фондове (САПАРД, ФАР), да се постигне по-висока ефективност на усвояването на предлагания ресурс. Важна предпоставка за това е и поставянето на такива условия за управлението на европейските фондове, които да не позволяват на бизнеса да гледа на тях като на “далавера”.

Перспективата да се създаде Национален гаранционен фонд отново откри две традиционни гледни точки, които условно могат да се определят като “*интервенционистка” и “либерална”*. На практика всички интервюирани банки, с изключение на една, се изказаха благоприятно в полза на интервенционистката гледна точка, т.е. държавата е длъжна да създаде такъв фонд именно с цел подпомагане на МСП, които по начало имат затруднен достъп до кредити поради високия риск, който генерират. Например, стратегията на държавната Насърчителна банка за разширяване на своите функции, предвижда създаването в нейната структура на Национален гаранционен фонд, както и на фонд за рисков капитал.

“Либералната” гледна точка вижда в гаранцията вид субсидиран кредит, който само може да изкриви и наруши конкурентността на пазара. Това не е приемлив подход, защото насърчава неефективността, а самите банки се стимулират да търсят не ефективност, а достъп до гаранция, независимо от конкурентоспособността на бизнеса, който се ползва от тази гаранция. Това е така, защото насочването на субсидията не се извършва на пазарни начала, т.е. според преценка на риска и доходността на инвестицията, а по други, включително и политически съображения.

“Защото не се разпределят парите в икономиката на база на някакви обективни пазарни претеглени показатели, като риск и доходност и банките да влагат пари там, където смятат, че има най-висока доходност и най-нисък риск, а ще влагат там, където има субсидия. ... Примерно една партия ще натиска към тютюна, друга - към шивачите, а това не са секторите, които в дългосрочен план са перспективни,... и вместо България да си намери мястото на икономическата карта

на света в кое е добре да се специализира и да го развие, ще се загубят време и ресурси …да се финансират някакви неефективни политически решени направления” (банкер).

За разлика от Националния гаранционен фонд, мнението на всички интервюирани банкери относно фондовете за микрокредитиране е подчертано положително, дори и тогава, когато те се основават на предоставяне на гаранции от страна на небанкова институция. Водещият критерий в случая е социалният ефект, който се постига с атакуване на безработицата. Това, казва банков специалист, е “*хубав начин за справяне с високата безработица. Това е вече нещо различно от Гаранционния фонд. Защото едно е да дадете гаранция за 500 хиляди евро на едно предприятие, неефективно, да купи някакви машини и да продължава да съществува, защото има гаранция, друго е да дадете на един човек, който е безработен, 20 хиляди лева на ниска лихва, за да може той да се измъкне сам от калта и да си помогне. Това е коренно различно.”*

Това, което все още липсва, е информация за възможно обвързване на ресурса от еврофондовете с такива гаранционни фондове за микрофинансиране. Банките, които досега са работили по гаранционни схеми за микрокредитиране като ЦКБ, СИБанк и др. са на мнение, че техният опит трябва активно да се използва и занапред.

Може определено да се каже, че банките са запознати с условията на работа на сега съществуващите гаранционни схеми за микрокредитиране. Те конкретно посочват и някои слабости в устройството им, които в крайна сметка водят до оскъпяване на ресурса. Така например, като принципна слабост се посочва механичното разделяне на банковата от небанковата част на операциите. По този начин определянето на целевата стратегия, инвестиционната политика, социалните параметри, условията на кредита се прави без прякото участие на банката, т.е. без да се държи сметка за чисто финансовата ефективност на продукта. По тази причина, т.е. поради несъразмерното “набъбване” на небанковите критерии и условия, някои банки са преценили, че участието им в тези фондове не е изгодно за тях.

Горните съображения индиректно се подкрепят от структурата на кредитния портфейл за МСП. Общото впечатление е, че преобладават инвестиционните кредити, като делът им варира от 20% до и над 50%. Основното предназначение на инвестиционните кредити е инвестиция в ДМА. Водещи са секторите селско стопанство и хранителна промишленост. Обръща се внимание и на обстоятелството, че разделянето на портфейла на инвестиционни и оборотни кредити е условно, тъй като успешната инвестиция изисква и определен дял оборотни средства. Показателно в случая е, че по мнение на интервюираните банкови специалисти, незначителни или никакви са средствата, отделяни за консултантски услуги, за проучване на пазара, за развойна дейност, за привличане на чуждестранни инвестиции, за маркетинг, за обучение и квалификация на персонала и за оптимизиране на фирменото управление, т.е. за инвестиции, които в крайна сметка биха довели до нарастване на добавената стойност в предлаганата продукция.

Като цяло, може да се направи извода, че МСП прибягват до банково или небанково кредитиране под натиска на събитията, от страх да не се провалят в условията на висока конкуренция. От тази гледна точка, колкото и необичайно да изглежда, по отношение на спазването на европейските стандарти във водеща позиция са банките, а не толкова техните клиенти. Стремейки се да управляват риска на кредита, банките са принудени да оценяват бизнес идеята от позицията на бъдещите европейски стандарти, които ще трябва да се спазят.

КАРЕ 10. ДОБРА ПРАКТИКА

Първа инвестиционна банка увеличи максималния размер на микрокредитите за бизнес от 30 000 на 50 000 лв. (или равностойността им в евро или щатски долари). „Турбо" кредитът, предназначен за производители, търговци и хора със свободни професии се отпуска при изключително облекчена процедура и минимум документация. Срокът за погасяване зависи от целта на кредита. Ако е за оборотни средства, срокът на погасяване е до 2 години, съответно за инвестиционни кредити - до 7 години, овърдрафти - 1 година, с револвиране в края на периода. При кандидатстване за кредита ПИБ не изисква история на бизнеса, нито бизнес план. Целта се обсъжда със специалист и се предлага най-подходящата схема за кредитиране.

Клиентите могат да кандидатстват не само в офисите на банката, но и в интернет страницата на трезора. 24 часа след предоставяне на необходимите документи ПИБ дава отговор на кредитоискателя. Таксата за обслужване на кредита е 1% годишно. Както лихвата, така и таксата за обслужване се дължат само върху остатъка от неизплатената сума.

Банката предлага необезпечени микрокредити в размер до 20 000 лева без задължително официално доказване на доходите. По програмата "Микрокредитиране", към която се предлага "Турбо" кредита, се приемат пълния диапазон от обезпечения. При доказани доходи ползвателите на микрокредити могат да се възползват и от ипотечния кредит, който е с 0% лихва за първата година и 7,5% от втората нататък.

3.6. СЕГАШНО СЪСТОЯНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКАТА МРЕЖА И ПРЕДЛАГАНИТЕ КОНСУЛТАНТСКИ УСЛУГИ

3.6.1. Използване на консултантски услуги от бизнеса – сегашно състояние и анализ на нуждите на предприятията от подобни услуги

Основният извод, който може да се направи на базата на резултатите на изследването е, че отношението на фирмите към консултантите е по-скоро резервирано– една от пет изследвани фирми са ползвали външни консултанти през последната година. Най-често споменаваните причини за това по време на фокус-групите са ниското качество на предлаганите услуги и високата цена.

Като обща нагласа фирмите предпочитат счетоводно-финансови и маркетингови услуги, които са свързани с основната и ежедневната им дейност. Нагласата за използване на консултанти за подготовката на предложения за кандидатстване по европейските фондове и програми е ниска. Това може да се обясни с изразените мнения във фокус-групите, че част от проявите, на които се представя информация за кандидатстване по различни европейски програми и фондове, се организират от консултанти, които не предоставят пълната информация, а по-скоро се стремят да намерят бъдещи клиенти. Недоверието се подсилва и от често споменавания по време на дискусиите въпрос за наличието на корупция, която кара фирмите да се въздържат от кандидатстване.

Относно предмета на консултациите, очакванията от страна на фирмите са свързани с предоставяне на пряка помощ при подготовката и текущата работа по изпълнението на проектите, а не с предоставянето на информационни материали и организирането на прояви за разясняване на условията за кандидатстване. Този извод се подкрепя и от изразеното мнение от интервюираните банкови специалисти, че средствата, отделяни от фирмите за консултантска помощ за проучване на пазара, за

развойна дейност, за привличане на чуждестранни инвестиции, за маркетинг и др., са незначителни или изобщо не се отделят от бизнеса. Обобщената информация от интервюираните банкови специалисти сочи, че позицията на консултантския бизнес по отношение на обслужването на МСП не е силна. Това се потвърждава и от отговорите на анкетираните по отношение на готовността им за кандидатстване по конкурси за финансиране по европейски програми и фондове, където на едно от последните места фирмите са поставили „осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги" – 7.3%.

Таблица 13. Намерение на фирмите за кандидатстване за финансиране от ЕС (%)

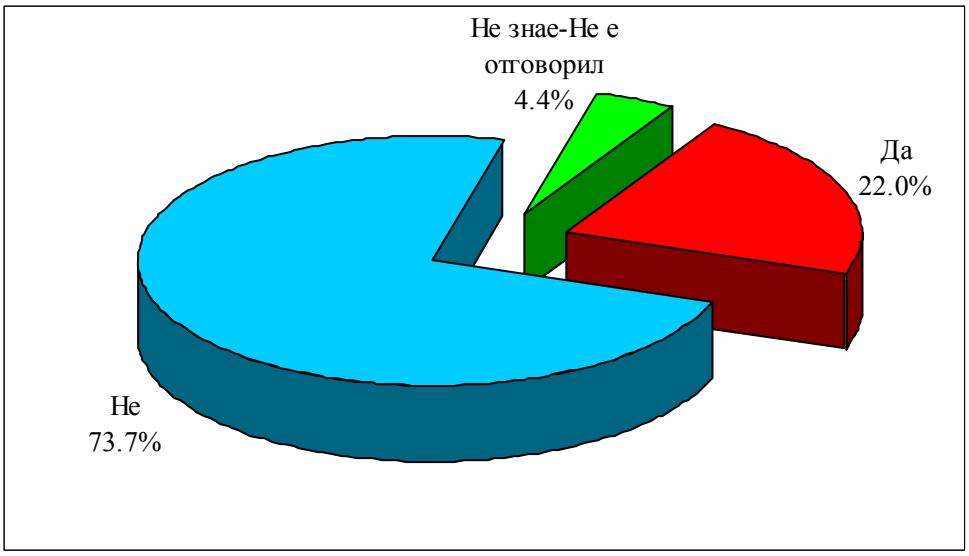
Проекти	
За технологично обновление на производството	49.4
За покриване на стандартите-изискванията на Европейския съюз	36.9
За разработването на нови продукти/ технологии/ услуги	20.4
За въвеждане на енергоспестяващи технологии	19.3
За модернизация на управлението на фирмата	14.0
За обучение и квалификация на персонала	9.5
За привличане на чуждестранни инвестиции	8.1
За осигуряване на качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса ми	7.3
За бизнес кооперирание и включване в бизнес мрежи (клъстъри)	7.3
За популяризиране и увеличаване на износа на фирмата	4.5
Друго	4.5

База N = 358

По време на фокус-групите беше коментирана липсата на гаранция от страна на консултантските организации по отношение на успешната оценка на подадените проекти. От една страна, тези мнения показват непознаването на принципите на конкурсното кандидатстване за финансиране по проекти и донякъде разкриват нагласата на фирмите да заплащат консултантски услуги, „гарантиращи" успеха на проекти още във фазата на кандидатстването, т.е. очакванията на фирмите за успех създават предпоставки за развитие на корупционни практики. Наличието на такива корупционни схеми, от друга страна, затрудняват нормалната работа на консултантите, поставяйки ги в ненормална конкурентна среда.

В потвърждение на констатациите от фокус-групите са и резултатите от анкетното проучване, които сочат сравнително нисък дял на използвалите консултантски услуги през последната година от дейността си: 22% от анкетираните са дали положителен отговор като 49.5% от тях са напълно доволни от предоставените им услуги, а 47.3% са донякъде удовлетворени от тях.

ГРАФИКА 21. ИЗПОЛЗВАНИ ВЪНШНИ КОНСУЛТАНТСКИ УСЛУГИ ОТ ФИРМИТЕ ЗА ПОСЛЕДНАТА ГОДИНА ОТ ДЕЙНОСТТА ИМ



База N= 1011

Като основна причина за неизползване на консултантски услуги анкетираните фирми посочват липсата на потребност от консултации – 63.2%. С почти равен брой отговори като причини се изтъкват липсата на информация за консултантските услуги и тяхната висока цена, съответно – 31,5% и 30.5%. Липсата на практическа насоченост на предлаганите консултантски услуги заема четвърто място с 19.6%.

ТАБЛИЦА 14. ПРИЧИНИ, ПОРАДИ КОИТО НЕ СА ИЗПОЛЗВАНИ КОНСУЛТАНТСКИ УСЛУГИ ПРЕЗ ПОСЛЕДНАТА ГОДИНА

Не ми е необходима допълнителна информация-услуги	63.2
Нямам информация за услугите, които предлагат	31.0
Услугите са скъпи	30.5
Информацията, която предоставят, не е практически насочена	19.6
Не разполагам с достатъчно време, за да ползвам услугите	14.8
Няма такава структура в района	13.0
Качеството на предоставяните услуги не ме задоволява	12.9
Не разполагат с търсената от мен информация	12.8
Друго	0.8

База N = 745

Липсата на информация по отношение на предлаганите и налични консултантски услуги може да се обясни чрез дадените от анкетираните отговори относно информационните източници, които ползват. Фирмите получават информация предимно от бизнес партньори, приятели и колеги – 68.9%, т.е. основно се разчита на препоръки от вече ползвали консултантски услуги. Почти два пъти по-нисък е делът на медиите, рекламите и PR агенциите като информационен канал – 33.8%. На трето място като източник на информация за консултантските услуги са панаирите и изложенията – 30.6%

Таблица 15. Източници за информация за предлаганите консултантски услуги

От бизнес партньори, приятели, колеги	68.9
Медии, реклами и PR агенции	33.8
Изложби, панаири, специализирани изложения	30.6
Консултантски асоциации	18.9
Друго	7.2
Не отговорил	*0.5*

База N = 222

От резултатите на изследването може да се направи извода, че предлагането на консултантски услуги за подготовката на проекти по европейските фондове и програми не отговаря на реалните потребности на бизнеса. Това се вижда при сравняването на отговорите на анкетираните фирми на въпросите за ползваните от тях услуги и услугите, от които те имат потребност. В *Таблица 16* са представени отговорите за нуждите от и ползваните консултантски услуги от фирмите през миналата 2005 г. Показателни са данните за реално ползвани услуги и необходимост за МСП от „Разработване на документи за кандидатстване по конкурси за проекти, финансирани от донорски организации" и „Ръководене и отчитане по проекти, финансирани от донорски организации в областта на МСП", където в първия случай търсенето надвишава почти два пъти реалното използване (25.2 срещу 13.5%), а във втория случай разликата е още по-драстична - почти четири пъти.

Таблица 16. Консултантски услуги ползвани от фирмите и потребност от консултантски услуги.

