

**ПРОДУКТИВНИТЕ ИНОВАЦИИ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА РАЗВИТИЕ НА
МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ В УСЛОВИЯТА НА
ИКОНОМИЧЕСКА**

Галя Драганова

*Русенски университет „Ангел Кънчев”, Филиал – Разград, 7200 гр. Разград, България,
e-mail: frz@uni-ruse.bg*

**THE PRODUCT INNOVATION AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT OF
SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES IN BULGARIA DURING THE
ECONOMIC CRISIS**

Galya Draganova

*"Angel Kanchev" University of Ruse, Razgrad Branch, 7200 Razgrad, Bulgaria,
e-mail: frz@uni-ruse.bg*

ABSTRACT

SMEs are the backbone of the European and Bulgarian economy. They are a major source of growth and the creation of jobs. Moreover, SMEs are most sensitive to changes in the business environment as economic actors. They are the ones who took the biggest negatives of the economic crisis, but also those who can direct the economy back to the path of economic growth. In this context, a vital prerequisite for survival and ensure the prosperity of each business organization is to create a relevant and sought after product, i.e continuous implementation of reasonable and adequate to the situation on the market innovation aimed at creating new and improving existing in the portfolio of the company products. From this results the particular importance of the issue of product innovation in small and medium business in Bulgaria, as one of the most powerful tools for a successful competitive struggle.

Key words: product innovations, small and medium sized enterprises, competitiveness, economic crisis

1. Основни направления на влияние на икономическата криза върху сектора на малките и средните предприятия в България

Настоящата икономическа и бизнес ситуация в България и света е белязана от глобална финансова и икономическа криза, започнала през 2008 г. като финансова криза, довела в края на същата година до значителна загуба на доверие и бърз спад на световната търговия. Производството последва търговията и бързо изпада в рецесия. Инвестиционните потоци намаляват. Потреблението постъпателно се свива.

За периода 2008-2011 година броят на МСП се е увеличил с малко над 27 000 (или с около 10%). Новосъздадените предприятия са предимно в сектора на търговията на дребно, докато предприятията в преработващата промишленост намаляват нетно със 796 само за последната година (2.6% от промишлените предприятия). Наблюдава се и тенденция на увеличаване дела на микропредприятията за сметка на малките предприятия. Точно обратното се случваше в годините преди икономическата криза. Това означава, че сега предприятията освобождават работна сила и не растат по отношение на заетостта.

През 2010 г. делът на заетостта в сектор индустрия се понижава, а този на услугите расте. В рамките на МСП индустриалният сектор обхваща 34.9%, а услугите 65.1% от общата заетост. МСП се характеризират със спад на заетите лица в почти всички икономически дейности с водещо влияние на строителството (23%), преработваща промишленост (8.4%) и търговия (3.5%). В началото на 2011 г. пет са основните проблеми, декларирани от изследваните предприятия:

- Невъзможност за намаляване на разходите на предприятието
- Липса на пазари за реализация на продуктите и услугите
- Междуфирмената задлъжнялост (която се отразява негативно и върху отношенията с доставчици)
- Наличието на голяма сива икономика в сектора на предприятието
- Замразяването на инвестиционните планове на предприятието.

Посочените пет проблема са на практика основните бариери пред растежа и конкурентоспособността на българските предприятия в сектора. В контекста на принципите в SBA (SBA, Актът за малкия бизнес) на ЕС, те могат да бъдат преведени като проблеми на бизнес средата, финансовата сигурност и стабилност на предприятията, недостатъчен достъп до единния пазар на ЕС. Поставената на първо място невъзможност за намаляване на разходите на предприятието е както следствие от всички други проблеми, така и сигнал за недобра рентабилност и ниска ефективност.

При оценката на влиянието, което глобалната криза оказва върху българските МСП, е важно да се отбележи, че тази група предприятия при равни други условия са много по-уязвими към негативни външни влияния от големите предприятия по редица причини:

- дейността им е слабо диверсифицирана (имат слаби компенсаторни възможности в трудни ситуации);
- заетите в тях съвместяват по няколко функции и поради това е трудно да бъдат съкращавани с цел икономия на разходи;
- „а ргіогі” разполагат с ограничени ресурси;
- много често работят като подизпълнители и в тази си роля са зависими от икономическото и финансово “здраве” на възложителите;
- имат слаб достъп до външно финансиране и други.

