

СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2022 Г.

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ
ВРЕМЕНА НА
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



**АГЕНЦИЯ
ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МСП**



Съдържание:

Списък на използваните съкращения	3
Списък на фигурите в текста.....	4
Източници:.....	10
ВЪВЕДЕНИЕ	11
Част първа: МСП в България – среда и състояние.....	13
I. Среда за развитие на МСП в България.....	13
1. Политическа ситуация в страната.....	13
2. Макроикономическа рамка 2021 г. - 2022 г.....	14
3. Макроикономическа прогноза 2022-2024 г.....	20
4. Предизвикателства пред МСП в България 2021-2022 г.....	23
II. АНАЛИЗ НА СЕКТОРА НА МСП В БЪЛГАРИЯ	31
1. Статистически данни за МСП	32
2. Статистическа демография на МСП в България.....	44
Част втора: Основни резултати от дейността на МСП.....	52
I. Вътрешно-икономически показатели за резултатите от дейността на МСП	52
1. Брутна добавена стойност (БДС).....	52
2. Дълготрайни материални активи (ДМА)	69
II. Икономически показатели за резултатите от външотърговската дейност на МСП	79
1. Методологични бележки.....	79
2. Външотърговски стокообмен.....	79
3. Външотърговски баланс	98
4. Външотърговски показатели за резултатите от интернационализацията на МСП	99
5. Индекси на цените на износа и вноса по Стандартната външотърговска класификация (SITC).....	109
Част трета: Възможности за подкрепа на МСП.....	112
I. Национална стратегия за МСП 2021 -2027 г.....	112
1. Области на въздействие засягащи МСП.....	114
2. Национални и регионални приоритетни сектори	118
3. Хоризонтални политики в посока насърчаване на иновациите и намаляване на информационната асиметрия	119
II. Роля на ИАНМСП за изпълнение на Националната стратегия за МСП 2021 – 2027 г.....	120



III. Подкрепа за МСП чрез Плана за възстановяване и устойчивост на България 2021 – 2027 г.....	123
1. Цифрова свързаност.....	124
2. Научни изследвания и иновации	124
3. Интелигентна индустрия	125
4. Нисковъглеродна икономика	126
5. Местно развитие	126
6. Транспортна свързаност.....	127
7. Бизнес среда.....	127
IV. Ключови инструменти за финансиране за период 2021 – 2027 г.....	128
Част четвърта: Перспективи пред МСП.....	133
I. Бъдещи тенденции в търговията на дребно	133
1. Как могат да се развият магазините за търговия на дребно до 2040 г.	137
2. Потребителите пазаруват различно в категориите продукти.....	138
3. Компаниите възприемат различни стратегии за иновации при пазаруването в магазина.	139
4. Последици за търговците на дребно и марките	140
5. Последици по продуктова категория	141
II. Икономиките през 2023 г.	142
III. Дигитална трансформация в сектор логистика	145
1. Влияние на промените във веригата на доставки	145
2. Тенденции, движещи технологичните промени в логистиката.....	146
3. Намаляване на разходите за доставка	148
IV. Динамика в електронната търговия.....	149
1. Преглед на пазара за електронна търговия.....	150
2. Ползи за фирмите	152
V. Бъдещи тенденции в световната селскостопанска индустрия	152
VI. Перспективи за развитие на МСП в България	153