	Ползвали	**Имат нужда**
Информация за внос-износ	12.2	14.0
Маркетингови проучвания	26.1	19.8
Разкриване на бизнес възможности и разработка на бизнес план	11.7	18.0
Търсене на източници за финансиране	23.0	30.6
Обучения	20.3	19.4
Създаване на международни партньорства и сътрудничество с доставчици и клиенти	12.2	16.7
Правни и счетоводни услуги и консултации	54.1	31.5
Патентоване и защита на интелектуална собственост	7.2	8.1
Създаване на партньорства и делови сътрудничества в страната	13.1	15.8
Информация за нови технологии и възможности за технологичен трансфер	12.6	18.0
Организиране участие в изложения и търговски панаири. разпространяване на рекламни материали	13.1	11.3
Разработване на документи за кандидатстване по конкурси за проекти, финансирани от донорски организации	13.5	25.2
Ръководене и отчитане по проекти, финансирани от донорски организации в областта на МСП	3.6	13.1
Друго	9.0	2.3

База N = 222

На основата на обобщената информация от интервютата с банкови специалисти и представители на работодателски организации и от фокус групите с представители на МСП и консултантски организации, може определено да се заключи, че на консултантския бизнес се гледа със скептицизъм. Независимо дали изискват предварително изготвени от техните потенциални клиенти бизнес планове или не, по-голямата част от банковите специалисти не се доверяват на разработките на външни консултанти. Според мнозинството от изказаните мнения, бизнес плановете са правени като "по калъп", видна е незаинтересоваността на консултанта от съдбата на бизнес проекта, стига той да си е получил хонорара. По ред причини, включително и наличие на конфликт на интереси, "*нещата се представят не такива, каквито са в действителност, а такива, каквито би трябвало да изглеждат в очите на банковата институция*".

Като цяло, участниците в качественото изследване са на мнение, че консултантският бизнес в България не се ползва с голямо доверие от страна на МСП. Съществуват множество обявили се за консултантски фирми – както в София, така и в другите региони на страната, но репутацията на този бизнес не е висока. Споделено е мнението, включително и от самите представители на консултантски организации, че „*… консултантският бизнес е форма за взимане на рушвети. Примерно ти, ако не си консултиран от еди коя си фирма, проектът ти няма да мине, може и да е златен…" (представител на банков сектор).*

Банков специалист сподели, *че "99% от фирмите не се обръщат към външни консултантски услуги, понеже хората се притесняват и искат някой доверен човек да им обясни, какъвто е например банковия служител. Хората не вярват на външни консултанти".*

МСП също споделят недоверието на банките към консултантските услуги. "*Те* [МСП] *…просто не осъзнават ефекта, който може да им осигури един добре консултиран проект….Мисля, че …това е липса на доверие и те* [клиентите от МСП] *решават да си останат в своите рамки, ...просто защото не могат да приемат, че някоя чужда идея, която им се струва малко абстрактна ще бъде успешно реализирана …*" (банков специалист).

КАРЕ 11. СЪСТОЯНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКАТА МРЕЖА - МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"Има много фирми вече... с по едно куфарче, които всичките са консултанти, но аз да се обърна с доверие към тях – не бих казал. Много лесно се става консултант. Всички искат да усвояват европейски фондове. Всички казват, че трябва да вземат парите на Европа, милиарди, за селско стопанство, инфраструктура, екология. Ние вече не им обръщаме внимание (работодателска организация)*
- *"Фирмите казват: откъде накъде, и така мога, защото още не са усетили жестоката конкуренция, която следва вдругиден. Когато я усетят, може би ще хукнат презглава. Тогава няма да ругаят консултанти, няма да ругаят корупция, а ще са склонни да дават по 30% може би, само и само да влязат или само и само да станат подизпълнител на някого. Просто шамарчето още не е дошло" (представител на НПО)*
- *"Много трудно е да убедиш някой дребен предприемач и можеш да му кажеш нещо за неговия бизнес. Тяхната логика е: аз тая фирма съм я създал от нулата със собствените си ръце и кой си ти, който ще дойдеш тук и да ми кажеш как да я управлявам" (консултантска организация)*

КАРЕ 11. СЪСТОЯНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКАТА МРЕЖА - МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ *(ПРОДЪЛЖЕНИЕ)*

- *“Българинът казва: на мен ти ми дай пари, акъл не ми трябва. Искрено и честно вярват, че акъл не им трябва. Не е случаят, че не могат да си го позволят финансово. Примерно, нашето проучване показа, че цената на консултантската услуга е на 4-то или 5-то място сред факторите, които имат значение при взимане на решения. Освен това българинът е скептик, той не вярва на консултантите. Смята, че те ще дойдат да му вземат бизнеса, ще му научат данните, ще го продадат на конкурента и т.н. Това е начин на мислене” (консултантска организация)*
- *“Консултантският бизнес не отговаря на реалните нужди на пазара, поне това, което виждаме от нашите партньори в чужбина, ако сравняваме с ЕС. Не знам със София как е, но обикновено всеки, който е завършил някаква по-обща специалност да кажем икономика, казва аз съм консултант и мога да правя проекти. Много лесно се изричат по-силни думи, отколкото да седне да го направи. И после се оправдава, че условията били неблагоприятни. Примерно една малка фирма не спечели проект, защото в София не си платихме, а аз примерно си счупих главата – не съм спал. Това е бизнес. Ние си плащаме за тези проекти. Може би трябва да има държавна намеса дотолкова, доколкото да има някакъв оторизиран орган, който да лицензира и да има високи критерии за лицензиране и тези лицензи да не се купуват.... Защото ние сме свикнали да се купуват и винаги прехвърляме на рушветите” (представител на работодателска организация и бизнесмен)*

Идентифицират се и някои обективни обстоятелства, които нарушават връзката МСП – консултант”. Споделя се, че в страната липсва бизнес информация, унифицирана въз основа на международни стандарти. Лошата бизнес статистика за оценка на бизнес дейността по сектори (усреднени коефициенти за оперативност, ликвидност, оборот на активите, оборот на капитала, левъридж и други) принуждава всяка банка да си създава собствена база данни за оценка на риска. Освен това, поради относително високата цена, засега ползването на консултантски услуги не е по силите на повечето МСП. За оказване на качествена консултантска услуга са необходими работни екипи на европейско ниво – с образование, подготовка и опит, но разликите в заплащане на такъв екип и български консултантски екип е 6-7 пъти в полза на европейския. Консултантските услуги все още не са консолидирани, създава се впечатлението за известна “разпръснатост” на консултантските услуги за МСП. Все пак, според някои банкови специалисти, според представители на работодателските и консултантските организации и собствениците и управителите на фирми, консултантите в сферата на МСП са необходими на фирмите, особено при подготовката на по-големи проекти. В тези случаи, ако не се наемат консултанти, фирмите нямат голям шанс да успеят при кандидатстване за финансиране на проектите си.

Банкерите одобряват факта, че по програмите на еврофондовете целево ще се отделят средства за финансиране на консултантски услуги. Част от интервюираните представители на банковия сектор изказват мнение, че изграждането на собствен консултантски капацитет в банката – отначало създаден за обслужване на физически лица, а в последно време вече и за МСП, е бъдещето на сектора у нас и предстои да се развие. Според представители на НПО и консултантските фирми, както и на отделни

предприемачи, консултантските услуги са необходими, търсени и все повече МСП осъзнават необходимостта да ползват такива услуги. Основна подкрепа на МСП в посока подготовка за присъединяване към ЕС оказват националната мрежа от инфо-центровете, БТПП и регионалните ТПП основно чрез организиране на обучения, но подготовката на бизнеса в тази посока се осъществява различно и с различни темпове и качество.

Представителите на работодателските организации считат, че качеството на предлаганите консултантски услуги би могло да се повиши чрез въвеждане на *"по-добра форма за лицензиране, на честно лицензиране. Това значи, че ще влязат фирми или консултанти, които наистина имат качества и тогава ние наистина можем да им се доверим. Защото ние сега питаме. И понеже нямаме опит, не всички фирми имат опит... обмяна на информация между колеги. Това е най-сигурния начин за обмяна на информация"***.**

Каре 12. Състояние на консултантската мрежа - мнения на участниците в качественото изследване

- *"Аз съм чувал и за частни консултанти, не искам да им правя реклама, но фирмите работят добре. И ги търсят, и идват и казват, че са доволни. Така че хората търсят" (представител на НПО)*
- *"Консултантският бизнес вече го има и достатъчно добре се ориентира, но необходимо е да бъде захранван или поне да не му се пречи да работи. В определени случаи смятаме, че корупционните схеми, които се изграждат, смело ви казвам, затрудняват работата в консултантските структури" (представител на НПО)*
- *"Един от пътищата е точна диференциация и конкретизация на консултантските фирми. Не може да бъде консултант по всичко и за всичко. Трябва да му е ясно за какво да се поемат много сериозни отговорности към онова, което предлагаш като продукт и трябва да си специализиран, конкретизиран и тогава смятам, че борбата и поне ефективността към тези схеми ще бъде много точна. В тая връзка и всяка една уважаваща себе си консултантска фирма, смятам, че ще се пребори с корупцията" (консултантска организация)*
- *"Започват да разбират фирмите, че нещата стават по-сложни, че опират до знание и започнаха да се обръщат към консултантски фирми, включително и към нас. Аз не бива да се оплаквам от липса на интерес. Но ние не сме свикнали да ценим консултантския труд. По начало ние не обичаме някой да ни дава съвети, камо ли пък да плащаме за това. В редица случаи аз първо трябва да убедя потребителя каква е ползата. Притеснява ме многообразието на консултантски фирми, тъй като на практика консултантската фирма не изисква капитал. Става така – тези хора, които са освободени от държавната администрация, започват да предлагат консултантски услуги. В редица случаи те са добри специалисти, но за 2, 3, 5 месеца. За това време, ако успеят да си хванат клиентела, започват да си следят нещата и да си подържат квалификацията, но в повечето случаи те не успяват. Запада нивото на квалификацията (работодателска организация)*

Каре 12. Състояние на консултантската мрежа - мнения на участниците в качественото изследване *(Продължение)*

- *"От една страна и фирмите не са готови да заплащат тези услуги, от друга има едно страхотно разводняване на пазара на консултантски услуги. Може би тука е мястото да се подчертае, че агенцията за МСП също предлага консултантски услуги. И тук настъпва едно смущение. Според мен тя трябва ясно да каже, че поема всички консултантски услуги по еди какъв си въпрос, защото не може тя да предлага някои услуги безплатно, а някой друг – срещу заплащане. Не коментирам качеството на това, което предлага агенцията, но по този начин се разваля пазара." (работодателска организация)*

Според представителите на работодателските организации, качеството на предлаганите консултантски услуги може да се повиши чрез дейностите на браншовите организации, които се явяват гарант, че на тези фирми, които са техни членове, им се предлагат качествени услуги. Проблем обаче се явява издръжката на тези организации- правени са опити това да се регламентира чрез новия закон за браншовите сдружения, но законът не е приет.

Макар и все повече МСП да осъзнават необходимостта да ползват външни консултантски услуги, основна пречка това да не се случва масово е стойността на услугите, които се оценяват като "*скъпи, непосилни за покриване*" от фирмите. Бяха изказани мнения, че нужната информация, познания за пазарите, конкуренцията, моделите, организацията на бизнеса в ЕС трябва да се получи, независимо от цената, защото това познание ще се превърне в предимство за фирмата, т.е. тези, които искат да се развиват и да са първи, да изпреварят своите конкуренти в България, ще направят необходимото, за да постигнат това предимство.

Каре 13. Състояние на консултантската мрежа - мнения на участниците в качественото изследване

- *Ние трудно отличаваме качеството. ... Вече навлязоха доста чужди фирми, ние смятаме, че ако се обърнем към немския консултант еди кой си, услугата ще е по-качествена. В редица случаи това е вярно, но по-качествена в сравнение с кого? Този баланс трябва да се научим да го правим. А разликата в цените е в пъти" (работодателска организация)*
- *"Има фирми в сивата икономика, които пет пари не дават за консултантски услуги и тяхната схема на мислене е друга. За тях бизнесът се прави като се отъркат до някой държавен служител или кмета и чрез преразпределение на държавни средства. Собственикът на фирмата трябва да е осъзнал добре потребността, какво точно му трябва, за да може да го остойности. А той като не е осъзнал какво точно му трябва, той не може да си направи оценката каква ще е ползата от това, което му трябва. Като не знае каква е ползата, той не знае колко ще похарчи за тази услуга" (работодателска организация)*

КАРЕ 13. СЪСТОЯНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКАТА МРЕЖА - МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ *(ПРОДЪЛЖЕНИЕ)*

- *"Ние да разберем, че Словения като е влязла в ЕС, в този бранш МСП половината са затворили поради тази и тази причина. Други са останали поради тези и тези причини. Ние да разберем какво се случва в ЕС с тези, които са по-близко до нас. В Унгария например какво е станало. В бранша на млекарите примерно от 6000 предприятия са останали 2000. Защо? Кои? С какви технологии? Тази информация някъде се съхранява. Предполагам, че тя трябва да е публична, защото консултантите обикновено злоупотребяват, всеки някой от някъде получил нещо и така иска да си го продаде. А това трябва да е безплатно. Докато не се получи ние не знаем какво да поискаме. Ами ако се окаже, че примерно колегата, който прави кашкавал, ако се окаже, че от 6000 предприятия са останали 2000, той ще търси завой в своята дейност, ще прави нещо друго" (представител на работодателска организация и бизнесмен)*

3.6.2. Тенденции за развитие на консултантски услуги – пазарни ниши

Консултантският бизнес е перспективна сфера, която тепърва ще се развива. От анкетното проучване, дискусиите във фокус-групите и дълбочинните интервюта се очертават следните тенденции в развитието на консултантските услуги:

- Важна роля на консултантските организации е посредническата – да предаде европейския опит, информацията за случващото се в ЕС в сферата на бизнеса и съответните браншове, за протичащите в ЕС процеси на разбираем и достъпен за МСП език.
- Свободните пазарни ниши в областта на консултантските услуги се очертават най-вече в областта на проектната подготовка и управление по различни програми и фондове, както и за изготвяне на бизнес и инвестиционни планове.
- Дълбочинните интервюта, проведени с представители на банки, очертават необходимостта от идентифицирането и предлагането на консултантски услуги, свързани с информационно осигуряване и обучение на банковия сектор относно възможностите, които те ще имат за осигуряване на съфинансирането на инициативи/проекти по европейските програми и фондове, свързани най-вече с предоставянето на кредити за така нареченото „мостово финансиране" и разработването на нови финансови инструменти.
- Лицензирането на консултантските услуги би могло да доведе до баланс в търсенето и предлагането както по отношение на качеството, така и по отношение на количество на услугите. То ще повиши доверието на фирмите в консултациите, които се предлагат, защото ще ограничи и корупционните практики. Вижда се, че в сферите, подлежащи на лицензиране и свързани с ясно регламентирана законова рамка – търсенето и използването на консултантски услуги са изравнени, а даже в някои случаи използването надвишава като процент необходимостта – това са обученията, правните и счетоводни услуги и консултации,

патентоването и защитата на интелектуалната собственост. Дисбалансът при останалите е явен.

