



**ИЗСЛЕДВАНЕ И АНАЛИЗ НА ТЕМА „СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИЯ И СРЕДНИЯ
БИЗНЕС В БЪЛГАРИЯ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕТО МУ“**

Гр. София
Май, 2020



Съдържание

1. Увод	3
2. Основни изводи и препоръки	5
3. Статистическа информация за сектора на МСП (съгласно ЗМСП).....	10
3.1. Брой икономически активни предприятия, отчетени в НСИ (микро, малки, средни и общо – съгласно ЗМСП), според броя на заетите.....	10
3.2. Заети лица в МСП по раздели на КИД общо за страната и по областни администрации	14
3.3. Заети лица в МСП по КИД общо за страната и по области	17
3.4. Разпределение на МСП по форми на собственост.....	21
3.5. Брой на новосъздадени, икономически активни МСП.....	22
3.6. Брой на закрити малки и средни предприятия	23
3.7. Брутна добавена стойност	25
3.8. Търговия с трети страни – изнесени и внесени стоки	31
3.9. Стокообмен на България.....	35
3.10. Индекс на цени на вноса по Стандартната външотърговска класификация (SITC) 35	
3.11. Индекс на цени на износа по Стандартната външотърговска класификация (SITC) 36	
3.12. Относителен дял на родените през година t предприятия и оцелели през t+3 36	
3.13. Разпределение на икономически активни МСП по нетни приходи в ОПР....	41
4. Новосъздадени и бързоразвиващи се млади предприятия.....	42
5. Женско предприемачество – състояние и перспективи за развитие	44
6. Браншови сондаж сред МСП.....	54
Приложения:	81
Библиография.....	93



1. Увод

Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия е институцията, отговорна да формира и провежда държавната политика за подкрепа на МСП, и да бъде основен партньор на българските предприемачи за повишаване на тяхната конкурентоспособност и развитие на капацитета за иновации.

Министерството на Икономиката и Енергетиката определя малките и средни предприятия (МСП) като “основен двигател на икономическия растеж” (2020), следователно трябва да се предприемат мерки за развитието на МСП под формата на фиксирана национална стратегия за насърчаване на малкия и среден бизнес, която се определя на периоди от шест години - настоящият започна през 2014 и ще приключи в края на 2020 година. Тази стратегия следва десет основни принципа (Министерство на Икономиката, 21.02.2020), зададени и в Small Business Act на Европейско ниво:

- (1) Създаване на среда, в която предприемачи и семейни предприятия успяват и предприемчивостта се възнаграждава
- (2) Гаранция, че честните предприемачи в несъстоятелност ще получат втори шанс
- (3) Следване на принципа “Мисли първо за малките”
- (4) Готовност на държавните администрации да откликват на нуждите на МСП
- (5) Улесняване на участието на МСП в обществени поръчки, както и на държавната помощ за МСП
- (6) Улесняване на достъпа на МСП до финансиране
- (7) Помощ на МСП да се възползват от възможностите на единния пазар
- (8) Насърчаване на усъвършенстването на уменията и на иновациите на МСП
- (9) Помощ на МСП да превърнат предизвикателствата на околната среда във възможности
- (10) Помощ на МСП да се възползват от растежа на пазарите.



Една от най-важните стъпки за постигане целите за систематично и ефективно подпомагане на МСП е да се направи анализ на текущото състояние на сектора на малките и средни предприятия за периода 2014-2019 г, както и да се идентифицират областите, в които те срещат затруднения и начините, по които ИАНМСП би могла да ги подкрепи в тяхното развитие. В тази връзка, настоящият анализ е съсредоточен върху установяването на състоянието на МСП за периода 2014-2019 ,като събраната информация и нейният анализ ще се използват за оценка на тенденциите в развитието на сектора на МСП, и за очертаване, следвайки стратегията на ИАНМСП , за по-нататъшни подходящи мерки, за подпомагането на МСП в съответствие с нуждите им.

Изследователската програма е базирана както на събиране и анализиране на статистическа информация, така и на провеждане на допитвания до МСП, **за оценка на приоритетните области за подкрепа, според самите МСП** , и за **очакванията кои дейности на ИАНМСП** в най-голяма степен ще помогнат за оказване на подкрепа в тези области.

Изследванията и анализът на данни обхваща няколко основни теми, както следва :

- Статистическа информация за състоянието и развитието на сектора на МСП в периода 2014-2019 г.
- Статистика на новосъздадени и бързоразвиващи се млади предприятия;
- Женско предприемачество – състояние и перспективи за развитие
- Оценки на МСП за приоритетните проблеми и възможностите за развитие, както и за препоръки за развитие на дейностите, с които ИАНМСП може да окаже подкрепа на МСП, работещи в приоритетните за ускоряване на интернационализацията, иновациите и дигитализацията сектори в икономиката, като високотехнологични и средно високотехнологични промишлени производства, интензивни на знание услуги, нискотехнологични и средно нискотехнологични промишлени производства.

Анализът за тенденциите на развитие на МСП в периода 2014-2019, за новосъздадените и бързоразвиващи се предприятия, и за развитието на женското предприемачество, е осъществен въз основа на статистически данни от български и европейски институционални източници.

Нагласите, оценките и препоръките на МСП от високотехнологичните и интензивни на знание сектори са оценени посредством количествено проучване- браншови сондаж-сред малките и средни предприятия, представители на приоритетните за ИАНМСП сектори,



както и чрез провеждането на качествени дълбочинни интервюта с представители на МСП от тези сфери на дейност. **Приоритетните сектори са дефинирани в съответствие със стратегическите за ИАНМСП документи – ИСИС и НСИАНМСП.**

2. Основни изводи и препоръки

2.1 Основни изводи от статистическия преглед и извършените сондажни проучвания

2.1.1 Статистическата информация за сектора на МСП, за периода 2014-2019, позволява да се направят следните заключения по отношение на основните показатели:

- Към 2018, се наблюдава стабилен растеж на сектора на малките и средни предприятия по всички показатели – брой на предприятията и заетите, брутна добавена стойност, нетни продажби, стокооборот.
- Броят на малките и средни предприятия устойчиво расте през последните 5 години, като се запазва структурата им по големина – над 90% от тях са микропредприятия.
- В сравнение с ЕС, тенденциите в нарастването на броя на МСП у нас са сравними, и в позитивна тенденция.
- Прави впечатление, че въпреки големия дял микропредприятия- 93%, и дялът им от около 42% в заетите, те генерират едва малко над 1/3 от приходите в сектора, което показва относителна уязвимост . Жизнеспособните микропредприятия имат нужда от подкрепа за стабилност и растеж.
- Важно е да се отбележи, че приоритетните сектори (технологични производства и интензивни на знание услуги) бележат ръст от 1% през последните години от периода 2014-2019, който е най-високия в сравнение с всички останали сектори. Въпреки това, техният брой остава недостатъчен, а дялът на микропредприятията след тях– много



висок. Нарастването на делът на малки – не микро – и особено на средни предприятия в приоритетните сектори следва да бъде подкрепено приоритетно, за устойчиво развитие и подобрен капацитет за интернационализация, и потенциал за развитие на иновации.

- Заетостта в малките и средни предприятия бележи устойчив ръст в периода 2014-2018 г., като най-голям брой очаквано са в най-големия сектор – търговия, а най-развитите области остават най-големите градове – София, Пловдив, Варна и Бургас.
- Брутната добавена стойност на МСП регистрира ръст от 40% от 2013 г. до 2017 г.
- По отношение на вноса и износа на продукцията на МСП се забелязва, че вносът все още има превес, което е индикатор, че би могло да се работи с предприятията за тяхната интернационализация с цел създаване на устойчивост в развитието им. Положителна тенденция е нарастването, в абсолютни стойности и като относителен дял, на стокообмена главно със страните от ЕС.

2.1.2 Новосъздадени и бързоразвиващи се млади предприятия

- Новосъздадените предприятия през периода са устойчиво около 40-41000 годишно, тоест, в границите на около 10-12% от всички, докато умрелите предприятия са по-вариабелни в броя по години.
- Лек спад се наблюдава при бързоразвиващите се предприятия, които са имали своя пик през 2016 г., но в следващите две години се наблюдава относителен спад в броя им.

2.1.3 Женско предприемачество – състояние и перспективи

- По отношение на женското предприемачество, данните от сравнителното глобално изследване и институционален анализ на Световната банка от 2019 показват, че обективните показатели за осигуряване на равни условия за жените в България са много добри и страната ни има по този показател общ индекс от 94 (при максимален 100) . В този класация страната ни се нарежда на 26 място в световен план. Това не означава, че няма проблеми в стимулирането на женското предприемачество, като социално приемливо и желано, особено за младите жени, но е свидетелство за липса на отявлени дискриминационни регулации в законодателството, в сравнение с други страни в света.
- Прегледът на профила и характеристиките на жените-предприемачи в проведените социологически проучвания и браншови сондаж от 2020 показват, че те не се различават съществено като социално-демографски признаци от мъжете. Също, по тяхно мнение,



срещат същите трудности при развитието на бизнеса си, основно по отношение на човешките ресурси, достъпа до финансиране, недостатъчното ефикасни административни процедури, и трудното развитие на иновации.

- В същото време, наблюдаваме развитие на различни инициативи в подкрепа на жените -предприемачи, което създава условия за сътрудничество.

2.1.4 Емпирично изследване за измерване нагласите на предприемачите относно перспективите за развитие на бизнеса в България.

- Резултатите от браншовите сондажи – с количествени и качествени методики - сочат, че всяка трета компания изпитва затруднения и спънки от административен характер в развитието на своя бизнес.
- ИАНМСП е силно желан партньор от предприятията, които са запознати с дейността на Агенцията, но е необходимо тя да предприеме по-обхватни и систематични усилия за информиране на МСП за своите нови дейности, както и за разширяване на кръга компании, които могат да ги използват.
- Преобладаващата част- 84% - от предприемачите от приоритетните сектори споделят, че биха се възползвали от услугите на ИАНМСП, като имат специален интерес към подпомагането им в областта на внедряването на иновационни решения в производството, включително информационните технологии и решения, както и за консултации, свързани с начините за достъп до финансиране за стартиране на различни иновационни дейности.
- Традиционно добре разработеното поле за подкрепа от страна на ИНАМСП – дейности за участие на МСП в бизнес изложения и панаири – продължава се радва на добър интерес.
- Важно е да се отбележи, че ваучерните схеми като цяло се ползват с одобрението и интереса на МСП, но са сравнително по-слаби познати, което е необходимо да бъде адресирано от ИАНМСП. Също, препоръчително е да се направи предварителна оценка и тестване на нагласите и намеренията, за избор и разработване на потенциално най-търсените от МСП услуги за използване чрез ваучери.



- По-голямата част от анкетираните МСП в приоритетните за ИАНМСП сектори за развитие - 62% - , не отхвърлят, принципно, възможността за използване на платени услуги от страна на Агенцията, при условие, че техният обхват, полезност и условия на ползване са предварително тествани след потенциалните ползватели.

2.1.4 Предварителни препоръки за бъдещи активности на ИАНМСП в подкрепа на МСП

На база на събраната и анализирана статистическа информация, както и стъпвайки на браншовия сондаж и проведените дълбочинни интервюта, препоръките ни са в няколко основни направления, пряко свързани с приетата от ИАНМСП стратегия, а именно:

- **Мисли първо за малките** – развитие на съществуващи инициативи , дейности и практики за пре-тестване и оценка на въздействието върху МСП на предлагани промени в лицензионни, разрешителни режими и процедури – за да могат да бъдат приспособени и ефективно действащи.
- **Отзивчива администрация** - подпомагане на МСП в работата им с администрацията по два начина: от една страна, чрез провеждане на консултации и даване на насоки за оптимизиране на работата им с административните структури (популяризиране ползването на дигитални услуги и др. под.) и от друга страна, чрез активна работа с държавните институции за подпомагане работата на МСП.



- **Интернационализация** – подпомагане на предприятията с модернизиранни информационни услуги и консултиране за намиране на, и работа с, чуждестранни партньори, като надграждане на една от традиционните дейности на Агенцията.
- Информирание и консултиране на МСП за помощ по процедурите и документите за внос и износ в приоритетни като обем пазари, за подпомагане и стимулиране дейността им за износ на чужди пазари.
- Подпомагане на **иновациите, автоматизацията, дигитализацията, и развитието компетентности**, чрез предоставяне на услуги по ваучерни схеми и други съвременни форми. В контекста на променените бизнес условия, вследствие на възникналата криза с Covid-19, това би помогнало на предприемачите да реагират по-успешно на новите предизвикателства.
- Ускорено развитие и въвеждане на дигитална информационна система/ портал, която ще позволи на ИАНМСП да развива дейностите си по :
 - Подпомагане на международните сътрудничества и контакти
 - Активно информирание на МСП от приоритетните сектори, с които МСП работи, и популяризиране на услугите сред по-широк кръг компании
 - Осъществяване на постоянна обратна връзка - диалог с МСП по всички въпроси, включително получаване на оценка за въздействието на административни инициативи
 - Осъществяване на редовни проучвания по съвременни методи – онлайн, сред компаниите, с които работи ИАНМСП
 - Предварително тестване на дейности и мерки, и прогнозиране на нивото на участие и обем ползване, чрез осъществяване на текущи изследвания и анкети
- Изработване на стратегия и програма за комуникация и популяризиране на текущите проекти и програми на ИАНМСП – външна, след обществото, и вътрешна, сред МСП, с които Агенцията работи
- Въвеждане на дигитализирана система за текущи изследвания на мненията, нагласите, и оценките на МСП, ползващи услугите на Агенцията
- Извършване на детайлно представително количествено изследване за условията, при които МСП биха ползвали платени услуги на ИАНМСП – като тип конкретни услуги, очаквани ползи, цени – сред МСП от приоритетните сектори.



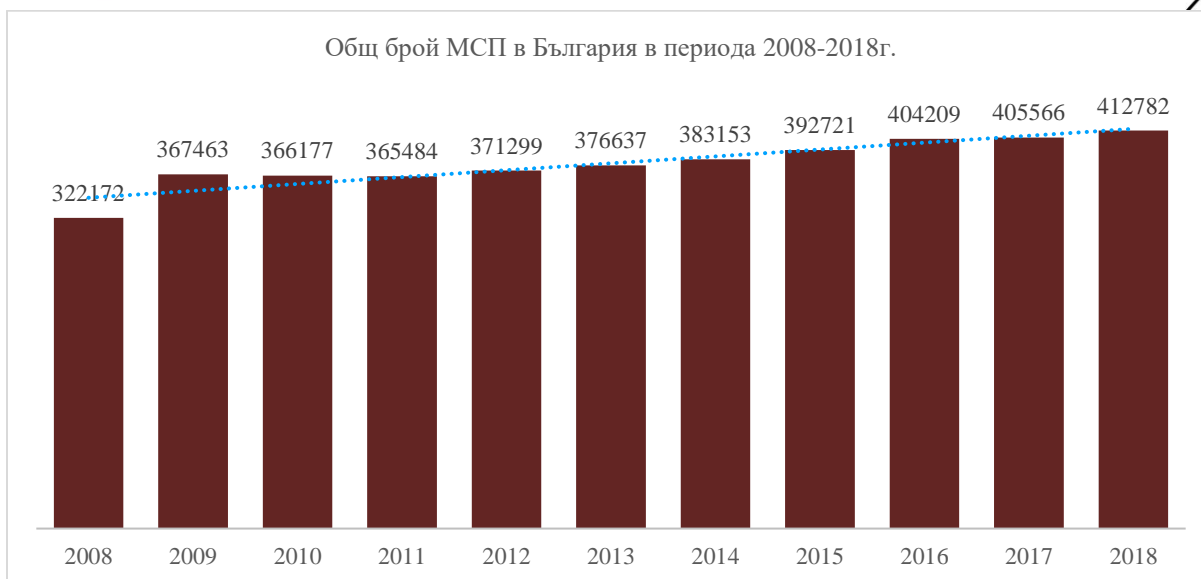
- Дейности на ИАНМСП, отнасящи се до подобряване информираността на МСП в България относно интелектуалната собственост, начините на защита и възможностите за повишаване на конкурентоспособността на предприятията посредством нея.
- Повишаване известността на конкретните услуги и области, в които ИАНМСП би могла да бъде полезна на МСП за развитие на техния бизнес.
- Подкрепа на МСП в посока на тяхната дигитализация и внедряване на иновации и автоматизирани системи за управление с цел оптимизиране и разширение на дейността им.
-

3. Статистическа информация за сектора на МСП (съгласно ЗМСП)

3.1. Брой икономически активни предприятия, отчетени в НСИ (микро, малки, средни и общо – съгласно ЗМСП), според броя на заетите

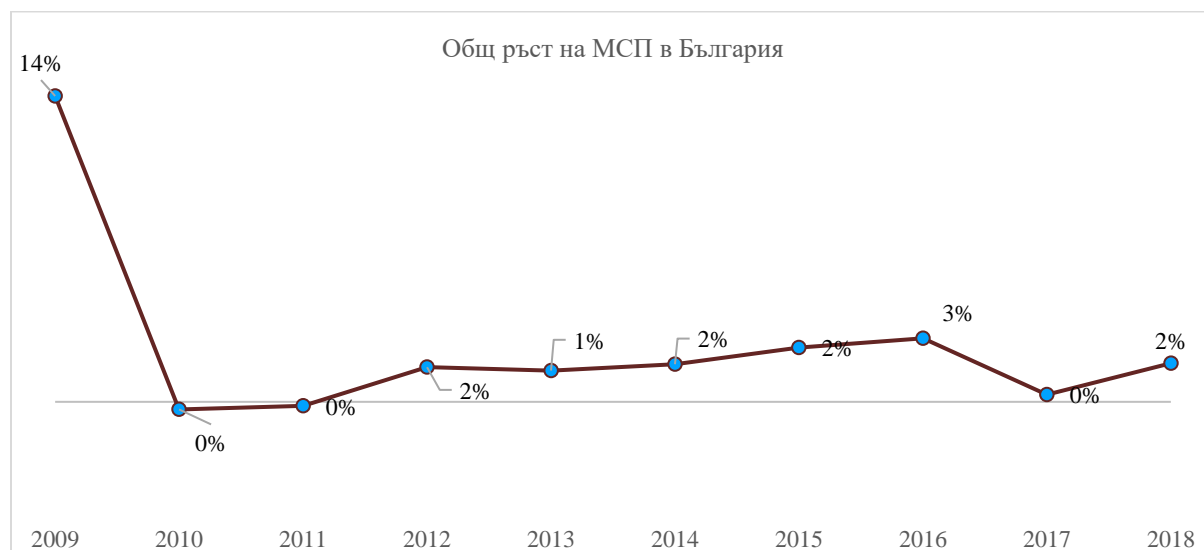
Към 2018 г. малките и средни предприятия са 412 782 броя, като се забелязва устойчива тенденция за растеж през последните пет години. Общият ръст на броя на предприятията от 2014 г. до 2018 г. е в размер на 7.7%.

Най-голям ръст се забелязва през 2016 г. спрямо 2015 г. – 3%. В следващата – 2017 г. – имаме задържане на нивата от предходната година, а през 2018 г. отново се бележи ръст от 2%.



Фигура 1: Общ брой МСП в България за периода 2008-2018г.

Източник: НСИ



Фигура 2: Общ ръст на МСП в България

Източник: НСИ, собствени изчисления

Най-голям е дялът на микропредприятията с до 9 служители, които са устойчиво през годините около 93% от всички МСП. Предприятията с между 10 и 49 служители са в рамките на 6%, а средните предприятия (50-249 служители) се движат около 1% през разглеждания период.

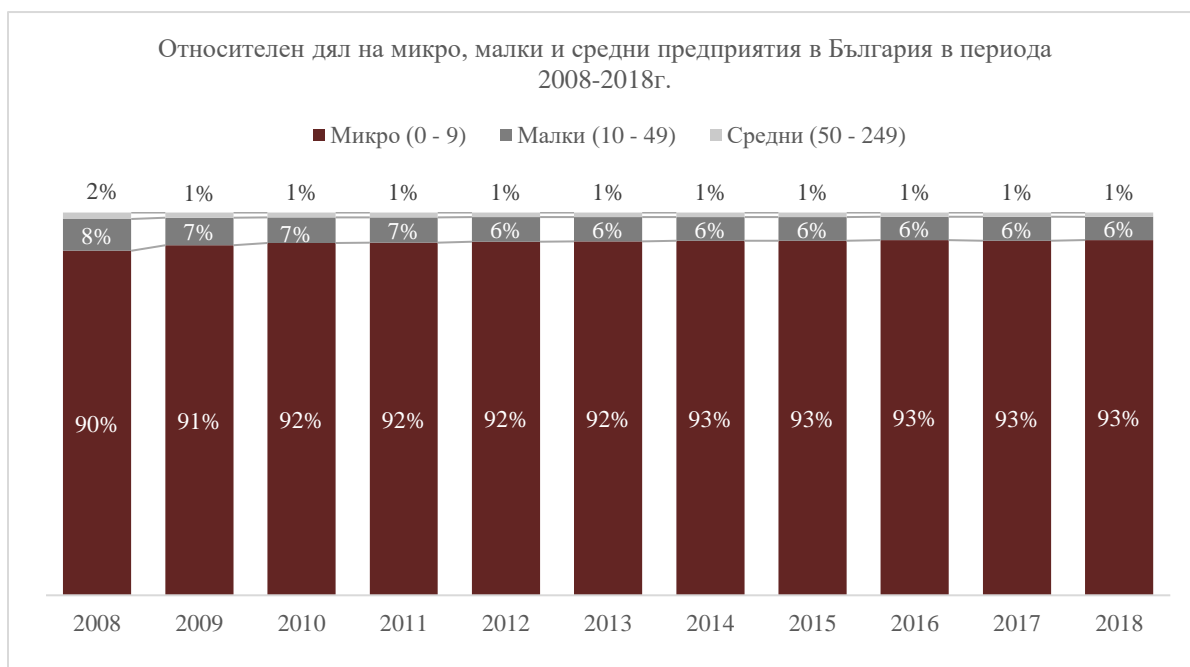
Фактът, че няма промяна в структурата на МСП и запазването на техните дялове показват, че през последните 5 години има устойчив ръст във всяка една от



разглежданите групи – микро, малки и средни предприятия. Това е показател за развитие и укрепване и на трите вида МСП.



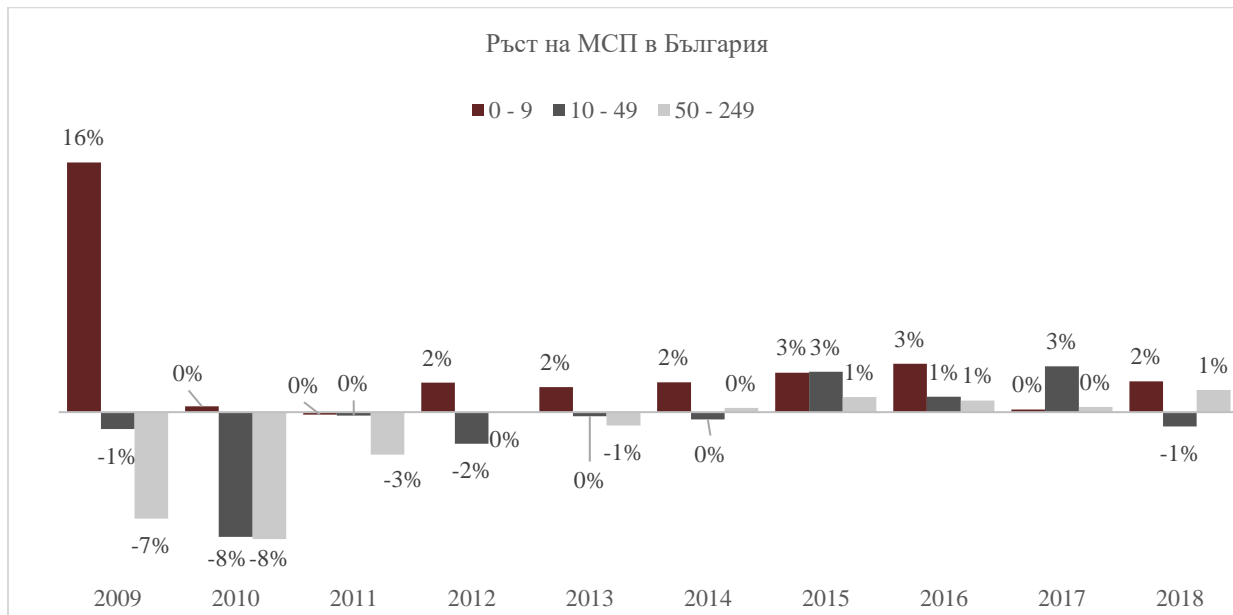
Фигура 3: Брой МСП в България за периода 2008-2018г.
Източник: НСИ



Фигура 4: Относителен дял на микро, малки и средни предприятия в България
Източник: НСИ, собствени изчисления

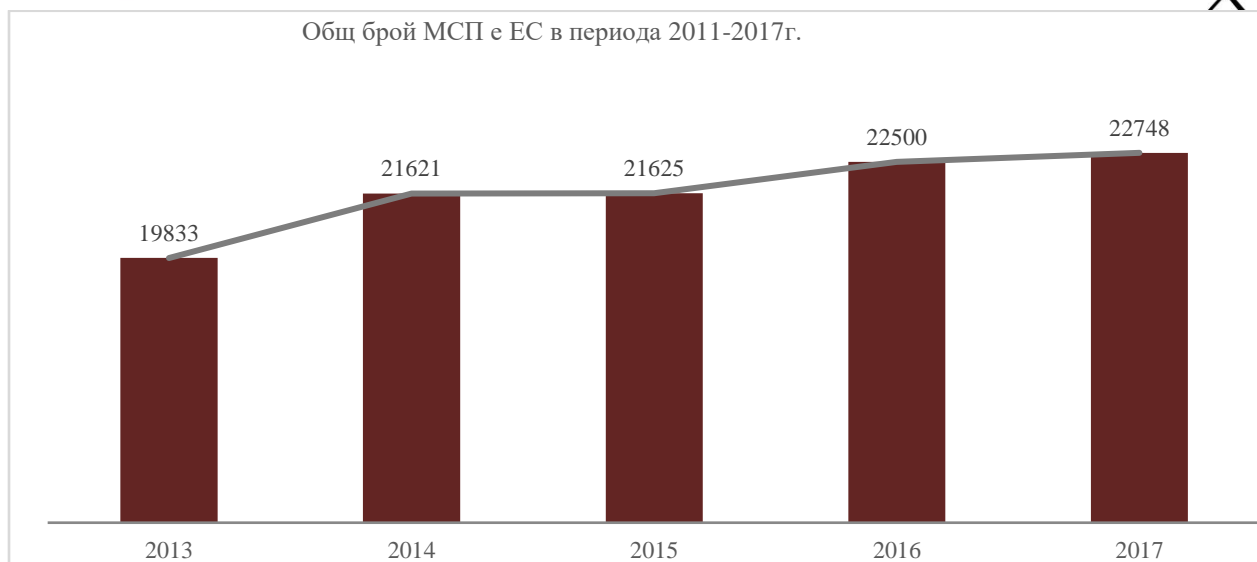


През 2018 г. се наблюдава лек спад в броя на малките предприятия от 1%, но тенденцията от предходните години е за растеж и като цяло броя им се запазва стабилно увеличаващ се.

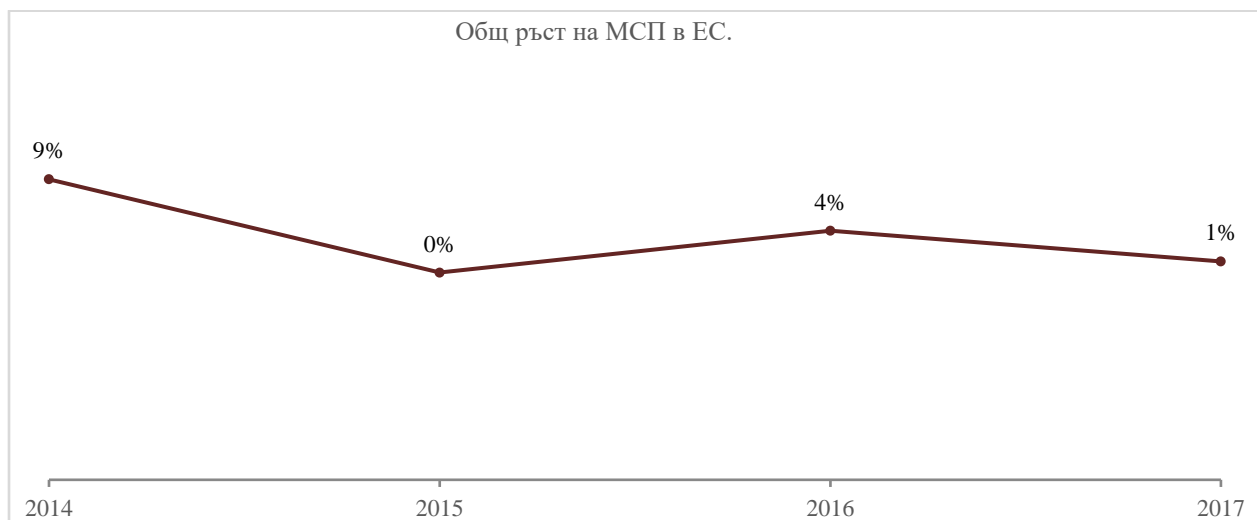


Фигура 5: Ръст на МСП в България
Източник: НСИ, собствени изчисления

В Европейския Съюз тенденцията от последните 5 години е също за повишаване на броя на МСП, като ръстът през 2017 г към 2013 е 15% , който е около два пъти по-голям в сравнение с този в България (7.7%) МСП в ЕС, според данни на Евростат, е около 22 748 млн през 2017 г. Делът на българските МСП в рамките на ЕС е 1.8%.