Списък на използваните съкращения

БАН - Българската академия на науките

БДС – Брутна добавена стойност

БВП – Брутен вътрешен продукт

БФБ - Българска фондова борса

ВЕИ - Възобновяемите енергийни източници

ВИ - Възобновяеми източници

ЕИАМСП\ЕИСМЕА - Европейска изпълнителна агенция за малки и средни предприятия

ЕИФ - Европейския инвестиционен фонд

ЕК - Европейска комисия

ЕС-28 – Европейски съюз в състав от 28 страни-членки

EVs - Електрически превозни средства

ЕФРР - Европейски фонд за регионално развитие

ЕТ- Еднолични търговци

Small Business Act - Законодателния акт за малкия бизнес

SBA - Законодателния акт за малкия бизнес в Европа

ИАНМСП - Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

DESI - Индекс за навлизане на цифровите технологии в икономиката и обществото

ИСИС - Иновационна стратегия за интелигентна специализация

ИСУН - Информационна система за управление и наблюдение

ИКТ - Информационни и комуникационни технологии

МСП - Малки и средни предприятия

МВУ - Механизъм за възстановяване и устойчивост

МИ - Министерство на икономиката

МИИ - Министерство на икономиката и индустрията

МИР - Министерство на иновациите и растежа

Млн. лв. – милиони лева

Млрд. лв. – милиарди лева

НИРД - Научноизследователска и развойна дейност

НПВУ - Национален план за възстановяване и устойчивост

ВЕАМ - Пазар за растеж на МСП

ПИМ - Програма за икономическа трансформация

ПКИМ - Програма „Конкурентоспособност и иновации в предприятията“ 2021-2027



ПНИИДИТ - Програма „Научни изследвания, иновации и дигитализация за интелигентна трансформация “ 2021-2027

РП - Работна програма

РБ - Република България

Хил. лв. – хиляди лева

ERP - Системи за планиране на ресурсите на предприятието

CRM - Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите

СИМ/ВІМ - Строително-информационното моделиране

SWOT - Анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите

Списък на фигурите в текста

Част 1

Фигура 1. Влияние на политическата обстановка в страната върху МСП.

Фигура 2. Прогноза за развитие на инфлацията до 2040 г.

Фигура 3. Прогноза за БВП до 2040 г.

Фигура 4. Брой на малките и средните предприятия в България, 2021 г.

Фигура 5. Относителен дял на микро, малки и средни предприятия в общия брой на МСП (%), 2015-2021 г.)

Фигура 6. Дял на различните класове по размер на МСП в ЕС-27 в броя на предприятията в NFBS и на заетостта и добавената стойност на NFBS през 2020 г.

Фигура 7. Разпределение на заетите лица, 2021 г.

Фигура 8. Брой заети лица в икономиката на България (млн. души)

Фигура 9. Заети лица в микро, малки и средни предприятия, 2021 г.

Фигура 10. Брой предприятия и заети лица по райони, 2021 г.

Фигура 11. Нефинансови предприятия в България, нетни приходи от продажби и заети лица – 2021 г. по икономически дейности

Фигура 12. Брой на нефинансовите предприятия по групи според броя на заетите в тях лица и икономическите дейности, 2021 г.*

Фигура 13. Брой МСП по области



Фигура 14. Брой заети лица в МСП по области, 2021 г., хил. души

Фигура 15. Икономически активни предприятия**, заети и наети лица, 2015-2020 г., хил. бр.

Фигура 16. Новородени предприятия** в година t и заети лица в съвкупността на новородените предприятия в година t , 2015-2020 г., хил. бр.

Фигура 17. Новосъздадени предприятия според икономическата дейност, бр. предприятия и заети лица, 2020 г.

Фигура 18. Активни предприятия според вида на правната форма (брой предприятия, заети лица, 2020 г.)*

Фигура 19. Новосъздадени предприятия според вида на правната форма (брой предприятия, заети лица, 2020 г.)*

Фигура 20. Закрити предприятия и заети лица в тях, 2015-2020 г.**

Фигура 21. Закрити предприятия според икономическата дейност и заети лица в тях 2020 г.

Фигура 22. Оцелели предприятия, новородени през година t , бр.

Част 2

Фигура 1. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор в България за периода 2000-2021 г. (млн. лв.)

Фигура 2. Брутна добавена стойност по групи предприятия (брой предприятия, брой заети лица) – сравнение България и ЕС-28 за 2018 г. (млрд. евро)

Фигура 3. Брутна добавена стойност по икономически сектори КИД-2008 и по групи предприятия според броя на заетите в тях лица за 2020 г. (хил. лв.)

Фигура 4. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по групи предприятия според броя на заетите в тях (млрд. лв., 2008 - 2019 г.)



Фигура 5. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по статистически райони (млрд. лв., 2010-2020 г.)

Фигура 6. Регионално разпределение на брутната добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по икономически региони (2019 г.)