КАРЕ 14. СЪСТОЯНИЕ НА КОНСУЛТАНТСКАТА МРЕЖА – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"В Италия, например, всички такива служби ги събират под един покрив, да са много лесно достъпни за предприемачите, докато тук самите асоциации, служби и съюзи трябва да бъдат издирвани из целия град, те са из всички обществени сгради, в които може да се предположи, че могат да бъдат намерени... Няма прокарано държавна политика, която да осъществи контакта ни с тези организации и да се опита да даде сграден фонд, където да ги постави макар и с по един офис, за да бъдат заедно. За сега единствено ходенето на място и оставянето на визитки информира предприемачите за съществуването на тези организации" (работодателска организация)*
- *"За частните консултанти - ако не им се даде достатъчна отговорност, ще съществуват тия корупционни схеми. И това трябва да стане според мен със закон и то със закон за консултантската дейност. ... Защото, ако излезе един такъв закон, той ще регламентира и ще постави в едни много строги рамки тези неща. И тогава до голяма степен ще се засегнат много интереси. Но това е пътят" (консултантска организация)*

- Твърде слабо са развити и предлагани иновационните услуги като патентоване и защита на интелектуална собственост (7.2% от респондентите са ползвали такива услуги) и информация за нови технологии и възможности за технологичен трансфер (12.6% от респондентите са ползвали такива услуги), което представлява още една пазарна ниша, която ще се развива в бъдеще. ОП „Конкурентоспособност" би могла да бъде катализатор на този процес.

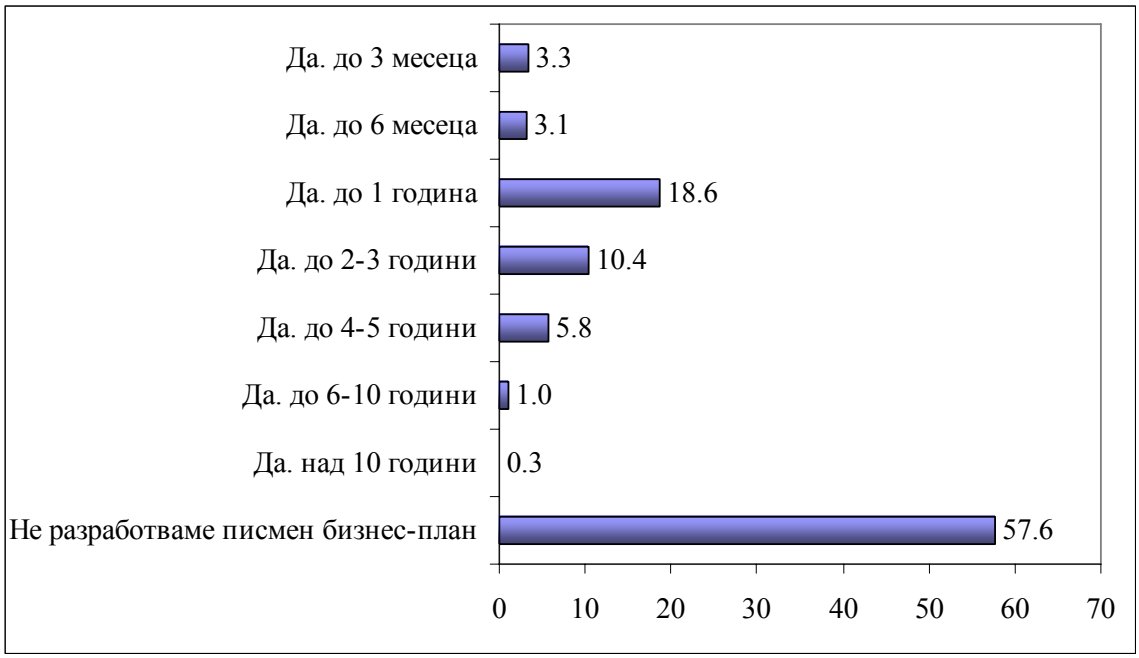
3.7. БИЗНЕС СТРАТЕГИИ И УПРАВЛЕНСКИ ПРОГРАМИ НА МСП

Адекватната подготовка на МСП за конкуренция в условията на членство в Европейския съюз несъмнено включва увеличаването на хоризонта на планиране и акцентиране на стратегическото управление и устойчив растеж, вместо досегашния фокус само на оперативното управление и оцеляването. В ситуация, в която "стратегическото" се възприема предимно ex-post - рефлексия върху успешно предприемаческо поведение, а не ex-ante – рационално разработен план за използване на конкурентните предимства, минимизиране на заплахите и т.н., е необходимо фокусиране върху механизмите и методиките за изработване на стратегии, вътрешноорганизационното устройство и партньорството между фирмите в изготвянето на стратегии и дългосрочни планове. По този начин фирмите ще могат да синхронизират своите бизнес дейности с тези на националното планиране за развитие (с хоризонт от 7 години), оперативните програми (които ще осигуряват голяма част от финансирането на растежа), както и с тези на партньорите си и заинтересовани страни (местни – чрез регионалните иновационни стратегии или общински и регионални планове за развитие) и международни (чрез рамковите програми на ЕС).

Един от индикаторите, който дава приблизителна оценка за стратегическото управление във фирмите е наличието на бизнес план. Близо 60% от фирмите нямат бизнес план, но около 10 % от тях имат желание да разработят такъв при наличие на

субсидия за привличането на външни консултанти за това по някоя програма. Разбира се, не винаги наличието на бизнес-план означава, че във фирмата има стратегическо мислене – често пъти се случва бизнес план да се разработва заради външни причини – напр. получаване на банков кредит. Близо 60 % от бизнес плановете на фирмите са с хоризонт от една година, и едва 17 % са с хоризонт над 4 години, като само 2 % са с хоризонт от 6 до 10 години, който покрива хоризонта на Националния план за развитие. Ако до края на 90-те липсата на дългосрочно планиране се обясняваше с финансовата нестабилност и общата икономическа несигурност, в който печеливша стратегия беше “вземи парите и бягай”, то през 2006 г. липсата на визия отвъд оперативната година е по-скоро сериозен недостатък. Все пак, в сравнение с 2004 г. има известен напредък както по отношение на разработени бизнес планове (нарастване около 15 пункта) и малко увеличение на средния хоризонт (между 6 и 10 месеца).

ГРАФИКА 22. РАЗРАБОТВАНЕ НА БИЗНЕС-ПЛАН ВЪВ ФИРМИТЕ (% ОТ ФИРМИТЕ)



База N= 1011

Около половината от фирмите споделят, че при разработването на планове за дейността на фирмата нямат формализирана система, а се ръководят от “здравия разум” и следят основните пазарни тенденции. Това следене обаче, отново не е формализирано и става предимно чрез обмяна на информация с търговски партньори, следене на специализирана преса или на специализирани сайтове в интернет. Това до голяма степен се обяснява със специфичния социален опит на собствениците и мениджърите, които са свикнали да разчитат предимно на себе си, на интуицията си и на тясното си обкръжение. Освен това те са скептични и спрямо академично-изследователско-консултантския сектор (едва 3.5 % от фирмите наемат външни консултанти при разработването на плановете си). Новите управленски подходи и “моди” все още бавно си пробиват път в българските предприятия, като най-лесно това се случва в областта на управление на човешките ресурси и управленските информационни системи за средни и големи предприятия.

Стратегическото планиране е сфера предимно на собствениците и мениджърите (24%), като едва в 5-6 % от фирмите има нарочни отдели или процедури за извършване на тази дейност. Разбира се, трябва да се има предвид и преобладаващия характер на микропредприятията, които в много случаи са просто форма на самонаемане и са по-скоро в сферата на предприемачеството. Не случайно Евростат дава данни за навлизането на ИКТ само за фирмите над 10 човека.

Според резултатите от проведените фокус групи, най-често малките и средни предприятия мислят в перспектива от една до 3 години, много рядко отделни МСП и до 5 г. Голямата динамика на средата е основната причина малкият бизнес да не мисли дългосрочно, а да се съсредоточи основно над проблемите на оперативната си дейност. Дори фирмата да подготви бизнес план, той няма как да е устойчив в неустойчивата, според представителите на консултантски организации, бизнес среда. Честата наложителна смяна на извършваните дейности и предлаганите услуги, особено от малките фирми, които са принудени да бъдат гъвкави, е пречка за едно по-дългосрочно планиране на бизнес дейностите. Самата терминология, свързана с бизнес планирането, се приема като сложна и не е позната сред голяма част от малките предприятия, което допълнително затруднява процесите на планиране. Фирми в строителството, например, разработват *„някаква стратегия"* на базата на подписаните договори с клиенти. Бизнес планове се изготвят най-вече по конкретен повод – най-вече заради кандидатстване за кредити, по различни лизингови схеми и др.

Каре 15. Бизнес стратегии и управленски програми на МСП – мнения на участниците в качественото изследване

- *"Пазарът е много изненадващ и конюнктурата е загадъчна и те просто нямат друг избор, освен да бъдат адекватни на пазара" (консултантска организация)*
- *"Хайде бизнес планиране да го наречем или нещо такова. Защото като им го кажеш, понякога това ги стресира. Малко големи думи, по-страшни изрази и просто казват това не е за нас, въпреки че същността на нещата не е толкова сложна" (консултантска организация)*
- *"Докато не се уредят законите в тая държава, просто не мога да планирам нищо напред като не знам какъв закон ще излезе. И какви ангажименти страната е поела по отношение на ЕС. Това никой не го знае. Утре може да кажат, че персоналът не трябва да е с еди какво си образование, с еди що си. Аз откъде сега да почна да планирам нещо, като не знам какви ще бъдат изискванията след това, след 2007" (собственик на малка фирма)*
- *"Засега е малко рисковано по-напред от една година да се планира евентуално, защото не е много ясно какво точно ще бъде след приемането ни... Но първо трябва да мине една година, за да видим какви са изискванията" (собственик на малка фирма)*
- *"90% от фирмите само мениджърите знаят каква е стратегията. Другите във фирмата не знаят. Голяма част нямат дори и стратегия... Визия, стратегия такива неща са им чужди все още (консултантска организация)*
- *"Изготвят бизнес план само с конкретна цел, бизнесплан, който да бъде представен пред банката или по повод на проект" (консултантска организация)*
- *"Мениджърът знае примерно много за стратегия, за бизнесплан, но персоналът надолу наистина не знае. И примерно ако се случи нещо, не дай си Боже, с тоя един или двама души, просто бизнесът е дотам, т.е. няма приемственост" (консултантска организация)*

Каре 15. Бизнес стратегии и управленски програми на МСП – мнения на участниците в качественото изследване *(Продължение)*

- *"Фактът, че те нямат писмен документ, който да формулира фирмената стратегия, не винаги значи, че нямат стратегия. Те си имат някаква идея в главата, но както казваш един или двама човека и никой не си прави труда да я сведе до останалите. Няма никаква документация, хората не са въвлечени, ... това не е техния проблем, това е нечий друг проблем обикновено. Тази цел винаги съществува, но тя съществува в главите на малко на брой мениджъри" (консултантска организация)*
- *"Трябва да разберат и нашите мениджъри, че за да успее фирмата им, техните служители трябва да разберат какви са целите, да ги споделят, да ги приемат като свои, за да работят по тях. А не да му се дава там заповед, нареждане или задача и той да я изпълнява, без да знае защо и какво прави и какво всъщност постига – заради парите ли си работи... Може би това е един дълъг и сложен процес, но трябва отнякъде да започне" (консултантска организация)*

IV. КАПАЦИТЕТ НА МСП ЗА УЧАСТИЕ В УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВА ОТ ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ

Проведените количествено и качествено изследвания сред МСП в България обхваща широк кръг от въпроси относно:

- участие на МСП в европейските програми и абсорбирането на средства от европейските фондове;
- фактори, затрудняващи участието на МСП в европейските програми;
- степен на информираност на предприятията и информационни източници;
- готовност на МСП за участие в европейските структурни фондове през новия програмен период чрез Оперативната програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013" (ОП „Конкурентоспособност");
- потребностите на МСП от финансова подкрепа, чрез които да се очертаят бъдещите направления на финансовата подкрепа от структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност".

4.1. Участие на МСП в усвояването на средства от европейските предприсъединителни фондове

Резултатите от проучването показват, че:

- Само 1.4% от анкетираните фирми декларират, че са получили финансова подкрепа по линия на програма ФАР; 1.6% от анкетираните фирмите са получавали финансиране от програма САПАРД; 0.7% са получили финансова подкрепа от ИСПА.
- 5.2 % от участниците в изследването отговарят, че са кандидатствали, но не са получили финансиране от нито една европейска програма. **89.5% от**

анкетираните фирми никога не са кандидатствали за финансова подкрепа от европейски и международни фондове и програми.

- Нито един от анкетираните участници не е отговорил положително на въпроса „Получавала ли е фирмата финансова подкрепа от: IV, V, VI рамкова програма на Европейския съюз за научни изследвания и технологично развитие".

Таблица 17. Получена финансова подкрепа от МСП по програми и фондове на ЕС

Получавала финансова подкрепа от: ФАР	1.4
Получавала финансова подкрепа от: САПАРД	1.6
Получавала финансова подкрепа от: ИСПА	0.7
Получавала финансова подкрепа от: IV, V, VI рамкова програма на Европейския съюз	0.0
Получавала финансова подкрепа от: Други	0.7
Фирмата е кандидатствала, но не е получавала финансиране	5.2
Фирмата не е кандидатствала за финансова подкрепа от европейски/ международни фондове и програми	89.5
Не знае-Не отговорил	1.9

База N= 1011

Резултатите от проучването показват много слаба активност на фирмите при участието им в конкурси по европейските програми, което може да се обясни с факта, че повечето от участниците в изследването са микро и малки предприятия (51% от анкетираните са с персонал до 10 наети работници/служители и 28.2% са с персонал между 11 и 50 работници/служители), които са с къс хоризонт на планиране на дейността (57.6% от анкетираните изобщо не разработват писмени бизнес-планове, а 18.6% разработват бизнес-планове с времеви хоризонт до 1 година), който не може да се съгласува с времевата рамка на подготовката и изпълнението на проекти. Слабо се познават европейските програми и предлаганите от тях възможности поради недостатъчен вътрешнофирмен капацитет (персонал, който ползва чужди езици, работи добре с компютър и ползва интернет, както и умения за разработване и управление на проекти) за участие в конкурси. Друга причина е, че едва напоследък по програма ФАР има мерки директно насочени към МСП.