Фигура 6: Общ брой МСП в ЕС в периода 2013-2017г. (в хиляди)
Източник: Евростат



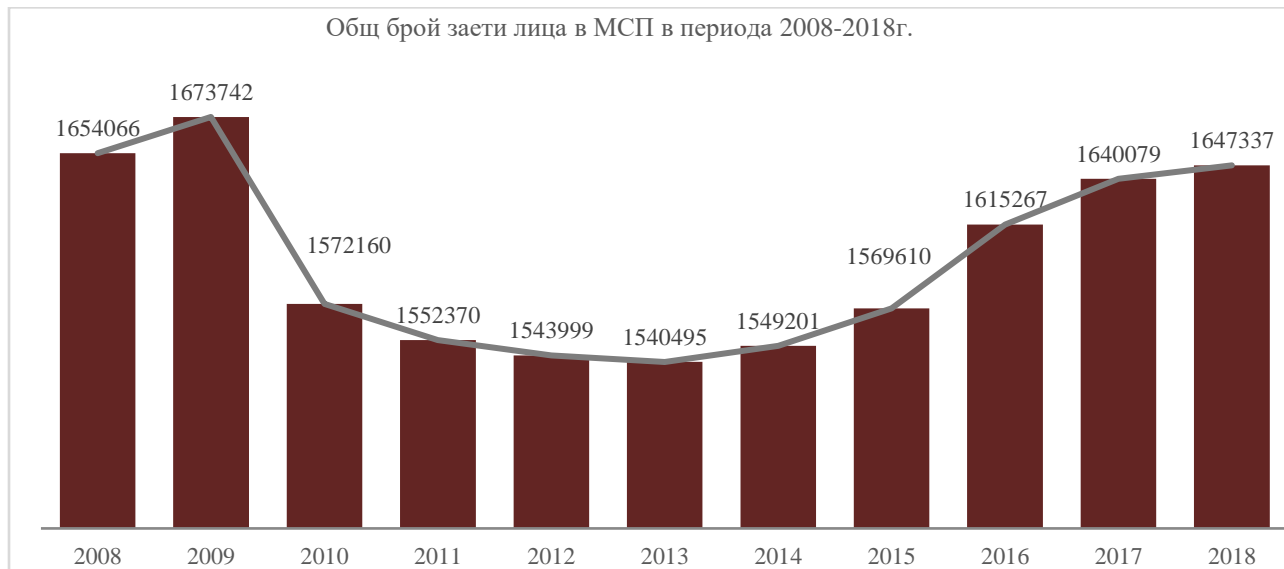
Фигура 7: Общ ръст на МСП в ЕС
Източник: Евростат, собствени изчисления

3.2. Заети лица в МСП по раздели на КИД общо за страната и по областни администрации

У нас растежът в броя на малките и средни предприятия е съпроводен и с ръст на броя на заетите в тях. Тенденцията за спад, появила се през 2010 г. е продължила до 2013 г. е преодоляна и в последните 5 години се забелязва устойчив ръст на общия брой на

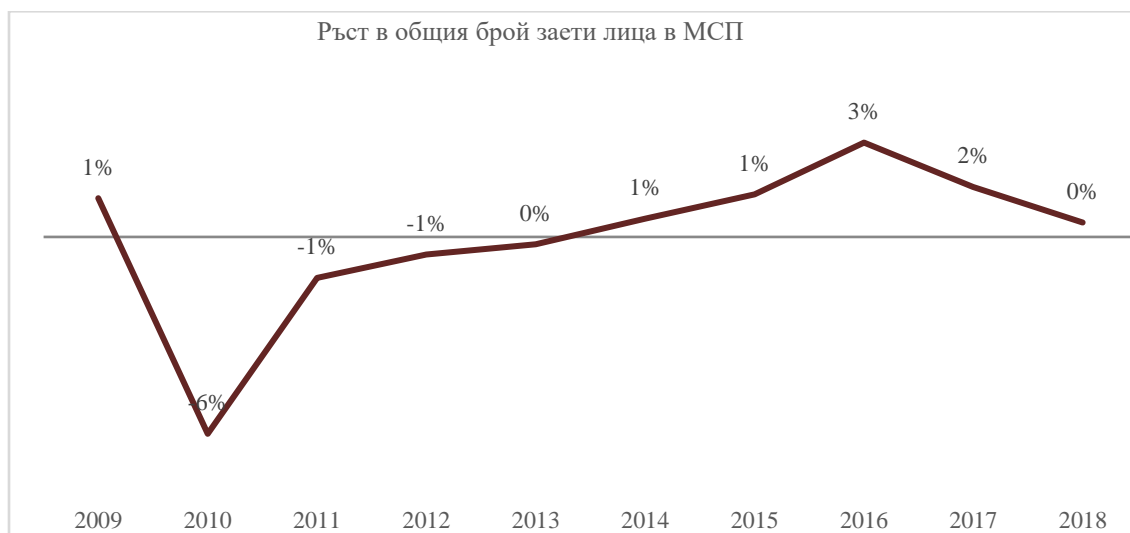


заетите в МСП, който през 2018 г. е в размер на 1 647 337 души. Ръстът спрямо 2014 г. е в рамките на 6.3%.



Фигура 8: Общ брой заети лица в МСП в България в периода 2008-2018г.

Източник: НСИ



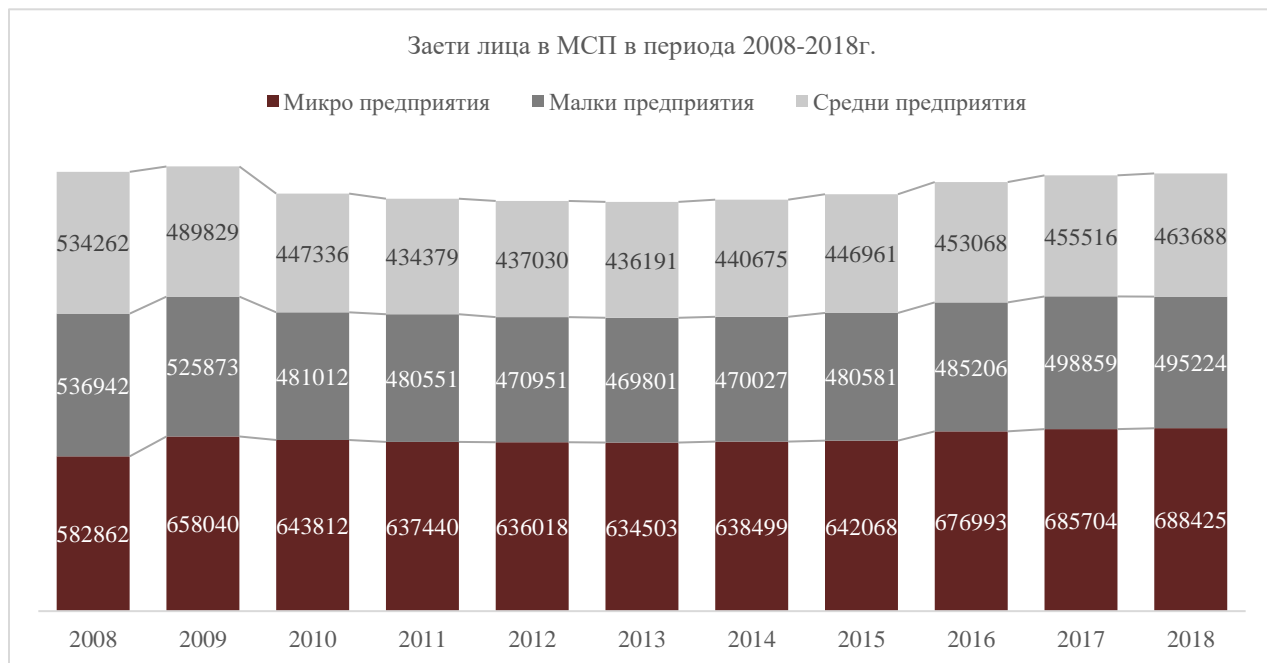
Фигура 9: Ръст в общия брой заети лица в МСП в България

Източник: НСИ, собствени изчисления

Броят на заетите в МСП устойчиво расте и в трите вида предприятия – микро, малки и средни, като съотношението се запазва – от 2014 г. до 2018 г. средните



предприятия запазват своя дял от 28%, малките, които са с най-голям дял заети, са стабилни около 30%, а микропредприятията държат нива около 41-42%.



Фигура 10: Заети лица в МСП в България в периода 2008-2018г.

Източник: НСИ



Фигура 11: Относителен дял на зетите лица в микро, малки и средни предприятия в периода 2008-2018г.

Източник: НСИ



3.3. Заети лица в МСП по КИД общо за страната и по области

Най-голям брой и дял МСП се наблюдават в сектора на търговията, и ремонта на автомобили мотоциклети у нас. Това е най-големият сектор в страната ни с дял от близо 35%. На второ място е „Професионални дейности и научни изследвания“ с 11.4%, а третият по големина сектор е „Преработваща промишленост“ – 7.7%. **Относителните дялове на различните сектори остават сравнително стабилни през последните 5 години и запазват своята големина.**

Секторите от особен интерес, които са високо и средно високо технологични, както и интензивните сектори на знание, запазват своите дялове в общата структура. **Важно е да се отбележи обаче, че общият им дял през 2018 г. е нараснал спрямо 2014 г. с 1%. Това е най-големия темп на нарастване сравнение с всички останали сектори, където нарастването е в рамките на 0.3-0.7%, а в някои има дори и спад.**

Дялове на предприятията по сектори					
	2014	2015	2016	2017	2018
Търговия; Ремонт на автомобили и мотоциклети	36.7%	35.8%	35.3%	35.0%	34.6%
Професионални дейности и научни изследвания	10.6%	10.9%	11.1%	11.2%	11.4%
Преработваща промишленост	8.1%	8.0%	7.8%	7.8%	7.7%
Хотелиерство и ресторантьорство	7.0%	6.9%	6.8%	6.7%	6.6%
Операции с недвижими имоти	5.9%	5.9%	5.8%	5.7%	5.8%
Транспорт, складиране и пощи	5.4%	5.5%	5.7%	5.7%	5.7%
Строителство	5.2%	5.2%	5.1%	5.0%	5.1%
Селско, горско и рибно стопанство	4.6%	4.8%	4.9%	4.9%	4.8%
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	2.9%	3.1%	3.2%	3.4%	3.5%
Хуманно здравеопазване и социална работа	3.5%	3.5%	3.4%	3.4%	3.4%
Административни и спомагателни дейности	2.6%	2.7%	2.8%	2.8%	2.9%
Култура, спорт и развлечения	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	1.5%
Образование	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	1.0%
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
Добивна промишленост	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%



Други дейности	4.7%	4.9%	5.0%	5.2%	5.4%
----------------	------	------	------	------	------

Таблица 1: Дялове на предприятията по сектори

Източник: НСИ, собствени изчисления

Данните по области ясно показват, че най-развита е София, последвана от Пловдив, Варна и Бургас - може да се каже, че това са “кълъстери” на икономическата дейност за МСП у нас.

В София се намират 29% от всички МСП, а в останалите най-големи градове са както следва – Пловдив (9%), Варна (8%) и Бургас (7%). Същите дялове се запазват и по отношение на броя заети лица в отделните области.

2018					
Области		Брой предприятия		Заети лица ³	
Код	Наименование	брой	%	брой	%
BG	Общо за страната	412782	100%	1647337	100%
VID	Видин	3085	1%	11873	1%
VRC	Враца	6011	1%	25386	2%
LOV	Ловеч	5624	1%	23060	1%
MON	Монтана	4572	1%	19809	1%
PVN	Плевен	9783	2%	41350	3%
VTR	Велико Търново	10566	3%	47571	3%
GAB	Габрово	5937	1%	26770	2%
RAZ	Разград	4248	1%	17591	1%
RSE	Русе	11624	3%	51914	3%
SLS	Силистра	3969	1%	16309	1%
VAR	Варна	32917	8%	126141	8%
DOB	Добрич	9548	2%	32653	2%
TGV	Търговище	4060	1%	18499	1%
SHU	Шумен	6998	2%	27882	2%
BGS	Бургас	30706	7%	103537	6%
SLV	Сливен	7098	2%	27863	2%
SZR	Стара Загора	14976	4%	61354	4%
JAM	Ямбол	5439	1%	21164	1%
BLG	Благоевград	21887	5%	76532	5%
KNL	Кюстендил	5928	1%	22629	1%
PER	Перник	5400	1%	20630	1%
SFO	София	9808	2%	41745	3%
SOF	София (столица)	120025	29%	479259	29%
KRZ	Кърджали	5053	1%	22277	1%
PAZ	Пазарджик	11421	3%	47389	3%
PDV	Пловдив	39025	9%	168371	10%

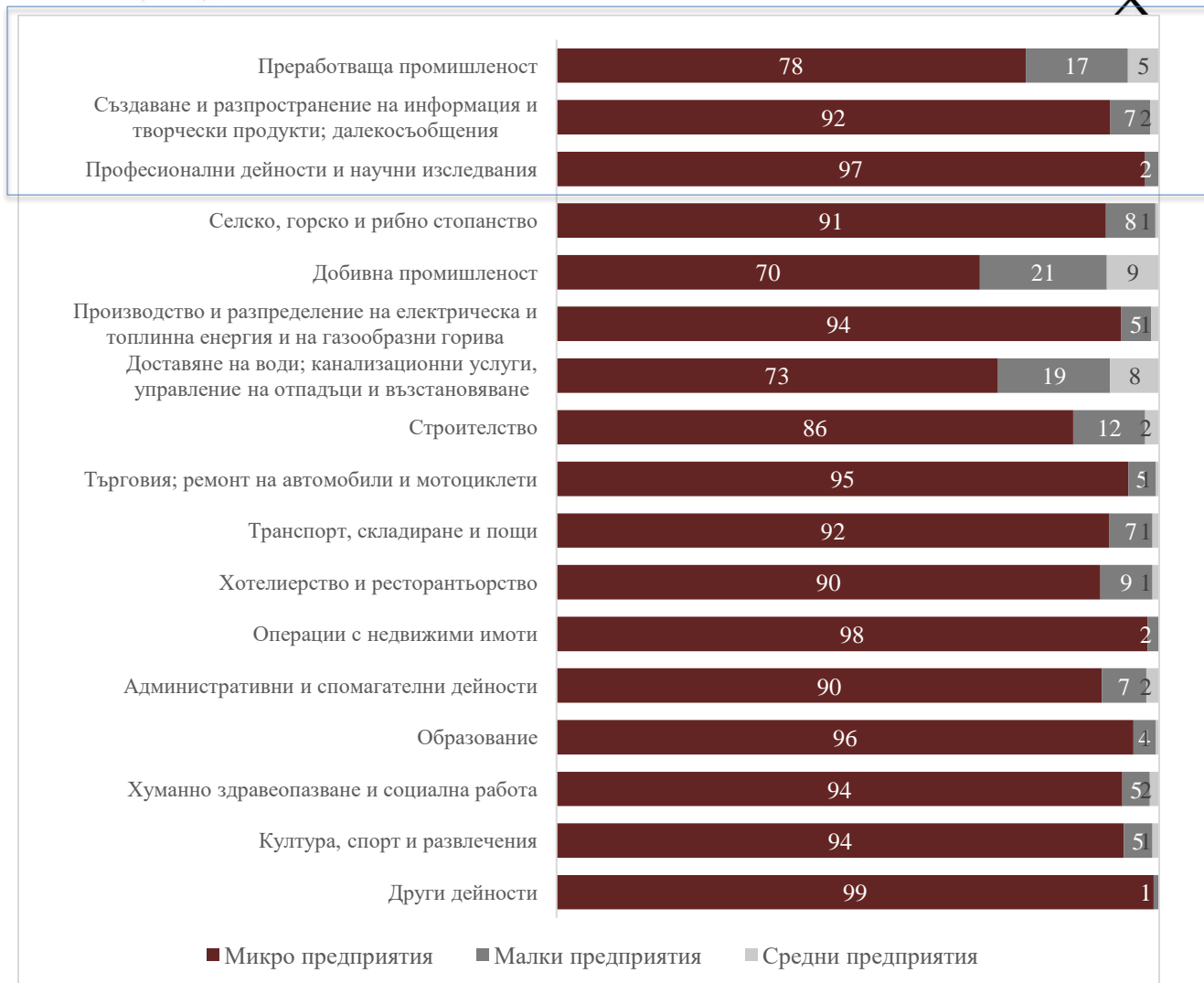


SML	Смолян	5217	1%	21765	1%
HKV	Хасково	11857	3%	46014	3%

Таблица 2: Брой МСП и заети лица по области за 2018г.
Източник: НСИ

По отношение на структурата на МСП по отделните сектори се наблюдават няколко от тях, при които имаме сравнително по-голям дял на малки предприятия – преработваща (17%) и добивна (21%) промишленост, както и доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване (19%). В останалите сектори малките предприятия са в рамките на 5-7%.

В интензивните на знание сектори преобладаващата част от предприятията са микро, а средните предприятия са слабо застъпени или въобще липсват такива. Това означава, че в тези отрасли МСП са повече уязвими и имат нужда от подкрепа, за да могат да продължават ускорено да нарастват и да стабилизират своето развитие.



Фигура 12. Дял на предприятията по големина в отделните сектори
Източник: НСИ

Значим спад се отчита в броя на МСП в добива на нефт и природен газ между 2014 и 2019 година (Вж. Приложения, Таблица 10), а именно от 33%; спад се вижда и в броя МСП, занимаващи се със строителство на съоръжения (5%), производството на хранителни продукти (4%), в производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели, производство на изделия от слама и материали за плетене.

Най-голям ръст в броя на МСП има в дейностите в областта на информационните технологии - МСП в този сектор са с 46% повече през 2019 спрямо 2014 година. Ръст се отчита и в информационните услуги, в чийто сектор МСП са се покачили с 44% през 2019 спрямо 2014 година.



Най-много заети лица в МСП има в хотелиерството и ресторантьорството за 2019 година, а най-малък в добивната промишленост, като в този сектор заетите лица в МСП са само 27% от общо заетите в тези предприятия. Данните на Министерството на Икономиката показват, че в сектора на недвижимите имоти, няма големи предприятия.

Най-голям ръст в заетостта в МСП се очертава в сектора на създаването и разпространението на информация и творчески продукти и далекосъобщенията (36%) през 2019 година, спрямо 2014. 20% ръст в заетостта се отчита и при професионалните дейности и научните изследвания. Въпреки че в сектора на доставянето на води и канализационните услуги, управление на отпадъци и възстановяване броят на МСП спрямо големите предприятия е най-нисък за 2019, заетостта се е повишила със 17% между 2014 и 2019 година. Спад няма в заетостта в нито една КИД категория между 2014 и 2019 година.

3.4. Разпределение на МСП по форми на собственост

Сред регистрираните МСП, те най-често са с правна форма на еднолични дружества или еднолични търговци. Това сочи, че **началният капитал на МСП е най-често наистина малък, както и готовността за поемане на риск в тези предприятия е по-ниска, с оглед на предпочитаните правни форми.**

Най-често регистрираните МСП са еднолични дружества с ограничена отговорност (ЕООД) (228 065), дружества с ограничена отговорност (ООД) и еднолични търговци (72 990). Най-малко МСП са регистрирани с правна форма командитно дружество (КД) (115) и търговско представителство на чуждестранно лице (ТП) (124). Това показва, че за МСП началният капитал е често по-нисък, тъй като за учредяване на ООД или ЕООД изискването е ниско (2 лева капитал), както и по-рисковите правни форми като КД не са предпочитани от предприемачите в МСП. Също така, се подчертава отново от тези данни на НСИ, че **микропредприятията преобладават в България, тъй като 55% от регистрираните МСП за 2018 са еднолични дружества с ограничена отговорност.**

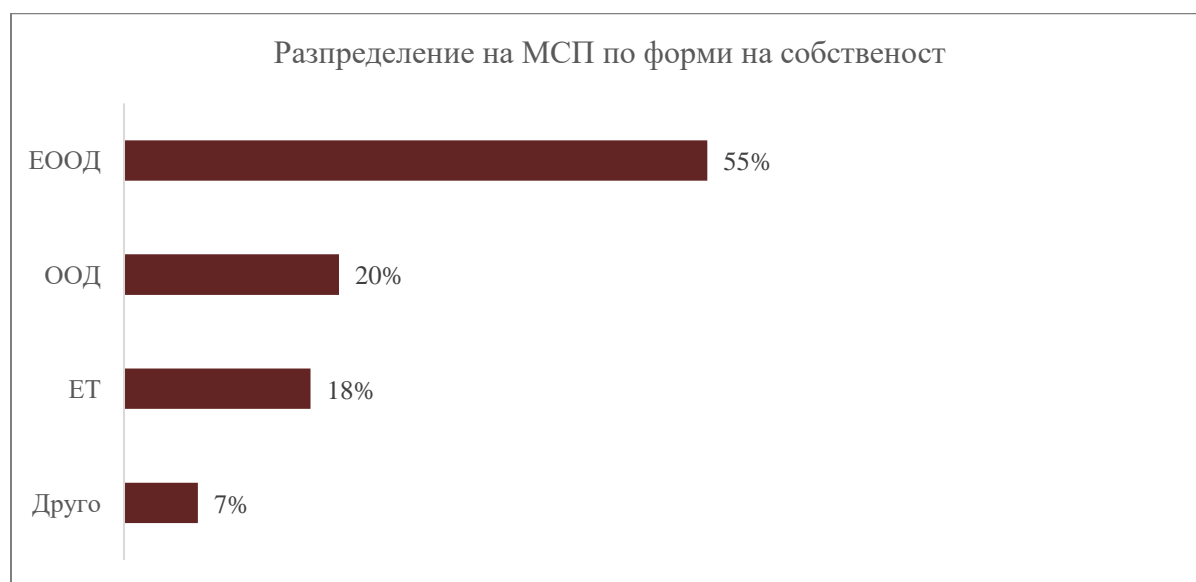
Форма на собственост	2018
	Брой МСП
Еднолично дружество с ограничена отговорност (ЕООД)	228 065
Дружество с ограничена отговорност (ООД)	84 020
Едноличен търговец (ЕТ)	72 990
Физическо лице	9 220
Акционерно дружество (АД)	5 196



Еднолично акционерно дружество (ЕАД)	1 711
Дружество по ЗЗД (ДЗЗД)	6 062
Събирателно дружество (СД)	1 752
Командитно дружество (КД)	115
Кооперация	2 003
Адвокатско дружество	760
Клон на чуждестранно лице	255
Търговско представителство на чуждестранно лице (ТП)	124
Друго	509
Общо:	412 782

Таблица 3: Брой МСП по форми на собственост за 2018г.

Източник: НСИ

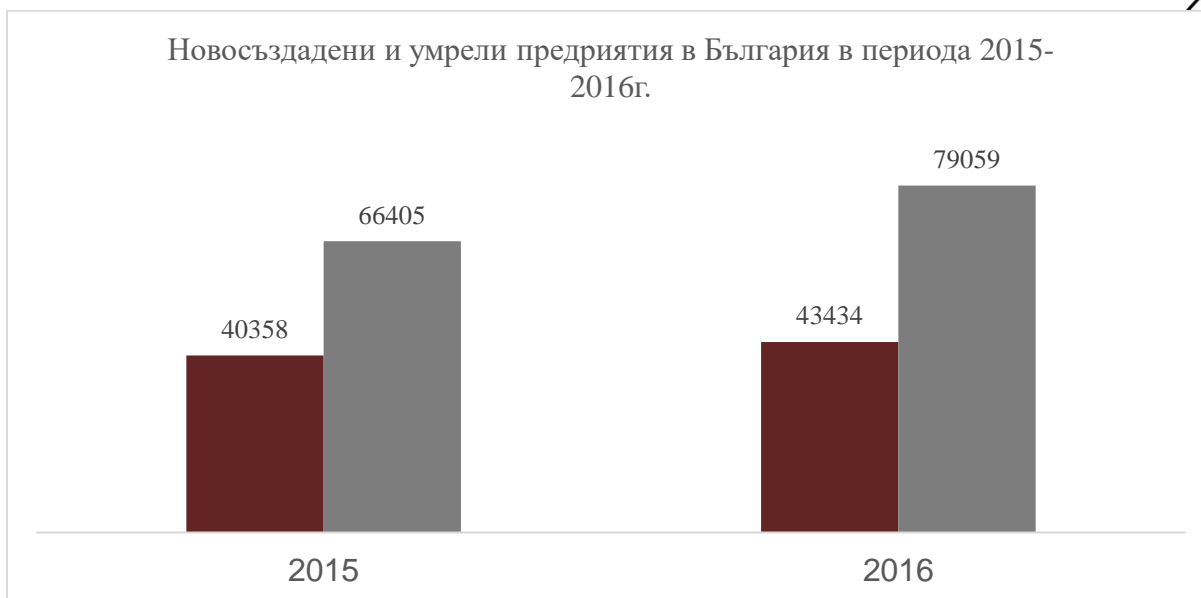


Фигура 13: Дял на МСП в зависимост от формите на собственост за 2018г.

Източник: НСИ, собствени изчисления

3.5. Брой на новосъздадени, икономически активни МСП

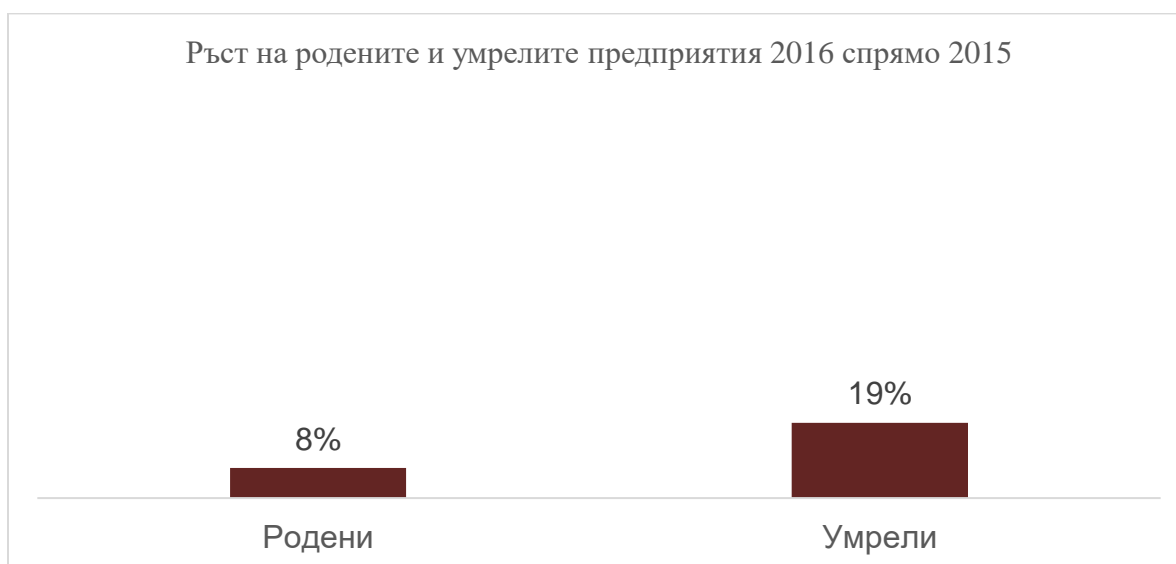
Новосъздадените предприятия бележат ръст през 2015 г., както и през 2016 г., като те са около 11% от общия брой на МСП в България.



Фигура 14. Новосъздадени и умрели предприятия в България в периода 2015-2016

Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: данните са за сектори В-Н; с изключение на К64.2 (Дейност на холдингови дружества)



Фигура 15. Ръст на родените и умрелите предприятия през 2016 спрямо 2015

Източник: НСИ, собствени изчисления

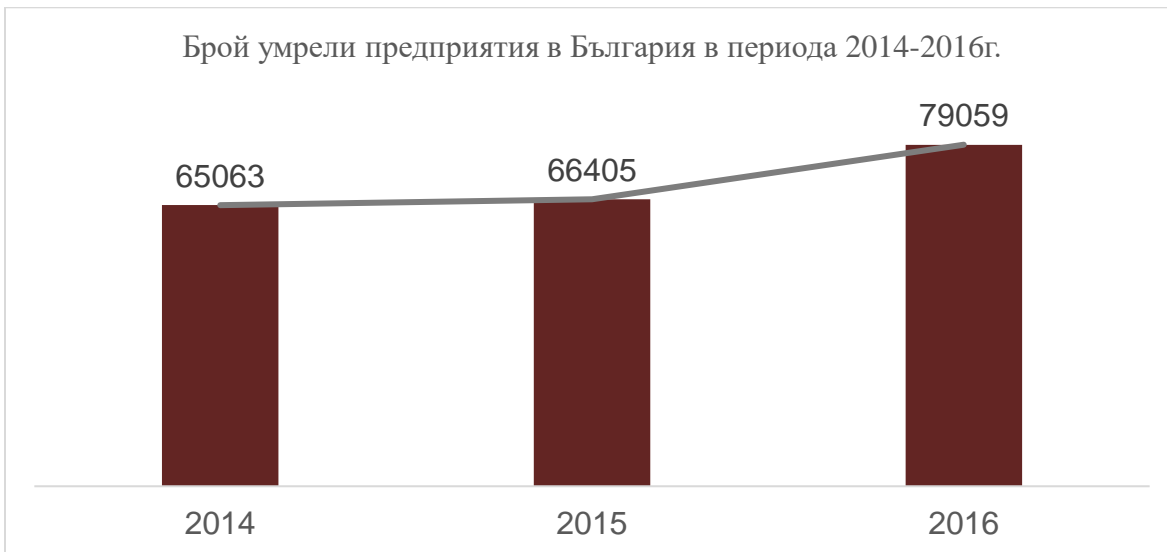
През 2016 година наблюдаваме ръст от 8% на новосъздадените предприятия в сравнение с предходната година, докато ръстът на умрелите е в рамките на 19%.