Негативното влияние на кризата може да бъде обобщено в няколко основни направления:

- На първо място, чрез консервативната политика на банковия сектор, изразяваща се в силно затруднен достъп до кредитиране и повишаване на лихвите по съществуващи кредити. Много български предприемачи са неспособни да изпълняват своите задължения, защото търговските банки отказват да им отпускат кредити. Въпреки настояването на ЕС да бъде даден бърз и лесен достъп до финансов ресурс за малкия бизнес, банките отказват да отпускат кредити на фирми с проблеми или им предлагат кредитиране срещу високи лихви [46];
- На второ място, отлагане и намаляване на поръчките и дори оттегляне на основни партньори. В условията на световната икономическа криза основният проблем на българските предприемачи е свързан с драстичното свиване и дори изчезване на завоювани вече пазари. Всичко това в повечето случаи води до свиване на дейността и съкращаване на служители, а в някои случаи – и до ликвидиране на бизнеса.
- На трето място, промяна в системите за заплащане от страна на доставчици на материали и клиенти. Доставчиците настояват за авансови плащания, които блокират финансов ресурс. Клиентите увеличават драстично дела на отложените плащания. Това води до огромна междуфирмена задлъжнялост, която често се поставя на първо място като проблем;
- На четвърто място, нарастваща несигурност на средата и неясни перспективи за положително развитие на икономиката. Повечето предприемачи и мениджъри в България не са достатъчно осведомени за мащабите на свиване на потребителското търсене. Те се въздържат от инвестиции в машини и оборудване поради тяхната несигурна възвръщаемост; те изпитват несигурност и по отношение на промяната в

структурата на търсенето и параметрите на следкризисната ситуация. Кризата обаче намалява тежестта на доскорошния проблем с недостига на мотивирана работна ръка. Кризата се отразява “дисциплиниращо” на хората, които се страхуват да не загубят работата си, и проблемите с тяхната мотивация намаляват.

През 2012 г. икономическото оживление води до засилване ролята на конкурентоспособността на предприятията за тяхното икономическо представяне.

Могат да бъдат открити две основни групи МСП:

Първата група включва предприятия с ниска степен на конкурентоспособност, които не успяват да излезнат успешно от икономическата криза и продължават да се сблъскват с трудности - като намалени продажби и печалба, съкращения в човешките ресурси, намаление на заплатите на наетите и просрочени плащания.

Втората група предприятия включва МСП с относително по-висока степен на конкурентоспособност, които успяват да се спряват значително по-добре в периода на икономическо възстановяване.

В краткосрочен и дългосрочен план, устойчивостта на сектора на МСП зависи от успешното развиване по отношение на достъпа до финансиране, иновативността, интелектуалната собственост, интернационализацията и прилагането на добри практики.

Икономическата криза може да бъде определена, като катализатор на иновации. Ако фирмата не предприеме действия за промяна, ако не се настрои според новите пазарни условия и тенденции, тя е обречена на неуспех.

2. Продуктови иновации и особености на продуктивния иновационен процес в малките и средните предприятия

Продуктивният иновационен процес представлява процес на възникване, разработване, производство и пазарна реализация на идеи за нови или усъвършенствани продукти (стоки или услуги), като резултатът трябва да бъде съществен по отношение на равнището на произвежданата продукция, качеството на продуктите или разходите за производство и дистрибуция. В рамките на този процес предприятията извършват иновационна дейност, която най-общо включва:

- Научноизследователска и опитно-конструкторска работа по разработване на иновацията, лабораторни изследвания, изготвяне на образци на новите изделия;
- Избор на необходимите суровини и материали за производството на новите изделия;
- Проектиране, изготвяне, изпитване и усвояване на образците на новата техника, необходима за производството на новите продукти;
- Разработване на нови организационни решения, насочени към новите изделия;
- Изследване, разработване и придобиване на необходимите информационни ресурси;
- Подготовка, обучение, преквалификация и подбор на персонала, който ще осъществява продуктите иновации;
- Придобиване на съответните документи за защита на интелектуалната собственост – патенти, лицензи, ноу-хау;
- Организация и осъществяване на маркетингови изследвания, свързани с лансирането на новите продукти на пазара и тяхната реализация.

Продуктите иновации в МСП заемат значителен дял спрямо останалите видове иновации. Иновационната дейност може да се разглежда в две основни направления:

- като средство за осигуряване стратегически предимства на бизнесединиците и на икономиките като цяло;
- като вид бизнес, чиито продукти представляват конкретни научни, научно-технически и други резултати, които могат да се използват като основа за нововъведения в други отрасли.