Нито един от анкетираните не е участвал в конкурси по рамковите програми на Европейския съюз за научни изследвания и технологично развитие[23] (Четвърта, Пета, Шеста рамкови програми). Това, от една страна, индикира слабия интерес на фирмите към участие в научноизследователски и иновационни проекти, чрез които да решават определени проблеми на своето производство, а от друга страна, практически прекъснатата или много слабата връзка с научноизследователските институти и университетите. Това е и показател за ниската степен на готовност за реалното кооперране на фирмите с чуждестранни партньори в проекти за научни изследвания и технологично развитие, тъй като за участие в рамковите програми се формират международни консорциуми от партньори. Вероятните причини за слабата активност на фирмите са отново недостатъчния вътрешнофирмен капацитет, неосъзнатите възможности, които предоставят тези програми, както и факта, че повечето фирми

[23] *По данни на Министерството на образованието и хауката по проекти на Шеста рамкова програма (2002-2006 г.) са участвали само 52 МСП, от които нито едно не е попаднало в извадката на анкетното проучване.*

реализират продукцията си на вътрешния пазар (78.9% от анкетираните фирми), поради което не чувстват потребност от кооперране с европейски партньори. Друга голяма пречка е нерешеният проблем с ДДС за фирмите, участващи в Шеста рамкова програма за научни изследвания и технологично развитие. Дейностите по проекти, финансирани по линия на *Шеста рамкова програма на Европейската общност (2002 - 2006)* са освободени от ДДС съгласно:

- Меморандума между Република България и Европейския съюз за присъединяването на България към Шестата рамкова програма за научни изследвания, технологично развитие и демонстрационни проекти, допринасяща за създаването на Европейско научноизследователско пространство и за иновации (2002 - 2006), и към Шестата рамкова програма на Евратом за ядрени научни изследвания и обучение, допринасяща за създаването на Европейско научноизследователско пространство (2002 - 2006) и приложенията към него.
- Регламента на Европейския парламент и на Съвета относно правилата за участие на субекти, научни центрове и университети и за разпространяване на научноизследователските резултати за осъществяване на Шестата рамкова програма на ЕС (2002 - 2006), и
- Решение № 1/2002 на Съвета за асоцииране България - Европейски съюз, установяващо общите принципи за участието на България в програмите на ЕС.

С оглед възстановяване на ДДС по тези договори българските организации имат възможност да подават *Искане за потвърждаване наличието на основание за ползване на режима по чл. 92 от ЗДДС и* в съответствие с.чл. 83 ал. 2 от *Правилника за прилагане на Закона за данък върху добавената стойност* (глава "Освобождаване от данък по силата на международни договори, спогодби, конвенции и други подобни"). Въпреки това, тази възможност е оставена изцяло в ръцете на данъчните служби (понастоящем Териториални дирекции на Национална агенция по приходите) и субективното тълкуване на съответните държавни служители поради липсата на изричното упоменаване на Рамковите програми в текста на ЗДДС и правилника за прилагането му.

Тези изводи се потвърждават и от проведените дискусии във всички фокус-групи, които разкриха ниската заинтересованост от страна на фирмите към европейските фондове и програми, както и фокусирането на мениджърския състав върху решаването на ежедневни проблеми. По време на дискусиите се акцентира и върху времевия хоризонт на планиране – при микро и малките предприятия на практика липсва средносрочното и дългосрочното (стратегическо) планиране на дейността.

Факторите, които затрудняват фирмите в получаването и използването на средства от европейските фондове и програми, могат да бъдат групирани в няколко основни групи. Фирмите, които не са кандидатствали за такава финансова подкрепа, също са посочвали фактори с презумпцията, че те биха ги затруднили в процеса на кандидатстване.

- На първо място, това са сложните и бюрократични процедури за кандидатстване (посочени от над две трети от кандидатствалите фирми); затрудненията с формулярите и формите за кандидатстване; големите разходи за кандидатстване;
- Като фактор, който ги затруднява/ би ги затруднил при кандидатстването по европейски фондове и програми, фирмите посочват и липсата на информация за програмите (съответно 38,7% и 27,2%);

- Допълнителното заплащане за посредници при кандидатстване също се явява съществено препятствие за 38,7% от кандидатствалите фирми;
- Като пречка за успешното участие е посочена и липсата на квалифициран персонал във фирмата, както и затрудненията при ползването на чужд език;
- Осигуряване на съфинансиране и сложните процедури на финансова отчетност също са посочени от фирмите, кандидатствали за финансова подкрепа от европейски/ международни програми като затрудняващи работата им с европейските фондове (съответно 30,2% и 36,8%).

ТАБЛИЦА 18. ФАКТОРИ, ЗАТРУДНЯВАЩИ ФИРМИТЕ ПРИ УЧАСТИЕ В ЕВРОПЕЙСКИ ФОНДОВЕ И ПРОГРАМИ (ДЯЛ НА ОТГОВОРИТЕ „ДА")

Фактори	Всички фирми	Кандидат-ствали фирми	Фирми, които не са кандидатствали
Много големи разходи за кандидатстване	14.1	26.4	12.7
Програмите не съответстват на нуждите на фирмата	12.6	12.3	12.6
Липса на информация за програмите	28.4	38.7	27.2
Затруднения с формулярите и формите за кандидатстване	14.4	30.2	12.6
Сложна и бюрократична процедура на кандидатстване	29.1	67.0	24.6
Трудности при намирането на партньори - субконтрактори	13.5	25.5	12.0
Осигуряване на съфинансиране	15.3	30.2	13.6
Затруднения с ползването на чужд език	10.8	15.1	10.3
Сложни процедури на финансова отчетност	15.7	36.8	13.3
Допълнителното заплащане за посредници при кандидатстване	16.8	38.7	14.3
Липса на квалифициран персонал във фирмата за кандидатстване по програми и управление на проекти	16.0	18.9	15.7
Друго	1.4	6.6	0.8
Фирмата не е кандидатствала за подкрепа от европейски- международни фондове и програми	89.5		100.0

База N = 1011 (всички фирми); База N = 106 (кандидатствали фирми); База N = 905 (фирми, които не са кандидатствали)

Сред *външните фактори*, затрудняващи фирмите в получаването и използването на средствата на европейските фондове, с най-голяма тежест за сложните и бюрократични процедури (29.1%) и липсата на достатъчно информация за европейските програми (28.4%). Вътрешнофирмените фактори като липса на квалифициран персонал и слабото владеене на чужди езици са посочени като пречки от почти два пъти по-малко фирми. По време на фокус-групите беше споделено, че фирмите нямат ясно разбиране за това какво е проект и че липсват умения за

управление на проекти, правилата на финансова отчетност по европейските програми също затрудняват и дори плашат фирмите.

В рамките на проведените фокус-групи липсата на достатъчно информация се очерта като съществен фактор, затрудняващ фирмите при кандидатстване по европейските програми и фондове. Беше отбелязано, че ако има информация, то тя е прекалено обща и не позволява фирмите сами да подготвят документите си за кандидатстване. В тази връзка беше обсъдена и ролята на консултантите. Фирмите са склонни да търсят по-скоро общо бизнес-консултиране като счетоводно-финансови и маркетингови услуги, които са свързани с основната и ежедневната им дейност, отколкото консултиране за подготовката на предложения за кандидатстване по европейските фондове и програми.

Друга причина за слабото участие на фирмите е необходимото съфинансиране, което в повечето случаи е до 50% от стойността на проекта. В общия случай микро и малките предприятия не разполагат със свободен паричен ресурс, налага се да се блокират оборотни средства, а подходящите за МСП финансови инструменти за съфинансиране от страна на банките (например, мостово финансиране) са силно ограничени.

Основният извод, който може да се направи е, че през 2006 г. **фирмите не визират отворените за българско участие европейски програми и фондове като значим източник на финансиране за инвестиционни проекти, нови технологии, изграждане на вътрешнофирмен капацитет и иновационни проекти**.

Според всички изследвани групи в качественото изследване, затрудненията при участието на МСП в усвояването на предприсъединителни фондове включват трудности с проектната документация – *„изключително детайлни формуляри”*, неразбиране и невъзможност да се отговори на изискванията по програмите, слаба езикова подготовка (езикова бариера). Дългият времеви цикъл, включващ времето от идейното изготвяне на проекта, попълването на формулярите, изпращането на документите, тяхното разглеждане и евентуално получаването на средствата обратно, който може да отнеме 2 и повече години, също се счита за сериозен проблем от представителите на работодателските организации.

Като положителен факт се отчита, че все повече МСП (най-вече експортно ориентираните) имат специалисти с достатъчно познания, включително и езикови, и могат да се справят с “предизвикателството” изискуемата проектна документация да се попълва грамотно и на английски език.

Част от включените в качественото изследване собственици и управители на МСП изразяват страх от корупция в институциите, отговорни за одобряване на проектите и отпускане на сумите. Корупцията се възприема като основна пречка за кандидатстване и получаване на средства по проекти, този страх е и важна причина според МСП те *„да не си направят изобщо труда да подготвят проект”*. Корупционните практики най-често се споменават под формата на „консултанти”, които „гарантират” успеха на проектното предложение още в етапа на неговата подготовка.

Като съществен проблем пред малките фирми за кандидатстване за средства от ЕС се посочва и липсата на доверие към институциите, *„които трябва да преодоляваме”*. Процесът на взаимодействие с институциите се възприема от страна на МСП, включени в качественото изследване, по-скоро като борба, съревнование, конкуренция, а не като партньорство и взаимен процес на оказване на подкрепа и съдействие.

Като най-подготвени за процедурите по кандидатстване за средства от ЕС се оценяват фирмите от секторите туризъм, селско стопанство, както и в областта на инфраструктурата.

Каре 16. Участие на МСП в усвояването на средства от европейските предприсъединителни фондове – мнения на участниците в качественото изследване

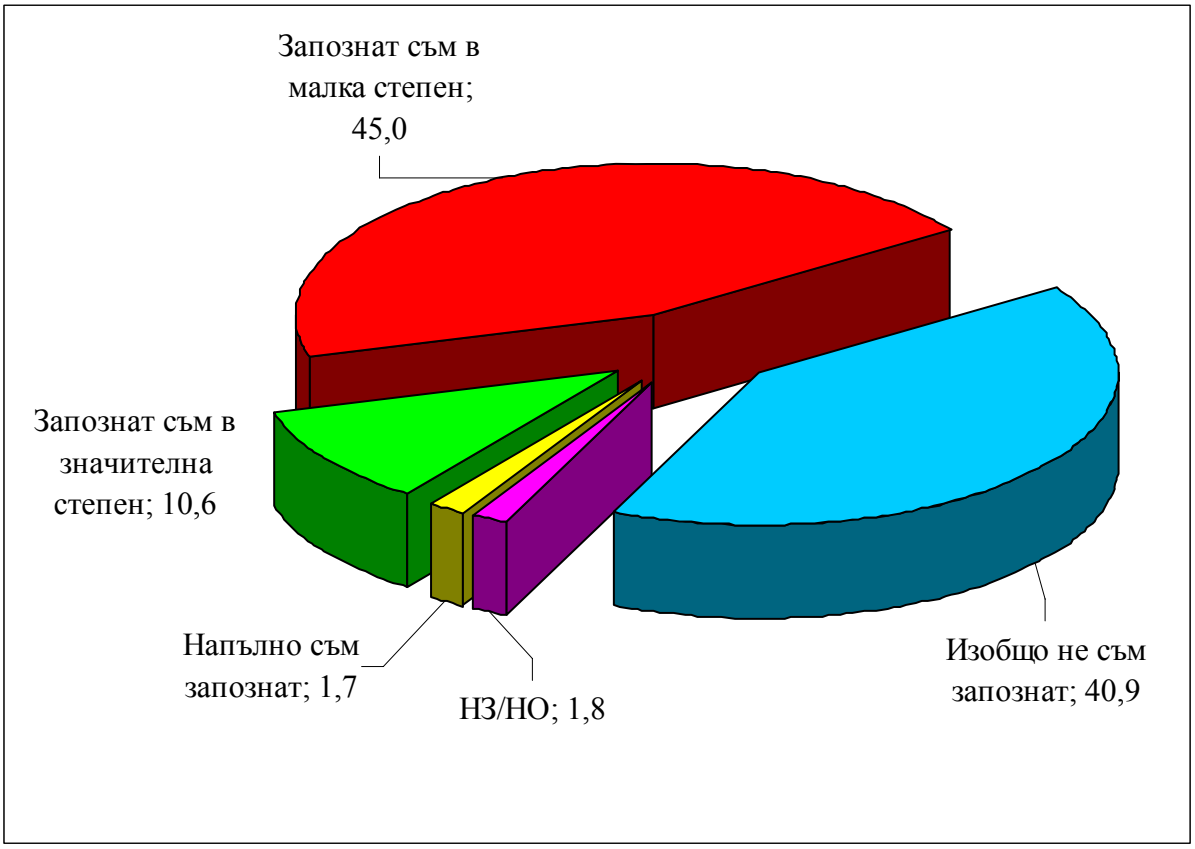
- *"Независимо, че са много ентусиазирани да използват европейски пари, формите имат известна уплаха може би от документацията, с която трябва да се справят, от процедурите, които трябва да следват" (работодателска организация)*
- *"Да, повишаване на информираността би помогнало. Но всички приказват някакви изтъркани фрази за прозрачност и не знам какво си. Ама няма търгове, които да са нормални. Аз искам да има реален търг" (представител на работодателска организация и бизнесмен)*
- *"Говоря с един колега, който участва в един такъв проект, отделил е много време и поради дребни бюрократични спънки не е получил одобрение по проекта. Проблемът според него е, че се гледа прекалено педантично на малките и средните фирми, че опасността те да направят грешка в тези проекти е много по-голяма. И има едно съмнение, че няма максимална прозрачност при одобряването на проектите" (работодателска организация)*
- *"В началото предприемачите се натоварват с много документална обработка, с много неща, които не е ясно ще бъдат ли одобрени, не е ясно дали ще тръгнат да се реализират... От там произлиза това, че още като се подготвяш да кандидатстваш и се отказваш" (работодателска организация)*
- *"Аз кандидатствам и участвам по тези програми. И губя много. И ви казвам отидете да участвате в Бургаска община по някоя от програмите. Програмите са изцедени от София, тука идва може би 1/10 от финансите. Няма сериозна програма, която да не се води от София… Идва ограбено и тука трябва винаги да работим като подизпълнители. Което е ужасно. Може ли нормален бизнес да участва в една програма? Няма информация. Ние трябва да се натискаме, да бъдем прекалено борбени, за да стигнем до някоя програма и накрая да кандидатстваме, изписваме около 20 листа, носим всички документи и накрая се оказва, че тя е спечелена от някой, който познава еди кого си… Нека от София да вземат единия лев, но да оставят 9. А не да взимат всичко. Покажете ми една голяма програма, която да не е спечелена от София" (представител на работодателска организация и бизнесмен)*

4.2. Степен на информираност на МСП по отношение на възможностите, предоставяни от структурните фондове на ЕС. Източници на информация и познаване на правилата и изискванията на структурните фондове.

МСП са недостатъчно информирани относно възможностите за работа със структурните фондове на ЕС - 45% от анкетираните фирми са отговорили, че са запознати в малка степен с възможностите за работа със структурните фондове, а 40.9% от тях, че изобщо не са запознати с тези възможности. 10.6% от анкетираните споделят, че са запознати в значителна степен, а **едва 1.7% от фирмите са напълно запознати с възможностите, които ще бъдат предоставен от структурните фондове.** Причините

за тази слаба информираност могат да бъдат както неактивното търсене на информация от страна на фирмите поради това, че стартовата дата на членството на страната в Евросъюза се разглежда като своеобразен вододел, така и недостигането на информационната кампания за възможностите, които структурните фондове предоставят на МСП до самите фирми. От фокус-групите става ясно, че фирмите предпочитат да бъдат в пасивна позиция и да изчакат около една година след приемането на страната за член на ЕС, за да се ориентират относно възможностите и изискванията, които ще произтекат от него. Някои фирми дори считат, че през 2006 г. е рисковано да се планира дейността за повече от една година.