3.6. Брой на закрити малки и средни предприятия

Ръстът на умрели предприятия през 2015 спрямо 2014 г. е в рамките на 2%, но в следващата година – 2016 умират с 19% повече предприятия, отколкото през 2015. През



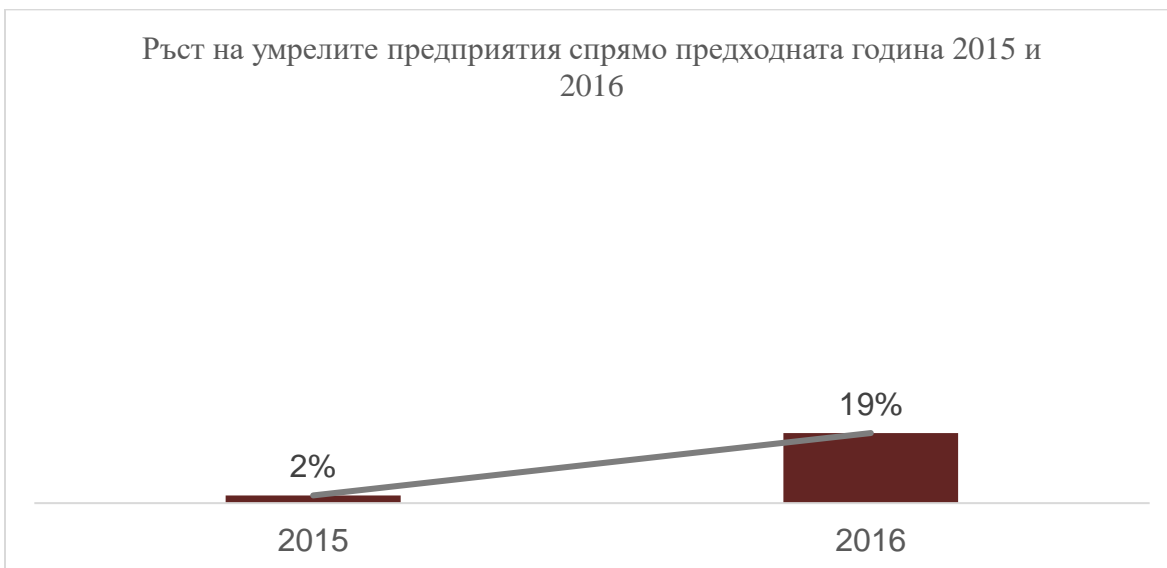
2014 г. и 2015 г. умрелите МСП са около 17% от общия брой предприятия, а през 2016 се наблюдава своеобразен пик, когато умират 20% от всички МСП. Най-много умрели предприятия се отчитат в промишлеността, строителството и услугите.



Фигура 16: Брой умрели предприятия в България в периода 2014-2016г.

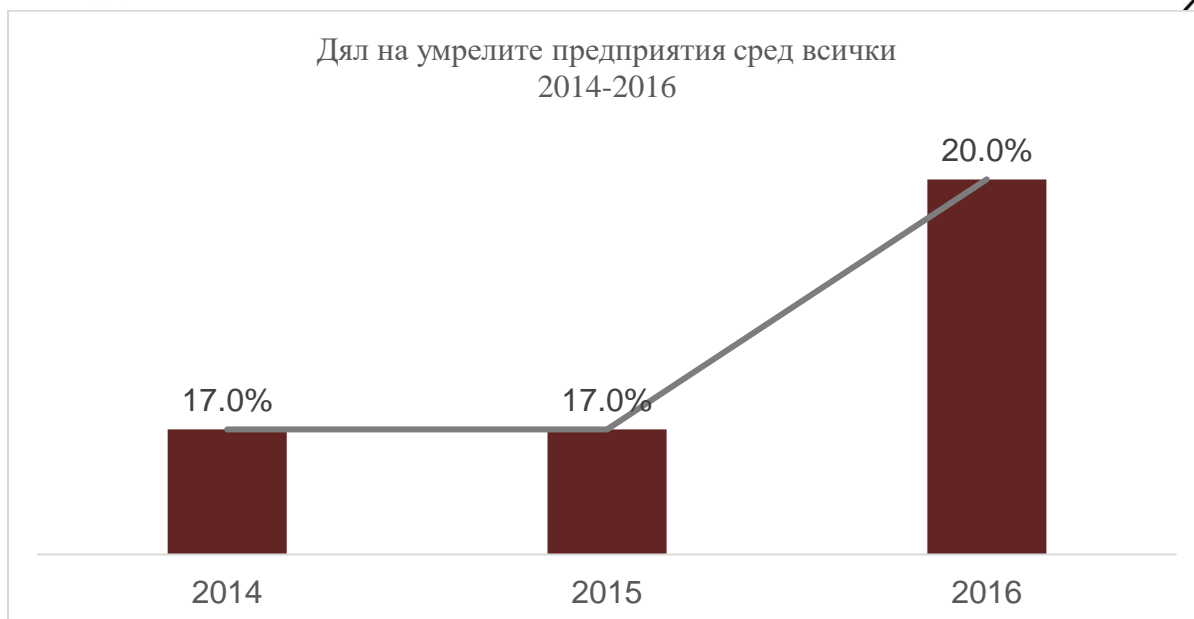
Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: данните са за сектори В-Н; с изключение на К64.2 (Дейност на холдингови дружества)



Фигура 17: Ръст на умрелите предприятия спрямо предходната година 2015 и 2016

Източник: НСИ, собствени изчисления

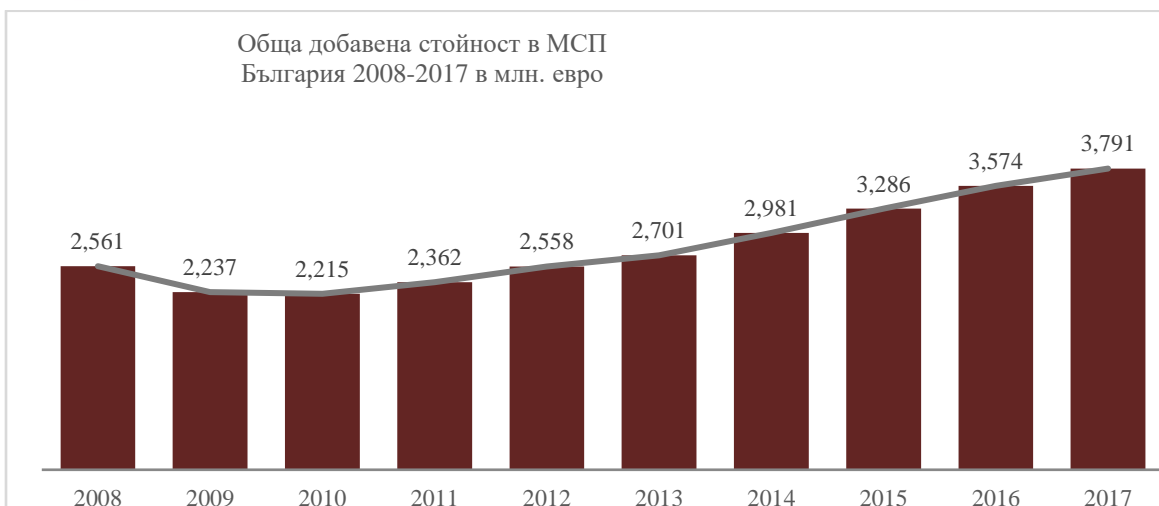


Фигура 18: Новосъздадени и умрели предприятия в България в периода 2015-2016г.
Източник: НСИ

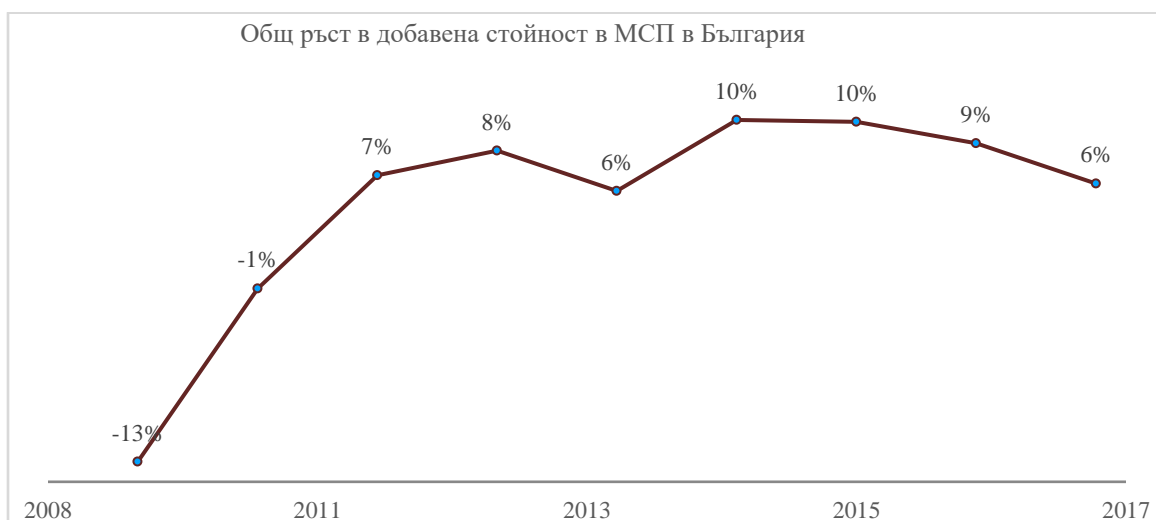
Спад в умрелите предприятия се забелязва в далекосъобщенията, както и в: агенции за недвижими имоти, издателската дейност, добивната промишленост и въздушния транспорт и в инженерните дейности и техническите консултации. (вж. Таблица 12 в Приложения).

3.7. Брутна добавена стойност

Общата брутна добавена стойност на МСП в България расте устойчиво в периода 2013-2017 г., като бележи повишение за петгодишния период от 40%. Най-голям ръст се забелязва през 2014 г. и 2015 г. – по 10%, а в последната разглеждана година – 2017 г. имаме леко забавяне на относителния растеж спрямо останалите години – 6%.



Фигура 19: Обща добавената стойност в МСП в България 2008-2017 в млн. евро
Източник: Евростат



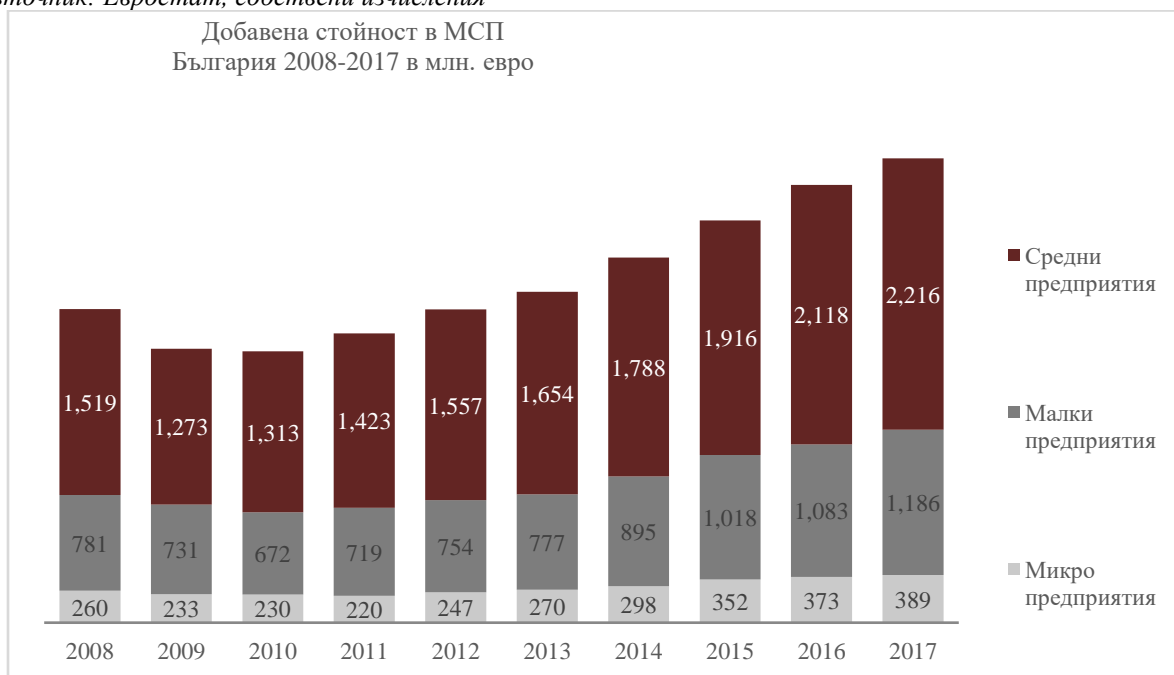
Фигура 20: Общ ръст в добавената стойност в МСП. България
Източник: Евростат, собствени изчисления

Ръстът се забелязва и при трите групи МСП, като най-голям се отчита в малките предприятия (32%) за периода 2014-2017 година, а най-малък - в средните предприятия (24%). Добавената стойност е индикатор за развитие на предприятията, както и за доброто им икономическо здраве. Увеличението на добавената стойност е от 5% и 4% за съответно микро, малките и средни предприятия. Отчита се ръст в сектора на високотехнологичните дейности, но същевременно цените на вноса показват бъдеща или настояща инфлация. Прави впечатление, че трите групи МСП запазват своите относителни дялове в приноса си за брутната добавена стойност, като най-голям е този на средните предприятия (58%), следван от малките (31%).



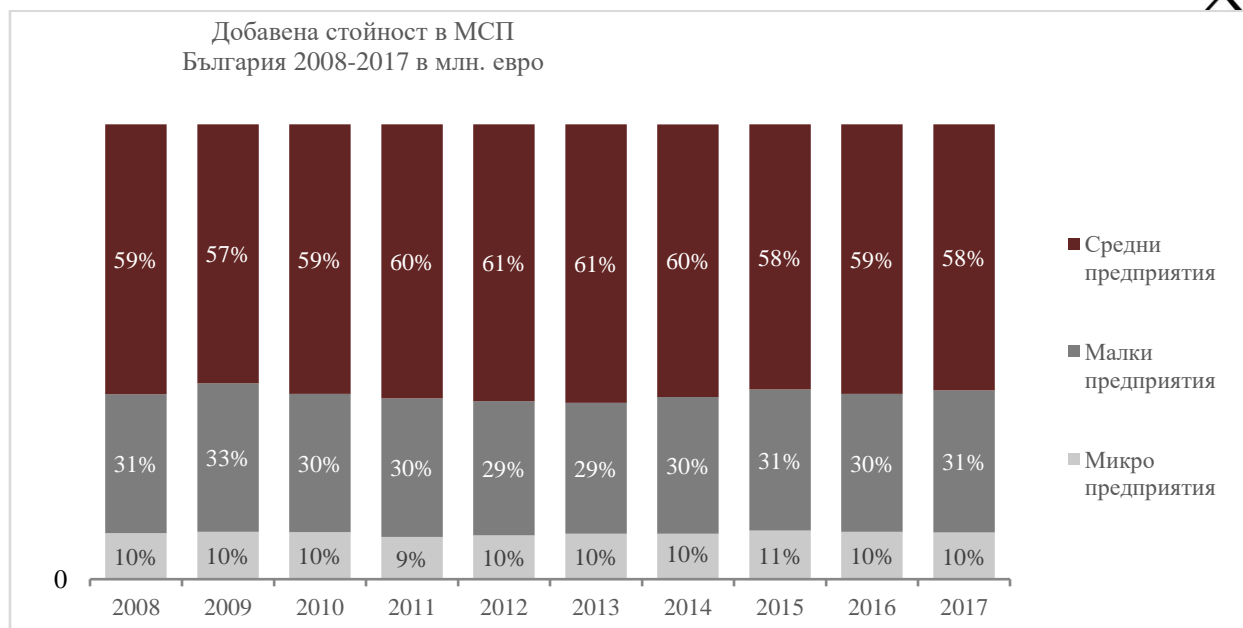
Фигура 21: Ръст в добавената стойност в МСП в България

Източник: Евростат, собствени изчисления



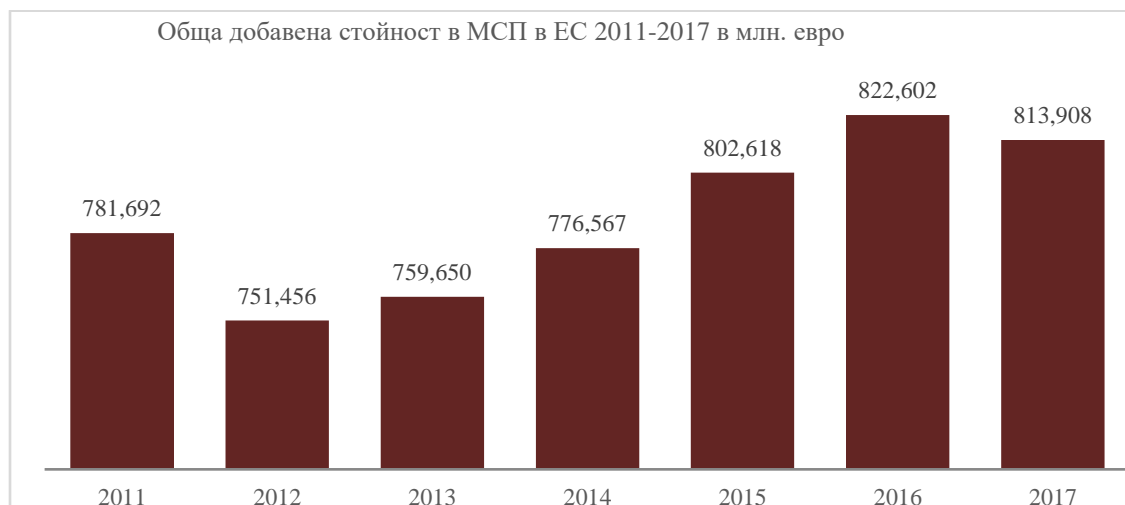
Фигура 22: Добавена стойност в МСП. България 2007-2013

Източник: Евростат

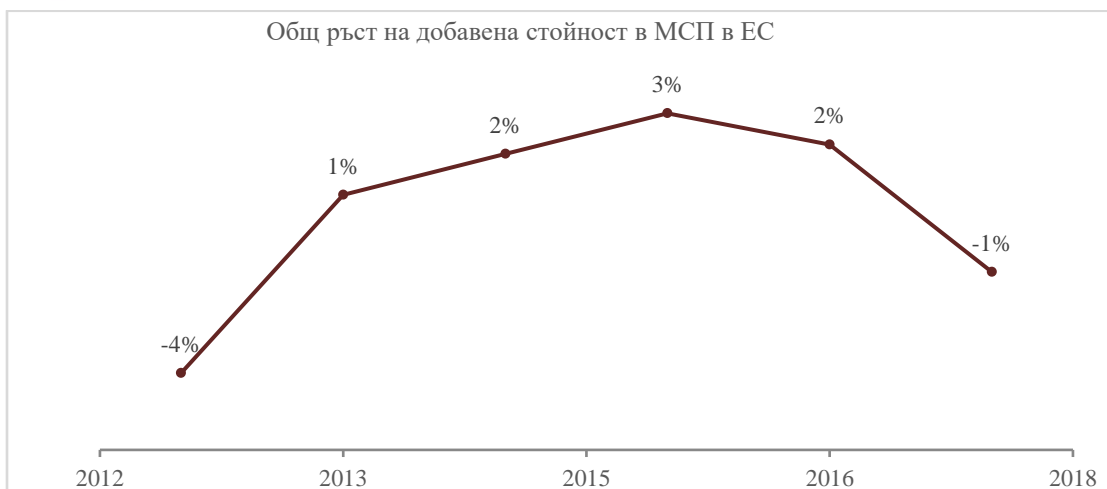


Фигура 23: Разпределение на добавената стойност по големина на МСП. България 2008-2017
Източник: Евростат

В периода 2013 г. – 2017 г. имаме сравнително устойчив растеж на МСП и в ЕС, с изключение на последната – 2017 – година, когато общата добавена стойност бележи лек спад от 1%. Данните на **брутната добавена стойност на МСП в Европейския съюз обаче, показват, че ръстът на този показател в рамките на Съюза е с по-малки темпове, в сравнение с България.**



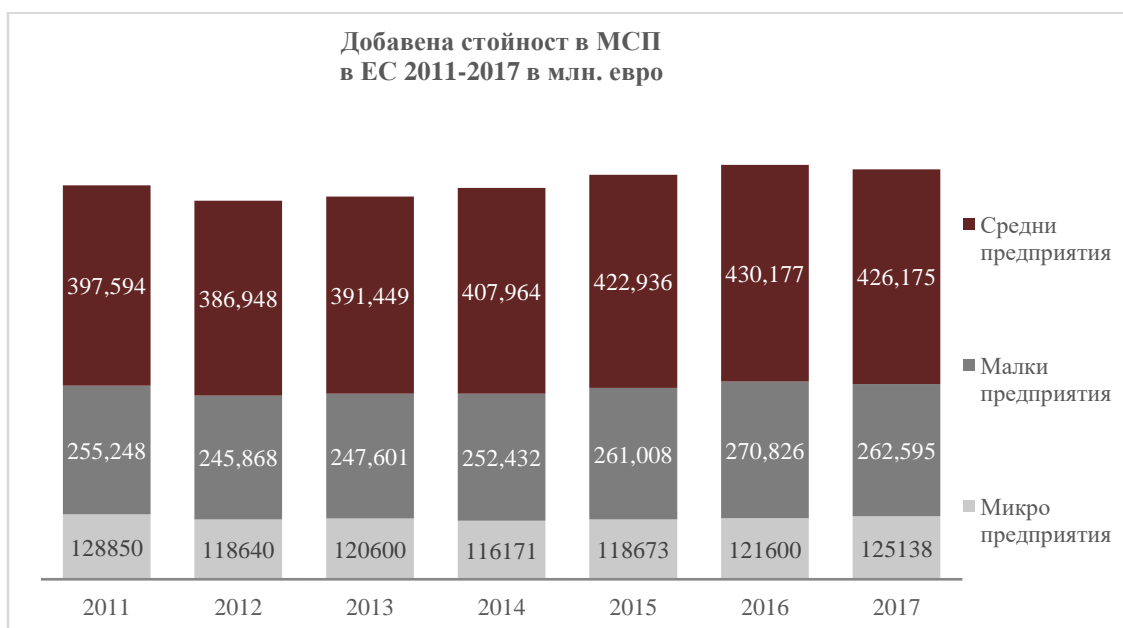
Фигура 24: Обща добавена стойност в МСП в ЕС 2011-2017 в млн. евро
Източник: Евростат



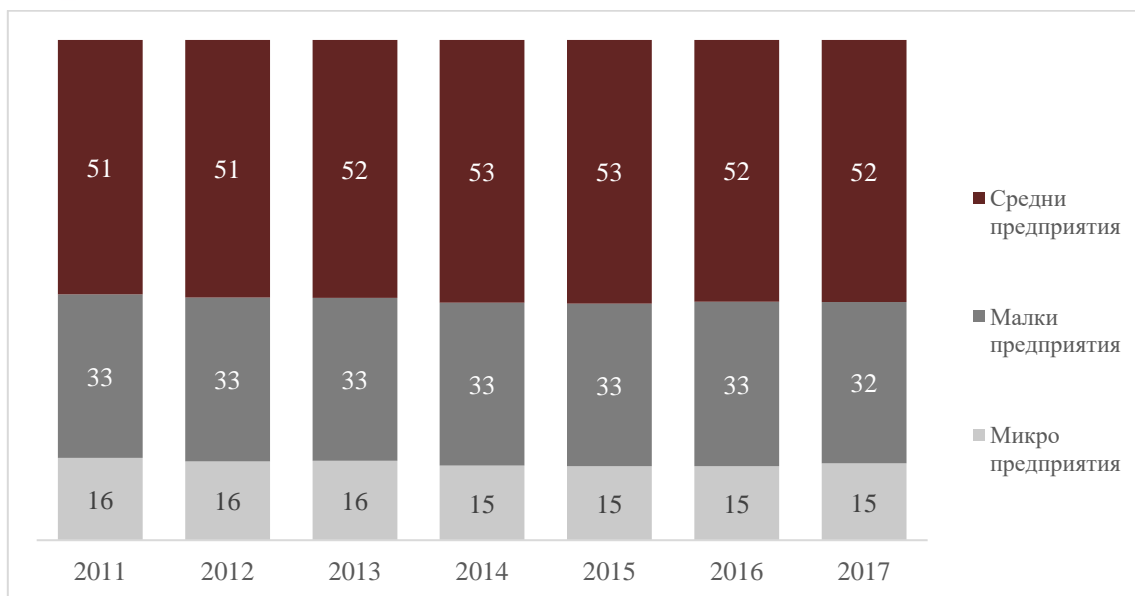
Фигура 25: Общ ръст в добавена стойност в МСП в ЕС в млн. евро
Източник: Евростат, собствени изчисления

Подобно на България в ЕС добавената стойност в МСП също се формира с най-голям дял от средните предприятия, **но се забелязва, че микропредприятията участват с 15% от brutната добавена стойност, докато в страната ни техният дял е в рамките на 10%.**

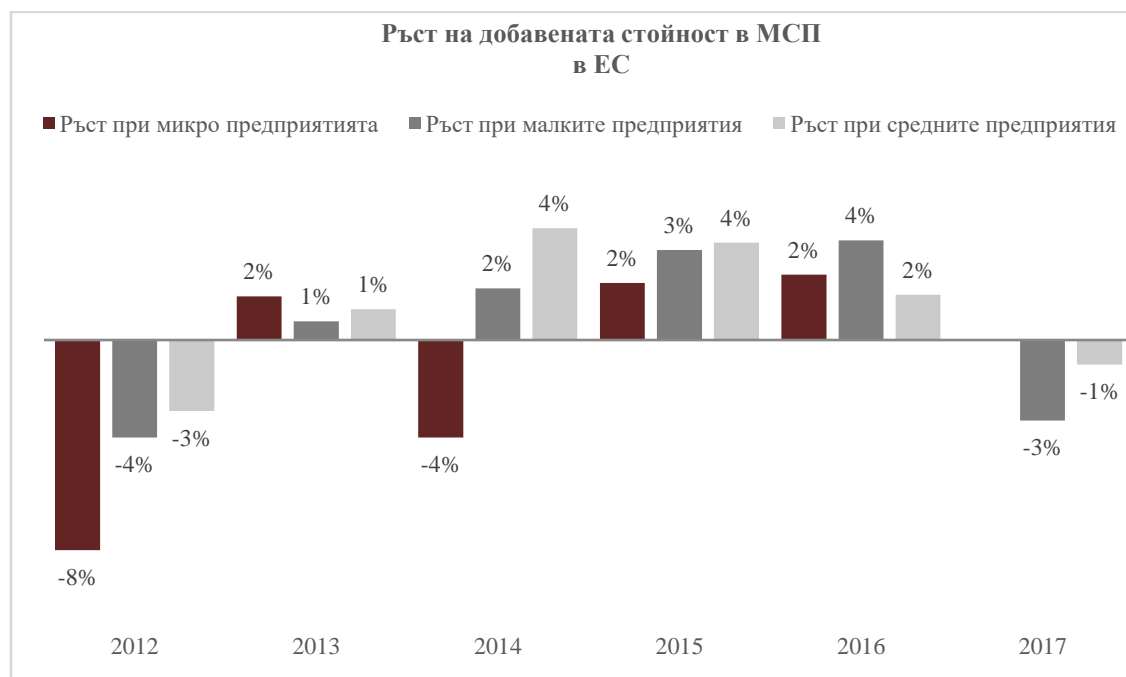
МСП в Европейския съюз бележат ръст през 2015 и 2016 г., но се забелязва спад сред микро и малките предприятия през 2017 г., по-сериозен сред малките предприятия – 3%.



Фигура 26: Добавена стойност в МСП в ЕС 2011-2017 в млн. евро
Източник: Евростат



Фигура 27: Добавена стойност в МСП в ЕС 2011-2017 в млн. евро
Източник: Евростат



Фигура 28: Ръст на добавената стойност в МСП в ЕС
Източник: Евростат, собствени изчисления

Тенденцията, която се очертава от анализираните данни, е че у нас ръстът на брутната добавена стойност към края на 2017 е положителен знак, докато в ЕС има



спад. Следва да се отбележи, обаче, че у нас вариациите - скоковете и падовете- са по-силно изразени, в сравнение с ЕС. Микропредприятията са по-динамични у нас, отколкото в ЕС, докато средните са по-стабилни и в европейски, и в български мащаб.

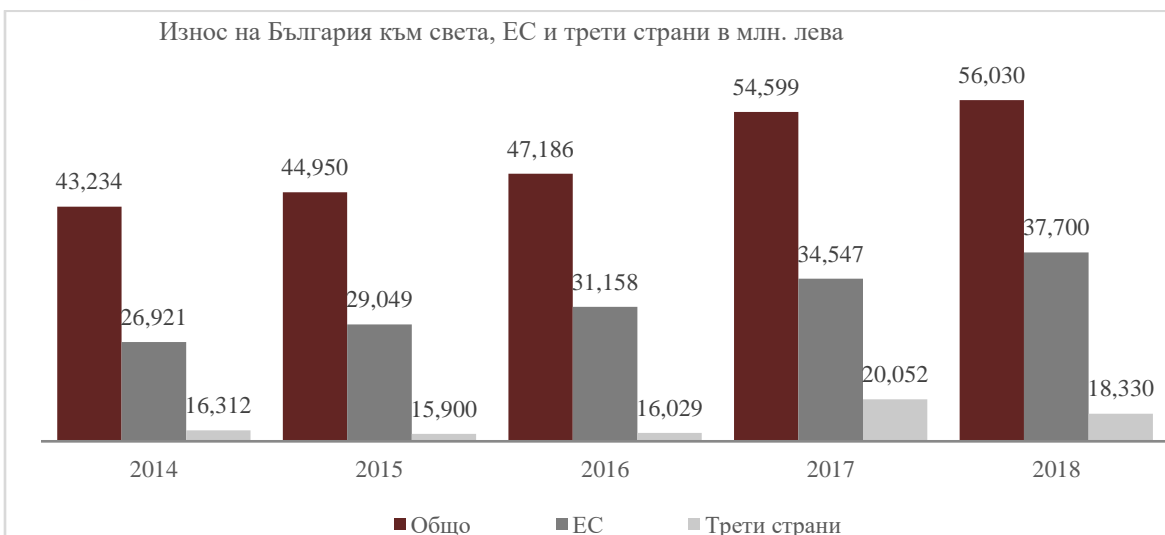
3.8. Търговия с трети страни – изнесени и внесени стоки

За периода 2014-2018 износът отчита ръст от 29,6%, а вносът с 23%. За 2014 най-внасяните продукти са артикулите, класифицирани главно според вида на материала, а най-внасяните са машините, оборудването и превозните средства. Тази тенденция остава непроменена за 2018 година. Търговското салдо се понижава за този период с 13%, което е показателно за компенсиране на вноса с износ, както и покачване на цените на износа.

