

# Към политиките за насърчаване развитието на МСП

Доц. д.ик.н. Желю Владимиров  
Стопански факултет на СУ “Св. Климент Охридски”

# Въпроси

---

- Доколко и дали тези политики работят?
- Достигат ли поставените политически цели?
- Оправдават ли се разходите по тези програми?
- Нараства ли нивото на предприемачество?
- Откриват ли се нови МСП?
- Ако се откриват в кои сектори?
- Ако се откриват – това **растящи фирми** ли са или служат само за професионалната дейност на своите създатели?
- Дали растящите МСП са резултат от тези политики?
- С какво МСП допринасят за икономическия растеж?

# На какво се основават политиките за развитие на МСП

---

- В повечето случаи са базирани на чуждестранния опит – т.н. „добри практики“;
- „Добрите практики“ са генерични, т.е. общо-приложими, но не вземат предвид специфичния **контекст** – за дадена страна, сектор, размер на фирмата, пазари, работна сила и т.н.;
- Сравнението на различни програми за стимулиране на малкия бизнес показва, че те имат **общи допускания**, предпоставки, а оттук и общи подходи за стимулиране

# Общо меню за компоненти на програмите за подпомагане на малкия бизнес

- Програми за финансиране (вкл. заеми, гаранции, съфинансиране и др.)
- Програми за създаване на предпоставки за бизнес (бизнес-инкубатори, центрове за трансфер на технологии и др.)
- Програми за съвети и менторство към малкия бизнес
- Програми за обучение по бизнес (най-често съставяне на бизнес план)
- Програми за обучение по маркетинг, вкл. и за износ
- Програми за развитие на мениджъри /мениджмънта
- Програми за подпомагане на иновации и НИД в МСП
- Програми за стартиране на бизнес
- Програми за популяризиране на предприемачеството (вкл. телевизия и др.)
- Подходи към целеви групи (отделни сектори, износители или др.)

**Задълбочените оценки на тези и подобни програми показват ниска ефикасност и ефективност**

(Bridge 2010)

# Примерът на Обединеното кралство (1)

- Националната агенция за одит (National Audit Office 2006) относно дейността на правителствената агенция за малък бизнес (Small Business Service): “ Правителството е изхарчило над £2.6 млрд. (billion) през 2003-4 за подкрепа на малкия бизнес, ... но... агенцията (SBS) **не е в състояние да оцени цялостното влияние на своята или на по-широката правителствена дейност върху развитието на малкия бизнес**”
- Правителствените инициативи за периода 1997-2007 г. включват редица мерки за преодоляване на бариерите пред бизнеса, акцентирайки върху икономически, политически, правни и културни проблеми, но е „**налице малко подобрене в темповете на стартиращия бизнес или други индикатори за измерване на предприемачеството**” (Huggins and Williams 2007)
- Макар Североизточна Англия да е била лаборатория за развитие на предприемаческата култура в продължение на 30 години, в резултат **не се наблюдава никакво явно ускоряване на предприемаческата дейност и подобно на други региони си остава на почти същата позиция, каквато е била преди 10, 20 и дори 30 години** (Greene et al., 2008).

## Примерът на Обединеното кралство (2)

- Като цяло се наблюдава **отсъствие на твърди доказателства за влиянието на различните програми и интервенции върху малкия бизнес** или е много трудно да се намерят такива доказателства. Правителствената подкрепа може и наистина подпомага **отделни компании**. Предвид обаче размера на разходите, дали те съдействат и за развитие на регионалните икономики (Richard Review on Small Business and Government 2007)
- Анализът на инструментите за политиките за подпомагане на малкия бизнес показва, че с някои изключения, **резултатите са незначителни**. Затова няма основание да се предполага, че ако някои субсидии и програми за подпомагане се прекратят, това ще има голямо влияние върху развитието на сектора на МСП (Bannock 2005)
- Всички правителства признават важността на МСП и биха искали да съдействат за тяхното развитие, но **повечето от използваните инструменти не успяват да постигнат тези цели или имат незначителен ефект** (Bannock 2005)

# Защо това е така?

---

Политиките се основават на:

- „добрите практики” от друг контекст – „по-евтино”;
- общоприети допускания – „най-евтино”
- на данни и очевидности, получени от изследвания на конкретни сектори и страни – **тук се иска работа**

**Следователно:** допусканията трябва регулярно да се проверяват чрез емпирични анализи и “добрите практики” да се съобразяват с контекста

# Кой или какво води дневния ред на публичните програми и интервенции?

- Концепциите за „**неуспех на пазара**” (барииери за навлизане/излизане от пазара; нелоялна конкуренция; монополи; неперфектна информация; външни ефекти; култура и др.)

Това е основание за правителствена интервенция, но има и други интереси, идеологии и мотиви:

- Теорията за „**публичния избор**” (политиците предлагат политики, които биха съдействали за тяхното преизбиране, а не като корекции на пазарните „неуспехи”);
- **Икономическата теория за държавната бюрокрация** (държавните служители биха искали да бъдат свързани с известни и успешни инициативи, което може да води до ръководени **от предлагането** програми, а не базирани на реалните потребности на бизнеса/ **на търсенето**; силно бюрократични).
- **- Отношения на власт, групи за натиск, лобизъм и идеологии** (публичната, държавната политика е резултат от борбите между мощни властови групи; **малкият бизнес обикновено е представен по-слабо в сравнение с големия бизнес**).
- **- Различните идеологии** (по-либерални или по-социални) също влияят върху формирането на политиките към МСП – например развитието на индустриалните области в Италия



# Някои изводи

- Трябва да се отговори на въпроса защо МСП не отговарят по желания начин на различните правителствени инициативи (Bridge 2010)
- Ако на политиките за подпомагане се гледа като вид бизнес, очевидно този бизнес се нуждае от подобряване на продукта, който предлага
- По-лесно и обаче да се придържаме към познатите схеми
- Някои твърдения в презентацията изглеждат пресилени, но целта е да се заостри вниманието върху необходимостта от компетентни анализи на реални потребности, за да се подпомагат тези дейности, които отговарят на избраните приоритети (експорт ≠ иновации ≠ стандарти за качество ≠ е-бизнес и др.) = ефикасно разпределение на публичните средства