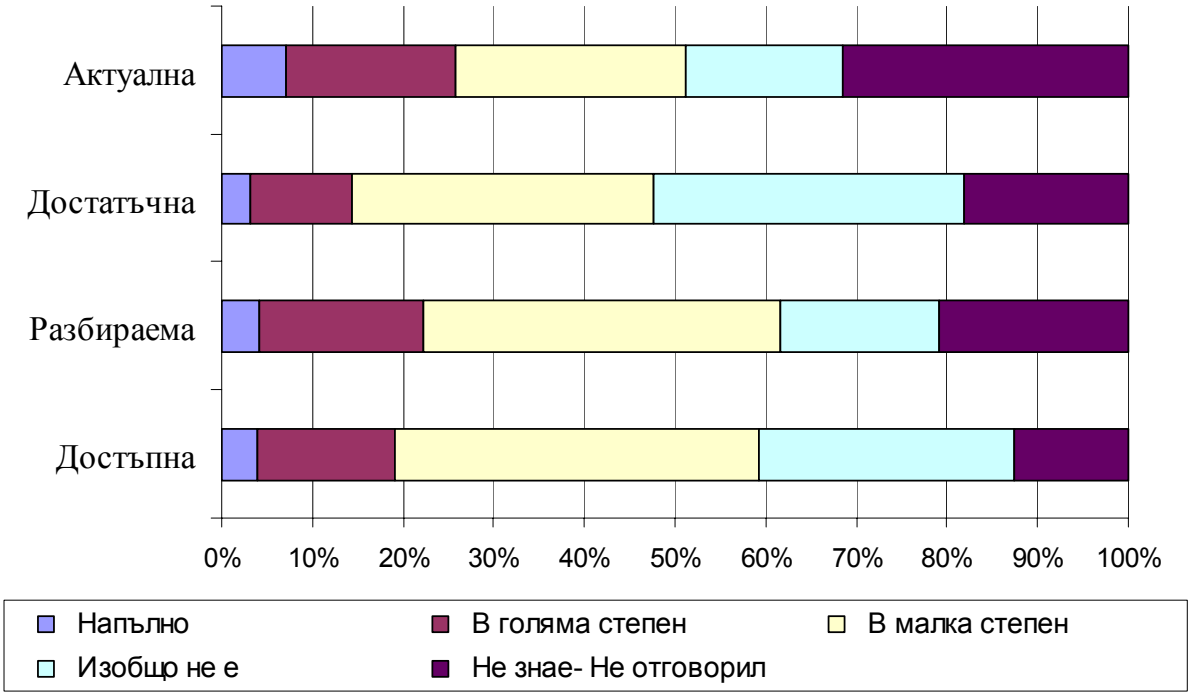
ГРАФИКА 23. ЗАПОЗНАТОСТ С ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА ПОДКРЕПА НА МСП, КОИТО ЩЕ БЪДАТ ПРЕДОСТАВЕНИ ОТ ЕС СЛЕД присъединяването НА БЪЛГАРИЯ КЪМ НЕГО



База N= 1011

Слабата информираност по всяка вероятност ще резултират в слабо участие в първите конкурси, които ще бъдат отворени след присъединяването на страната ни към ЕС, поради кратките срокове за подготовка на предложения за проекти, в рамките на които фирмите няма да успеят да преодолеят информационния дефицит и да изградят вътрешнофирмен капацитет.

ГРАФИКА 24. НАЛИЧНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ФОНДОВЕ И ПРОГРАМИ



База N= 1011

Само 4% от анкетираните фирми считат, че наличната информация за европейските фондове и програми е напълно достъпна, според 4.1% тя е напълно разбираема, 3.2% отговарят, че наличната информация е напълно достатъчна, а според 7.1% информацията е напълно актуална.

Основните информационни източници, които фирмите ползват, могат да бъдат аранжирани както следва: електронни медии (телевизия и радио) – 46.8%, интернет – 38.5%, бизнес-партньори, приятели и колеги – 38.4%, печатни материали – 34.7%. С малък дял са семинарите и конференциите, които са посочени като информационен източник само от 5.0% от респондентите, както и индустриалните, търговските, браншовите асоциации, които са посочени от 9.0% от интервюираните като източник на информация. Това може да се обясни с факта, обсъждан в рамките на фокус-групите, че част от проявите, на които се представя информация за кандидатстване по различни европейски програми и фондове, се организират от консултанти, които не предоставят пълната информация, а по-скоро се стремят да намерят бъдещи клиенти.

ТАБЛИЦА 19. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИОННИ ИЗТОЧНИЦИ

Източници на информация	Да	Не
Семинари, конференции	5.0	95.0
Печатни материали, списания	34.7	65.3
Електронни медии (телевизия и радио)	46.8	53.2
Индустриални, търговски-браншови асоциации	9.0	91.0
Бизнес партньори, приятели, колеги	38.4	61.6
Държавни институции и ведомства	10.5	89.5
Университети, научноизследователски организации	0.6	99.4
Директни контакти с Европейската комисия	0.8	99.2
Интернет	38.5	61.5
Други	4.3	95.7
Не знае / Не отговорил	*8.4*	*91.6*

База N= 1011

Мнението на представителите на работодателските организации също е, че МСП все още не са запознати с правилата и начините на кандидатстване от фондовете на Европейския съюз и за получаване на финансиране чрез структурните фондове. Това е обяснимо, тъй като още няма програмиране от тези фондове, не е разработена документацията за кандидатстване, не са уточнени правилата и насоките за кандидатстване. Работодателските организации обаче, са регистрирали нарастващ интерес към този процес от страна на фирмите, макар и да се отчита голямата ангажираност с ежедневни оперативни проблеми, по-малкия административен капацитет и липсата на подготвен и компетентен персонал.

По отношение получаването на информацията за структурните и кохезионния фондове, ръководителите и собствениците на МСП изразяват мнение, че биха се чувствали по-спокойни при осъществяване на личен контакт с експерти от съответните министерства. Информацията за фондовете на ЕС плаши ръководителите на малките предприятия – тя е налична основно от средствата за масова информация, но се оценява като *„малко, недостатъчна и мъглява”, „завоалирана”*, не конкретна. Собствениците на МСП препоръчват разяснителни кампании по места – експертите да запознават МСП с конкретните изисквания. МСП засега са по-скоро в пасивна позиция – въпреки декларираното желание да се включат в проекти с европейско финансиране, собствениците и ръководителите очакват някой да ги потърси и да им предостави информация. От една страна, бизнесът се оплаква от липса на достатъчно и ясна информация, но от друга, самите бизнесмени споделят, че не търсят информация и не проявяват активност. Съществуването на фондове за усвояване се възприема по-скоро като проблем на държавата – тя трябва да търси кой да усвои фондовете чрез предоставяне на информация на ниво МСП по места. Тази пасивност у част от деловите среди се отбелязва и от представителите на работодателските организации, тя резултира в слаба запознатост на ръководителите и собствениците на МСП с тази материя (*„или знаят не повече от това, което има във вестниците”)*.

Представителите на работодателските организации считат, че МСП по принцип имат неограничен достъп до всякакъв вид информация от Европейския съюз, включително и информация за структурните фондове. Според тях, информацията е достъпна, достатъчна, подробна и стига да има желание информация може да се

получи. За МСП обаче, се изразява съмнение, че този тип информация е достатъчно разбираема.

Според консултантите, информацията за ЕС, фондовете и изискванията за получаването на средства по тях е достъпна, достатъчна и разбираема. Представителите на консултантските организации също считат за необходимо провеждането на кампания, насочена към повишаване на активността на МСП в посока насърчаване на търсенето на информация, по-голяма заинтересованост, повишаване на общата култура и по-широко запознаване с информацията от и за ЕС и фондовете.

КАРЕ 17. СТЕПЕН НА ИНФОРМИРАНОСТ НА МСП ПО ОТНОШЕНИЕ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ, ПРЕДОСТАВЯНИ ОТ СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕС; ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

- *"Въобще не трябва да отива информацията в големите фирми, а в малките общини, събират се хората и директно се работи. Иначе никакъв не е проблемът на голямата фирма, тя има 15 малки фирми и пак тя ще вземе парите" (представител на средна фирма)*
- *"Аз бих по друг начин поставила тук въпроса - малките и средни предприятия да получат информация какъв инвеститорски интерес има към региона и какъв профил се очаква от тях да покажат, за да изберат и да решат дали могат да отговорят на този инвеститорски интерес" (консултантска организация)*
- *"Бих призовала бизнеса също да се информира сам, да не чака постоянно да му се поднесе цялата информация, защото например нашия евроцентър, който функционира към палатата, разполага с всевъзможни издания, които също се разпространяват безплатно от Европейската комисия. ... Та нито един, наистина го казвам това, нито един не е дошъл да поиска нещо, а то е толкова ясно написано вътре. Просто като едно самоповишаване на общата култура ли, не зная как да го нарека, наистина има нужда от това. Има ги източниците, достъпни са, на хубав език са написани, разбрано, на български са, хубави са изданията, но нито един не е дошъл да прояви интерес" (консултантска организация)*
- *"Бих разделил нещата на две. Това, което е тук в България и това, което по принцип има като информация. За съжаление в България една част от държавните служители смятат, че когато отидат в Брюксел и чуят нещо, те стават единствен преносител и източник на информация и се държат с останалата публика като първоизточници на единствена истина" (работодателска организация)*
- *"Фирмите не обичат да четат. Аз казах, че има известен недостиг на информация, но даже това, което го има не се чете. Най-често се разчита на приятел, познат или познат държавен служител, вместо да отидеш да прочетеш.... Интернет – казахме колко хора ползват интернет. За английски – ясно какво е положението" (работодателска организация)*

КАРЕ 17. СТЕПЕН НА ИНФОРМИРАНОСТ НА МСП ПО ОТНОШЕНИЕ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ, ПРЕДОСТАВЯНИ ОТ СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕС; ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ – МНЕНИЯ НА УЧАСТНИЦИТЕ В КАЧЕСТВЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ *(ПРОДЪЛЖЕНИЕ)*

- *"Слаба е именно рекламно-разяснителната работа, която се извършва от различните министерства. От София онова, което се подава като информация, не е изцяло изчистено или не е докрай ясно. Или поне така е представено, че до голяма степен се затрудняваме и ние като експерти и като специалисти, а впоследствие се оказва, че онова, което ние дори сме разтълкували и сме смятали, че е валидно за бизнеса, се оказва, че не е точно така. И затова молбата ни към съответните министерства е да се прави по-широка рекламно-разяснителна, и то конкретна, работа. Конкретно в такъв смисъл - да се казват параметрите и в този аспект смятам, че е много по-добре и ще се избегне до голяма степен тази корумпираност, чрез информираността. И тука искам да кажа, че имат място и неправителствените организации, и приемам тази подадена ръка и това сътрудничество между различните структури - и на бизнеса, и на държавните служби, и на НПО - да повишим икономическата и финансовата култура на малкия и средния бизнес. Смятам, че има място и за средствата за масова информация да водят подобна рекламно-разяснителна работа" (представител на консултантска организация)*

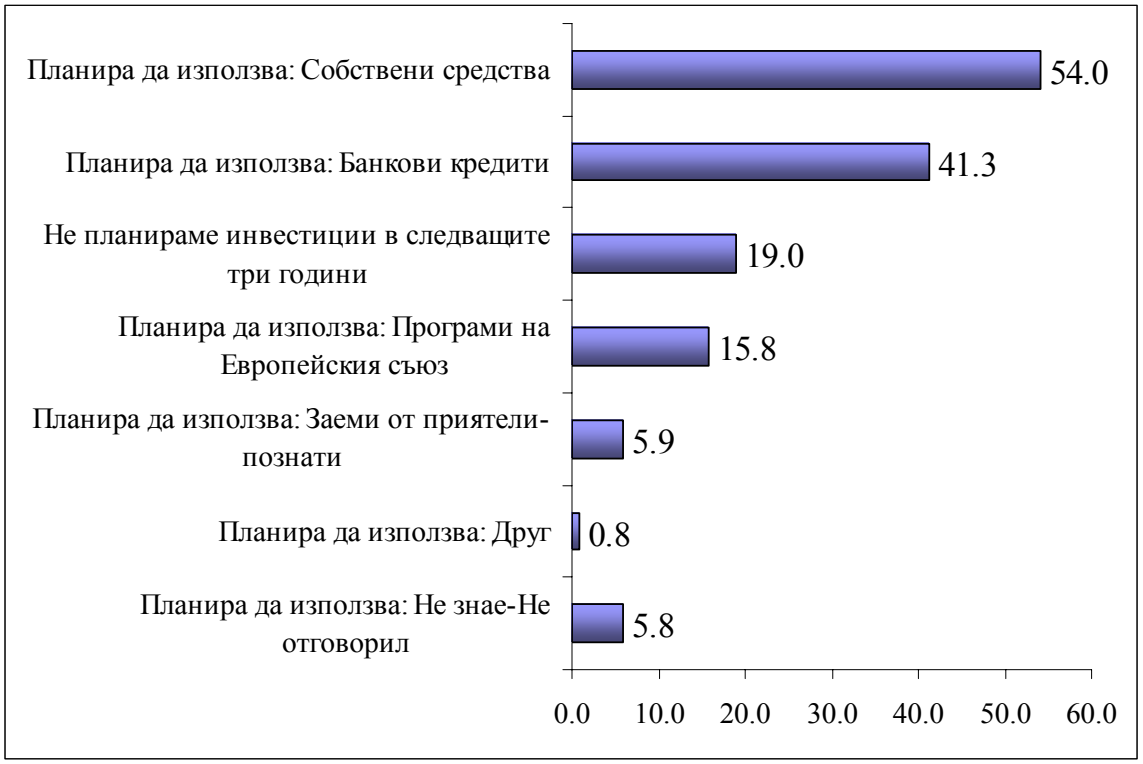
4.3. ГОТОВНОСТ И КАПАЦИТЕТ НА МСП ЗА УЧАСТИЕ В УСВОЯВАНЕТО НА СРЕДСТВА ОТ СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕС

4.3.1. Инвестиционни стратегии на фирмите

Резултатите от проучването показват, че през следващите три години като източници за финансиране на своите инвестиционни проекти фирмите основно ще разчитат на собствени средства (54%) и на банкови кредити (41.3%), а **15.8% от фирмите са отговорили, че ще разчитат и на средства от програмите на Европейския съюз**. Значителен е делът на организациите, които не планират инвестиции през следващите 3 години – 19%.

Резултатите от допитването разкриват и все още консервативното отношение на фирмите към външните източници на финансиране като цяло, което от своя страна е белег на ниска предприемаческа и икономическа култура от една страна, а от друга - показател за неефективното използване на собствените средства. Фирмите считат финансирането на инвестиционни проекти със собствените средства за по-добра алтернатива в сравнение с традиционното банково кредитиране.

ГРАФИКА 25. ИЗТОЧНИЦИ, КОИТО ПЛАНИРАТ ДА ИЗПОЛЗВАТ ФИРМИТЕ, ЗА ДА ФИНАНСИРАТ ИНВЕСТИЦИИТЕ СИ ПРЕЗ СЛЕДВАЩИТЕ ТРИ ГОДИНИ



База N= 1011

Основните инвестиционните проекти, към които ще се насочат фирмите през следващите три години, ще бъдат за технологично обновление на производството (61.5%), за покриване на стандарти/изисквания на ЕС (50.0%), иновационни проекти за разработване на нови продукти, технологии, услуги (25.4%), проекти за въвеждане на енергоспестяващи технологии (23.5%), както и за модернизиране на фирменото управление (22.1%).