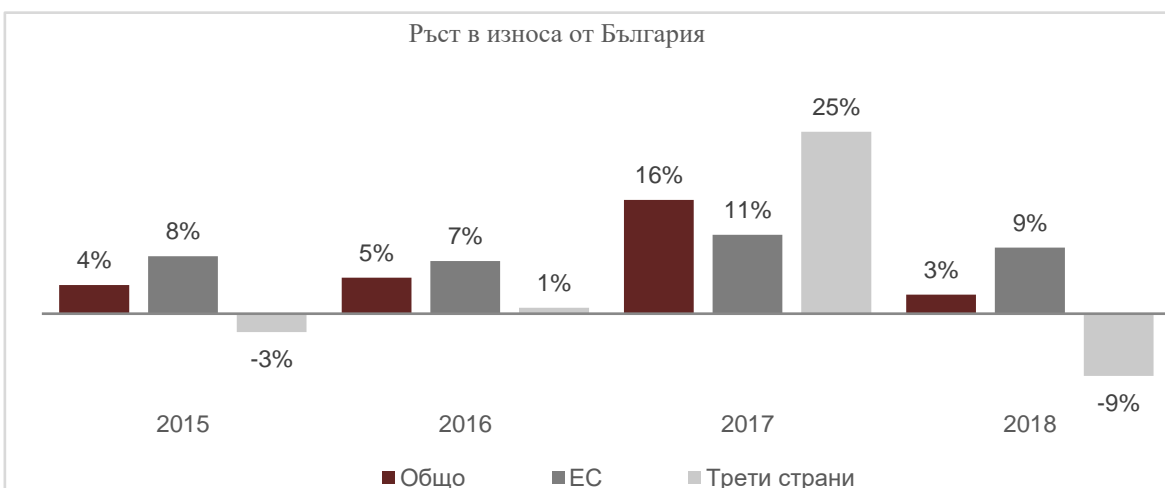
Прави впечатление стабилното повишаване на относителния дял на търговията с ЕС като цяло, в сравнение със стокообмена с трети страни.

Отчита се лек спад в износа към ЕС между 2014 и 2015, след което до 2018 той нараства и надминава началното си ниво през 2014 година, а вносът от ЕС нараства през периода 2014-2018. Това води до негативно търговско салдо през целия период, въпреки това то намалява драстично между 2015 и 2016 година, което сочи, че износът компенсира за вноса и нараства по-бързо от него, с оглед на това че както вносът, така и износът се увеличават.

Сравнителният анализ на вноса и износа на МСП в България показва, че българските предприятия имат по-голям дял във вноса и по-малък в износа, което показва, че те имат нужда от допълнителна подкрепа, за повишаване на интернационализацията на своята дейност, за да могат да се развиват успешно и да продават на повече пазари.



Фигура 29: Износ на България към света, ЕС и трети страни в млн. лева
Източник: НСИ



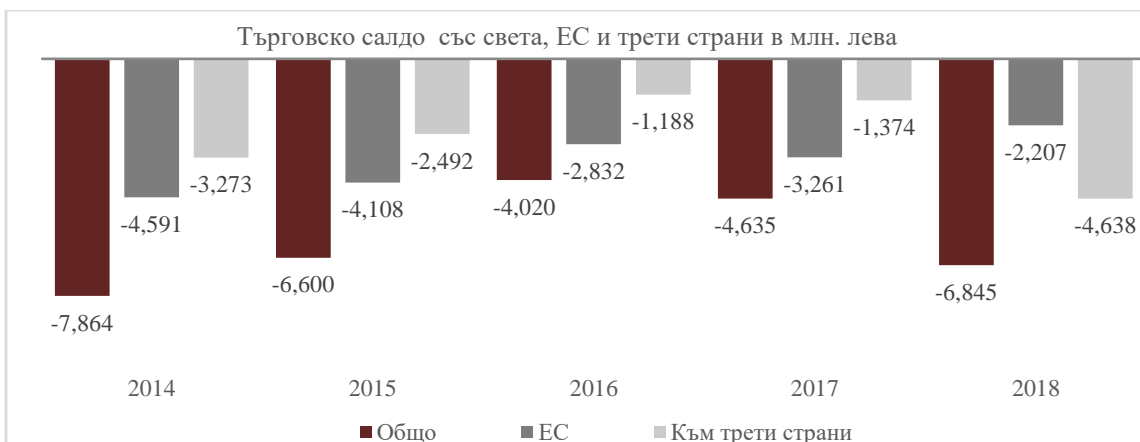
Фигура 30: Ръст в износа на България към света, ЕС и трети страни
Източник: НСИ, собствени изчисления



Фигура 31: Внос към България от света, ЕС и трети страни в млн. лева
Източник: НСИ



Фигура 32: Ръст във вноса към България от света, ЕС и трети страни
Източник: НСИ, собствени изчисления



Фигура 33: Търговско салдо със света, ЕС и трети страни в млн. лева
Източник: НСИ



Онлайн търговията в границите на Съюза е много ниска и се е увеличила от 2009 до 2017 само от с 2,2% (Европейска Комисия, 2019).

Търговското салдо с ЕС е отрицателно, съответно държавата внася повече отколкото изнася, с тенденция за увеличаване на износа за сметка на вноса, както търговията се провежда най-вече с ЕС, не с трети страни, както става ясно и от статистическия анализ по-горе. **Въпреки това, онлайн търговията на Българските МСП е много ниска, почти незначителна.**

Сред нефинансовите МСП вносът от ЕООД е най-висок – 15 млрд. лева, както и износът – 10 млрд. лв., след тях се нареждат едноличните акционерни дружества (ЕАД) по внос, а по износ на второ място са дружествата с ограничена отговорност. Най-малко активни във вноса и износа са търговските представителства на чуждестранни лица. МСП с правна форма ЕООД, ООД, ЕТ, физически лица, ЕАД, ДЗЗД и КД реализират негативно салдо - стойността на техния внос е по-голяма от тази на износа. При останалите тенденцията е обратна.

	2018	
	Внос	Износ
	хиляди левове	хиляди левове
Малки и средни нефинансови предприятия	32 719 654.852	22 433 051.132
от тях:		
Еднолично дружество с ограничена отговорност (ЕООД)	15 207 550.403	10 954 785.888
Дружество с ограничена отговорност (ООД)	9370 346.254	6 677 005.683
Едноличен търговец (ЕТ)	229 834.157	147 264.687
Физическо лице	6 589.703	635.166
Акционерно дружество (АД)	2 876 708.863	3 001 926.689
Еднолично акционерно дружество (ЕАД)	3721 692.353	1 426 561.891
Дружество по ЗЗД (ДЗЗД)	172 400.076	7 239.727
Събирателно дружество (СД)	44 040.832	51 029.214
Командитно дружество (КД)	20 212.206	16 774.848
Кооперация	8 552.624	15 352.768
Адвокатско дружество	1.974	-
Клон на чуждестранно лице	948 259.321	125 868.871
Търговско представителство на чуждестранно лице (ТП)	14.523	18.004
Друго	113 451.563	8 587.696

Таблица 4: Внос и износ на МСП по форми на собственост
Източник: НСИ



3.9. Стокообмен на България

Стокообменът е един от основните индикатори за състоянието на търговските дейности, като повишаването на търгования обем е принципно индикатор за стабилността на българските МСП, както и тяхната способност да бъдат интернационализирани. Колкото повече стоки се обменят в рамките на международната търговия, толкова по-икономически здрави и стабилни в развитието си биха били МСП.

Общата стойност на стокообмена на България с трети страни е 60,41 млрд. Евро за 2018 година - 4% ръст спрямо 2017. Най-висок дял в обмяната на стоки на България е регистриран с Германия - 13,5% на стойност 8,15 млрд. Евро за 2018 година. На второ място се нарежда Италия - 8% от търговията на страната се осъществява с Италия, следват Румъния и Турция (съответно 7,6% и 7,5%). От общия стокообмен, само 1,1% е със САЩ, а с Русия делът е 6,6%.

Общо погледнато, България като че ли не търгува достатъчно интензивно със съседните ни страни – най-висок е стокообменът с Румъния, следвана от Турция и Гърция. **(вж. Таблица 14 в Приложения).**

Най-търгуваните стоки са нефтените масла и масла от битуминозни минерали, различни от суровините с дял 4,2% от общия стокообмен към 2018, на второ място се нареждат медикаментите за терапевтични или профилактични цели, под формата на дози или приготвени за продажба на дребно и медни руди и техните концентрати (3,1%). Най-малко мотоциклети, къспета и твърди отпадъци, етерични масла, артикули и съоръжения за физическа култура, сачмени, ролкови или иглени лагери, алуминиево фолио, пластмасови вани, душеве, мивки, бидета и материали за тоалетни, кухненски мивки и други мивки и материали за тях, ризи, блузи и подобни, части за двигатели, стъклени предмети за сервиране, дамаджани, костюми, пружини за легла, велосипеди и семена от репица и рапида дори натрошени (0,2%) **(Таблица 15 в Приложения).**

3.10. Индекс на цени на вноса по Стандартната външотърговска класификация (SITC)

Индексът по цени на вноса отчита цикличните промени в цените на вноса извън границите на България. Той е индикатор за бъдеща инфлация, която сама по себе си говори



за икономическото състояние на страната. Оскъпяването на стоките, които се внасят, води до вдигане на цените у нас или намаляване на съответния внос. За периода 2016 до 2018 индексите на цените за вноса се покачват, като общият ръст в цените на вноса на стоки при база средногодишни цени, спрямо предходната година, е 10.2% (**вж. Таблица 16 в Приложения**). **Общият индекс на цените на вноса за България през 2018 г. е в размер на 105.2.**

Отчита се покачване в индексите на цените за вноса от 2016 до края на периода (2018), след рязък спад от 3.6%, при база средногодишни цени за предходната година.

3.11. Индекс на цени на износа по Стандартната външнотърговска класификация (SITC)

Индексът на цените на износа отразява търсенето на българските стоки в останалия свят. Ръст се отчита при някои продукти, като това може да се дължи и на по-високи цени на производство, а не задължително на по-голямо търсене на тези стоки от други държави.

Общият индекс на цени на износа за България през 2018 г. е 102.7.

Индексът за цените на износа, показва ръст при храните и живите животни, безалкохолните и алкохолни напитки и тютюн, необработени материали, негодни за консумация (изкл. горивата), минерални горива, масла и подобни продукти, животински и растителни мазнини, масла и восъци, химически вещества и продукти, артикул класифицирани главно според вида на материала, машини, оборудване и превозни средства и разнообразни готови продукти. Общият ръст в индекса на цените на износа е от 10% в периода 2014-2018, като спад се забелязва между 2015 и 2016, а именно спад от 4%, наваксан с ръст от 12% между 2016 и 2017 година (**вж. Таблица 17 в Приложения**).

3.12. Относителен дял на родените през година t предприятия и оцелели през t+3

Общият брой новосъздадени предприятия е 41,723 за 2017 година. От тях 83% са оцелелите през 2017 година, основани през 2016.

Голям брой от новосъздадените предприятия оцеляват в следващата година. Ако погледнем данните за оцелелите предприятия през 2017 година, създадени през 2014, то



процентът оцелели е 17 от всички създадени през 2017 предприятия. От общия брой активни предприятия (347,730), еднакъв процент са умрелите и оцелелите през 2017 година, а именно 12%.

Най-много заети лица в новородени предприятия се отчитат в бизнес услугите, с изключение на холдингови дружества през 2017 година. В производството на кокс и рафинирани нефтопродукти няма новородени предприятия през 2017, а от 2014 до 2016 те са по едно на година. Същото важи и за даването под наем на видеокасети и дискове, което показва преориентиране към по-модерни. След този сектор се нарежда даването под наем и оперативният лизинг на офис мебели и техника, включително компютри, без оператор, където заетите лица в новородени предприятия през 2017 са 3, при три нови предприятия за тази година.

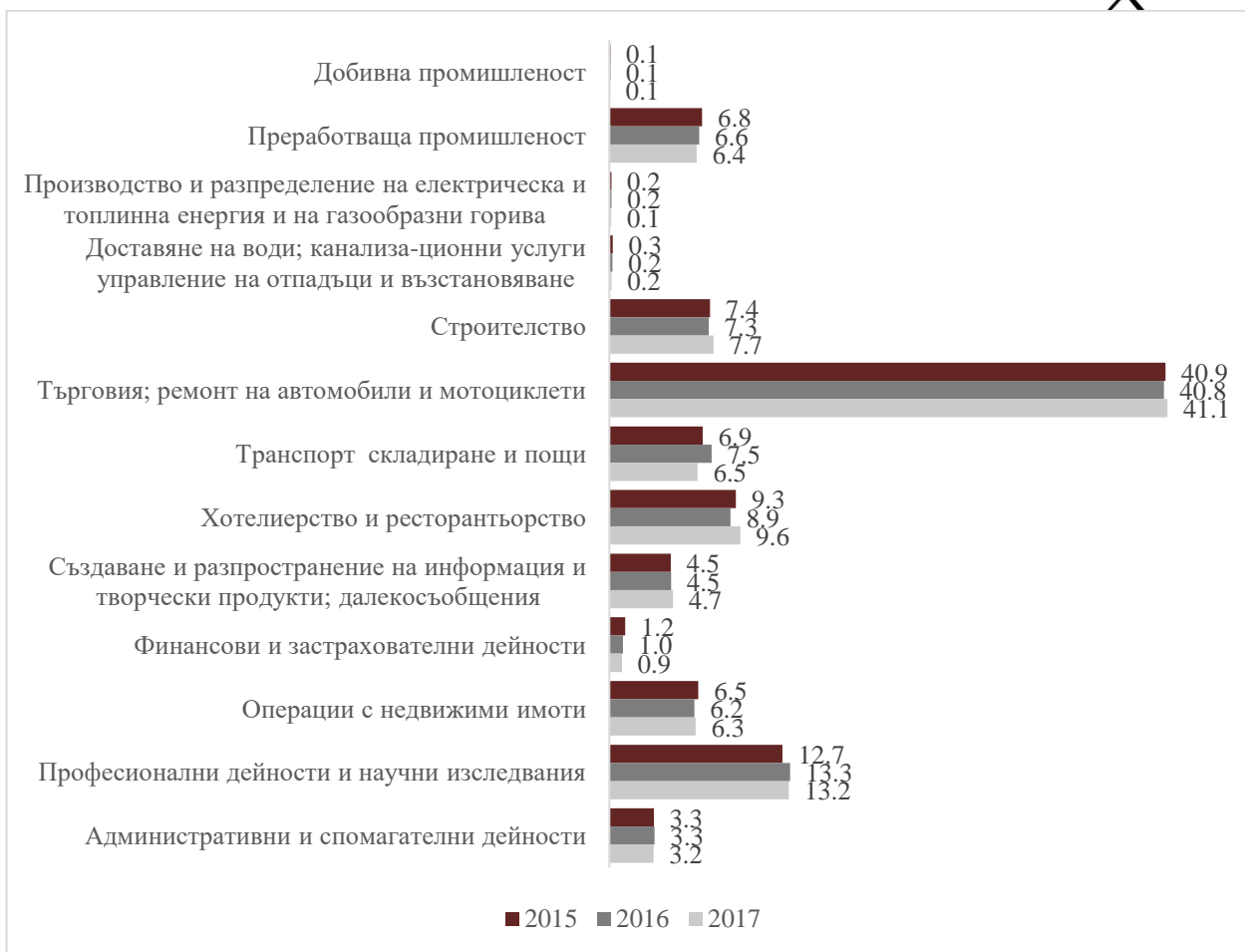


Фигура 34: Брой новосъздадени предприятия в България в периода 2014-2017г.

Източник: НСИ

Забележка: данните са за сектори В-Н (с изключение на К64.2 дейност на холдингови дружества)

И през трите разглеждани години (2015-2017) се наблюдава сходен дял в отделните сектори на новородени предприятия. **Най-голям е дялът на новородените в сектора на търговията (около 41%).** Прави впечатление обаче, че на второ място по брой новородени е единият от секторите, интензивен на знания – **Професионални дейности и научни изследвания, който за трите години бележи устойчив дял от 13% на новородени предприятия.** На трето място е един традиционен за страната ни отрасъл – хотелиерство и ресторантьорство, в рамките на който имаме около 9% нови МСП.



Фигура 35: Дял на новосъздадените предприятия по икономически дейности
Източник: НСИ, собствени изчисления

Икономически сектори	Код	2015	2016	2017
		новосъздадени предприятия		
Добивна промишленост	B	31	33	23
Преработваща промишленост	C	2 753	2 868	2 676
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	D	63	71	59
Доставяне на води; канализационни услуги управление на отпадъци и възстановяване	E	104	102	68
Строителство	F	2 984	3 173	3 199
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	G	16 508	17 709	17 128
Транспорт складиране и пощи	H	2 771	3 266	2 706
Хотелиерство и ресторантьорство	I	3 757	3 871	4 018
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	J	1 823	1 972	1 955
Финансови и застрахователни дейности	K*	468	437	386
Операции с недвижими имоти	L	2 637	2 712	2 648
Професионални дейности и научни изследвания	M	5 137	5 773	5 503
Административни и спомагателни дейности	N	1 322	1 447	1 354



Общо (сектори В-Н; с изключение на К64.2 (Дейност на холдингови дружества))		40 358	43 434	41 723
---	--	--------	--------	--------

Таблица 5: Брой новосъздадени предприятия по икономически дейности

Източник: НСИ

Броят оцелели предприятия показва устойчивостта на новосъздадените предприятия, както и способността им да се установят и закрепят на българския пазар. Това е индикатор за условията на създаване, и за необходимостта от подкрепа на МСП в България. **Наблюдава се спад в броя на нови МСП, комбиниран с ръст в заетостта, което говори за укрепване на съществуващите МСП и тяхното разрастване.** Въпреки това, новите предприятия имат по-голям шанс за оцеляване в годината след създаването си, но в дългосрочен план, те по-трудно се задържат на пазара.

Броят на МСП в България е спаднал с по-малко от 1% през 2017 година, спрямо предходната. Въпреки това, броят на заетите и наетите лица в МСП се е повишил с по 2%. Броят на родени предприятия следва тази тенденция - лек спад се забелязва между 2015 и 2017 година, но наетите и заетите лица в новородените МСП нараства за този период.



Фигура 3б: Новосъздадени предприятия в България 2015-2017г.

Източник: НСИ;

Забележка: данните са за сектори В-Н (с изключение на К64.2 дейност на холдингови дружества)

Данните сочат, че колкото по-скоро е създадено предприятието, толкова по-голям шанс за оцеляване има то. През 2017 оцелелите предприятия създадени през 2014 са 22,163, а тези създадени през 2016 са с 31% повече.



Фигура 37: Брой оцелели предприятия през 2017 по година на създаване в България

Източник: НСИ;

Забележка: данните са за сектори В-Н (с изключение на К64.2 дейност на холдингови дружества)

Най-голям спад се отчита в създаването на предприятия в сектора на финансовите и застрахователни дейности, а най-голям скок в този на транспорта, складирането и пощите за периода 2015-2016 година. През следващия референтен период, всички сектори с изключение на два (хотелиерство и ресторантьорство и строителство) отбелязват спад, а този за доставяне на вода претърпява най-силен срив (33%), а най-много нови предприятия има в сектора хотелиерство и ресторантьорство. Статистиката сочи, че строителните предприятия са най-устойчиви във времето, а финансовите и застрахователни предприятия показват най-нисък процент оцеляване.

Ръст се наблюдава в оборота почти през целия период само при малките предприятия (от 2013 до 2015), при микропредприятията само през 2014, а при средните предприятия през 2013 и 2014 година. Нещо повече, броят на бързо развиващи се МСП, измерен в заетостта, се увеличава с по-силно темпо от това в ЕС - 10%, 19% и 24% растеж се отчитат между 2012, 2013 и 2014, последователно, следва голям спад от 31% между 2015 и 2016 и 13% спад за 2016-2017 година.



3.13. Разпределение на икономически активни МСП по нетни приходи в ОПР

Малките и средни предприятия са двигателя на икономиката, съответно техните приходи са от голяма важност за здравето на икономиката като цяло. **У нас, за разглеждания период, най-много МСП реализират по-скоро ниски нетни приходи от 0 до 5 хиляди лева.**

Най-много МСП реализират нетни приходи от 0 до 5 хиляди лева през 2018 година- 72 920 - това са 17,6% от общия брой предприятия. 11% от МСП за 2018 година реализират нетни приходи от продажби над 500 хил. лева. Агрегирано, 36,7% от предприятията реализират нетни приходи от продажби в размер между 10 и 49 хил. лева.

Групи по големина според нетните приходи от продажби	Брой предприятия 2018 г.	Дял на предприятията в % за 2018 г.
0-5 хил. лева	72 920	18%
5-9 хил. лева	36 135	9%
10-19 хил. лева	46 390	11%
20-29 хил. лева	42 401	10%
30-39 хил. лева	33 002	8%
40-49 хил. лева	29 765	7%
50-99 хил. лева	36 128	9%
100-199 хил. лева	34 515	8%
200-499 хил. лева	35 761	9%
500+ хил. лева	45 765	11%
Общо	412 782	100%

Таблица 6: Нетни приходи от продажби по групи и брой предприятия
Източник: НСИ

Прави впечатление, че , доколкото **93% от предприятията са микро**, с дял в заетостта от 41,8%, те реализират едва **33% от нетните приходи от продажби**. Тези числа показват, че у нас има голям брой микропредприятия, които са малки и неустойчиви икономически субекти с твърде ниски приходи. Това ги прави силно уязвими, и поставя въпроса за развитие на политика за подкрепа за нарастване и стабилизиране – за тези, които са наистина жизнеспособни.



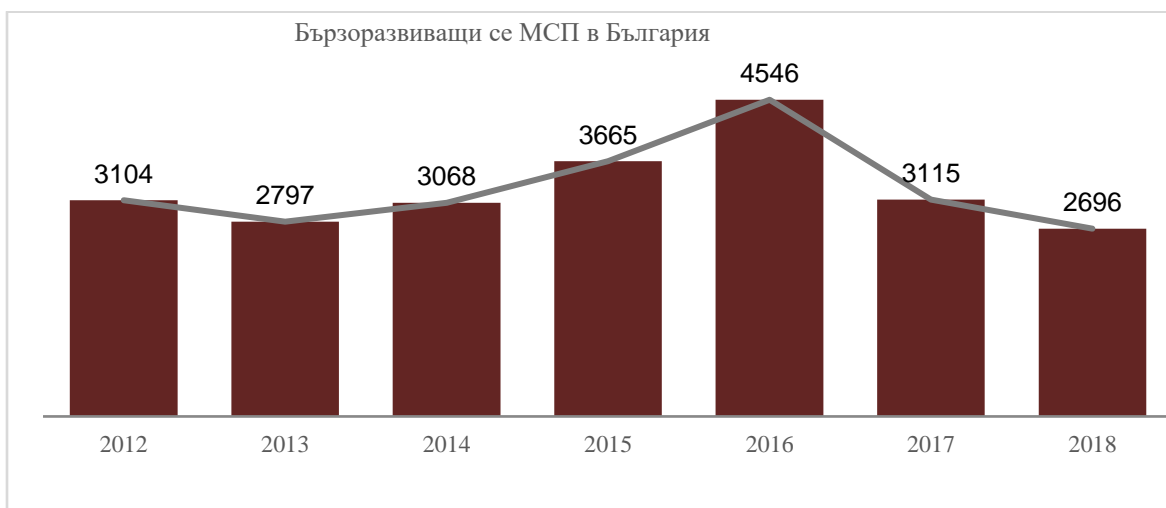
2018						
Групи по големина според заетите лица	Брой предприятия		Нетни приходи от продажби		Заети лица	
	брой	%	Хил. левове	%	брой	%
0 - 9	383 134	93%	68 229 922	33%	688 425	42%
10.-49	24 982	6%	65 463 252	32%	495 224	30%
50 - 249	4 666	1%	70 731 550	35%	463 688	28%
Общо	412 782	100%	204 424 724	100%	1 647 337	100%

Таблица 7: Основни икономически показатели на МСП по големина
Източник: НСИ

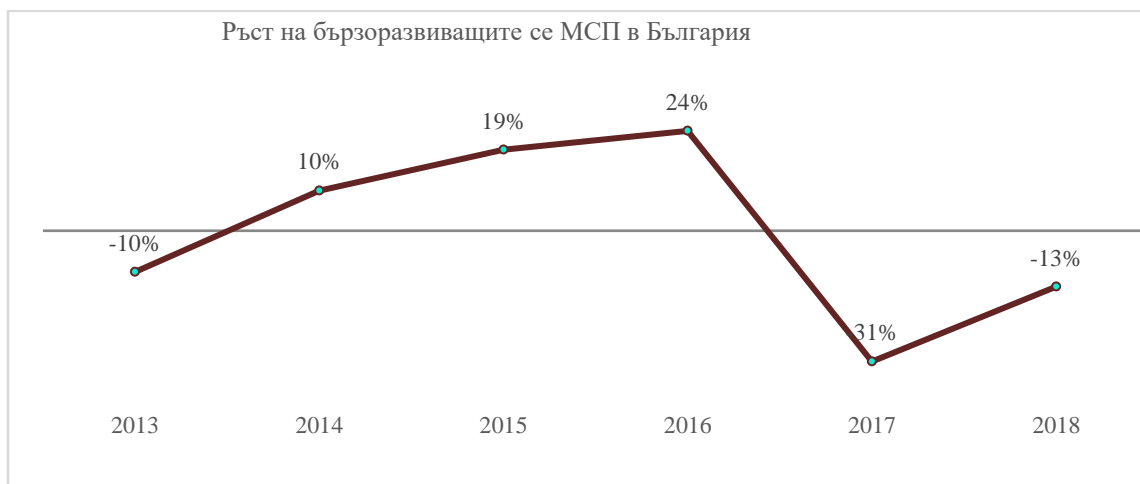
4. Новосъздадени и бързоразвиващи се млади предприятия

Предприятие, в което средният годишен ръст в броя на заетите лица е по-голям от 10% за период над три години, в което началният брой заети лица е поне 10, се счита за бързоразвиващо се предприятие.

Спадът, наблюдаван след 2016 година говори за забавяне в развитието на нашите МСП - по-малко са предприятията, в които заетостта расте с повече от 10% през последните три години.



Фигура 38: Бързоразвиващи се МСП в България
Източник: Евростат



Фигура 39: Ръст на бързоразвиващите се МСП в България
Източник: Евростат, собствени изчисления

В дейностите в областта на информационните технологии се наблюдава ръст в заетостта през периода 2012-2017, като този период се простира и от 2009 до 2012, тъй като разглежданите предприятия са създадени в година $t - 3$, съответно данните за 2012 отговарят на предприятия, основани през 2009 година. Ръст се отчита в сектора на производство на текстил, изделия от текстил и облекло, производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, ремонт и инсталиране на машини и оборудване, и дейностите в областта на информационните технологии, и информационните услуги.



5. Женско предприемачество – състояние и перспективи за развитие

Развитие на женското предприемачество в България до 2014 г.

Женското предприемачество у нас е относително по-високо от средното за ЕС, което говори за по-благоприятни социални нагласи и среда. Проектът, за национална стратегия за насърчаване на женското предприемачество в България 2016-2023 г., разработен от Министерството на икономиката цели да подкрепи жените, които са решили да се занимават с бизнес, като създаде благоприятни условия за тяхното развитие като предприемачи.

Според цитираната Национална стратегия в последните години се наблюдава устойчиво увеличаване броя на жените предприемачи, като през 2014 г. техният дял е около 32% от общия дял на страната, което е около средното за Европейския съюз.

В България по данни на НСИ за периода от 2010-2014 г., дялът на жените със собствен бизнес показва трайна тенденция на нарастване, като за целият пет годишен период, увеличението е с 50%. Наблюдава се нарастване на процентния дял на жените, собственици на фирми - от 27,06% през 2010 г. до 31,66% през 2014 г., за сметка на намалението на процентния дял на мъжете, работещи собственици – от 72,94% през 2010 г. до 68,34% през 2014 г.

	РАБОТЕЩИ СОБСТВЕНИЦИ - ЖЕНИ							
	2011 г.		2012 г.		2013 г.		2014 г.	
Вид предприятие	Брой	%	Брой	%	Брой	%	Брой	%
Предприятия с по малко от 10 заети	35 656	93.7	41 290	94.49	44 827	94.76	48 477	95.02
Предприятия с от 10 до 49 заети	2 200	5.78	2 214	5.07	2 293	4.85	2 357	4.62
Предприятия с от 50 до 249 заети	200	0.53	186	0.43	182	0.38	177	0.35
Предприятия с 250 и повече заети	6	0.02	7	0.02	5	0.01	8	0.02
Общо:	38 062	100	43 697	100	47 307	100	51 019	100

Таблица 8: Жени собственици в България по големина на предприятието в периода 2010-2014г.