Фигура 7. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по икономически сектори NACE 2008 SCL (2008-2019 г., хил. лв.)

Фигура 8. Ръст на добавена стойност по факторни разходи по икономически сектори NACE 2008 / 7 SCL (2009-2019 г., % спрямо предходната година)

Фигура 9. Брутна добавена стойност по факторни разходи на нефинансовите предприятия в агрегиран сектор Промисленост NACE 2008 SCL (2008 - 2019 г., хил. лв.)

Фигура 10. Брутна добавена стойност по факторни разходи на нефинансовите предприятия в агрегиран сектор Услуги NACE 2008 SCL (2008 - 2019 г., хил. лв.)

Фигура 11. Ръст на добавена стойност по факторни разходи в трите основни структуроопределящи икономически сектори (2009-2019 г., % спрямо предходната година)

Фигура 12. Разходи за ДМА на предприятията от нефинансовия сектор в България за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)

Фигура 13. ДМА на предприятията според броя на заетите в тях (млрд. лв., 2010-2021 г.) и относителен дял в общите ДМА (% спрямо предходната година, 2011-2021 г.)

Фигура 14. Разходи за ДМА в сектора на МСП (общо) и големи предприятия (250+ заети) за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)

Фигура 15. Разходи за ДМА на предприятията от нефинансовия сектор в България общо и по групи предприятия според броя на заетите в тях за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)



Фигура 16. *Ръст на разходите за ДМА в предприятията от нефинансовия сектор в България по групи предприятия според броя на заетите в тях за периода 2011-2021 г. (% спрямо предходната година)*

Фигура 17. *ДМА на предприятията от нефинансовия сектор по икономически дейности НКИД 2008 (млрд. лв., 2010-2021 г.)*

Фигура 18. *Относителен дял на ДМА за МСП по икономически дейности НКИД 2008 (% спрямо предходната година, 2021 г.)*

Фигура 19. *Относителен дял на ДМА в МСП спрямо големи предприятия по икономически дейности НКИД 2008 (2021 г., %)*

Фигура 20. *Размер, структура и растеж на ДМА по статистически региони в страната, (млрд. лв., 2017-2018 г.)*

Фигура 21. *Стоков износ на България към страни-членки от ЕС и трети страни (2016-2022* г., млн. лв.)*

Фигура 22. *Относително изменение в износа на стоки за страни-членки на ЕС и трети страни на база предходна година (2016-2022* г., %)*

Фигура 23. *Основни търговски партньори в износа на стоки към страни-членки на ЕС (2020-2022* г., млрд. лв.)*

Фигура 24. *Основни търговски партньори в износа на стоки към трети страни (2020-2022* г., млрд. лв.)*

Фигура 25. *Износ на стоки от България за страните от ЕС по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)*

Фигура 26. *Износ на стоки от България за страните от ЕС – дялово разпределение по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв. / %)*



Фигура 27. Износ на стоки от България към трети страни по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)

Фигура 28. Износ на стоки от България към трети страни – дялово разпределение по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв., %)

Фигура 29. Стоков внос от страни-членки на ЕС и трети страни (2016-2022* г., млн. лв.)

Фигура 30. Относително изменение във вноса на стоки от страни-членки на ЕС и трети страни на база предходната година (2016-2022* г., %)

Фигура 31. Основни търговски партньори по внос на стоки от страни-членки на ЕС (2020-2022* г., млрд. лв. / %)

Фигура 32. Основни търговски партньори по внос на стоки от трети страни (2020-2022* г., млрд. лв.)

Фигура 33. Внос на стоки в България от страни-членки на ЕС по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)

Фигура 34. Внос на стоки в България от трети страни (Екстрастат) по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)

Фигура 35. Търговски баланс на България (2016-2022* г., млн. лв.)

Фигура 36. Брой предприятия износители за страни от ЕС според броя на заетите в тях (2012-2020 г.)



Фигура 37. Брой предприятия износители за трети страни според броя на заетите (2012-2020 г.)

Фигура 38. Стойност на износа на предприятията към страни от ЕС според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)

Фигура 39. Стойност на износа на предприятията към трети страни според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)

Фигура 40. Брой предприятия вносители от страни от ЕС според броя на заетите (2012-2020 г.)