На въпроса „Вашата фирма планира ли в близките три години инвестиции, за които бихте потърсили подкрепа от европейските структурни фондове?” делът на фирмите, отговорили положително, нараства от 15.8% на 35.4%. За реализиране на своите инвестиционни проекти фирмите ще търсят финансова подкрепа по линия на структурните фондове за технологично обновление на производството (49.4%), за покриване на стандартите/изискванията на ЕС (36.9%), за иновационни проекти за разработване на нови продукти/технологии/услуги (20.4%), за въвеждане на енергоспестяващи технологии (19.3%) и за модернизация на управлението на фирмата (14.0%). От направената съпоставка с планираните инвестиционни проекти може да се направи извода, че **фирмите ще разчитат на финансова подкрепа от структурните фондове преди всичко за технологично обновление на производството, за покриване на стандартите-изискванията на Европейския съюз, за въвеждане на енергоспестяващи технологии и за иновационни проекти.**

ТАБЛИЦА 20. ИНВЕСТИЦИОННА СТРАТЕГИЯ НА ФИРМИТЕ ЗА СЛЕДВАЩИТЕ 3 ГОДИНИ

Инвестиционни проекти	Имат намерение да инвестират		Биха кандидатствали за финансиране от ЕС	
	Не	Да	Не	Да
За покриване на стандартите/изискванията на Европейския съюз	50.0	50.0	63.1	36.9
За технологично обновление на производството	38.5	61.5	50.6	49.4
За модернизация на управлението на фирмата	77.9	22.1	86.0	14.0
За въвеждане на енергоспестяващи технологии	76.5	23.5	80.7	19.3
За осигуряване на качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса ми	91.3	8.7	92.7	7.3
За привличане на чуждестранни инвестиции	88.0	12.0	91.9	8.1
За бизнес кооперране и включване в бизнес мрежи (клъстъри)	90.2	9.8	92.7	7.3
За популяризиране и увеличаване на износа на фирмата	92.5	7.5	95.5	4.5
За разработването на нови продукти, технологии-услуги	74.6	25.4	79.6	20.4
За обучение и квалификация на персонала	84.4	15.6	90.5	9.5
Друго	96.1	3.9	95.5	4.5

База N= 358

Интересен е фактът, че макар фирмите да заявяват, че ще разчитат основно на собствен ресурс и банкови кредити, 35.4% от анкетираните планират през следващите три години инвестиции, за които ще търсят подкрепа и от европейските структурни фондове. В сравнение с участието на фирмите в програмите ФАР, ИСПА и САПАРД (3.7% участие и 5.2% кандидатствали, но без успех) се вижда, че независимо от пасивната позиция в момента, фирмите имат повишен интерес и положителни очаквания по отношение на финансирането по линия на структурните фондове.

4.3.2. Готовност за привеждане в съответствие с европейски стандарти

Във връзка с приемането на България в ЕС и готовността на фирмите за вътрешния пазар, **привеждането в съответствие с европейските стандарти** ще бъде и необходимо условия за използването на средствата от европейски програми и фондове, предназначени за фирмите. Впечатление прави отново слабото познаване от страна на фирмите на изискванията към тях, които ще произтекат от членството на страната в ЕС: напълно запознати с изискванията на CE маркировката са само 14.6% от анкетираните; с изискванията за опазване на околната среда – 19.6%; със системите за управление на качеството - 21.9%; вътрешната организация на производството - 19.8%; с изискванията за безопасни условия на труд - 31.7%. Необходимостта фирмите да приведат дейността си в съответствие с европейските стандарти произтича и от ниския дял на тези, които напълно покриват изискванията в момента:

- CE маркировка – 10.1%;
- изисквания за опазване на околната среда – 13.8%;

- системи за управление на качеството – 14.0%;
- вътрешна организация на производството – 13.4%;
- изисквания за безопасни условия на труд – 23.1%.

Пречките, които фирмите най-често срещат при покриване на изискванията на ЕС, са: недостатъчни финансови ресурси – 42.7%; липса на достатъчно информация – 40.8%; липса на подготвени кадри – 20.0%. Фирмите, които не са се сблъсквали с никакви пречки, са 22.9%.

Собствениците на малки фирми считат, че достъпът до фондовете на ЕС зависи пряко от размера на фирмата – средните и по-големите фирми имат по-голям шанс от малките и микро фирмите – това включва наличието на повече ресурси, опит, контакти, познания, по-добри позиции, повече възможности за финансиране.

Каре 18. Готовност за привеждане в съответствие с европейски стандарти – мнения на участниците в качественото изследване

- *"Голяма част от фирмите, за разлика от преди една-две години, имат готовност и смятам, че присъединяването към Евросъюза за тях ще бъде положителна възможност още повече да развиват бизнеса си, няма да е голямо предизвикателство. Източници на тази информация са преките ни контакти с клиентите, фирми, които още преди две години идваха тука да задават въпроси по отношение директиви и изисквания. Вече са въвели изискванията на Европейския съюз, което е положително" (работодателска организация)*
- *"Обученията, които се предлагат от различни организации, не дават възможност хората да попълват проекти, да участват реално в процеса по кандидатстване. Причините са: в министерство на икономиката не е изградена процедурата за работа в управляващия орган и хората не знаят как да си попълнят документите. Това е критичен въпрос, който се подминава. Този въпрос се поставя няколкократно на министерството. Дават се отговори, че по програмата, която те са разработили, тези неща ще се изяснят ноември - декември. Значи трябва да си отложим членството? Те ще си ги изяснят декември, а фирмите ще се подготвят до Коледа да кандидатстват. Този подход трябва да бъде забравен" (работодателска организация)*

4.3.3. Готовност за участие на МСП чрез ОП „Конкурентоспособност"

От гледна точка на способността за **генериране на проектни идеи, подготовка и изпълнение на проекти**, е интересно да бъде разгледано мнението на фирмите по отношение на това кои от дейностите, предвидени в ОП "Конкурентоспособност", най-добре ще отговорят на потребностите им, както и за кои от тези дейности биха кандидатствали за подкрепа чрез тази оперативна програма. Това е илюстрирано в следващата таблица:

ТАБЛИЦА 21. НАПРАВЛЕНИЯ НА ФИНАНСОВАТА ПОДКРЕПА ОТ СТРУКТУРНИТЕ ФОНДОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ ЧРЕЗ ОП”КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ”

	Най-добре ще отговорят на нуждите		Биха кандидатствали чрез ОП	
	Не	Да	Не	Да
Подкрепа за стартиращи технологични фирми	88.8	11.2	93.6	6.4
Подкрепа на МСП за научноизследователски и развойни проекти	94.8	5.2	95.6	4.4
Подобряване на достъпа до проиновативна инфраструктура за МСП	92.7	7.3	95.2	4.8
Модернизация на управлението и технологиите в МСП	71.5	28.5	77.0	23.0
Осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги	80.6	19.4	88.1	11.9
Подкрепа за въвеждане на енергоспестяващи технологии	77.0	23.0	83.9	16.1
Подкрепа за бизнес кооперирane	84.5	15.5	89.4	10.6
Създаване на гаранционни фондове, рисков капитал, микрокредитиране на МСП	74.9	25.1	84.4	15.6
Стимулиране на чуждестранни инвестиции	88.8	11.2	92.8	7.2
Подкрепа за популяризиране и увеличаване на износа	89.2	10.8	91.4	8.6
Друго	95.5	4.5	99.3	0.7

База N= 1011

Регистрира се известно несъответствие между потребностите на фирмите и намеренията им да потърсят финансова подкрепа чрез ОП „Конкурентоспособност”. Причините за това могат да бъдат както слабата информираност на фирмите за оперативната програма, така и необходимостта от прецизно съгласуване на предвидените направления в оперативната програма с приоритетите на МСП за тяхното бъдещо развитие и инвестиционните им стратегии. Например, 61.5% от фирмите, които планират инвестиции през следващите 3 години са заявили намерение да инвестират в технологично обновление на производството, а най-високият дял на отговорилите, че биха кандидатствали по направлението за модернизация на управлението и технологиите в МСП на ОП „Конкурентоспособност”, е 23.0%.

Данните показват наличие на зависимост между това дали фирмите планират своето бизнес развитие и разработват писмени бизнес планове от една страна, и нагласата и готовността на МСП да кандидатстват за подкрепа чрез ОП „Конкурентоспособност” – от друга. Като цяло, **болшинството от предприятията, които биха се възползвали от финансова подкрепа за повечето дейности по тази Оперативна програма, разработват писмени бизнес планове за развитие** за различни срокове – съответните дялове варират между 59 и 75%. Изключение правят две от дейностите по ОП – „Осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса” и „Създаване на гаранционни фондове, фондове за рисков капитал и за микрокредитиране”, по които сред изявилите желание да кандидатстват за финансова помощ фирми малко по-висок е делът на МСП, които не разработват писмени бизнес планове.

Таблица 22. Дейности, за които фирмата би кандидатствала за подкрепа чрез ОП „Конкурентоспособност” според това дали фирмата разработва писмен бизнес план за своето развитие

Дейности, за които фирмата би кандидатствала за подкрепа чрез ОП „Конкурентоспособност”		Разработва писмен бизнес план	Не разработва писмен бизнес план
		Row %	Row %
Подкрепа за стартиращи технологични фирми	Не	40,9	59,1
	Да	64,6	35,4
Подкрепа на МСП за научноизследователски и развойни проекти	Не	41,0	59,0
	Да	75,0	25,0
Подобряване на достъпа до про-иновативна инфраструктура за МСП	Не	41,3	58,7
	Да	65,3	34,7
Модернизация на управлението и технологиите в МСП	Не	35,7	64,3
	Да	64,8	35,2
Осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса	Не	42,1	57,9
	Да	45,0	55,0
Подкрепа за въвеждане на енергоспестяващи технологии и на възобновяеми енергийни източници	Не	36,9	63,1
	Да	71,2	28,8
Подкрепа за бизнес кооперране	Не	40,3	59,7
	Да	60,7	39,3
Създаване на гаранционни фондове, фондове за рисков капитал и за микрокредитиране	Не	41,6	58,4
	Да	46,8	53,2
Стимулиране на чуждестранни инвестиции	Не	41,2	58,8
	Да	58,9	41,1
Подкрепа за популяризиране и увеличаване на износа	Не	39,7	60,3
	Да	71,3	28,7
Друго	Не	42,6	57,4
	Да	14,3	85,7
Не бих кандидатствал за подкрепа за никоя от дейностите	Не	55,4	44,6
	Да	18,9	81,1

База N= 1011

Най-голямо предпочитание и готовност на фирмите за кандидатстване се наблюдава в направленията за модернизация на управлението и технологиите; подкрепа за въвеждане на енергоспестяващи технологии; създаване на гаранционни фондове, осигуряване на рисков капитал, микрокредитиране; осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги. Въпреки това, делът на тези, които биха кандидатствали за финансиране чрез ОП „Конкурентоспособност”, остава твърде нисък и в повечето случаи доста под 20%. Това е индикатор, че капацитетът за генериране на проектни идеи у фирмите е сравнително малък, както и подготовката им за управление и изпълнение на самите проекти е слаба. Това се потвърждава и от проведените фокус-групи, в които беше споделен проблема с липсата на капацитет у фирмите да генерират идеи за проекти, както и способността им да изпълняват и управляват такива. Като основни пречки отново се изтъкват липсата на

достатъчно информация, сложната проектна и отчетна документация, липсата на достатъчен човешки ресурс като брой и умения, езиковите бариери.

Мненията на представителите на работодателските организации по отношение капацитета на МСП да генерират проектни идеи, са разнопосочни. Според едни, МСП в България имат много идеи за различни проекти, а според други – съществуват само отделни фирми, които са в състояние да реализират цялостен „продукт" – от идея, през предприемане на съответните действия за реализацията й, кандидатстване и получаване на финансиране, до успешно осъществен проект.

Каре 19. Капацитет на МСП да генерират проектни идеи – мнения на участниците в качественото изследване

- *"Има хора, които са получили образование другаде, и виждам различния начин на мислене. Те мислят как да се разширяват, как да предоставят продукт, който да отговаря на някаква потребност на пазара. Докато ние по-скоро мислим как да преразпределим нещо. Трябва да мислим как да се увеличи тортата, за да има повече за нас, а не как да вземаме парчето на съседа. Идеи има, но те се срещат сред по-грамотните хора. А основната маса хора нямат тази квалификация, за да могат да измислят една качествена идея" (работодателска организация)*
- *"Ниска е готовността, много е слаба и липсва като че ли капацитет в малките и средни предприятия за участие в такива проекти" (консултантска организация)*
- *"Имаме взаимен интерес. Говорим за рамката - че можем с нещо да помагаме, което куца. Например на един въпрос, понеже ние провеждаме изключително много образователни семинари "Вие как си говорите помежду си в бизнеса?", те казват: "Ами ние не си говорим." Ами щом като липсва комуникация, липсва и кристализиране на идеите на хората от един и същи бранш. В крайна сметка проекта няма да бъде само за една организация, за някакво малко звено. Докато браншовите организации не излязат на преден план с това, което имат като нужди и не защитават общо интересите си, няма да могат да постигнат тези фондове" (представител на НПО)*
- *"Има и друга част от бизнеса, която мисли и то мисли усилено. И сред тази част, която мисли, има такива, които измислят и правят нещо и имат някаква готовност и има и такива, които като срещат програми, дефинират какво точно трябва да направят. Явно бизнесът не е еднородно понятие" (консултантска организация)*

Като съществена пречка за участие в проекти по европейски програми и фондове беше изтъквана и причината, че **МСП нямат възможности за осигуряване на съфинансиране на тези проекти. Получените данни сочат, че МСП могат да отделят за съфинансиране на проекти средно около 32.8% като дял на собствените средства.** Тук е важно да се отбележи и ролята на банките и тяхната готовност за предоставяне на съфинансиране на проекти по европейските програми. От направените дълбочинни интервюта сред тях се очертават следните изводи:

- На практика банките не познават Лисабонската стратегия в детайли и нямат разработени конкретни дългосрочни политики, за да се възползват от възможностите, които тя предоставя.

- Относно информацията за структурните фондове на ЕС банките също са пасивни и разчитат клиентите им сами да се осведомят за възможностите, които предоставят европейските фондове.
- Това, което пречи на банките да се ориентират в динамичната обстановка като диференцират кредитния си портфейл съобразно новите кредитни ниши, съпътстващи отварянето на структурните фондове, е липсата на изчерпателна и добре структурирана информация.
- Единици са банките (само две от изследваните) които са запознати в подробности с Оперативната програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика".