Източник: Национална стратегия за насърчаване на женското предприемачество в България, 2016-2023г., МИ



Вид икономическа дейност по кид-2008	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Търговия	13982	15397	17647	18871	20194
Професионални дейности и научни изследвания	6299	6561	7340	7686	8073
Други дейности	1975	2473	3206	3709	4189
Хотелиерство и ресторантьорство	2082	2440	2890	3094	3375
Преработваща промишленост	2101	2300	2559	2882	3078
Операции с недвижими имоти	1836	1844	2037	2219	2348
Хуманно здравеопазване и социална работа	939	1303	1596	1839	2074
Административни и спомагателни дейности	967	1044	1150	1288	1377
Транспорт, складиране и съобщения	888	969	1059	1136	1295
Строителство	918	888	911	970	1046










Таблица 9: Жени собственици в България по вид икономическа дейност в периода 2010-2014г.

Източник: Национална стратегия за насърчване на женското предприемачество в България 2016 – 2023г., Министерство на икономиката

Развитие на женското предприемачество в България до 2020 г.

Към 2018 г. в световен план България е на 26-то място по условия за осъществяване на предприемачество сред жените с общ индекс 93.8 (при максимален 100). Сред държавите от ЕС България заема 17-то място. Детайлният анализ на показателите, които формират този индекс, показват, че единственото слабо място е свързано с получаването на пенсии. Прави впечатление, че по този индекс страната ни изпреварва държави като Германия (където критики търпи заплащането на жените и условията за съвместяването на работа с отглеждането на деца).

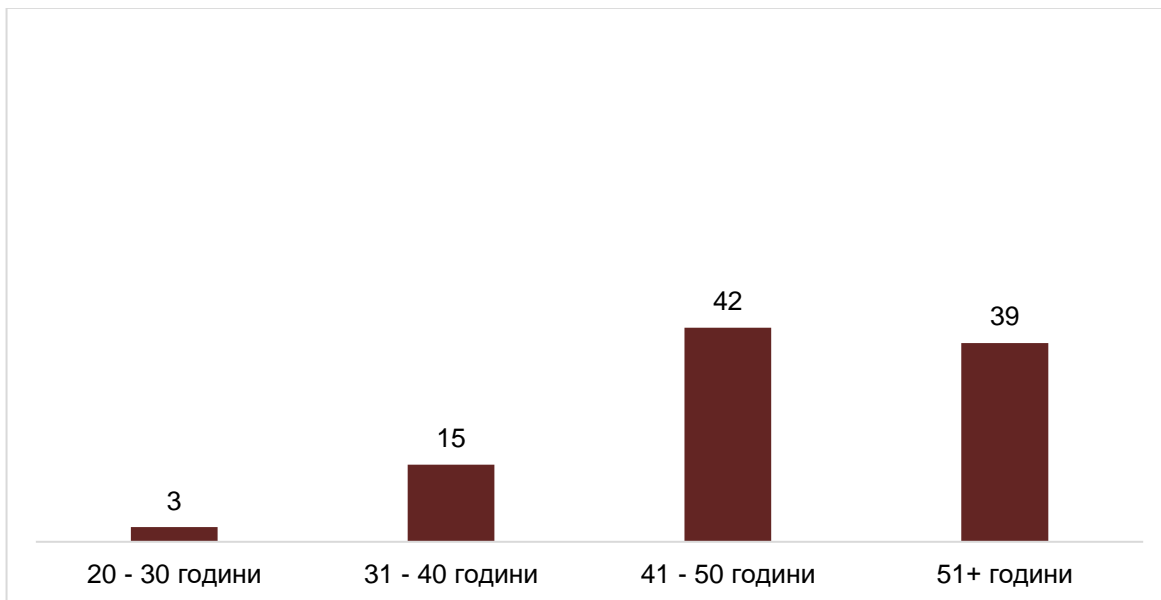


	 СВОБОДА НА ДВИЖЕНИЕ	 ЗАПОЧВАНЕ НА РАБОТА	 ЗАПЛАЩАНЕ	 ВСТЪПВАНЕ В БРАК	 ДЕЦА	 ПРЕДПРИЕ- МАЧЕСТВО	 УПРАВЛЕНИЕ НА ИМУЩЕСТВО	 ПОЛУЧАВАНЕ НА ПЕНСИЯ	 РЕЗУЛТАТ ЖБЗ 2019
Белгия	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Дания	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Латвия	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Люксембург	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Франция	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Австрия	100	100	100	100	80	100	100	100	97.5
Гърция	100	100	100	100	80	100	100	100	97.5
Естония	100	100	100	80	100	100	100	100	97.5
Ирландия	100	100	100	100	80	100	100	100	97.5
Испания	100	100	100	100	80	100	100	100	97.5
Португалия	100	100	100	80	100	100	100	100	97.5
Италия	100	100	100	80	100	100	100	75	94.4
Нидерландия	100	100	100	100	80	100	100	75	94.4
Словакия	100	100	75	100	80	100	100	100	94.4
Хърватска	100	100	100	100	80	100	100	75	94.4
Чешка република	100	100	75	100	80	100	100	100	94.4
България	100	100	100	100	100	100	100	50	93.8
Литва	100	100	100	100	100	100	100	50	93.8
Полша	100	100	75	100	100	100	100	75	93.8
Унгария	100	75	75	100	100	100	100	100	93.8
Германия	100	100	75	100	60	100	100	100	91.9
Румъния	100	100	100	100	100	100	100	25	90.6
Словения	100	100	75	100	100	100	100	50	90.6
Кипър	75	100	75	100	60	100	100	100	88.8
Швейцария	100	100	100	100	60	75	100	25	82.5
Украйна	100	100	0	100	80	100	100	50	78.8
Русия	100	50	25	80	80	75	100	75	73.1

Източник: Жени, бизнес и законодателство, 2019. Доклад на World Bank Group

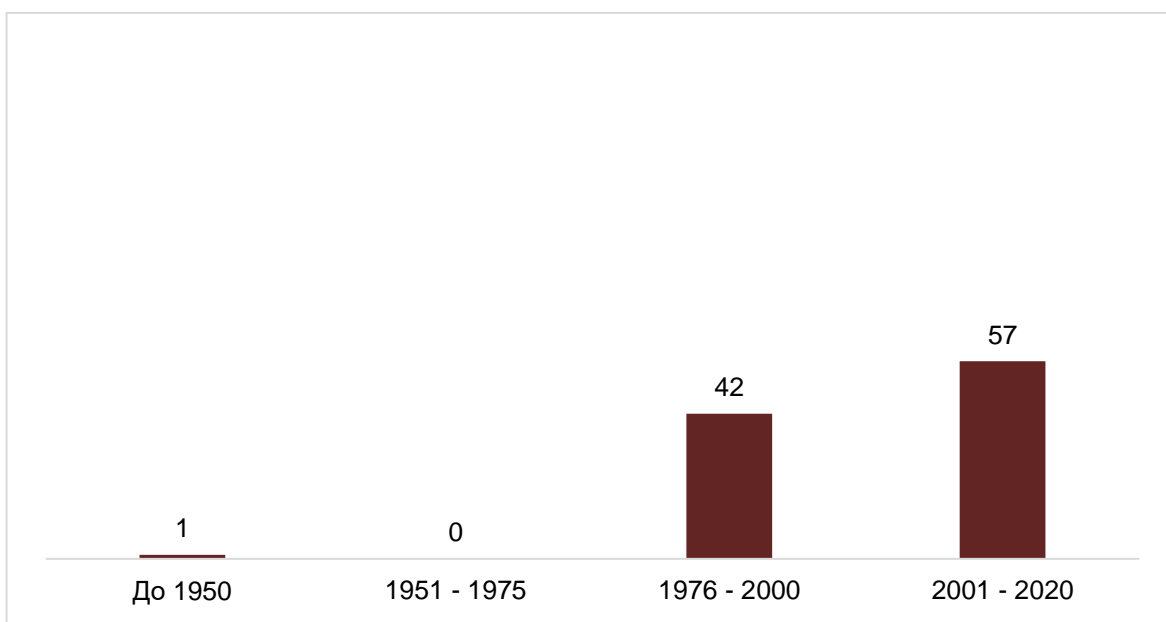


Проучване на Агенция Кантар сред МСП от 2020, показва, че сред жените предприемачи основният дял е на възраст над 40 години, а 57% от техните предприятия са създадени след 2001 г.



Фигура 40. Възраст на жените предприемачи

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

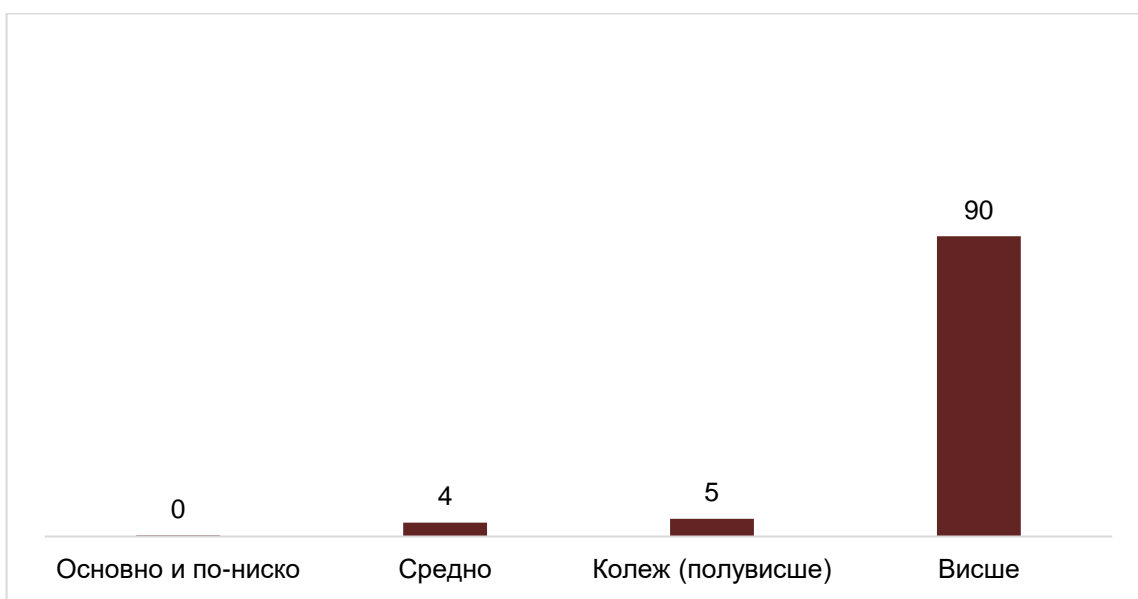




Фигура 41. Година на създаване на предприятието

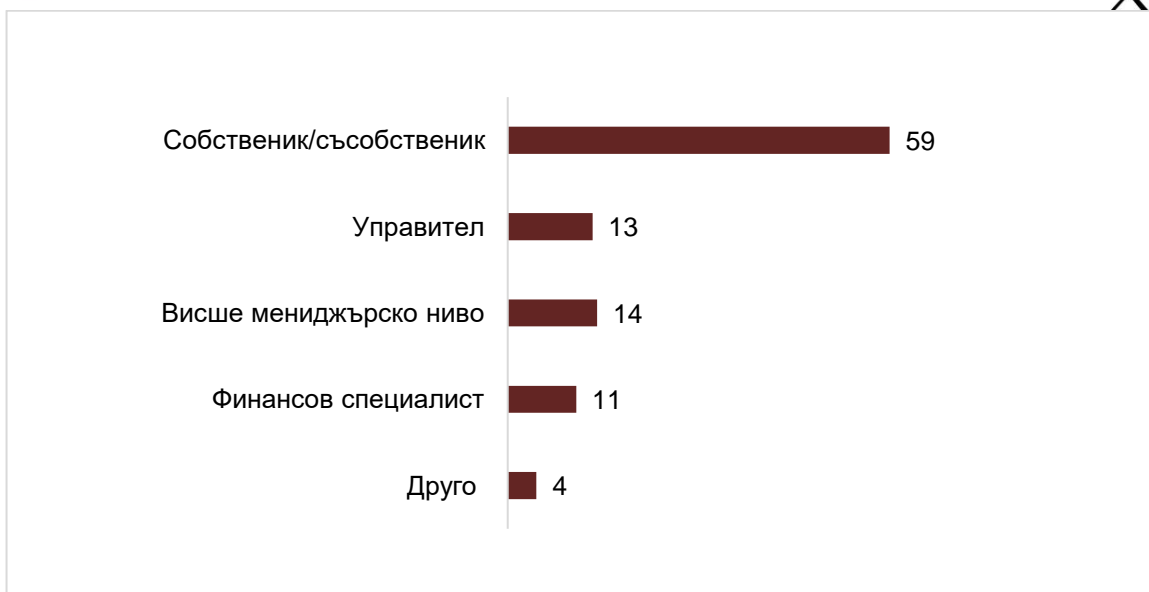
Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

Повечето от жените предприемачи са с висше образование (90%), а обичайно те са собственици/съсобственици на предприятието (59%) или негови управители (13%).



Фигура 42. Образование на жените предприемачи

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

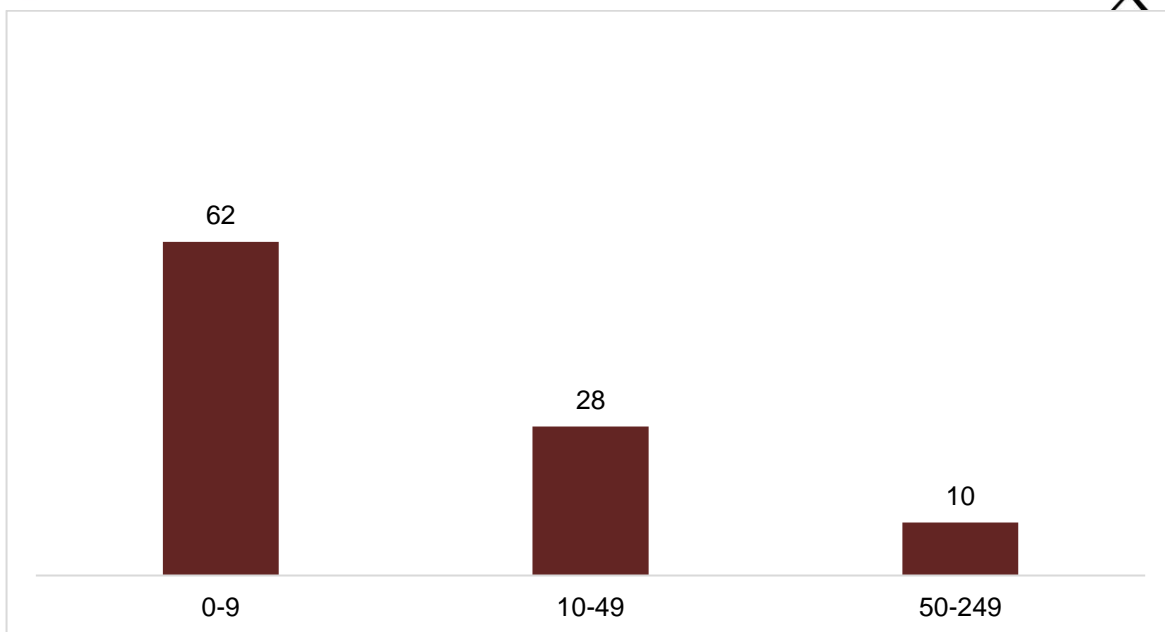


Фигура 43. Позиция в компанията

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

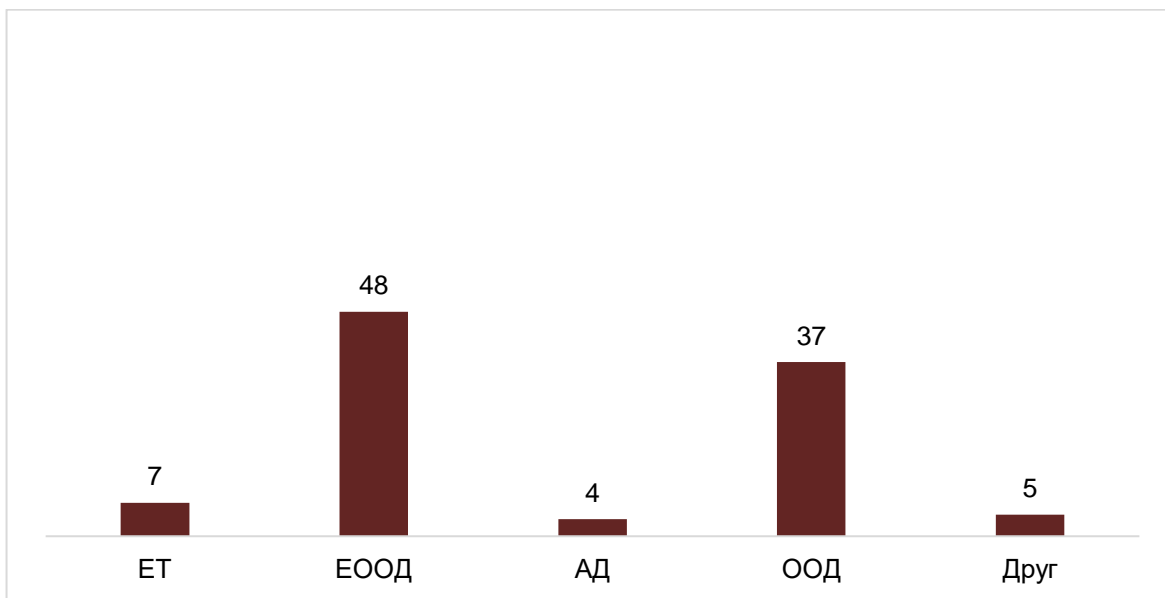
Подобно на структурата на МСП като цяло в страната ни, малките и средни предприятия, ръководени от жени също са най-често микро компании (62%), следвани от малките предприятия (28%).

Бидейки основно микропредприятия, най-честият тип са ЕООД (48%), следвани от ООД(37%).



Фигура 44. Позиция в компанията

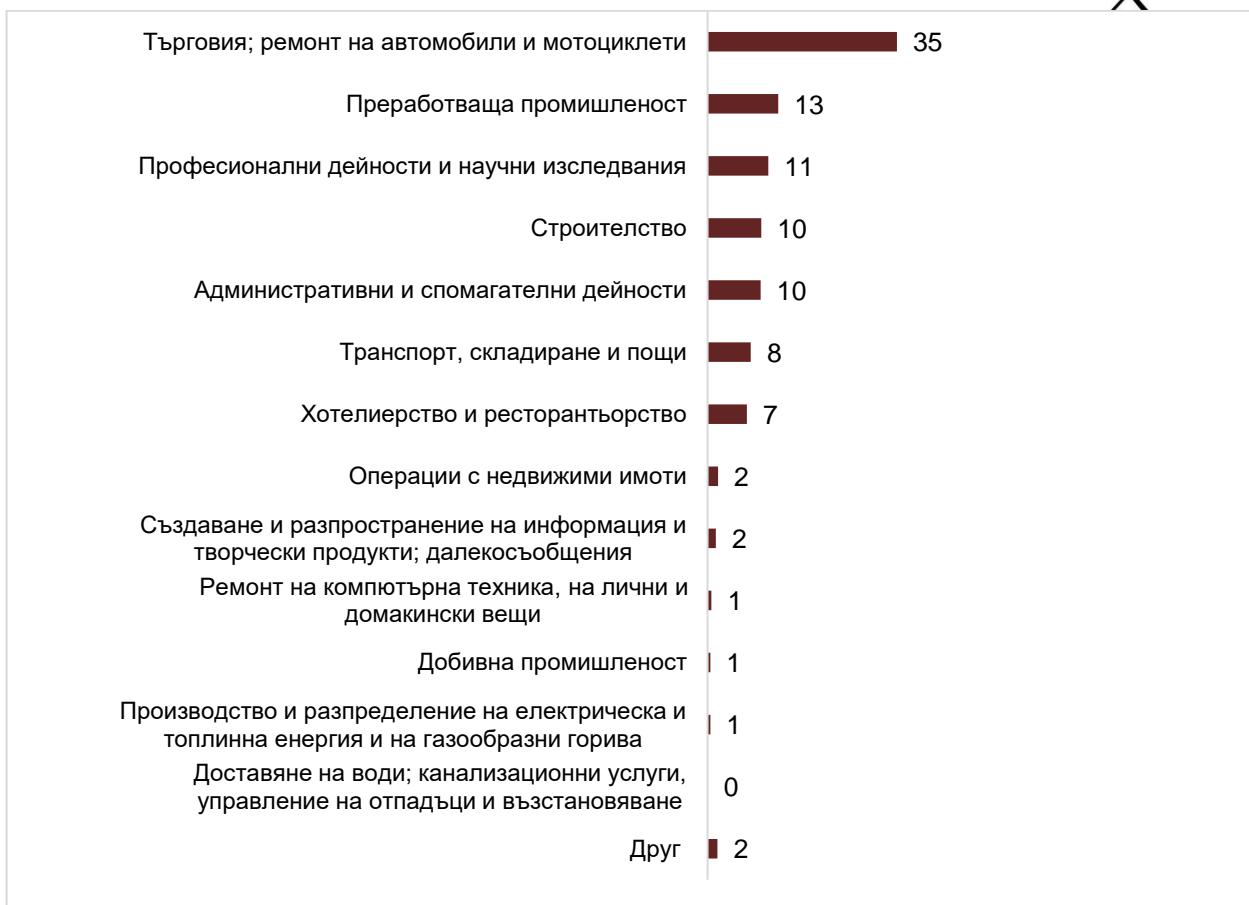
Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.



Фигура 45. Тип на компанията

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

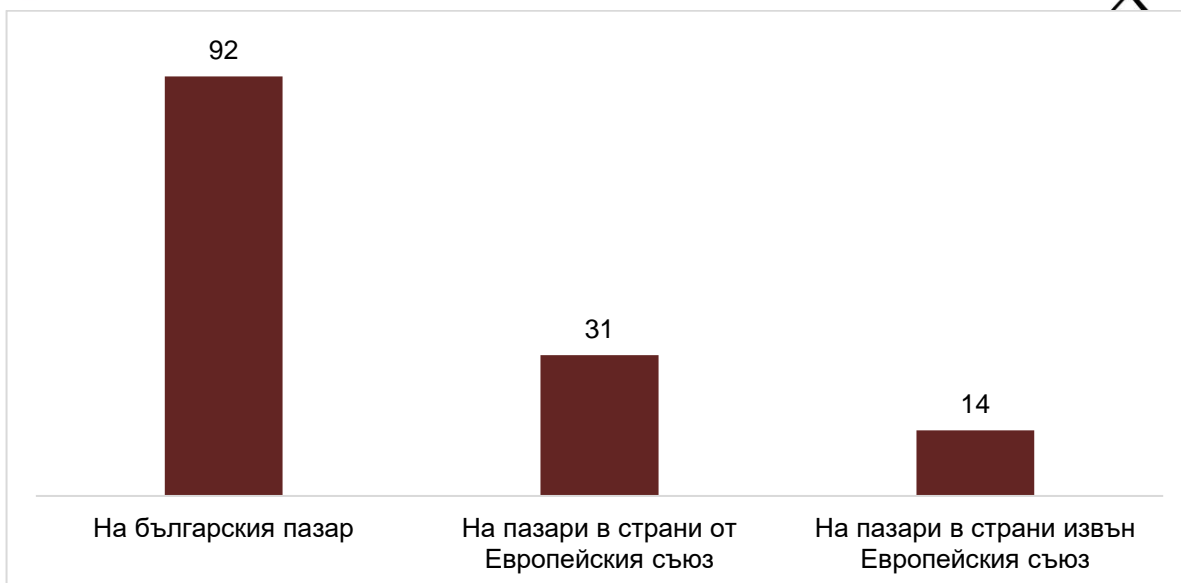
Обичайно жените предприемачи развиват дейност в областта на търговията (35%), но прави впечатление, че на второ и трето място са поставени сектори, които са високо или средно технологични и интензивни на знания – преработваща промишленост (13%) и професионални дейности и научни изследвания (11%).



Фигура 46. Сектор, в който оперира компанията

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

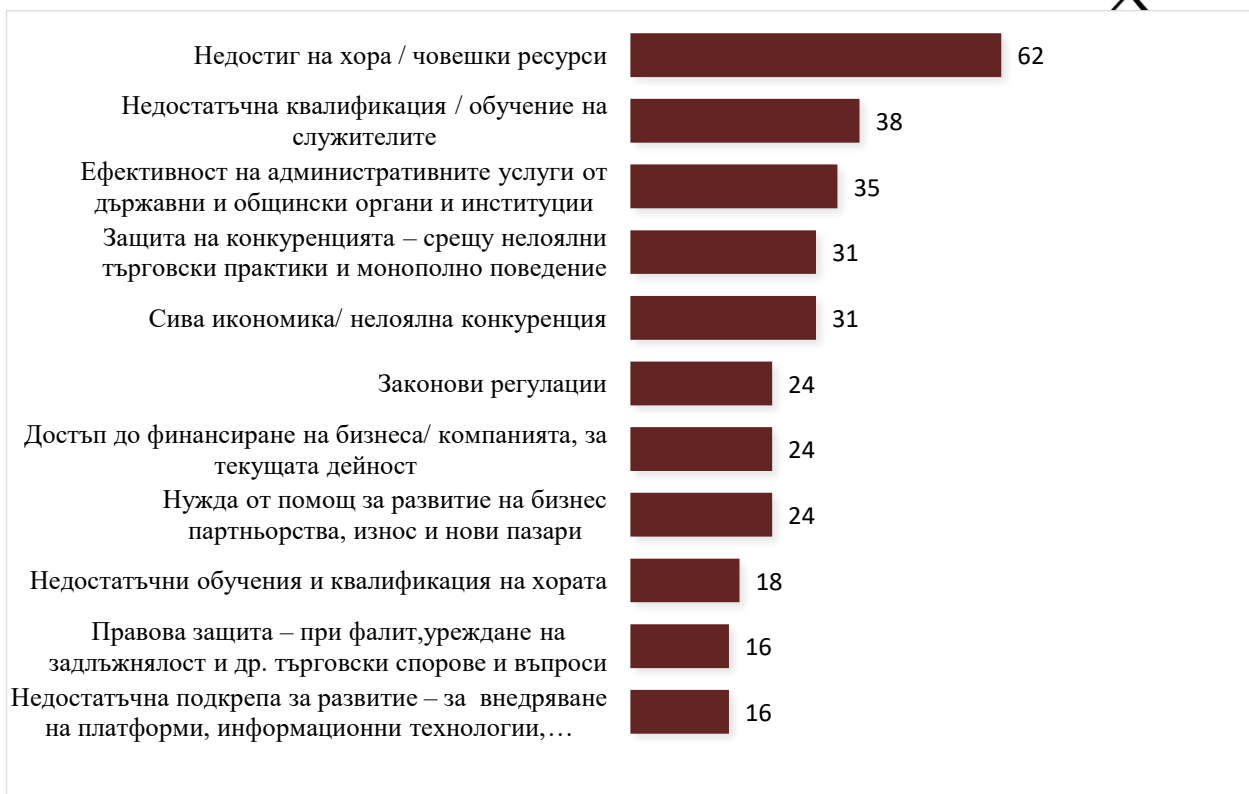
Данните показват, че като цяло жените предприемачи работят на българския пазар и по-рядко изнасят своите продукти/услуги на чуждестранни пазари. Това показва, че биха могли да бъдат подкрепени в интернационализацията с оглед развитие на техния бизнес и показване на устойчиви резултати.



Фигура 47. Пазари, на които се осъществява продукцията

Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

Основният проблем, с който се сблъскват жените предприемачи, преди кризата с Covid-19, е недостигът на работна ръка, както и липсата на достатъчно квалифицирана такава. Ефективността на административните услуги също създава известни пречки за 35% от тях, а всяка трета жена предприемач споделя, че една от пречките да развива своя бизнес, е свързана с липсата на защита срещу нелоялна конкуренция и наличието на сива икономика.



Фигура 48. Основни проблеми, с които се сблъскват жените предприемачи
Източник: Национално представително проучване на Кантар сред МСП, 2020 г.

Като цяло анализът на женското предприемачество показва, че компаниите, ръководени от жени имат сходен профил с този на мъжете в България и те се сблъскват със сходни предизвикателства за развитие на бизнеса си, както и мъжете. Основните области, в които биха могли да получат подкрепа, са свързани основно с човешките ресурси – в повишаване на тяхната квалификация.

Инициативи за подкрепа на женското предприемачество

В локален и международен план има редица инициативи за подкрепа на женското предприемачество, част от които е Националната стратегия Националната стратегия за насърчаване на женското предприемачество в България 2016-2023 г., разработена от Министерството на икономиката.

Разработени са и инициативи, които се отнасят до конкретни региони и в други държави в ЕС. Такава инициатива например, е „Насърчаване на предприемачеството сред младите жени в Дунавския регион”. Този проект се фокусира върху стимулиране на млади



жени с иновативни идеи за стартиране и развиване на собствен бизнес с цел реализиране на пазарен успех чрез различни подходи за повишаване на техните компетенции за бизнес и социални иновации.

Друг проект на Обединените Нации има за цел да стимулира женското предприемачество, като мотивира купуването от жени. Тази програма трябва да осигури постигането целите за устойчиво развитие от жените, като се увеличава броят на предприятията ръководени от жени.

В Европейския Съюз, Small Business Act и Entrepreneurship 2020 Action Plan са инициативи целящи преодоляването на съществуващите бариери за женското предприемачество. Главните цели са елиминирането на административни пречки, стимулиране на обучението и тренинг програмите за жени и обединяване и създаване на нова култура на предприемачеството, както и отглеждане на ново поколение предприемачи.

6. Браншови сондаж сред МСП

I. Мястото на браншовия сондаж в общите цели на проекта

Както беше споменато в увода на настоящия документ, настоящият анализ цели да се изследват състоянието на предприемачеството и възможностите за развитие на сектора на МСП, както и да се набележат адекватни мерки за подкрепа на създаването на нови компании и разширение на дейността на съществуващите. За изпълнението на тази цел е необходимо не само да имаме статистическа информация за състоянието на сектора на МСП и основните параметри в него, но и да сме наясно с очакванията и нагласите на предприемачите, областите, в които се нуждаят в най-голяма степен от подкрепа, пречките, с които се сблъскват при развитието на бизнеса си и как ИАНМСП биха могли да им съдействат за преодоляването им.