Фигура 41. Брой предприятия вносители от трети страни според броя на заетите (2012-2020 г.)

Фигура 42. Стойност на вноса на предприятията от страни от ЕС според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)

Фигура 43. Стойност на вноса на предприятията от трети страни според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)

Фигура 44. Индекси на цените на износа на стоки по SITC на база средногодишни цени от предходната година (2011-2022 г., %)

Фигура 45. Индекси на цените на вноса на стоки по SITC на база средногодишни цени от предходната година (2011-2022 г., %)

Част 3.

Фигура 1. Стратегически цели за развитие на МСП за периода 2021 – 2027 г.



СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2022 Г.

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ ВРЕМЕНА НА
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



АГЕНЦИЯ
ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МСП

Част 4.

Фигура 1. Търговия на дребно в Източна Европа 2015/2020/2025 г.

Източници:

1. Български портал за информация за Хоризонт Европа:
<https://horizoneu.mon.bg/>;
2. Годишен доклад за европейските МСП 2021 – 2022 г.
3. Годишен доклад за европейските МСП 2021 – 2022 Преглед на ефективността на МСП за 2021/2022 г. - Април 2022
4. ЕИП на европейските структурни и инвестиционни фондове:
<https://www.efunds.bg/bg/>;
5. ЕК. bit.ly/3WSgz26;
6. ИСУН: <https://eumis2020.government.bg/bg/s/Procedure/Active>;
7. Конвергентна програма 2022 – 2025, Министерство на финансите, 2022)
8. Национална стратегия за малките и средните предприятия (МСП) 2021-2027 г.
9. [file:///D:/Downloads/21RH281pr%20\(14\).pdf](file:///D:/Downloads/21RH281pr%20(14).pdf);
10. Национално представително проучване сред МСП, Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП), 2023 г.;
11. НСИ, собствени изчисления (2000 - 2021 г.)
12. План за възстановяване и устойчивост на България 2021 -2027 г.,
13. [file:///D:/Downloads/BG%20FinalRRP%202022-04-06-08-30%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/BG%20FinalRRP%202022-04-06-08-30%20(1).pdf);
14. Фонд на фондовете, <https://www.fmfib.bg/bg/page/9-finansovi-instrumenti>;
15. Easy Doing Business Index, World Bank, 2022;
16. Euromonitor International from National Statistics, 2022
17. EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class
18. PWC, Технически доклад / Анализ на МСП в България и предварителни препоръки за насоките на действие на новата стратегия 2021-2027
19. SBA, Factsheet Bulgaria 2019
20. U.S. News Best Countries Rankings, 22, <https://www.usnews.com/news/best-countries/all-rankings>
21. <https://www.portal.euromonitor.com/portal>



ВЪВЕДЕНИЕ

Значението на малките и средните предприятия за икономиката на нашата страна непрекъснато нараства. Те са най-важната част от икономическата структура на страната ни със среден дял от 98,7 % в общия брой на предприятията. През 2021 г. броят на заетите в тях е 74,2 % от всички заети в икономиката. Те осигуряват добавена стойност в размер на 66,5 % от тази на цялата икономика и този дял стабилно нараства.

Състоянието и развитието на МСП в значителна степен определя общото икономическо представяне на страната ни и темповете на нейното развитие. Все повече се осъзнава, че стимулирането на развитието в МСП е важен механизъм за постигане на конкурентоспособност и стопански успех не само на отделните предприятия, но и на икономиката ни като цяло. Ангажираните държавни органи, както и ръководителите на българските малки и средни предприятия добре разбират това.

От началото на 2020 г. насам малките и средни предприятия в България, както и тези в Европа и по света, са изправени пред икономическа несигурност и сътресения, поради възникналата пандемия и последиците от войната в Украйна. Предприятията се сблъскват с трудности при наемането на нови служители и с резките и бързи увеличения на цените на много от ресурсите. Справянето с трудностите изисква значителна гъвкавост от страна на МСП, но показва и нарастналата необходимост от по-активна държавна подкрепа в този труден период. При това разнообразието на МСП по на размер, използвани бизнес модели, сектор на дейност и други, неизбежно води до различни потребности и изисква прилагане на гъвкави мерки за подкрепа – за подпомагане на растежа на МСП и увеличаването на конкурентоспособността им, за дигитализация, за екологичност и устойчивост.