3. Продуктовите иновации като фактор за подобряване конкурентноспособността на МСП

От особено значение за малките и средни предприятия е поддържането на висока степен на конкурентноспособност. Необходимо е те да притежават и поддържат оптимална производствена структура при адекватна форма на организация, висококвалифицирани човешки ресурси, високотехнологични и наукоемки технически средства и съвременни технологии на производството, а като краен резултат от целия комплекс „стопанска дейност”- да създават висококачествен, актуален и търсен продукт. Именно крайният резултат от производствената дейност е свързващото звено между предприятието като реална производствена структура и пазара като място за реализация. Именно той е „нещото”, което гарантира обратното движение на паричния поток и осигурява доход за бъдеща стопанска дейност. Продуктът е този, който представя предприятието пред обществото, а неговото търсене е точен индикатор за имиджа на съответната стопанска структура. Следователно създаването и реализирането на висококачествен, актуален и търсен продукт е едно от най-важните, ако не и най-важното условие за гарантиране на бъдещ просперитет и висока конкурентноспособност на предприятието. В този смисъл всяка стопанска структура трябва да извършва и поддържа активна иновационна дейност – да търси, разработва и прилага съвременни форми на организация, нови техники и технологии, нови или усъвършенствани продукти. По тази причина „иновационният мениджмънт на продуктовото портфолио (фокусиращ върху разработването на нови и усъвършенствани продукти и услуги) би трябвало да осигурява средства за съчетаване на успешно развитие на бизнеса със стабилен икономически растеж”. Основни **предпоставки за успех на МСП в иновационната сфера** са:

- Създаването в резултат на задълбочаващата се специализация в областта на научните разработки на благоприятна среда за успешно конкуриране на МСП с големите бизнесструктури.
- Наличието на възможност МСП да се занимават с разработването и усвояването на иновации в области, които са неперспективни и високо рискови за големите предприятия.
- За разлика от големите, малките предприятия с ентузиазъм започват разработването на оригинални иновации.
- В големите предприятия с разработването, внедряването, производството и реализацията на нова наукоемка продукция се занимават специализирани подразделения, като отговорността преминава последователно по отделните етапи през различни отдели. При МСП обаче тези етапи от иновационния процес са обединени под ръководството на едно лице. Това води до скъсяване на периода от момента на възникване на новата идея до момента на нейната пазарна реализация.
- Производствената дейност в МСП се характеризира с тясна предметна специализация, което предполага концентриране на усилията и средствата в крайните етапи на създаване на нововъведението и в първите етапи на неговото разпространение. Това означава, че фактически предприятието започва научно-производствената дейност веднага след опино-конструкторската разработка, целта на която е достигане на висока технологичност на изделието и бързо организиране на неговото промишлено производство.
- Относителните разходи за НИРД в малкото високотехнологично предприятие нерядко превишават няколко пъти аналогичния показател в големите предприятия, което способства за тяхното бързо и ефективно излизане на пазара на иновации.

- На изобретателските групи в МСП много често се налага да работят в области, в които не са специалисти, което понякога води до възникването на нови оригинални идеи и нов подход към решаването на проблема.

Анализирайки дейността на едно предприятие в сложните условия на криза, може да се направят следните **изводи**:

- Резултатите от дейността на предприятието в условието на финансови ограничения зависят от адекватността и качествено ниво на приетата антикризисна програма за действие;
- Негативните последици от влиянието на вътрешната среда са толкова по-слаби, колкото по-силно (по-близо) предприятието се доближава до предприятие от ограничен тип;
- Сложните условия на икономическата криза могат да станат мощен тласък, катализатор за иновационното развитие на фирмата;
- Основното направление на управленските решения, даже в условия на сериозни ограничения, трябва да бъде в посока на интензивно развитие и обновление във всички сфери на дейност;
- Крайният резултат от работата в периода на криза е пропорционален на усилията (ефективността на мениджмънта) по усъвършенстване системата за управление и избора на вярна стратегия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Георгиев И., И Цветков Цв., 1999, „Мениджмънт на фирмените иновации и Инвестиции”, С., УИ „Стопанство”, с.37-39.
2. Дулевски, Л., 2009, „Глобалната криза и предизвикателствата пред трудовите Пазари”, Годишник на УНСС, София.
3. Eurostat, Национален статистически институт.
4. Кънев, Пантелеева, 2004. „Продуктовите иновации в малките и средни предприятия”, Икономически университет „Д.Ценов”, Свищов.
5. Тодоров, К., 2011, „Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисното развитие”, УНСС, София.