II. Конкретни изследователски цели на браншовия сондаж

Въпросите, на които браншовият сондаж цели да отговори са:

- Какви са условията за правене на бизнес в България
- Какви са административните бариери пред МСП
- Как се оценява данъчната политика в страната



- Какво е състоянието на иновациите в МСП и какви са областите, в които биха могли да бъдат подкрепени за развитието им.
- Каква е степента на дигитализация на МСП и какви са основните предизвикателства, които стоят пред тях към настоящия момент в тази посока.
- Какви са възможностите за развитие;
- Какво е нивото на автоматизация на отделни процеси и дейности
- Какво е нивото на познания относно интелектуалната собственост и възможностите, които тя дава за развитие на МСП
- Какво е нивото на познатост на ИАНМСП и с какви дейности е позната Агенцията
- Каква е склонността на предприемачите да ползват услугите на Агенцията и от какъв тип подкрепа биха имали необходимост
- Кой са основните посоки на развитие на ИАНМСП в подкрепа на малките и средни предприятия, както и дали Агенцията би могла да развива услуги в платен вариант

III. ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА МЕТОДОЛОГИЯ

Етап 1. Качествено изследване сред представители на малкия и средния бизнес

- Метод на проучването: дълбочинни интервюта
- Целева група: представители на малки и средни предприятия от приоритетните сектори – високотехнологични и средно високотехнологични промишлени производства, интензивни на знание услуги, нискотехнологични и средно нискотехнологични промишлени производства.
- Покритие: национално
- Извадка: 10 дълбочинни интервюта – София и големи градове, 5 жени и 5 мъже, собственици или управители на МСП, опериращи в следните области: хранително-вкусова промишленост, производство на облекла, медицинско оборудване, козметика, продуцентска фирма.
- Период на провеждане – март, 2020



Етап 2. Браншови сондаж сред представители на малкия и средния бизнес

Настоящото изследване обхваща няколко конкретни отрасли, които са определени като приоритетни за ИАНМСП, а именно – високотехнологични и средно високотехнологични промишлени производства, интензивни на знание услуги, нискотехнологични и средно нискотехнологични промишлени производства. Компаниите от тези отрасли представляват около 14% от малките и средни предприятия в България и представляват специален интерес за Агенцията поради възможностите за по-широко разпространение на иновациите, на автоматизираните системи за управление и на дигитализацията им.

Достигането до компаниите от тези приоритетни сектори беше осъществено със съдействието на ИАНМСП, която ни даде възможност да проведем проучването сред техните компании партньори.

Проучването **предизвика интерес и доста положителен отзвук** от страна на предприемачите, които оказаха пълно съдействие за провеждането му.

- Метод на проучването: онлайн интервюта
- Целева група: представители на малки и средни предприятия от приоритетните сектори по-горе.
- Покритие: национално
- Извадка: 139 онлайн анкети
- Период на провеждане – март, 2020

***Забележка: Проучването бе подготвено разработено и стартирано преди българското правителство да въведе рестриктивни мерки с цел превенция на разпространението на Covid-19. Периодът на провеждане на теренната работа обхваща дни преди и след въвеждането на извънредно положение. Сравнението между отговорите в двата периода обаче, показва устойчивост на данните в отговорите на респондентите, поради факта, че основните теми в проучването, остават актуални .**

IV. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕТО

1. Фактори за развитие на бизнес

По отношение на развитието на бизнес в България в хода на дълбочинните интервюта сред предприемачи бяха открити няколко важни фактора, като:



1.1. Вътрешни за предприятието:

- *Лидерство* – част от малките и средни предприятия се задвижени от личния пример, цели и мотивация на техните собственици или основатели. Степента на лична амбиция често силно влияе върху скоростта и начините, по-които фирмите се развиват. Фигурата на основателя, особено за по-малките фирми, определя развитието на фирмата в дадени етапи.
- *Състояние на вътрешен ресурс* – екип, база/машини, ноу-хау - вътрешният ресурс на фирмата като екип, и неговата квалификация, технологичната база, с която разполага, както и опита/ знанието, с което работи, са съществени за успеха и развитието на компаниите. Тези три елемента се считат за ключови при успеха на един бизнес. Повечето обслужващи управлението дейности като маркетинг и реклама, управление на хора, информационни технологии и т.н. са периферни и остават на втори план за предприемачите в малки и средни предприятия. Това, вероятно се дължи и на по-малката запознатост и опит, който участниците имат с този вид дейности. Въпреки това, резултатите от количественото проучване показаха, че преобладаващата част от компаниите влагат усилия в рекламирането на дейността си, като едва 11.5% от малките и средни предприемачи споделят, че не извършват никакви реклами. Сред останалите най-разпространения канал е интернет, което е и очаквано предвид факта, че изисква по-малко ресурси за осъществяването на реклама.



Фигура 49. Използвани канали за реклама

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



- *Организационна култура* – нагласа към иновации, мисия и визия за бизнес развитието на фирмата. Организационната култура се възприема за даденост и е в пряка връзка с типа бизнес, от една страна, и с личността на хората в мениджмънта. Възрастта и предишният работен опит на предприемачите се сочат като причини, определящи подхода им към работата. (По-възрастните участници в дълбочинните интервюта споделят, че им е трудно да оперират с нови технологии; а по-младите - че им е трудно да намират трендовете в бранша си или да предлагат подходящия продукт, в подходящия канал/събитие).

1.2. Външни за предприятието фактори:

- *Бизнес развитие* – търсенето на продукцията стои като външен за фирмите фактор, върху който те нямат възможност да влияят. Това е и основното, което тревожи участниците. Повечето участвали фирми са на пазара от повече от 10 години и са преминали през различни пазарни условия. Намирането на нови пазари обаче, е лайт-мотив за всички участници.

Начините, по които фирмите в момента развиват бизнеса, са:

- Излизане на нови пазари, извън България
 - Развиване на офлайн канали за дистрибуция в България
 - Продуктови иновации за бърз отговор на нови тенденции на пазара (както в България, така и в чужбина)
- *Работна ръка* – изграждането на добър екип е ключово за компаниите, на този етап те дори не търсят квалифицирани кадри, а просто качествени хора, на които да може да се разчита. Разбирането на фирмите е, че те сами ще подготвят хората и ще ги научат на спецификата на работата, дори на „занаят“, но им е трудно да намерят кадри, които да са мотивирани да работят, да може да разчита на тях и да са готови да се учат. Разнообразие от фактори са посочени (местоработата е в отдалечен район и местните хора имат алтернатива на собственото си стопанство и лесно се отказват; ниско заплащане за хора, инвестирани години в образованието си и т.н.).

2. Основни пречки за развитие на бизнес

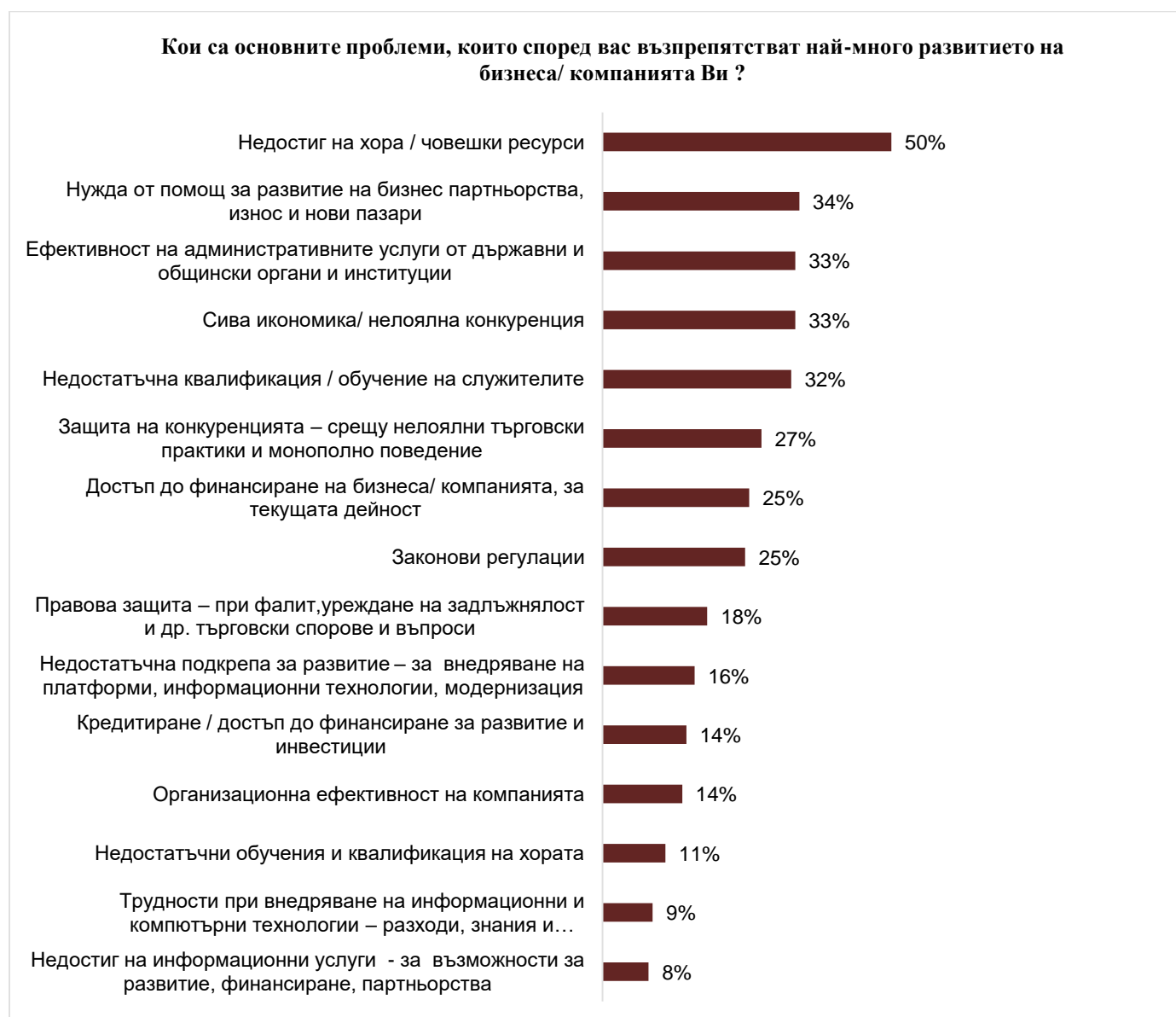
Като най-важна пречка за развитие на бизнес предприемачите от приоритетните сектори посочват недостигът на квалифицирани служители. Всеки втори предприемач



споделя, че липсата на подготвена работна ръка е проблем, който спъва развитието на компанията.

На второ място (34%) се извеждат затрудненията, свързани с развитието на бизнес партньорства, износ и нови пазари. Това е област, в която ИАНМСП би могла да продължи да оказва активно съдействие на МСП с консултации и подпомагане за разработване на стратегии в тази насока.

Всеки трети предприемач от таргета се безпокои и от наличието на сива икономика и нелоялна конкуренция.



Фигура 50. Използвани канали за реклама

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



3. Влияние на администрацията върху развитието на бизнеса

Правно-административните или финансови аспекти от бизнес средата като цяло се приемат за даденост и справянето с тях се възприема като част от ролята на предприемача. Както е видно от графиката по-горе обаче, около 1/3 от предприемачите смятат, че административните услуги са неефективни, което спъва тяхната работа, като най-големи критици търпи данъчната администрация. Трябва да се обърне внимание и на услугите по лицензионни и разрешителни режими, тъй като те се определят от 37% от компаниите като съществена административна пречка за тяхното развитие.



Фигура 51. Проблемни области на административните услуги

База: МСП, които посочват администрацията като пречка за развитие на бизнеса, n=46

4. Планирани области за развитие на МСП в следващите 1-2 години

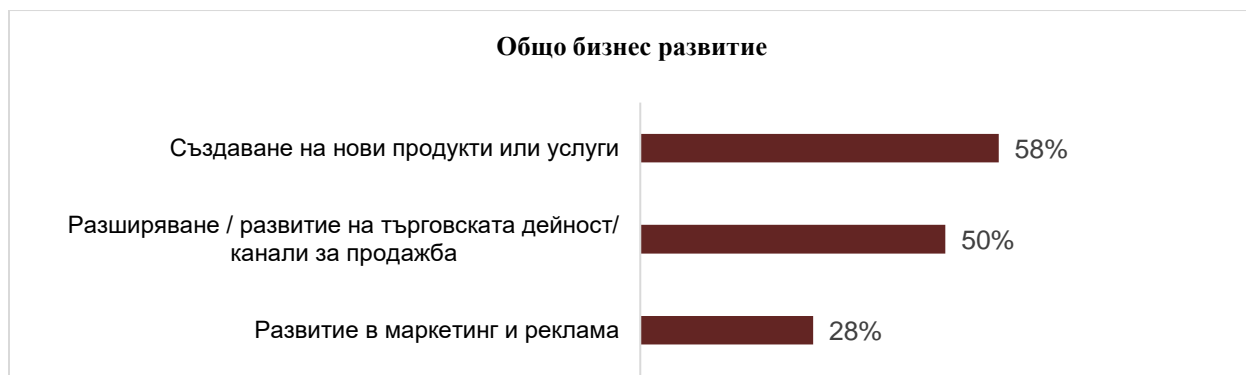
Преди обявяването въвеждането на извънредни мерки, отнасящи се до спиране разпространението на Covid-19, преобладаващата част от предприемачите изразяваха относителна удовлетвореност от динамиката на развитието на бизнес климата в страната като цяло. За тях развитието (растеж или спад) е по-скоро в техния конкретен сектор.

Ситуацията сега е по-различна, но очакванията на повечето фирми преди въвеждането на мерките, свързани с Covid-19, бяха свързани най-вече с известна иновация на портфолиото си от продукти, но не и смяна на мащаба на производството си, инвестиция в техника или разширяване на екипа. Някои от участниците в дълбочинните интервюта



споделят планове, свързани с подобряване на онлайн присъствието на фирмата (уебсайт) или вътрешни обучения за квалификация на хора. Има сегмент от фирми, които последните няколко години са направили инвестиция в машини и нова производствена база и им предстои усвояването на пълния ѝ капацитет. А има и сегмент от фирми, които очакват по-скоро свиване на производството си, освобождаване на хора и са в търсене на нови пазари.

Общо наблюдение от дълбочинните интервюта е, че участниците не очакват, но и не търсят значим растеж, а по-скоро се надяват да задържат нивата на бизнеса си от предходните години. Липсва усещане за възможности, нови хоризонти или вътрешна амбиция за достигането им. Участие в събития, които легитимират важността на предприемачески дух, показват успешни примери за успехи в България и мотивират и вдъхновяват участниците биха могли да подобрят общото усещане за възможностите на бизнес средата. (Възможност за агенцията да подкрепя събития организирани от различни граждански инициативи или самата тя да подкрепя създаването на общност от предприемачи, около себе си, които да участват в подобни инициативи). Браншовият сондаж показва, че желанието на преобладаващата част от компаниите (58.3%) е да успеят да създадат нови продукти/услуги, както и да потърсят нови възможности и пазари за пласирането им.



Фигура 52. А в кои от следните планирате развитие във Вашия бизнес/ компания в следващите 1-2 години?

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



Фигура 53. А в кои от следните планирате развитие във Вашия бизнес/ компания в следващите 1-2 години?

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



Фигура 54. А в кои от следните планирате развитие във Вашия бизнес/ компания в следващите 1-2 години?

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



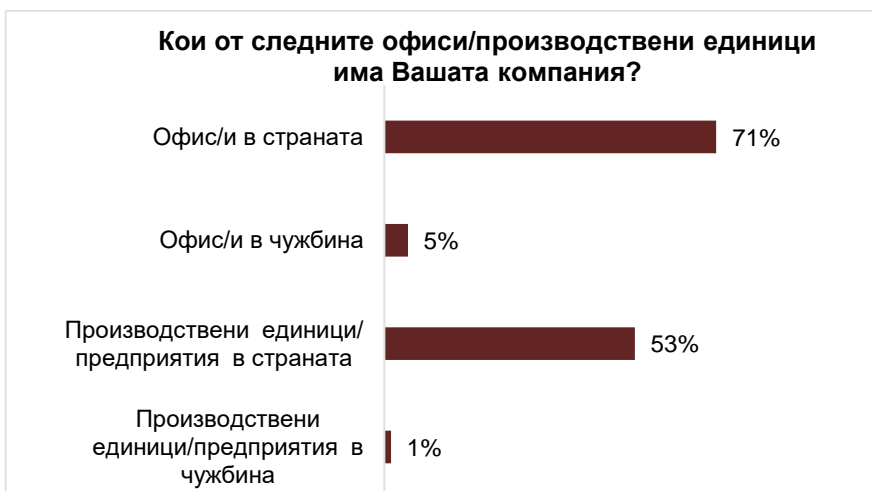
Фигура 55. А в кои от следните планирате развитие във Вашия бизнес/ компания в следващите 1-2 години?

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

5. Основни стратегии за развитие

Встрани от извънредната ситуация, която със сигурност ще доведе до промяна в плановете на компаниите и реорганизация на дейностите, компаниите имат някои стратегически плановете за развитие, които към настоящия момент могат да бъдат отложени, но като цяло остават като трайна цел пред тях. Основните стратегии за развитие на компаниите са:

- *Стъпване на външни пазари:* възможността произвеждат за или да лансират на външни пазари е основна стратегия на повечето фирми. Това им дава шанс за обеми и печалби, които в рамките на България не са възможни. Работата за големи пазари се вижда и като добър стимул фирмите да остават в добра връзка с пулса на пазара и да не изостават в развитието на продуктите си. Не на последно място, това намалява и усилията на фирмите по посока преговори с отделни канали на дистрибуция, промотиране на продуктите и т.н. Понастоящем делът на компании, които биха могли да разчитат на офиси или производствени единици в чужбина е много нисък, което говори, че при амбициите им за разширение позициите си на чужди пазари, ще имат нужда от подкрепа.



Фигура 56. Наличие на производствени единици и офиси в страната и чужбина
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

Всякакви инициативи, даващи възможност на предприемачите да реализират продукцията си извън български пазар са високо ценени. Като степента на ефективност се оценява по нивото на успешно сключени сделки. Това ниво, от своя страна, зависи от подготовката на участника с какъв тип бизнес партньори може да срещне и какво може да им предложи в конкретната инициатива. Тази предварителна подготовка се счита за ключова за успеха и част от фирмите губят възможности поради липсата ѝ. Помощ в тази посока би била ценна.

- *Иновации*: В сектори, в които иновациите са по-лесни – производство на храни и напитки, например, предприемачите залагат на детайлно следване на тенденциите на пазара и съответстващи им нови рецепти. В други по-високо технологични сектори, продуктовата иновацията е начин да спечели конкурентно предимство и също се счита за важна. Когато става дума за иновации в производствения процес, бизнес моделите, дистрибуцията и т.н. фирмите са по-резервирани, поради по-високия риск за възвращаемостта на подобна инвестиция.

- *Интелектуална собственост* - конкретно по отношение на интелектуалната собственост се забелязва ниска информираност относно възможностите, които би дала тя за развитието на компанията и как би могла да се използва в бизнеса. Тези резултати показват, че компаниите имат нужда от подкрепа в насока повишаване нивото на техните познания в няколко направления: по какъв начин биха могли да управляват



интелектуалната собственост, как това може да бъде използвано за положително развитие на бизнеса и как биха могли да получат закрила.



Фигура 57. Запознатост на компаниите с отделните аспекти на интелектуалната собственост
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

- **Финансиране:** директното финансиране е винаги добре дошло за компаниите, но то се счита само много временна помощ с краткотраен ефект – за конкретна инициатива. Дава възможност на компанията да си позволи дадено участие, дадена технология или обучение, но реално то остава като второстепенно и инцидентно събитие, където компанията има. Не предполага и няма устойчивост, затова и фирмите не споделят да разчитат на такова. Финансирането е полезно при развойна дейност, маркетингови инициативи и стартиращи компании. За компании с над 5годишна история не се мисли като начин за развитие. Предприятията разчитат основно на средства на собственика и едва след това се търсят различни източници, най-често банкови, на финансиране.



Фигура 58. Източници на финансиране

База: МСП от приоритетните за ИАНМСИ сектори, n=139

6. Роля и степен на дигитализацията

Съществува голямо разнообразие на нива и отношение към дигитализацията във МСП. От внедряване на цялостни ERP системи последните години до обмисляне на изграждане на сайт следващите няколко години. Няколко са факторите, които обуславят този процес:

- Запознатост с ефекта на дигитализацията и възможностите, които тя предлага за собствения бизнес
- Размер на необходимата инвестиция от пари, време и усилия по внедряването
- Риск от промяната – т.е. доколко тя ще изисква обучение или смяна на хора, бизнес процеси или разходи в краткосрочен план.
- Очаквания за развитието на бизнес възможностите в сектора на дейност на фирмата
- Поведение на конкурентите по отношение на дигитализацията

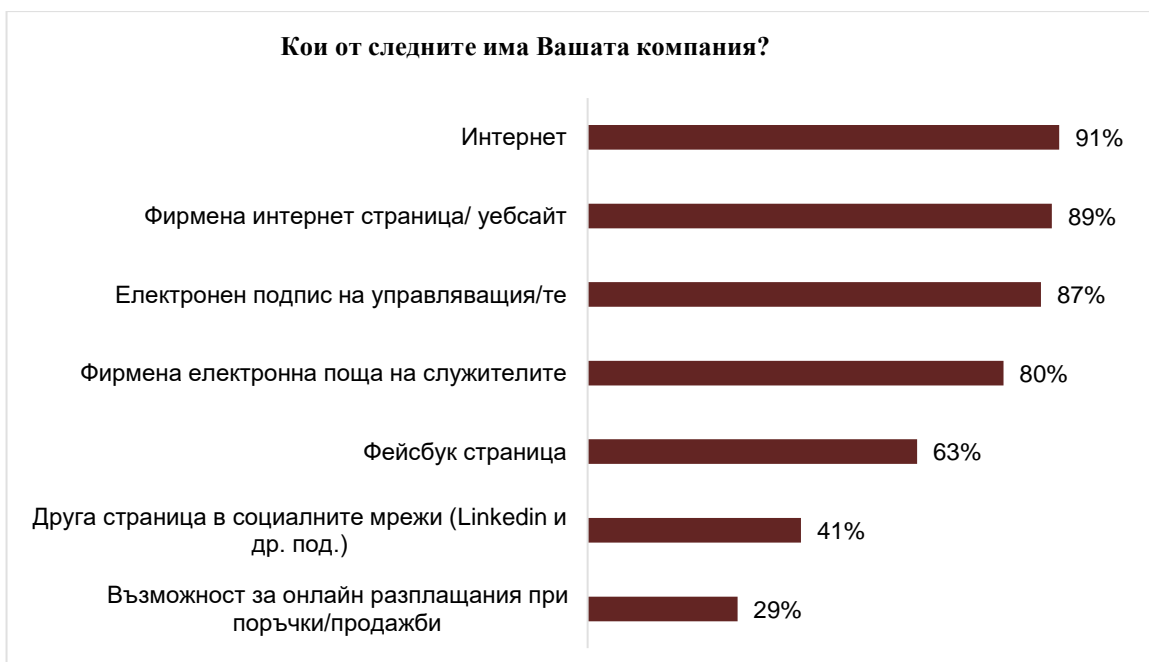
7. Пречки пред дигитализирането в МСП

- Носителя на промяна с МСП обикновено са техните собственици (или част от екипа), в този смисъл тяхната личност и нагласата им към технологиите е част от причината за ниската запознатост.



- Липсата на пазари за реализация на по-голямо производство също демотивират и обезсмислят значимата инвестиция в подобен проект. А възможното намаляване на разходите е трудно измеримо за фирмите.
- Липса на информация за възможно финансиране, за изпълнители, за системи и т.н.

Понастоящем дигитализацията на компаниите е основно в посока на ползване на интернет, създаване на фирмена интернет страница и ползване на електронен подпис.



Фигура 59. Дигитализация на компаниите

База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

Онлайн продажбите се използват от около 21% от компаниите в секторите от интерес, но се очаква с оглед на променената бизнес среда вследствие на мерките срещу разпространение на Covid-19 все по-голям дял от предприятията да търсят начини за по-активно използване на онлайн продажбите и възможностите, от които биха могли да се възползват.



Фигура 60. Осъществяване на онлайн продажби
База: МСП от приоритетните за ИАНМСИ сектори, n=139

Що се отнася до автоматизацията на процесите на управление, понастоящем все още около 44% от компаниите не са внедрили нито една и развитието в тази посока предстои, като получаването на повече и по-подробна информация, подкрепа и обучения би могло да спомогне за ускоряване на този процес.

Сред компаниите, които използват някакви автоматизирани системи за управление на процеси най-често внедряваната е интегрирана система за управление на вътрешни процеси (35.3%), следвана от системи за управление на отношенията с клиенти (23.7%).



Фигура 61. Внедрени автоматизирани системи
База: МСП от приоритетните за ИАНМСИ сектори, n=139

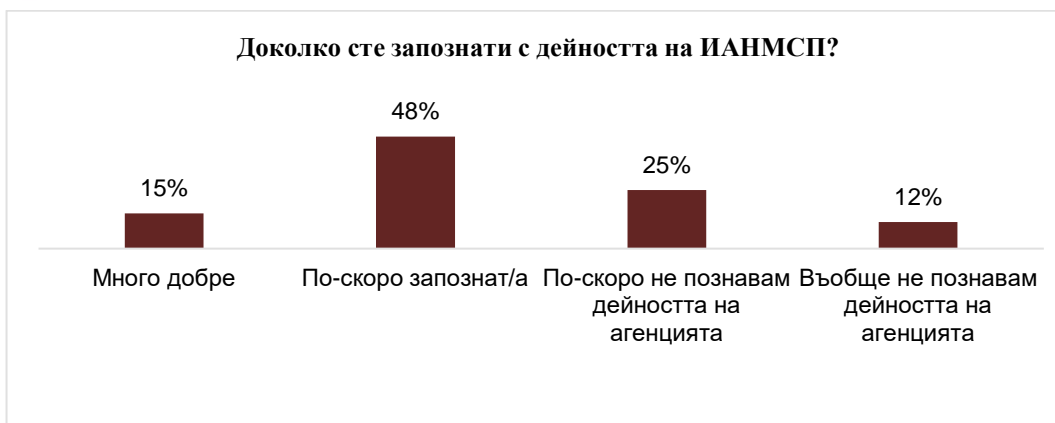


8. Роля на ИАНМСП

8.1. Запознатост с ИАНМСП

Резултатите от дълбочинните интервюта показаха, че участниците, които познават Агенцията, са с много позитивни впечатления от работата си с нея и екипа ѝ. Повечето, които са взели участие в нейни инициативи считат, че това е единственият им ефективен начин да достигнат чужди пазари. Очакванията им са Агенцията да продължи със своето партньорство и подпомагане на малките и средни предприятия, тъй като това им дава възможност да развият своя бизнес, достигайки до повече партньори и потенциални клиенти.

Като цяло обаче, портфолиото от дейности на Агенцията не се познава в пълнота. Образът ѝ остава донякъде едностранен, свързан само с конкретен проект/ инициатива, ползван от дадена фирма. Така редица добри възможности пред фирмите, инициирани от Агенцията, остават неизползвани. Агенцията има необходимост от **систематично и професионално популяризиране** на своята дейност, възможностите, от които компаниите биха могли да се възползват, и начините на подкрепа, които тя може да даде на българските предприемачи от приоритетните сектори. От данните по-долу става ясно, че много добре запознатите с дейността на ИАНМСП са в рамките на едва 15% от участниците в сондажа. Най-обща представа за дейността на Агенцията имат почти половината предприемачи от приоритетните сектори, а около 37% заявяват, че не са запознати с нея. Това показва необходимостта от популяризиране на Агенцията, със средствата на социалния маркетинг/ маркетинг на дейности в обществена полза / с оглед достигане до по-голям дял от МСП, които да могат да се възползват от партньорството си с нея.



Фигура 62. Запознатост с дейността на ИАНМСП
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

8.2. Известност на конкретните дейности на ИАНМСП

Най-често компаниите свързват ИАНМСП с участия в международни панаири в България (53.7%) и в чужбина (45.5%), като една от най-традиционните дейности на Агенцията.

Възможностите, които Агенцията може да предостави за подпомагане в областта на обучението и консултациите, обаче, остават все още по-слабо познати и е необходимо да бъдат популяризирани.