Каре 20. Възможности за осигуряване на съфинансиране – мнения на участниците в качественото изследване

- *"По ФАР специално при нас фирмите проявяват много по-ниска заинтересованост да участват, защото там има процентно съфинансиране. И това е една сериозна бариера при тях" (консултантска организация)*
- *"Да съфинансират, според мен все по-често ще им се налага явно, защото такава е тенденцията" (консултантска организация)*
- *"Малкият и среден бизнес има готовност и желание за съфинансиране. Според мен може да поеме тази част около 1/3 и това като че ли не го отблъсква в голяма степен. Но пак казвам, ресурсите, готовността в тези фирми е на много ниско ниво и мотивацията като че ли идва оттам. Висшият ръководител няма как да погледне, ако не е ангажиран" (консултантска организация)*

4.3.4. Сектори с най-голяма готовност за работа със структурните фондове

Според получените данни, българските МСП ще се насочат за финансова подкрепа основно по следните дейности на ОП „Конкурентоспособност": модернизация на управлението и технологиите в МСП; подкрепа за въвеждане на енергоспестяващи технологии; създаване на гаранционни фондове, рисков капитал, микрокредитиране на МСП – съответно 23.0%, 16.1% и 15.6% от фирмите отговарят положително на въпроса по отношение на техните намерения за кандидатстване по тези дейности.

Разпределението на фирмите с намерения да кандидатстват с проекти по дейностите, предвидени в ОП „Конкурентоспособност" са представени в *Таблица 22*. Най-активна позиция имат организациите от преработващата промишленост, търговията и ремонта, както и строителството. Конкретните приоритетни дейности са:

- Подкрепа за популяризиране и увеличаване на износа.
- Подкрепа за стартиращи технологични фирми.
- Осигуряване на по-достъпни и качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса.
- Модернизация на управлението и технологиите в МСП.

ТАБЛИЦА 23. НАМЕРЕНИЯ НА ФИРМИТЕ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ ЗА ФИНАНСИРАНЕ ПО ОТДЕЛНИТЕ ДЕЙНОСТИ НА ОПЕРАТИВНАТА ПРОГРАМА

Предмет на дейност на фирмата	Подкрепа за стартиращи технологични фирми	Подкрепа на МСП за научноизследователски и развойни проекти	Подобряване на достъпа до проиновативна инфраструктура за МСП	Модернизация на управлението и технологиите в МСП	Осигуряване на подостъпни и качествени консултантски и информационни услуги за бизнеса	Подкрепа за въвеждане на енергоспестяващи технологии и на възобновяеми енергийни източници
Преработваща промишленост	44.6	36.4	26.5	42.1	25.0	40.5
Търговия и ремонт	29.2	13.6	26.5	20.2	45.0	19.6
Строителство	16.9	22.7	24.5	20.2	13.3	18.4
Транспорт, складиране и съобщения	3.1	2.3	0.0	3.9	2.5	3.1
Добивна промишленост	1.5	0.0	0.0	1.7	0.8	0.6
Производство-ел.,топлинна енергия, газообразни горива и вода	1.5	18.2	8.2	1.3	1.7	4.3
Хотели и ресторанти	1.5	2.3	6.1	7.7	5.8	12.9
Операции с недвижими имоти,наемодателна дейност,бизнесуслуги	1.5	4.5	6.1	2.1	5.0	0.0
Финансово посредничество	0.0	0.0	0.0	0.4	0.8	0.0
Друг	0.0	0.0	2.0	0.4	0.0	0.6
Не знае-Не отговорил	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

База N= 1011

ТАБЛИЦА 23. НАМЕРЕНИЯ НА ФИРМИТЕ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ ЗА ФИНАНСИРАНЕ ПО ОТДЕЛНИТЕ ДЕЙНОСТИ НА ОПЕРАТИВНАТА ПРОГРАМА *(ПРОДЪЛЖЕНИЕ)*

Предмет на дейност на Фирмата	Подкрепа за бизнес кооперира-не	Създаване на гаранцион-ни фондове, фондове за рисков капитал и за микрокре-дитиране	Стимули-ране на чуждест-ранни инвестиции	Подкрепа за популяризи-ране и увеличаване на износа	Друго	Не бих кандидат-ствал за подкрепа за никоя от дейностите
Преработваща промишленост	31.8	21.5	43.8	70.1	14.3	16.7
Търговия и ремонт	30.8	37.3	19.2	18.4	85.7	50.1
Строителство	19.6	15.2	19.2	3.4	0.0	11.7
Транспорт, складиране и съобщения	3.7	4.4	1.4	2.3	0.0	1.9
Добивна промишленост	0.9	1.9	1.4	0.0	0.0	0.8
Производство-ел.,топлинна енергия, газообразни горива и вода	1.9	1.3	0.0	2.3	0.0	1.7
Хотели и ресторанти	7.5	13.3	11.0	2.3	0.0	10.6
Операции с недвижими имоти,наемодателна дейност,бизнесуслуги	2.8	2.5	1.4	0.0	0.0	4.2
Финансово посредничество	0.9	0.6	1.4	0.0	0.0	0.3
Друг	0.0	1.3	1.4	1.1	0.0	0.8
Не знае-Не отговорил	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	1.1

База N= 1011

V. ОСНОВНИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

Относно познаването на изискванията към бизнеса, произтичащи от членството на България в ЕС и степента на тяхното покритие могат да се направят следните изводи:

- Всяка пета фирма счита, че изискванията на ЕС не се отнасят до нея. Всяка трета фирма не е запозната с европейските изисквания като цяло. Всяка втора фирма не знае какви са сроковете за въвеждане на различните изисквания, а около 20% от МСП са запознати с тези срокове.
- Много малка част от МСП покриват напълно европейските изисквания. Само 10% от фирмите покриват изискванията за СЕ маркировката и 23% изискванията за условия и безопасност на труда. Много малко български фирми притежават сертификатите ISO, а сертификат за метода HACCP

(Анализ на риска и критични контролни точки), чрез който се гарантира безопасността и качеството на храните, притежават 2,3% от тях.

- Като основни пречки за покриване на изискванията МСП посочват недостатъчните финансови ресурси и липсата на информация. Само една от пет фирми посочва като причина липсата на достатъчно подготвени кадри. Близо една четвърт (23%) от всички МСП не са се сблъсквали с никакви пречки.
- Въпреки, че не покриват изискванията на ЕС, около 70% от МСП са оптимисти и смятат, че ще устоят на конкурентния натиск от страна на общия европейски пазар. Близо една трета от МСП са напълно запознати с изискванията за условия и безопасност на труд, докато с останалите изисквания е запозната всяка пета фирма. МСП обаче имат намерение да покрият изискванията, защото половината от изследваните фирми имат намерение да инвестират средства в следващите 3 години за покриване изискванията на Европейския съюз.

Основният извод е, че само няколко месеца преди приемането на страната ни в ЕС МСП имат сравнително ниска степен на готовност да изпълнят изискванията относно качество и безопасност на стоките, вътрешната организация на производството, въвеждането на нови технологии, опазване на околната среда, условията и безопасност на труда.

Въз основа на анализа, направените изводи и основните пречки за въвеждане на изискванията на ЕС от страна на МСП, могат да се формулират няколко препоръки:

- Да се проведе мащабна информационна кампания в цялата страна относно изискванията, които МСП трябва да спазват във връзка с присъединяването ни към ЕС.
- Да се подготвят и публикуват брошури с изискванията за бизнеса във всеки бранш.
- Да се организират специализирани обучения на браншово равнище като се ангажират и неправителствените организации, работещи с бизнеса.
- Да се засили контрола от страна на контролните органи, като целта да бъде не наказания и глоби, а даване на указания на място за изпълняване на изискванията.
- Да се осигурят безплатни за МСП консултации от експертни екипи, които да препоръчат преструктуриране на производството с оглед възможностите им за изпълняване на изискванията с най-малко сътресения.
- По подобие на грантовата схема "Конкурентоспособност"на Министерството на икономиката и енергетиката да се отпуснат преференциални кредити за въвеждане на изискванията.
- Да се обмислят преференциални условия за фирми, инвестирали в екологично чисто производство и производство на екологично чисти продукти.
- Да се направят маркетингови проучвания на определени перспективни пазари и предложат безплатно за нуждите на МСП.

Относно конкурентоспособността на българските МСП могат да се направят следните изводи:

- Количественото изследване сред българския малък бизнес показва, че той е все още до голяма степен пасивен наблюдател на събитията на международните пазари. Неговото участие в международната пазарна конкуренция остава ограничено. Едва 17,5% от участниците в представителната извадка са реализирали някаква част от продукцията си извън страната през последната година, като по-малко от 7% от всички респонденти имат ясно изразен експортен профил (т.е. делът на експорта е повече от половината на годишния им оборот). Много малко са успешните износители сред сравнително по-новите фирми на пазара (създадени в последните 5 години).
- За близо 90% от изследваните МСП основната конкуренция е от български фирми. Едва 6.8% посочват, че основният конкурентен натиск е от вносни продукти, а 4.6% - от чужди компании у нас.
- За 2/3 от респондентите основните конкуренти са множеството местни фирми, а основната заплаха на пазара е не толкова външната конкуренция, колкото нелоялната конкуренция на вътрешния пазар. Около 2/3 от респондентите я определят като значителна или голяма заплаха, което я нарежда на първо място сред заплахите за малкия и среден бизнес.
- Сравнително ограничената изложеност на малкия бизнес на външен конкурентен натиск е едно от обясненията за високия оптимизъм по отношение на шансовете му на единния европейски пазар Около 41% от интервюираните очакват след присъединяването бизнесът им да се разрасне, а 28% да запазят позициите си.
- Като цяло представителите на банките и на работодателските организации преценяват като ограничени възможностите на МСП чрез крайните си продукти да устоят на конкурентния натиск на европейските производители. Все пак, като предимства на МСП пред техните европейски конкуренти, се посочват адаптивността и гъвкавостта на българските фирми.
- Българските фирми отделят недостатъчна част от приходите си за инвестиции в нови технологии. За половината от респондентите този дял е под 10%. Всяка трета фирма смята, че работи със съвременно оборудване. Малка част (17%) от тях го характеризира като по-скоро старо или старо. В същото време информацията за годините на производство показват, че близо половината от производствените фирми (45.5%) работят с оборудване, което е по-старо от 10 години, а близо три четвърти (72.8%) работят с оборудване по-старо от 5 години.
- Проблемът с осигуряването на необходимите човешки ресурси в сектора на малкия и среден бизнес е преди всичко проблем на образователната система и неразвития пазар на труда. Проблем за малкия бизнес са и регулациите на пазара на труда. За трудностите на малките фирми да решат проблемите си с човешките ресурси допринасят и ограниченията върху временните трудови договори и почасовото заплащане, ограниченията при съкращаване на персонала и др.
- От гледна точка на пазара и конкурентоспособността на фирмата и финансовите ограничения за голяма част от малкия и среден бизнес не е рационално да инвестират във въвеждане на европейските изисквания преди да ги принудят клиентите или контролните органи. При липсата на силни пазарни стимули в поска на въвеждане на европейските стандарти,

спазването на европейските изисквания ще зависи главно от административния капацитет и професионален интегритет на различните инспекции. Относителната незрялост на пазарните и обществените механизми, т.е. липсата на икономически стимули като двигател на въвеждане на европейските стандарти, предопределя сравнително високия дял на административната принуда в краткосрочен план. Това пък увеличава риска от произволно прилагане на регулациите и използването им с корупционни цели.

Относно състоянието на иновативните предприятия в България и тяхната способност и капацитет за усвояване на средства по програми и проекти на ЕС могат да се направят следните изводи:

- Българските иновативни предприятия са 11,4% или ¼ от дела на иновативните предприятия в ЕС-15 през 2001 г. Иновационната им активност се изразява преди всичко във въвеждането на нови продукти за тях самите или за българския пазар и в много по-малка степен в разработването и внедряването на международни иновации. Иновационните разходи са около 15% от общите разходи на извършващите иновации МСП и повечето предприятия ги отделят предимно за маркетинг и обучение на персонала. Иновативните предприятия са основно съсредоточени в секторите на преработващата промишленост, търговията, строителството и туризма, макар като дял от всички предприятия те да са най-много във финансовите услуги;
- Дългосрочното развитие на иновативните предприятия в България е силно ограничено поради малкия среден размер на активите на българските МСП и липсата на подходящи инструменти за финансиране на техния растеж чрез иновации. Българските иновативни МСП все още нямат достъп до местния и международния технологичен пазар и нямат развита култура на иновационно сътрудничество, както в страната така и извън нейните предели;
- Иновативните предприятия имат ясно изразен по-висок капацитет за участие в различните предприсъединителни програми на ЕС, като ФАР например, което ги прави и най-вероятните кандидати и участници и в ОП „Конкурентоспособност". Основните насоки, в които те ще търсят подкрепата на програмата, са за разработването на нови продукти/технологии/услуги, за въвеждане на енергоспестяващи технологии, за модернизация на управлението на фирмата, за обучение и квалификация на персонала и за използване на консултантски и бизнес услуги. Най-големите проблеми, които фирмите очакват при кандидатстването и усвояването на средствата са сложната и бюрократична процедура и липсата на достатъчно информация за отделните програми;
- В една или друга степен нуждите на иновативните МСП в България са добре отразени и засегнати в текущия вариант на ОП „Конкурентоспособност", като набелязаните цели на програмата отговарят адекватно на приоритетите на фирмите. Основното предизвикателство ще бъде по-точното насочване на средствата по оперативната програма към критичните точки на успех, което ще зависи много от правилата за изпълнение на програмата.

Като се вземе предвид досегашния опит при управлението и усвояването на предприсъединителните фондове като ФАР, САПАРД и ИСПА, ОП

„Конкурентоспособност” трябва да търси по-висока ефективност в подкрепата си за българските иновативни МСП в следните по-важни насоки:

- Идентифицират се два фокуса на подкрепа чрез ОП „Конкурентоспособност”: първо, изграждане на модерна инфраструктура за създаване и разпространение на знание и иновации и второ, подкрепа за иновативните фирми и техните връзки и сътрудничество вътре в страната и навън. От особено значение в случая ще бъде осигуряването на по-добро съответствие на националните усилия с тези на равнище Европейски съюз, като например подкрепа за инфраструктурата за трансфер на технологии на ЕС или участието на българските МСП и поддържащи участници в 7-ма рамкова програма на ЕС и в Програмата за конкурентоспособност и иновации;
- Следва да се отделят адекватни средства за осигуряване на множество пълноценни канали за предоставяне на информация за осъществяваните проекти. Да се търси едновременно пасивен (МСП търсят информация и лесно я намират) и активен (МИЕ промотира оперативната програма и нейните проекти) подход в комуникационната стратегия;
- В публично-частно партньорство с неправителствени и консултантски организации да се осигури адекватен международен ресурс от специалисти за оценка на специфичните технологични нужди на иновативните МСП, така че ОП „Конкурентоспособност” да осигурява подкрепа за българските предприятия с познаването на динамичната международна технологична среда;
- Трябва да се започне подготовка за развитието на интегрирани регионален и секторен подходи към подкрепата за развитието на иновативните предприятия, като се търси предимно подсилване на вече създадени или възникващи пазарни конкурентни предимства и интегриране в най-доходоносните международни производствени мрежи. Като страна с все още силно ограничен национален финансов ресурс, България трябва да търси естественото движение на международните иновационни потоци и да не залага на социален инженеринг.