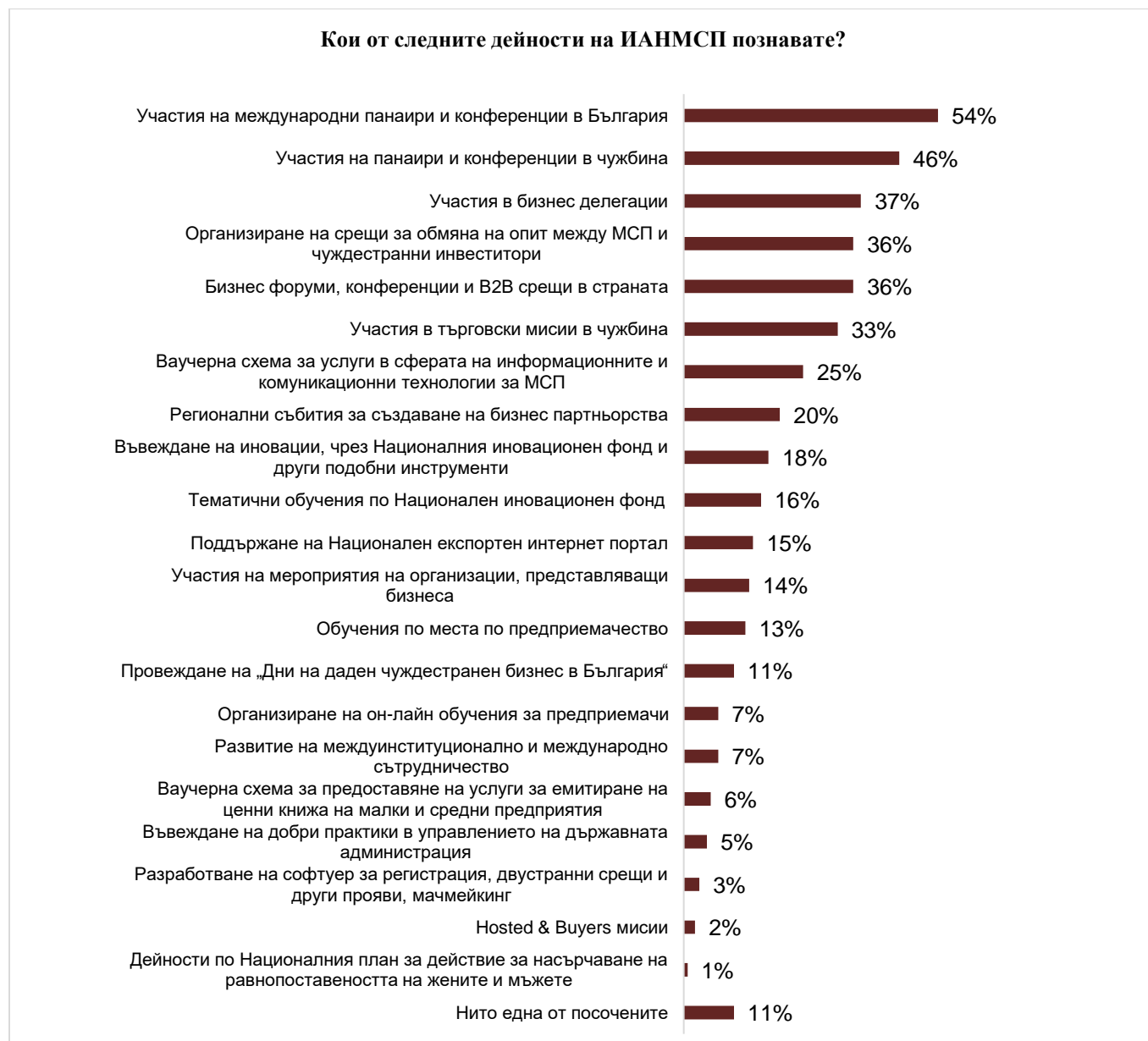
Също така, възможностите на ИАНМСП да подпомага МСП в областта на въвеждането на иновации чрез Националния иновационен фонд са слабо познати и едва 18% от компаниите са наясно с тази дейност на Агенцията.

Необходимост от комуникиране в контекста на необходимостта все повече предприятия да планират внедряването на иновации, за да повишат своята конкурентоспособност, се забелязва и по отношение на тематичните обучения, организирани съвместно с Националния иновационен фонд, които са известни на едва 15% от предприемачите в изследването.

Около $\frac{1}{4}$ от предприятията в целевите сектори считат, че познават ваучерните схеми, свързани със сферата на информационните и комуникационни технологии, докато отнасящите се до предоставяне на услуги за емитиране на ценни книжа са известни на едва 5.7% от компаниите. Предприемачите, които познават ваучерните схеми, ги оценяват доста положително, което показва, че **ИАНМСП имат успешен продукт**, който е полезен за



малките и средни предприятия, но е необходимо да бъдат активно запознавани по-обстойно с него.

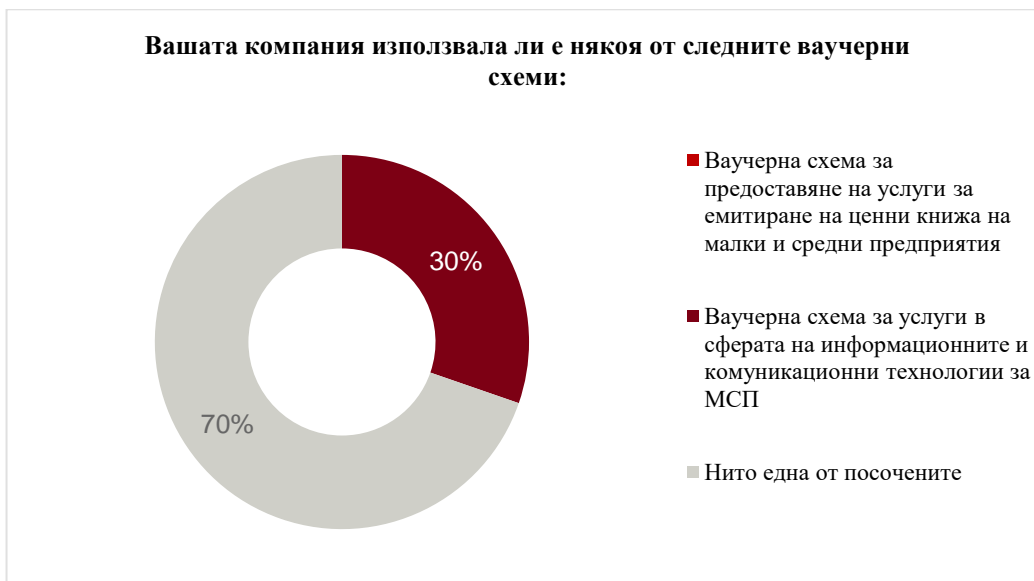


Фигура 63. Запознатост с дейностите на ИАНМСП
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

Понастоящем от ваучерната схема за услуги в областта на ИКТ са се възползвали сравнително нисък дял от компании в секторите от интерес (около 30%), а ваучерната схема за предоставяне на услуги за емитиране на ценни книжа остава почти неизползвана. Повишаване на дела на предприятия, които да се възползват от възможностите на ваучерните схеми, е възможно при повишаване на знанието за тази мярка и активно



информиране на МСП за нейните характеристики и условията, при които биха могли да кандидатстват за тях.



Фигура 64. Използвани ваучерни схеми

База: МСП, които познават ваучерните схеми, $n=33$

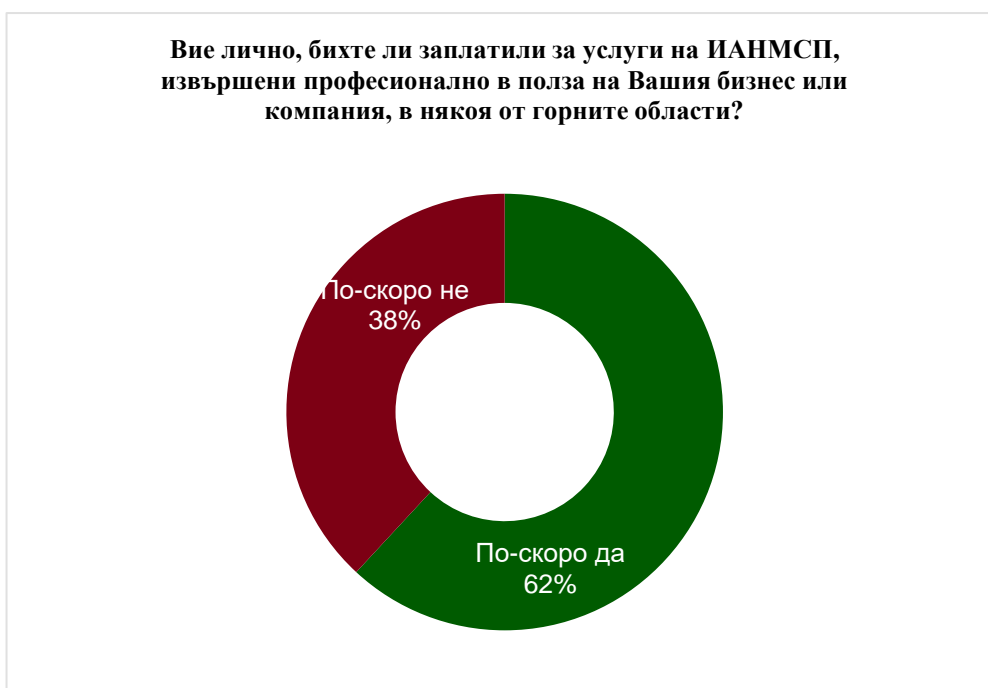
8.3. Склонност за ползване услугите на ИАНМСП

Положителното възприятие на ИАНМСП се материализира във **високата склонност на компаниите да използват техните услуги – 84% от компаниите споделят**, че биха се възползвали от услугите на Агенцията, като 36% от тях споделят, че със сигурност биха се обърнали към ИАНМСП за подпомагане на техния бизнес. Забелязва се, че има дял от 12% сред компаниите, които заявяват, че по-скоро не биха работили с ИАНМСП, но е възможно техните познания за нейната дейност да са твърде общи и това да се явява като препятствие за евентуална бъдеща съвместна работа.



Фигура 65. Склонност за ползване услугите на ИАНМСП
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

Преобладаващата част от компаниите не само, че споделят, че биха се възползвали от услугите на Агенцията, но и имат доста позитивни нагласи към възможността да се заплаща. На общо зададен въпрос, **около 62% от МСП заявяват**, че тяхната компания би заплатила за услуги на ИАНМСП, които биха подпомогнали развитието на бизнеса им, ако те са подходящи като условия.





Фигура 66. Склонност на компаниите да използват платени услуги на ИАНМСП
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

Конкретните дейности, с които малките и средни предприятия желаят да бъдат подпомагани от ИАНМСП, са свързани **основно с подкрепа при внедряването на иновационни системи в производството, включително и такива, отнасящи се до информационните технологии и решения.** Компаниите биха искали ИАНМСП да продължи и с организирането на бизнес изложения, както в страната, така и чужбина (51.8% биха искали Агенцията да предлага тази възможност), но като цяло ролята на Агенцията се вижда по-скоро като консултант, който да подкрепи с идеи, консултации и обучения.



Фигура 67. Желани области за подкрепа на МСП от страна на Агенцията
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

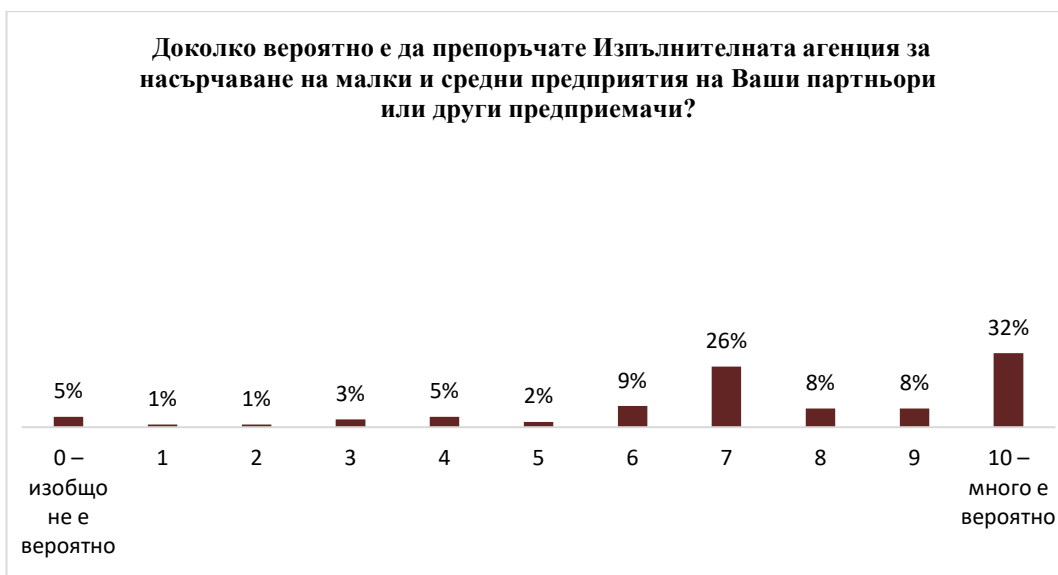
8.4.Обща оценка на ИАНМСП и склонност към препоръка

Положителното отношение към ИАНМСП може да бъде открито и в склонността към препоръка на Агенцията на други предприемачи и партньори. Почти 40% от познаващите я споделят, че биха я препоръчали, като около 24% по-скоро се колебаят, но това колебание би могло да бъде преодоляно с по-активна работа с тези компании.

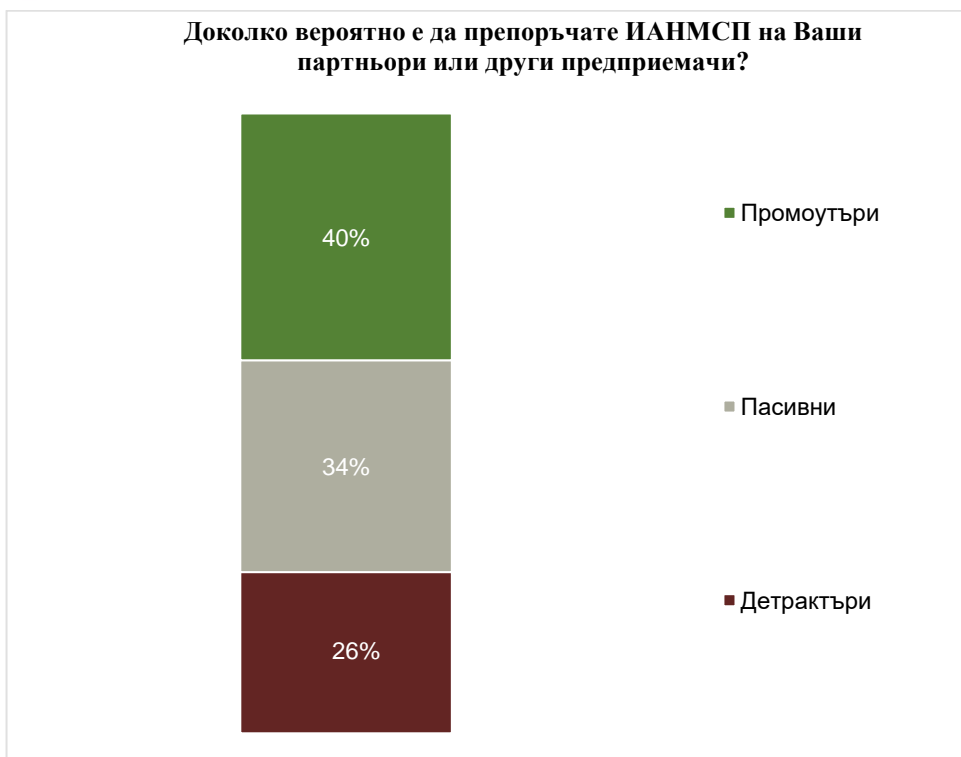
Склонността към препоръка се трансформира в коефициент, който я измерва, наречен **Net Promoter Score**. Този коефициент се измерва, като разлика между делът на



Промоутърите (онези компании, които със сигурност ще споделят позитивни впечатления от Агенцията със свои партньори и други познати предприемачи) и на Детракторите (онези, които оценяват ниско Агенцията и по-скоро ще споделят негативни впечатления от нея). Този коефициент варира от -100 до +100, а настоящата му стойност по отношение на ИАНМСП е в размер на **13.8**. Това показва една добра основа, върху която може да стъпи Агенцията, за да продължи своето развитие и да се позиционира като главен партньор и консултант на малките и средни предприятия в България.



Фигура 68. Склонност към препоръка на ИАНМСП
База: МСП, които познават ИАНМСП, n=88



Фигура 69. Net Promoter Score на ИАНМСП
База: МСП, които познават ИАНМСП, n=88

8.5. Препоръки за бъдещето развитие на дейността на ИАНМСП

На база проведените дълбочинни интервюта в съответствие с препоръките на участниците в тях, бяха изведени следните области за оптимизация работата на ИАНМСП:

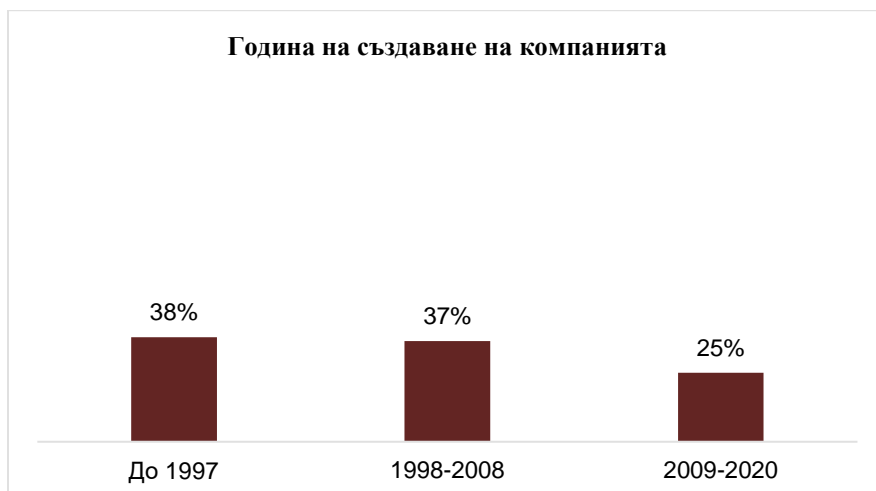
- по-ефективна комуникация, а именно по-ефективен начин за информиране за дейностите на Агенцията. Бюлетинът, който се изпраща успява да информира, но не винаги. Змесечно издание, което да акцентира на основните моменти се счита за по-ефективен начин.
- Цялостна годишна програма от обучения за предприемачи (която включва обучения по маркетинг, иновации, дигитални, финансови и административни инструменти и др. също би повишила ангажираността с участието в тях, както и би направила влиянието за бизнеса на предприятието по-видим.

На база осъществения браншови сондаж бяха открити следните препоръки:



- Работа за повишаване на известността на ИАНМСП като агенцията, която подпомага българските малки и средни предприятия.
- Повишаването на известността да става не само на ниво име, но да бъде изпълнено със съдържание – по-разпространено информиране на малките и средни предприятия относно това какви са възможностите за сътрудничество с Агенцията, кои са областите, в които тя би могла да им съдейства и как това ще се отрази благоприятно на развитието на техния бизнес.
- Акцент върху дейностите на Агенцията, които са свързани с подпомагане на компаниите в областта на иновациите и бъдещата дигитализация на МСП
- Продължаващо разработване на ваучерната схема в различни конкретни области, тъй като тя се очертава като успешна и желана мярка от страна на МСП.

8.6.Профил на компаниите



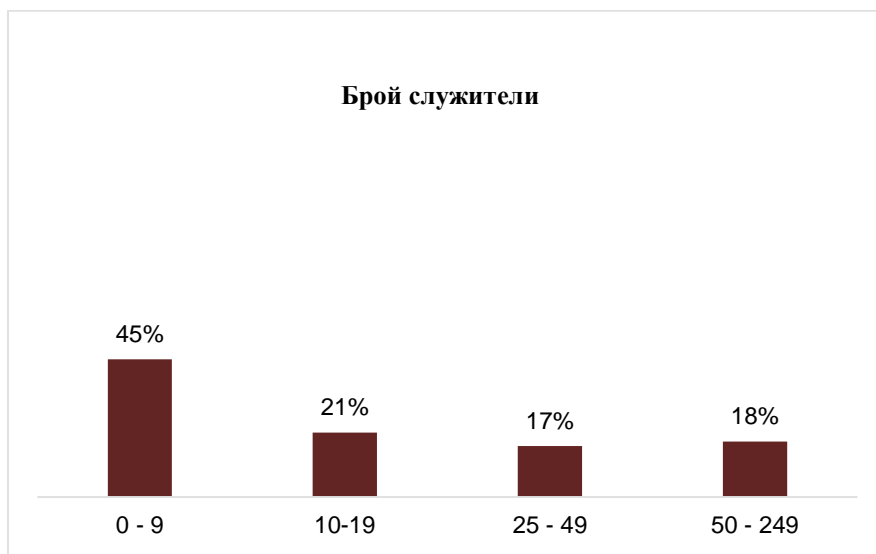
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



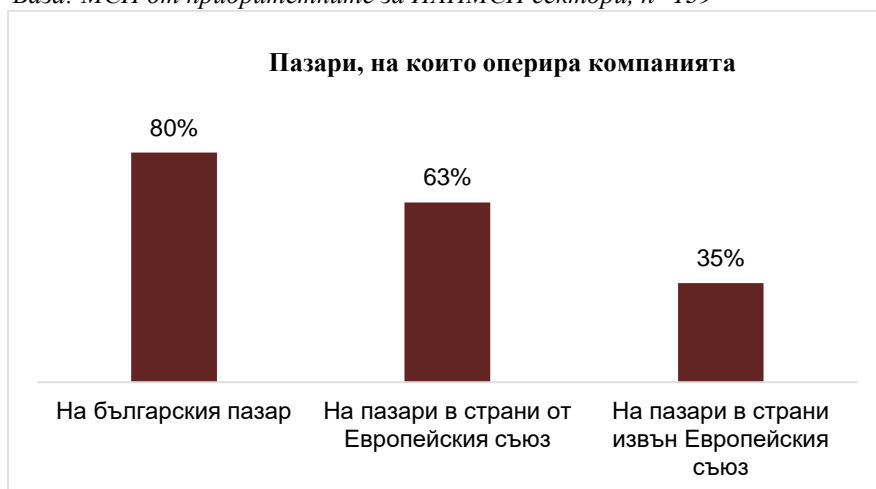
База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

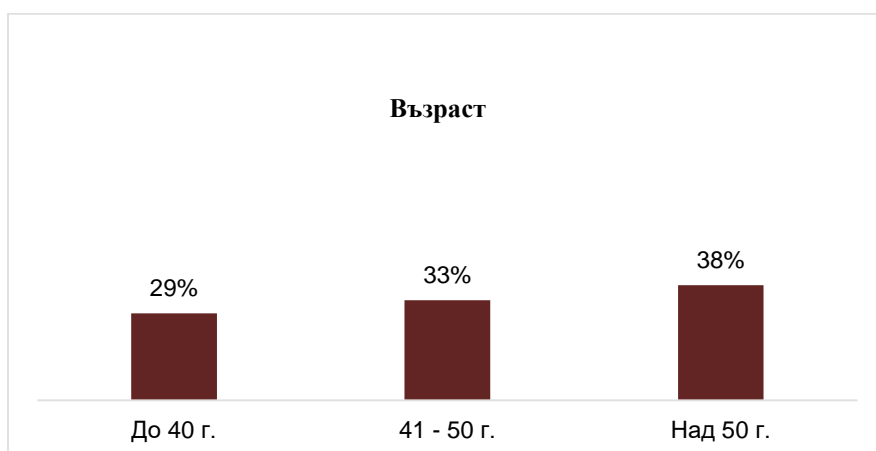


База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

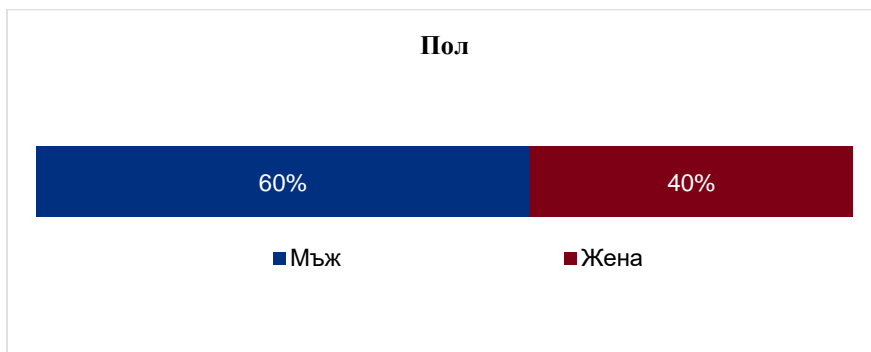


База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139

8.7.Профил на целевата група



База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



База: МСП от приоритетните за ИАНМСП сектори, n=139



Приложения:

		2018	
Икономически дейности (КИД-2008)		Брой предприятия	Заети лица ³
Сектор	Раздел	брой	брой
A	01 Растениевъдство, животновъдство и лов; спомагателни дейности	17909	67790
A	02 Горско стопанство	1578	6716
A	03 Рибно стопанство	426	1126
B	05 Добив на въглища	18	658
B	06 Добив на нефт и природен газ
B	07 Добив на метални руди	18	855
B	08 Добив на неметални материали и суровини
B	09 Спомагателни дейности в добива	43	593
C	10 Производство на хранителни продукти	5356	65445
C	11 Производство на напитки	876	7227
C	12 Производство на тютюневи изделия	8	391
C	13 Производствона текстил и изделия от текстил, без облекло	695	7492
C	14 Производство на облекло	4385	64816
C	15 Обработка на кожи; производство на обувки и други изделия от обработени кожи без косъм	508	10157
C	16 Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене	1887	14108
C	17 Производство на хартия, картон и изделия от хартия и картон	501	7184
C	18 Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	1036	8566
C	19 Производство на кокс и рафинирани нефтопродукти	9	..
C	20 Производство на химични продукти	663	8931
C	21 Производството на лекарствени вещества и продукти	46	1422
C	22 Производство на изделия от каучук и пластмаси	1776	19776
C	23 Производство на изделия от други неметални минерални суровини	1276	13943
C	24 Производство на основни метали	173	..
C	25 Производство на метални изделия, без машини и оборудване	3507	35652
C	26 Производството на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти	392	6920
C	27 Производство на електрическ и съоръжения	516	10125
C	28 Производство на машини и оборудване, с общо и специално предназначение	1018	18425
C	29 Производство на автомобили, ремаркета и полуремаркета	114	2511
C	30 Производство на превозни средства, без автомобили	72	1100
C	31 Производство на мебели	2342	17409
C	32 Производство, неklasифицирано другаде	1771	7604
C	3з Ремонт и инсталиране на машини и оборудване	2662	12992
D	35 Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	1772	6026
E	36 Събиране, пречистване и доставяне на води	38	1791
E	37 Събиране, отвеждане и пречистване на отпадъчни води
E	38 Събиране и обезвреждане на отпадъци; рециклиране на материали	604	9068
E	39 Възстановяване и други услуги по управление на отпадъци
F	41 Строителство на сгради	8067	58528
F	42 Строителство на съоръжения
F	43 Специализирани строителни дейности



G	45	Търговия на едро и дребно с автомобили и мотоциклети, техническо обслужване и ремонт	15400	45224
G	46	Търговия на едро, без търговията с автомобили и мотоциклети	28272	137499
G	47	Търговия на дребно, без търговията с автомобили и мотоциклети	99186	254207
H	49	Сухопътен транспорт	19765	84100
H	50	Воден транспорт
H	51	Въздушен транспорт
H	52	Складиране на товари и спомагателни дейности в транспорта	2516	12458
H	53	Пощенски и куриерски дейности	978	5919
I	55	Хотелиерство	4997	39453
I	56	Ресторантьорство	22314	88921
J	58	Издателска дейност	1144	4600
J	59	Производството на филми и телевизионни предавания, звукозаписване и издаване на музика	1204	..
J	60	Радио- и телевизионна дейност	209	1724
J	61	Далекосъобщения	752	5760
J	62	Дейности в областта на информационните технологии	8804	40675
J	63	Информационни услуги	2356	9140
L	68	Операции с недвижими имоти
M	69	Юридически и счетоводни дейности	14425	30852
M	70	Дейност на централни офиси; консултантски дейности в областта на управлението	7255	12843
M	71	Архитектурни и инженерни дейности; технически изпитвания и анализи
M	72	Научноизследователска и развойна дейност	474	..
M	73	Рекламна дейност и проучване на пазари	4065	11537
M	74	Други професионални дейности
M	75	Ветеринарномедицинска дейност	816	1577
N	77	Даване под наем и оперативен лизинг	3298	5506
N	78	Дейности по наемане и предоставяне на работна сила	620	5490
N	79	Туристическа агентска и операторска дейност; други дейности, свързани с пътувания и резервации	1969	6421
N	80	Дейности по охрана и разследване	1328	23351
N	81	Дейности по обслужване на сгради и озеленяване	2244	11113
N	82	Административни офис дейности и друго спомагателно обслужване на стопанската дейност	2366	10621
P	85	Образование	3949	11674
Q	86	Хуманно здравеопазване	13509	59392
Q	87	Медико-социални грижи с настаняване	215	1267
Q	88	Социална работа без настаняване	346	1887
R	90	Артистична и творческа дейност	1127	1670
R	91	Други дейности в областта на културата	50	101
R	92	Организиране на хазартни игри	1146	10378
R	93	Спортни и други дейности, свързани с развлечения и отход	3875	9903
S	95	Ремонт на компютърна техника, на лични и домакински вещи	3446	5605
S	96	Други персонални услуги
	Общо:		336482	1446215
".." Конфиденциални данни				
³ Данните са преизчислени в еквивалент на пълна заетост.				

Таблица 10: Брой МСП и заети лица по икономически дейности за 2018г.