По отношение използването на информационни и комуникационни технологии от МСП могат да се направят следните изводи:

- Делът на заетите, които ползват компютър на работното си място, се увеличава с 6% на годишна база (за периода 2000 – 2005 г.), но остава нехомогенно разпределен и на сравнително ниски нива – под 30 % за 2006 г. Половината (50,4%) от изследваните МСП са оборудвали с компютри до 25% от работните места, а 8,7% е делът на фирмите с 26 до 50% работни места, оборудвани с компютър. Все още е малък делът на фирмите с висока степен на компютризация – 5,5% са с над 76% работни места с компютър, а делът на предприятията, при които всички работни места са с компютър, е 7,4%. Очаква се насищане на работните места с компютри през следващите една-две години, като става дума за производствено и технологично обусловени потребности от използването на компютърна техника при сегашното равнище на иновативност на икономиката. Ограниченията в растежа по този показател са обусловени от ниската технологична интензивност на съответните сектори от икономиката.

- Свързването на компютрите в локални мрежи и интернет продължава с високи темпове - около 73% от българските предприятия са онлайн. Свързването с интернет на предприятията и компютрите също се очаква да достигне рационалния си икономически таван от около 90% през 2007 година.
- Делът на изследваните предприятия, разполагащи с уебстраница, е 32,2%. Очаква се в края на 2007 или началото на 2008 г да бъде премината границата от 50 % от предприятията с над 10 души персонал със собствени уебсайтове. Те предоставят не само информация, но и специфични допълнителни услуги на клиентите си. През първото тримесечие на 2006 г. 48 % от предприятията със собствен уебсайт предоставят възможност за онлайн поръчка, но едва между 16 и 20 % от онлайн поръчките могат да бъдат платени през интернет.
- Повече от половината (60,5%) от всички анкетирани фирми не разполагат с компютърни специалисти. Приблизително две трети от фирмите с персонал 101-250 души разполагат с поне един ИТ специалист. Капацитетът на мрежовата свързаност не се използва достатъчно пълноценно. ИТ уменията на специалистите в не-ИТ фирмите са предимно резултат на самообучение и еволюционно развитие. В резултат на това се оказва, че мрежовите възможности за работа, предоставени например от MS Office, практически не се използват и е по-лесно да се възприеме готова система за кооперативна работа, отколкото да се използват готовите му функционални възможности чрез по-строго спазвани правила.

Ефективното използванена информационните и комуникационни технологии от българските МСП може да бъде подкрепено в няколко направления:

- Необходимо е да се разработи **програма, осигуряваща финансирането на ИТ компоненти** в рамките на проектите по структурните фондове по наличните приоритети и оперативни програми, което да компенсира пренебрегването на ИТ проблематиката в Националния план за развитие. Очаква се бизнес асоциациите да играят активна роля в този процес. Например, многобройните асоциации в областта на туризма могат да препоръчат на членовете си да инвестират в съвместни ИТ проекти за резервационна дейност, специално насочени към малкия бизнес, семейния и селския туризъм и т.н. Подобни ИТ проекти, които подпомагат кооперирането между малки и средни предприятия, могат да се реализират в областта на транспорта и спедицията, включително управление на доставките при онлайн поръчките, което продължава да бъде основна критична област за навлизане в онлайн бизнеса на малки и средни предприятия.
- Прилагане на **схеми за финансиране на ИТ образование и обучение**, което да стимулира производството на повече кадри с ИТ умения. Ако те останат да работят в страната, би могло да се помисли за предоставяне на определени стимули и облекчения за финансиране на образованието им или фирмите, финансирали подобно обучение, да получават облекчения.
- В областта на *е*-бизнеса в средносрочен план се очертават няколко важни предизвикателства: първо, постигането на структурна промяна, при която предприятията мигрират от сегменти с по-ниска добавена стойност към сегменти с по-висока; второ, увеличаване на общата технологична

интензивност на бизнеса; трето, създаването на ниши на търсене на високо ИТ интензивни продукти и услуги.

Интервюираните банкови специалисти формулират редица изводи и препоръки относно оптимизиране на процеса на усвояване на европейските фондове от МСП:

- Налице е **информационен глад относно програмите на еврофондовете и регулациите, по които ще се отпускат средства по тях**. Необходимо е държавата да възприеме единна информационна политика, включваща създаването на единно звено, което да поеме информационното обслужване. Така ще се преодолее сега съществуващата практика на административно "парцелиране" на наличната информация.
- **Регулиране на посредническата функция на банковия сектор в усвояването на еврофондовете**. Необходимо е да се изработи ясна държавна политика на поделяне на риска при работа с еврофондовете. Банките са за ясна позиция на държавата, при която рискът на инвестиционния проект, независимо от характера на финансирането, да се поеме от банката, кредитираща собствения дял на клиента и/или основната инвестиция чрез мостово кредитиране или по друг начин. От своя страна държавата в лицето на съответната ресорна институция трябва да поеме инвестиционния риск на всеки конкретен проект, т.е. риска съответните критерии на ЕС за допустимост на инвестицията да не бъдат покрити.
- Държавата да създаде законовата и институционалната рамка, в която икономическите агенти да могат свободно да се конкурират при спазване на договорите – нещо, което в България все още не е напълно постигнато. Това означава държавата да започне да спазва най-важното си задължение – да създаде равнопоставеност на икономическите актьори, съдебните дела да се решават на основата на равенство пред закона, а не по други съображения, т.е. да създаде истинска конкурентна среда, ефективно защитаваща правата и интересите на всички стопански субекти.

По отношение достъпа до финансиране на МСП могат да се направят следните изводи:

- Количественото изследване сред бизнеса показва, че банковият кредит все още остава скъп и недостъпен източник за по-голямата част от българските МСП. Повече от половината от тях не са ползвали каквото и да е кредитиране през последните три години. Достъп до кредит през този период са имали 44% от респондентите. Около 37% от участниците в изследването са ползвали търговски кредит през последните три години. Размерът на тези кредити е ограничен -таваните им **са** средно около 70 хил. лв. Делът на инвестиционните кредити е още по-нисък: около 18% от респондентите са ползвали такъв кредит. Още по-малък е делът на лизинговите схеми в инвестиционната дейност на фирмите - една на десет фирми е ползвала лизингово финансиране.
- Повече от 60% от МСП в България са финансирали инвестициите си през последните три години основно със собствени средства, т.е. техният растеж се определя от достигнатите мащаби на производство, а не от възможностите на пазара. Малкият и среден бизнес все още не разчита достатъчно на сектора на финансовото посредничество, а ползва главно собствени средства.

Тази констатация е още по-валидна по отношение на новите и стартиращи фирми.

- Сред основните пречки, които респондентите посочват за достъпа им до банкови кредити, са високите лихви (54.3% от респондентите), „скритите" разходи по кредита (19%), както и прекомерните изисквания за обезпечения (40%).
- Изследваните банкови специалисти считат, че би било икономически неефективно средства от еврофондовете да се насочват към гарантиране на банкови кредити. По-изгодно би било да се укрепи и модернизира институционалната и законовата рамка, включваща финансирането на професионалната подготовка на държавната администрация, увеличаване на нейното заплащане и други преки бюджетни разходи, отколкото прякото субсидиране на бизнеса.

Въпреки констатираното подобрение спрямо 2004 г. както по отношение разработването на бизнес планове и увеличение на вградените в тях хоризонти за планиране, българските фирми все още мислят в перспектива на около година, което представлява сериозна структурна пречка за синхронизирането на техните бизнес-процеси с работата на оперативните програми и структурните фондове на ЕС. Все още доминиращите стратегии на МСП са реактивни, а не проактивни. В тази връзка се отправя препоръката да се разработят схеми за управленско консултиране на МСП с оглед на развиване на управленски капацитет в областта на стратегическото управление и планиране.

Основният извод по отношение на капацитета на МСП за участие в усвояването на средства от европейските фондове е, че и през 2006 г. фирмите не разглеждат отворените за българско участие европейски програми и фондове като значим източник на финансиране за инвестиционни проекти, нови технологии, изграждане на вътрешнофирмен капацитет и иновационни проекти. Относно участието на фирмите в европейските фондове и програми могат да бъдат направени следните изводи:

- Твърде слаба е активността на фирмите при участието им в конкурси по европейските фондове и програми. Недостатъчен е вътрешнофирменият капацитет за участие – ограничен персонал, който ползва чужди езици, работи добре с компютър и ползва интернет; слаби умения за разработване и управление на проекти; затруднения в разбирането и прилагането на правилата на финансова отчетност по европейските програми.
- Нито един от анкетираните не е участвал в конкурси по рамковите програми на Европейския съюз за научни изследвания и технологично развитие24 (Четвърта, Пета, Шеста рамкови програми). Слаб е интересът на фирмите към участие в научноизследователски и иновационни проекти. Практически е прекъснатата връзката на МСП с научноизследователските институти и университетите. Това е показател за ниската степен на готовност за реалното кооперране на фирмите с чуждестранни партньори в проекти за научни изследвания и технологично развитие, а формирането на международни партньорски консорциуми е условие за участие в рамковите програми.

[24] *По данни на Министерството на образованието и науката по проекти на Шеста рамкова програма (2002-2006 г.) са участвали само 52 МСП, от които нито едно не е попаднало в извадката на анкетното проучване.*

- С най-голяма тежест от външните фактори, затрудняващи фирмите в получаването и използването на средствата на европейските фондове, са сложните и бюрократични процедури, липсата на достатъчно информация за европейските програми, както и необходимото съфинансиране на проектите. Наличието на корупция също възпира фирмите да кандидатстват за финансиране по европейските програми. Корупционните практики най-често се проявяват под формата на „консултанти”, които „гарантират” успеха на проектното предложение още в етапа на неговата подготовка.
- МСП са скептични и се отнасят с недоверие към консултантските услуги, предоставяни за разработването и изпълнението на проекти по европейските фондове и програми. Фирмите са склонни да търсят по-скоро общо бизнес-консултиране като счетоводно-финансови и маркетингови услуги, които са свързани с основната и ежедневната дейност, отколкото консултиране за подготовката на предложения за кандидатстване по европейските фондове и програми.
- Представителите на работодателските организации считат за много важно с правилата и процедурите за кандидатстване за средства от структурните фондове да се запознат не само фирмите, а също така общинските, регионалните власти, тъй като те ще бъдат основните бенефициенти от средствата по тези фондове.

Относно готовността на фирмите за работа със структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност” могат да бъдат направени следните изводи:

- МСП са слабо информирани относно възможностите за работа със структурните фондове на ЕС. Фирмите предпочитат да заемат пасивна и изчаквателна позиция - считат, че трябва да мине поне една година от членството, за да се ориентират относно изискванията и възможностите, произтичащи от него.
- Незначителни са средствата, отделяни от фирмите за консултантска помощ, за проучване на пазара, за развойна дейност, за привличане на чуждестранни инвестиции, за маркетинг, за обучение и квалификация на персонала и за оптимизиране на фирменото управление, т.е. за инвестиции, които в крайна сметка биха довели до нарастване на добавената стойност в предлаганата продукция.
- Слабата информираност относно възможностите, които ще бъдат предоставени от структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност” по всяка вероятност ще резултира в слабо участие в първите конкурси, които ще бъдат отворени след присъединяването на страната ни към ЕС, поради кратките срокове за подготовка на предложения за проекти. В допълнение, капацитетът за генериране на проектни идеи у фирмите е малък, а подготовката им за управление и изпълнение на самите проекти е слаба.
- През следващите три години като източници за финансиране на своите инвестиционни проекти фирмите основно ще разчитат на собствени средства и на банкови кредити. Тези, които имат намерения да кандидатстват с проекти, ще разчитат на финансова подкрепа от структурните фондове преди всичко за технологично обновление на производството, за покриване на стандартите и изискванията на Европейския съюз, за въвеждане на енергоспестяващи технологии и за иновационни проекти. Въпреки това

делът на тези, които биха кандидатствали за финансиране чрез ОП „Конкурентоспособност", остава под 20%.

- На практика банките също не познават Лисабонската стратегия в детайли и нямат разработени конкретни дългосрочни политики, за да се възползват от възможностите, които тя предоставя. Това, което пречи на банките да се ориентират в динамичната обстановка като диференцират кредитния си портфейл съобразно новите кредитни ниши, съпътстващи отварянето на структурните фондове, е все още недостатъчно изчерпателната и добре структурирана информация за структурните фондове и ОП „Конкурентоспособност".
- Секторите, заявили най-висока готовност да кандидатстват за финансова подкрепа от структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност" са преработваща промишленост; търговия и ремонт; строителство; транспорт, складиране и съобщения; производство на електричество, топлинна енергия, газообразни горива и вода.

Във връзка с ефективното използване на средствата от европейските фондове и реализацията на ОП „Конкурентоспособност" се правят следните препоръки:

- Поради краткото време до приемането на България за пълноправен член на ЕС е необходимо да се проведе мащабна информационна кампания в цялата страна относно възможностите за МСП, които ще бъдат предоставени по линия на структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност". В информационната кампания следва да бъдат ангажирани посреднически и работодателски организации, както и неправителствените организации, работещи с бизнеса.
- МСП да се кооперират по-активно с неправителствените организации, които по принцип са проектно-ориентирани и имат вътрешен капацитет за разработване и управление на изпълнението на проекти по различни европейски програми. Такава препоръка може да се заложи при разработването на процедурите за кандидатстване.
- Да се подготвят и публикуват специализирани издания, предназначени за бизнеса, относно възможностите, предоставяни от структурните фондове чрез ОП „Конкурентоспособност", както и да се организират специализирани обучения за подготовката на предложения за проекти към оперативната програма.
- Да се координират усилията на Министерство на икономиката и енергетиката и Министерство на образованието и науката относно участието на българските МСП в ОП „Конкурентоспособност" и Седма рамкова програма на ЕС за научни изследвания и технологично развитие.
- Да се разработи национална схема за съфинансиране на проектите по ОП „Конкурентоспособност" и да се привлекат банките и други потенциално заинтересовани финансови институции. Една от възможностите е предлагането на мостово финансиране от по-голям брой организации. За целта е подходящо да се извършат обучения и консултации на банките за разработването на такива инструменти.
- С цел минимизиране на възможностите за корупционни схеми, консултантските услуги биха могли да бъдат включени с фиксиран процент в

бюджета на самия проект. Това ще стимулира включването на опитни, проектно ориентирани организации както при изготвянето на проектни предложения, така и в самото изпълнение и управление на спечелените проекти и ще повиши качеството на извършваните дейности.

- Общините да представят публично пред местния бизнес и обществеността своите планове за развитие, програми, проекти и инвестиционни намерения. Целесъобразно е общините да използват капацитета на МСП, които имат опит в работата по проекти или които имат идеи за проекти – създаване на „мрежа от можещи”, които да бъдат привлечени в обединени усилия за работа по усвояване на структурните фондове на регионално ниво. Предлага се създаването на структура към общините или областните управи, включваща различни висококвалифицирани специалисти, която да координира усилията на местно ниво, да привлича доказалия своя капацитет местен бизнес и която да води информационно-разяснителни кампании.
- Изследваните собственици и мениджъри на МСП изразяват потребността си от ясно регламентиране на отношенията си с държавната администрация. Настоява се за изработването на правилници за работа на държавната администрация, на чиято база да се изработят прозрачни процедури за начина, по който фирмите ще контактуват с държавната администрация. Особено внимание се обръща върху нуждата от ясни правила за одитиране на проектите и стриктна акредитация на одитиращите органи. Предлага се и изготвянето на класификатор на различните типове проекти, което да опрости процедурите и облекчи подготвянето на изискваната документация за кандидатстване.