Източник: НСИ



		2014	2015	2016	2017	2018	
I	Общо (всички икономически дейности, с изключение на сектори К, О, Т и У)	0 - 9	354988	363905	375123	375754	383134
		10 - 49	23656	24264	24500	25211	24982
		50 - 249	4509	4552	4586	4601	4666
		Общо:	383153	392721	404209	405566	412782
A	Селско, горско и рибно стопанство	0 - 9	15806	17276	18130	18079	18149
		10 - 49	1618	1625	1636	1663	1636
		50 - 249	146	142	132	128	128
		Общо:	17570	19043	19898	19870	19913
B	Добивна промишленост	0 - 9	293	290	277	252	250
		10 - 49	81	84	82	81	75
		50 - 249	30	30	34	28	31
		Общо:	404	404	393	361	356
C	Преработваща промишленост	0 - 9	23804	24079	24541	24322	24593
		10 - 49	5345	5506	5451	5440	5350
		50 - 249	1714	1706	1696	1688	1646
		Общо:	30863	31291	31688	31450	31589
D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	0 - 9	1920	1812	1740	1653	1659
		10 - 49	81	93	88	91	89
		50 - 249	24	23	26	25	24
		Общо:	2025	1928	1854	1769	1772
E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	0 - 9	571	595	623	580	575
		10 - 49	136	137	145	146	146
		50 - 249	61	65	63	59	64
		Общо:	768	797	831	785	785
F	Строителство	0 - 9	17141	17561	17741	17396	17918
		10 - 49	2191	2301	2299	2468	2500
		50 - 249	487	467	459	471	484
		Общо:	19819	20329	20499	20335	20902
G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	0 - 9	133398	133281	135518	134741	135596
		10 - 49	6447	6454	6488	6600	6476
		50 - 249	733	764	753	752	786
		Общо:	140578	140499	142759	142093	142858
H	Транспорт, складиране и пощи	0 - 9	18913	19690	21091	21344	21468
		10 - 49	1428	1570	1624	1711	1671
		50 - 249	238	237	244	253	259



		Общо:	20579	21497	22959	23308	23398
I	Хотелиерство и ресторантьорство	0 - 9	24451	24854	24935	24682	24644
		10 - 49	2080	2128	2207	2297	2361
		50 - 249	254	267	293	303	306
		Общо:	26785	27249	27435	27282	27311
J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	0 - 9	10143	10976	11951	12520	13298
		10 - 49	778	846	871	927	953
		50 - 249	169	184	199	209	218
		Общо:	11090	12006	13021	13656	14469
L	Операции с недвижими имоти	0 - 9	22029	22750	23171	22791	23529
		10 - 49	468	429	431	456	468
		50 - 249
		Общо:	22497	23179	23602	23247	23997
M	Професионални дейности и научни изследвания	0 - 9	39580	41573	43577	44087	45706
		10 - 49	988	1017	1044	1098	1092
		50 - 249	86	93	112	110	121
		Общо:	40654	42683	44733	45295	46919
N	Административни и спомагателни дейности	0 - 9	8930	9468	10133	10364	10698
		10 - 49	842	882	905	926	875
		50 - 249	224	226	225	228	252
		Общо:	9996	10576	11263	11518	11825
P	Образование	0 - 9	3065	3209	3347	3581	3781
		10 - 49	120	122	130	164	146
		50 - 249	22
		Общо:	3185	3331	3477	3745	3949
Q	Хуманно здравеопазване и социална работа	0 - 9	12633	12736	12957	13004	13212
		10 - 49	582	599	599	633	642
		50 - 249	223	225	222	220	216
		Общо:	13438	13560	13778	13857	14070
R	Култура, спорт и развлечения	0 - 9	4379	4692	5191	5462	5833
		10 - 49	272	275	294	301	296
		50 - 249	..	58	62	70	69
		Общо:	4651	5025	5547	5833	6198
S	Други дейности	0 - 9	17932	19063	20200	20896	22225
		10 - 49	199	196	206	209	206
		50 - 249	8
		Общо:	18139	19259	20406	21105	22431
	Забележка:	".." - конфиденциални данни					

Таблица 11: Брой МСП по големина и по икономически дейности
Източник: НСИ



		2014	2015	2016	2017
КИД 2008		Брой на умрелите предприятия с работодател в година t			
B	Добивна промишленост	46	43	10	31
C	Преработваща промишленост	3304	3672	1602	3027
D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	151	183	18	117
E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	88	78	36	69
F	Строителство	2671	2833	928	2257
G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	17688	19728	7444	15199
H	Транспорт, складиране и пощи	2238	2665	968	2486
I	Хотелиерство и ресторантьорство	4314	4684	2511	4199
J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	1371	1550	322	1216
L	Операции с недвижими имоти	1975	2045	300	1774
M	Професионални дейности и научни изследвания	4585	4994	956	4009
N	Административни и спомагателни дейности	1225	1361	452	1198
P	Образование	1211	1574	1208	4877
Q	Хуманно здравеопазване и социална работа	1297	1633	681	1238
R	Култура, спорт и развлечения	1126	1271	376	2142
S	Други дейности	3943	4688	1206	7583
	Общо (сектори B-J; L-N; P-S)	47233	53002	19018	51422

Таблица 12: Брой умрели предприятия в съответната година с работодател по икономически дейности
Източник: НСИ

Икономически сектори	Код	2014	2015	2016 ³
Добивна промишленост	B	37	43	44
Преработваща промишленост	C	2 390	2 362	2 748
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	D	148	125	155
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	E	66	78	90
Строителство	F	2 384	2 748	3 142



Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	G	15 433	15 006	17 588
Транспорт, складиране и пощи	H	1 813	1 835	2 248
Хотелиерство и ресторантьорство	I	3 654	3 783	4 186
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	J	919	976	1 280
Финансови и застрахователни дейности	K ²	394	375	422
Операции с недвижими имоти	L	2 501	2 874	3 562
Професионални дейности и научни изследвания	M	3 308	3 710	4 863
Административни и спомагателни дейности	N	990	958	1 283
Общо (сектори (B-N; C изключение на K64.2 (Дейност на холдингови дружества))		34 037	34 873	41 611

Таблица 13: Брой умрели предприятия в съответната година с работодател по икономически дейности
Източник: НСИ

	2018	%дял	2017	%дял	Ръст в %
ЗА ВСИЧКИ СТРАНИ	60 415 934.2	100.0	58 201 378.5	100.0	3.8
ЕС (без Люксембург)	38 082 969.0	63.0	35 509 636.7	61.0	7.2
Страни извън ЕС (с Люксембург)	22 332 965.2	37.0	22 691 742.8	39.0	-1.6
Регион (Турция, Гърция, Сърбия, Македония, румъния)	13 973 699.0	23.1	13 570 008.9	23.3	3.0
Германия	8 153 836.0	13.5	7 294 471.5	12.5	11.8
Италия	4 855 398.3	8.0	4 405 734.0	7.6	10.2
Румъния	4 607 061.0	7.6	4 313 548.3	7.4	6.8
Турция	4 174 333.7	6.9	4 390 560.6	7.5	-4.9
Русия	3 511 222.5	5.8	3 843 402.4	6.6	-8.6
Гърция	3 289 241.7	5.4	3 051 587.1	5.2	7.8
Испания	2 196 976.4	3.6	2 378 342.1	4.1	-7.6
Китай	2 064 903.0	3.4	1 789 598.9	3.1	15.4
Франция	2 007 498.3	3.3	1 964 622.0	3.4	2.2
Холандия	1 994 296.9	3.3	1 772 850.1	3.0	12.5
Полша	1 721 099.6	2.8	1 722 308.7	3.0	-0.1
Белгия	1 620 240.7	2.7	1 760 531.4	3.0	-8.0
Унгария	1 608 450.8	2.7	1 527 563.9	2.6	5.3
Чешка Република	1 368 912.3	2.3	1 229 457.9	2.1	11.3
Австрия	1 310 061.6	2.2	1 220 674.1	2.1	7.3
Великобритания	1 189 217.6	2.0	1 126 296.4	1.9	5.6
Сърбия	1 160 235.3	1.9	1 079 089.1	1.9	7.5
САЩ	765 978.4	1.3	640 132.3	1.1	19.7
Египет	753 415.1	1.2	1 036 063.4	1.8	-27.3
Македония	742 827.2	1.2	735 222.7	1.3	1.0
Украйна	662 676.1	1.1	608 843.3	1.0	8.8
Словашка Република	610 979.7	1.0	596 958.0	1.0	2.3
Грузия	504 735.8	0.8	479 096.8	0.8	5.4
Швеция	457 602.8	0.8	411 828.9	0.7	11.1
Словения	445 327.5	0.7	427 437.1	0.7	4.2
Швейцария	397 012.8	0.7	376 934.5	0.6	5.3
Дания	354 303.6	0.6	299 785.4	0.5	18.2
Сингапур	291 479.9	0.5	276 278.5	0.5	5.5
Индия	287 150.3	0.5	248 119.9	0.4	15.7
Хърватия	281 059.9	0.5	193 678.6	0.3	45.1
...					

Таблица 14: Стокообмен – експорт към 30-те държави с най-висок дял; в хил. евро
Източник: ИАНМСП



		2018	%дял	2017	%дял	Ръст в %
	ЗА ВСИЧКИ СТРАНИ	60 415 934.2	100.0	58 201 378.5	100.0	3.8
2710	Нефтени масла и масла от битуминозни минерали различни от суровите; неупоменати нито включени другаде продукти съдържащи теглонво 70% или повече нефтени масла или масла от битуминозни минерали чийто основен компонент са тези продукти	2 533 323.0	4.2	2 782 510.1	4.8	-9.0
7403	Рафинирана мед и медни сплави в необработен вид:	1 267 611.7	2.1	1 356 812.8	2.3	-6.6
7402	Нерафинирана мед; аноди от мед за електролитното рафиниране	902 886.1	1.5	962 220.6	1.7	-6.2
3004	Медикаменти (с изключение на продуктите от NN 3002 3005 или 3006) съставени от смесени или несмесени продукти приготвени за терапевтични или профилактични цели представени под формата на дози или пригодени за продажба на дребно:	1 852 258.0	3.1	1 826 479.3	3.1	1.4
1001	Пшеница и смес от пшеница и ръж:	732 781.7	1.2	701 826.9	1.2	4.4
9999	Служебен код 3 (SL)	912 703.2	1.5	1 372 837.6	2.4	-33.5
8544	Жици кабели (включително коаксиалните кабели) и други изолирани електрически проводници (дори лакирани или анодно оксидирани) снабдени или не с части за свързване; кабели от оптични влакна съставени от отделно облицовани влакна	835 937.2	1.4	796 554.5	1.4	4.9
2716	Електрическа енергия	573 087.5	0.9	745 127.7	1.3	-23.1
1206	Семена от слънчоглед дори натрошени	542 662.7	0.9	513 440.3	0.9	5.7
8538	Части изключително или главно предназначени за уредите от позиции NN 8535 8536 или 8537:	671 185.9	1.1	622 484.4	1.1	7.8
2616	Руди на благородните метали и техните концентрати:	405 206.1	0.7	304 965.1	0.5	32.9
3826	[Биодизел и смеси от биодизел които не съдържат нефтени масла или масла от битуминозни материали или ги съдържат но под 70 % теглонво]	617 995.4	1.0	636 094.6	1.1	-2.8
7305	Други тръби (например заварени или нитовани) с кръгло сечение с външен диаметър превишаващ 406.4 mm от желязо или от стомана:	301 480.5	0.5	351 505.0	0.6	-14.2
7409	Ламарини листове и ленти от мед с дебелина превишаваща 0.15 mm:	292 441.7	0.5	289 217.5	0.5	1.1



8537	Табла пана конзоли пултове шкафове и други подобни оборудвани с два или повече уреда от позиции NN 8535 или 8536 за управление или електрическо разпределение включително тези в които са вградени инструменти или апарати от	347 990.1	0.6	268 325.7	0.5	29.7
1512	Слънчогледово шафраново или памучно масло и техните фракции дори рафинирани но не химически променени:	295 318.3	0.5	262 611.3	0.5	12.5
8542	Интегрални схеми и електронни микрокомплекти:	537 725.1	0.9	416 281.9	0.7	29.2
8536	Апаратура за прекъсване разединяване защита разклоняване включване или свързване на електрически вериги (например прекъсвачи превключватели релета стопяеми предпазители височестотни електрически филтри	471 172.7	0.8	417 203.0	0.7	12.9
9401	Столове и седалки (с изключение на тези от N 9402) дори превръщащи се на легла и техните части:	321 591.8	0.5	301 514.9	0.5	6.7
8703	Пътнически автомобили и други автомобилни превозни средства предназначени за транспорт на хора (различни от тези от N 8702) включително товаропътническите и състезателните автомобили:	1 206 461.3	2.0	1 242 759.6	2.1	-2.9
7214	Пръти от желязо или от нелегирани стомани само горещоизковани горещовалцувани или горещоизтеглени както и тези които са били подложени на усукване след валцуване:	297 569.3	0.5	225 553.2	0.4	31.9
6204	Костюми ансамбли сака рокли поли поли-панталони панталони панталони с презрамки панталони до под коляното къси панталони и шорти (различни от банските костюми) за жени или момичета:	296 538.1	0.5	273 097.0	0.5	8.6
1005	Царевича:	270 257.8	0.4	252 658.2	0.4	7.0
6203	Костюми ансамбли сака панталони панталони с презрамки панталони до под коляното къси панталони и шорти (различни от банските гащета) за мъже или момчета:	278 517.0	0.5	317 856.3	0.5	-12.4
8504	Електрически трансформатори статични електрически преобразуватели (например токоизправители) индуктивни бобини и дросели:	344 250.9	0.6	247 979.5	0.4	38.8
8412	Други двигатели:	255 991.0	0.4	225 055.5	0.4	13.7
1905	Хлебарски тестени сладкарски или бисквитни продукти дори с прибавка на какао; нафора празни капсули от тесто за медикаменти сухи тестени листа от брашно скорбяла или нишесте и подобни продукти:	325 428.4	0.5	315 861.5	0.5	3.0
2707	Масла и други продукти получени при дестилацията на каменовъглени катрани при висока температура; аналогични продукти в които ароматните съставки преобладават тегловно по отношение на неароматните:	262 537.4	0.4	300 577.9	0.5	-12.7
8418	Хладилници фризери и други съоръжения машини и апарати за охлаждане или замразяване с електрическо или друго оборудване; топлинни помпи различни от машините и апаратите за кондициониране на въздуха от N 8415:	316 075.1	0.5	302 089.3	0.5	4.6
2836	Карбонати; пероксикарбонати (перкарбонати); технически амониев карбонат съдържащ амониев карбонат:	212 396.6	0.4	215 846.9	0.4	-1.6

Таблица 15: Стокообмен – експорт на 30-те групи продукти с най-висок дял; в хил. евро
Източник: ИАНМСИ



Код по SITC	Наименование	2014	2015	2016	2017	2018
0	Храни и живи животни	95.2	97.1	100.2	103.9	97.4
00	Живи животни различни от рибата	100.9	92.8	95.8	92.9	97.8
01	Месо и месни продукти	92.9	90.8	98.3	109.8	95.4
02	Млечни продукти и птичи яйца	100.1	82.7	99.9	119.7	95.2
03	Риба (изкл. морските бозайници) ракообразни мекотели и други водни безгръбначни и приготвени храни от тях	97.9	98.4	105.8	96.3	97.3
04	Зърнени растения и мелничарски продукти	97.8	98.9	99.7	96.9	105.5
05	Зеленчуци и плодове	95.4	102.7	103.1	103.5	95.1
06	Захар захарни изделия и пчелен мед	65.9	82.5	113.6	109.0	80.4
07	Кафе чай какао подправки и продукти от тях	106.9	114.5	96.6	99.2	101.2
08	Готови храни за животни (изкл. несмлени зърнени храни)	100.3	95.8	95.9	96.3	106.3
09	Разнообразни хранителни продукти и препарати годни за консумация	97.4	103.5	97.6	102.9	103.3
1	Безалкохолни и алкохолни напитки и тютюн	101.0	101.9	96.9	93.5	105.3
11	Безалкохолни и алкохолни напитки	103.0	101.2	94.4	93.5	99.8
12	Тютюн и тютюневи изделия	99.5	102.7	99.7	93.4	112.9
2	Необработени (сурови) материали негодни за консумация (изкл. горивата)	86.3	93.9	90.8	113.8	100.4
21	Сурови кожи	86.4	89.6	88.6	117.5	111.8
22	Маслодайни семена и плодове	91.5	90.6	103.5	110.1	90.2
23	Суров каучук (вкл. синтетичен и регенериран)	90.7	91.3	99.5	112.9	102.5
24	Корк и дървен материал	100.2	100.3	93.9	108.9	117.3
25	Дървесна маса и хартия или картон за рециклиране	104.5	105.3	91.3	111.4	124.8
26	Текстилни влакна и техните отпадъци	98.8	97.9	98.8	109.3	98.6
27	Естествени торове и торове от животински или растителен произход и неметални материали и суровини (изкл. въглища нефт и скъпоценни камъни)	69.2	106.5	94.2	87.0	101.2
28	Метални руди и метални отпадъци	85.5	92.5	87.9	117.0	102.2



29	Продукти от животински и растителен произход н.д.	98.7	110.1	94.1	106.9	104.0
3	Минерални горива масла и подобни продукти	89.7	77.4	76.1	120.3	109.4
32	Въглища кокс и брикети	89.6	117.4	84.7	119.5	127.9
33	Нефт и рафинирани нефтопродукти	90.0	70.8	84.0	119.3	118.6
34	Газ природен и промишлен	89.4	76.7	61.2	119.7	104.8
4	Животински и растителни мазнини масла и восъци	86.8	101.3	96.5	108.9	97.5
41	Животински мазнини и масла	69.1	86.1	94.3	122.0	87.3
42	Масла и техните фракции сурови или рафинирани от растителен произход	87.2	103.5	98.5	106.3	99.8
43	Мазнини и масла от животински или растителен произход преработени; восъци от животински и растителен произход; негодни за консумация смеси или препарати от животински или растителни мазнини или масла н.д.	102.4	101.2	90.3	112.0	99.1
5	Химични вещества и продукти	98.3	99.4	97.8	102.5	102.1
51	Органични химични вещества	84.5	102.4	91.8	100.8	102.4
52	Неорганични химични вещества	95.6	106.5	97.7	101.0	108.0
53	Багрила и пигменти	96.8	101.3	94.3	100.2	108.6
54	Лекарствени вещества и продукти	104.3	96.9	105.7	106.9	96.7
55	Етерични масла резиноиди и парфюми; тоалетни почистващи и полиращи препарати	103.4	103.0	106.5	98.9	104.3
56	Минерални или химични торове	84.7	106.5	82.9	80.5	117.2
57	Пластмаси (полимери) в първични форми	97.6	94.1	91.7	108.9	105.7
58	Листа плочи тръби и профили от пластмаса	102.2	103.9	94.7	102.0	103.4
59	Химически вещества и продукти н.д.	97.7	99.5	97.2	105.3	104.4
6	Артикули класифицирани главно според вида на материала	98.0	98.7	95.6	108.6	112.6
61	Обработени кожи и артикули от тях н.д.	112.2	101.3	99.3	135.3	120.7
62	Артикули от каучук	95.2	96.1	96.8	99.0	123.1
63	Артикули от корк и дървен материал (изкл. мебели)	107.9	97.9	99.2	102.7	105.4
64	Хартия картон и артикули от хартия и картон	99.1	103.4	98.6	107.2	107.3
65	Текстил и артикули от текстил (изкл. облекло)	102.9	101.6	94.1	100.1	121.8
66	Продукти от други неметални минерални суровини	96.9	98.4	98.5	100.0	97.9
67	Чугун и стомана	97.2	93.4	93.1	120.4	113.2
68	Благородни и цветни метали	94.6	106.3	92.4	116.7	108.9
69	Други артикули от метал	95.3	98.0	98.9	103.8	114.9
7	Машини оборудване и превозни средства	97.6	103.9	97.5	105.5	105.1
71	Машини и оборудване за произвеждане на енергия	89.4	93.4	88.9	122.1	98.6
72	Машини със специално предназначение	96.3	106.3	96.6	101.4	104.9
73	Металообработващи машини	92.5	91.4	102.4	101.4	101.2
74	Машини и оборудване с общо предназначение и части за тях н.д.	99.1	99.6	94.3	102.4	105.6
75	Офис и компютърна техника	89.7	109.0	97.1	108.2	101.3
76	Радио- телевизионна и далекосъобщителна техника	95.5	110.6	108.4	105.1	111.6
77	Електрически машини апарати и устройства н.д. части за тях	99.9	98.7	94.7	114.3	98.7
78	Автомобили мотоциклети велосипеди ремаркета и полуремаркета	98.7	109.4	98.8	101.8	109.0



79	Плавателни съдове локомотиви мотори и вагони въздухоплавателни и космически средства	110.8	94.4	99.6	92.0	116.6
8	Разнообразни готови продукти н.д.	96.2	105.0	89.6	98.1	112.0
81	Сглобяеми конструкции; осветители санитарни артикули котли и радиатори за отопление н.д.	96.8	107.1	89.5	96.9	125.8
82	Мебели и техните части; медицинска и хирургическа мебелировка; спални артикули и други подобни	96.2	106.3	93.4	97.9	118.7
83	Пътнически артикули ръчни чанти и други подобни	98.4	122.8	93.9	94.4	166.5
84	Облекло и допълнения за облекло	96.5	100.6	86.2	106.7	121.0
85	Обувки	94.0	107.1	87.7	104.4	138.9
87	Медицински прецизни оптични и контролни уреди и апарати н.д.	103.9	103.1	95.7	102.7	103.4
88	Фотографски и кинематографски апарати оборудване и продукти; други оптични стоки; часовници и часовникови механизми	81.6	101.1	99.5	95.3	118.4
89	Други разнообразни готови продукти н.д.	95.3	106.8	88.4	92.3	102.7
Общо		95.4	98.1	94.5	106.1	105.2

Таблица 16: Индекс на цени на вноса на стоки по SITC на база средногодишни цени от предходната година
Източник: НСИ

Код по SITC	Наименование	2014	2015	2016	2017	2018
0	Храни и живи животни	97.0	99.9	95.7	102.0	100.6
00	Живи животни различни от рибата	103.9	103.6	102.8	95.1	84.6
01	Месо и месни продукти	97.2	96.7	102.5	104.9	100.2
02	Млечни продукти и птичи яйца	107.5	96.0	95.0	104.7	100.7
03	Риба (изкл. морските бозайници) ракообразни мекотели и други водни безгръбначни и приготвени храни от тях	103.4	110.8	110.2	98.7	102.7
04	Зърнени растения и мелничарски продукти	93.3	99.2	92.7	102.8	103.8
05	Зеленчуци и плодове	100.4	104.4	100.2	104.0	95.8
06	Захар захарни изделия и пчелен мед	93.6	94.5	98.4	102.1	99.0
07	Кафе чай какао подправки и продукти от тях	104.8	109.9	92.6	102.1	92.1
08	Готови храни за животни (изкл. несмлени зърнени храни)	104.0	93.5	96.7	97.6	108.0
09	Разнообразни хранителни продукти и препарати годни за консумация	90.7	102.0	105.1	95.2	96.7
1	Безалкохолни и алкохолни напитки и тютюн	95.2	105.5	103.3	99.0	99.9
11	Безалкохолни и алкохолни напитки	97.2	100.4	109.0	99.0	104.8
12	Тютюн и тютюневи изделия	94.8	107.0	101.7	99.0	97.6
2	Необработени (сурови) материали негодни за консумация (изкл. горивата)	84.4	103.0	99.6	102.8	105.9
21	Сурови кожи	87.4	85.9	90.8	122.9	93.2
22	Маслодайни семена и плодове	78.2	107.6	102.0	95.1	96.3
23	Суров каучук (вкл. синтетичен и регенериран)	84.3	104.5	100.3	102.0	106.1
24	Корк и дървен материал	100.9	104.6	101.4	103.3	103.7
25	Дървесна маса и хартия или картон за рециклиране	95.0	119.3	90.9	116.8	114.4
26	Текстилни влакна и техните отпадъци	96.1	98.9	113.5	123.1	125.3



27	Естествени торове и торове от животински или растителен произход и неметални материали и суровини (изкл. въглища нефт и скъпоценни камъни)	95.8	107.5	100.8	100.2	101.6
28	Метални руди и метални отпадъци	83.1	97.5	96.4	106.0	110.3
29	Продукти от животински и растителен произход н.д.	103.9	105.1	102.5	101.8	110.0
3	Минерални горива масла и подобни продукти	89.0	75.5	84.1	118.4	117.7
32	Въглища кокс и брикети	103.7	112.6	86.4	99.5	102.4
33	Нефт и рафинирани нефтопродукти	87.6	71.3	82.4	119.9	120.7
34	Газ природен и промишлен	87.0	69.5	91.2	126.7	115.7
35	Електрическа енергия	97.4	93.4	90.5	112.0	106.2
4	Животински и растителни мазнини масла и восъци	85.4	111.4	99.8	96.7	94.5
41	Животински мазнини и масла	97.6	86.3	120.3	97.6	94.3
42	Масла и техните фракции сурови или рафинирани от растителен произход	85.8	112.1	99.1	96.7	94.7
43	Мазнини и масла от животински или растителен произход преработени; восъци от животински и растителен произход; негодни за консумация смеси или препарати от животински или растителни мазнини или масла н.д.	80.0	98.9	115.1	96.2	88.5
5	Химични вещества и продукти	106.3	102.2	98.5	97.9	99.6
51	Органични химични вещества	98.8	89.4	93.5	105.3	97.2
52	Неорганични химични вещества	92.8	109.7	100.6	98.0	101.6
53	Багрила и пигменти	88.7	88.1	95.9	114.8	100.4
54	Лекарствени вещества и продукти	121.5	105.7	106.4	94.4	96.7
55	Етерични масла резиноиди и парфюми; тоалетни почистващи и полиращи препарати	108.8	104.4	102.0	88.9	100.0
56	Минерални или химични торове	94.0	102.8	80.4	96.6	106.6
57	Пластмаси (полимери) в първични форми	99.1	92.3	87.4	109.6	103.0
58	Листа плочи тръби и профили от пластмаса	97.6	101.0	93.3	105.1	102.4
59	Химически вещества и продукти н.д.	95.5	91.3	100.0	104.1	99.6
6	Артикули класифицирани главно според вида на материала	95.4	98.8	95.7	113.0	103.3
61	Обработени кожи и артикули от тях н.д.	98.7	92.3	94.5	107.8	103.2
62	Артикули от каучук	102.0	104.2	106.7	99.4	103.4
63	Артикули от корк и дървен материал (изкл. мебели)	99.9	98.5	102.9	100.7	104.3
64	Хартия картон и артикули от хартия и картон	100.8	101.5	99.7	101.2	107.8
65	Текстил и артикули от текстил (изкл. облекло)	98.9	99.5	97.4	104.5	101.5
66	Продукти от други неметални минерални суровини	100.8	100.8	100.4	98.3	96.3
67	Чугун и стомана	96.4	92.3	92.7	122.2	111.5
68	Благородни и цветни метали	92.2	98.3	91.2	120.9	101.8
69	Други артикули от метал	99.0	103.3	102.8	101.5	103.8
7	Машини оборудване и превозни средства	99.1	104.5	101.7	94.5	100.2
71	Машини и оборудване за произвеждане на енергия	100.2	98.2	102.2	100.4	103.8
72	Машини със специално предназначение	98.1	106.5	100.2	104.0	104.7
73	Металообработващи машини	96.0	99.2	104.2	119.6	92.9
74	Машини и оборудване с общо предназначение и части за тях н.д.	97.7	102.1	94.7	97.5	101.6
75	Офис и компютърна техника	99.7	103.6	98.8	107.5	100.6



76	Радио- телевизионна и далекосъобщителна техника	94.3	108.8	121.0	88.1	99.3
77	Електрически машини апарати и устройства н.д. части за тях	99.7	103.6	101.1	89.2	98.7
78	Автомобили мотоциклети велосипеди ремаркета и полуремаркета	101.3	113.2	107.6	99.4	103.0
79	Плавателни съдове локомотиви мотори и вагони въздухоплавателни и космически средства	104.8	95.7	98.9	97.0	89.0
8	Разнообразни готови продукти н.д.	97.8	97.2	100.7	109.1	101.1
81	Сглобяеми конструкции; осветители санитарни артикули котли и радиатори за отопление н.д.	91.4	97.7	99.4	92.5	106.5
82	Мебели и техните части; медицинска и хирургическа мебелировка; спални артикули и други подобни	93.7	100.3	103.1	97.3	102.1
83	Пътнически артикули ръчни чанти и други подобни	97.1	113.9	83.8	93.9	108.5
84	Облекло и допълнения за облекло	98.1	101.2	93.6	109.3	96.8
85	Обувки	101.6	95.6	98.5	106.7	101.2
87	Медицински прецизни оптични и контролни уреди и апарати н.д.	93.9	101.0	101.7	94.2	94.9
88	Фотографски и кинематографски апарати оборудване и продукти; други оптични стоки; часовници и часовникови механизми	85.5	94.8	89.6	99.6	96.4
89	Други разнообразни готови продукти н.д.	103.3	92.6	105.2	119.3	104.0
Общо		95.5	97.3	97.1	104.3	102.7

Таблица 17: Индекс на цени на износа на стоки по SITC на база средногодишни цени от предходната година
Източник: НСИ

Библиография

Агенция по обществените поръчки 2017 Доклад относно мониторингът на обществени поръчки

Европейска Комисия 2014 SBA Справочник 2014г. България

Европейски Социален Фонд 2019 Бенчмарк анализ за оценка на ангажираността на малките и средните предприятия в процеса на вземането на решения

Европейска Комисия 2019 SBA Factsheet

Европейска Комисия 2014 Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe Country Fiche Bulgaria Panteia Enterprise and Industry

Изпълнителна Агенция за Насърчаване на Малките и Средните Предприятия 2019 Отчет на изпълнение целите на администрацията за 2019г.

Министерство на Икономиката 2020 Създаване на благоприятна за иновациите бизнес среда за МСП

Министерство на Икономиката 2020 Национална Стратегия за Насърчаване на Малките и Средни Предприятия 2014-2020

Министерство на Икономиката 2016 Национална стратегия за насърчаване на женското предприемачество в България 2016-2023 г.

Министерство на Финансите 2020 Българската Икономика месечен обзор



Министерство на Икономиката и Енергетиката 2013 Национална стратегия за насърчаване на МСП - 2014-2020

Обединени Бизнес Клубове 2020 Анализ на развитието на МСП в България през 2018 година

Съвет на жените в Бизнеса 2020 <http://womeninbusiness.bg/за-нас/документи/>

Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report ISBN 978-1-9160178-0-1

World Bank 2019 Doing Business Report Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies 16th Edition