Предвид на това целта на настоящия доклад е да направи анализ на средата за развитие на малките и средните предприятия в България, на тяхното състояние и основни резултати и чрез сравнения спрямо останалите страни от Европейския съюз да се определят основните области на постижения или изоставане. Да се изведат основните приоритети за подпомагане и стимулиране на развитието на МСП у нас.



СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2022 Г.

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ ВРЕМЕНА НА
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



**АГЕНЦИЯ
ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МСП**

Докладът е организиран по следния начин:

От начало е анализирана средата за развитие на МСП в България, в това число политическата ситуация в страната и макроикономическа рамка за развитие на МСП 2020-2022 г. Направена е макроикономическа прогноза 2022-2024 г. Следващата основна част е посветена на анализа на състоянието на МСП у нас, а в третата е направена оценка и анализ на резултатите от дейността им. На четвърто място са анализирани възможностите за подкрепа на МСП от държавата и основните източници за финансиране.



Част първа: МСП в България – среда и състояние.

I. Среда за развитие на МСП в България.

1. Политическа ситуация в страната.

Известно е, че политическата обстановка влияе на бизнес средата в страната (пряко или косвено), тъй като определя регулаторната и макроикономическата среда в която се развива бизнеса. Една от най важните предпоставки за развитие на предприемачество, инвестиции и иновации е предсказуемостта на средата. Всеки бизнес има нужда от стабилна и предвидима икономическа и регулаторна среда. Именно стабилността и лесната предвидимост в една икономика са важно условие за инвестиции в нея и правене на бизнес. Общото спокойствие и предвидимост са свързани и с увеличеното кредитиране и със сигурността за доходите.

За съжаление България се намира в политическа криза. Въпреки проведените няколко избори за Народно събрание нито една политическа сила не успя самостоятелно да формира мнозинство и да направи правителство. Липсва диалог между партиите, а вижданията им по редица важни въпроси се разминават съществено. Това затруднява формирането на коалиции за управление и намаляват шансовете за излизане от трудната ситуация.

През 2022 г. и други процеси започнаха да оказват негативно влияние върху страната ни. Започналата война в Украйна преобърна европейската и световните геополитика, икономика и енергетика, както и всички други сфери на живота. Тя нагорещи още повече българския политически живот и създаде нови разделителни линии в обществото и между партиите. Главните спорове са по повод спирането на доставките на руски газ и за помощта към Украйна. Негативните ефекти на войната ще се чувстват още дълго.

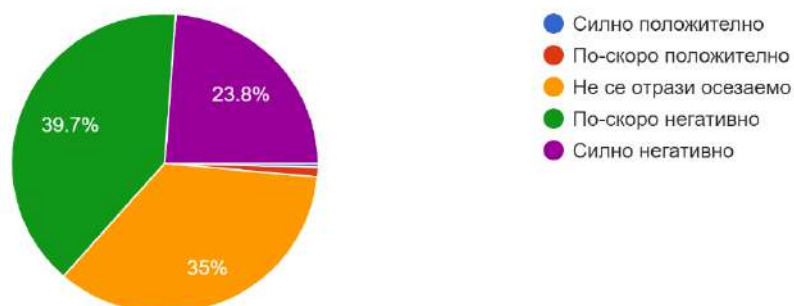
Политическата ситуация у нас е свързана с непредвидимост във вземаните решения и провежданите политики. Зачестяват значително опитите на политиците с популистки и краткосрочни решения да се справят с дългосрочни проблеми, което в крайна сметка води до тяхното задълбочаване. Това може да доведе до законодателни промени, които да направят условията в страната неблагоприятни за инвестиране, а направените вече инвестиции от печеливши да станат губещи. Освен това политическите партии започват да обещават неизпълними неща, свързани най-вече с увеличаване на доходите и стандарта на живот чрез увеличаване на държавните разходи, а не чрез създаване на по-добри условия за правене на бизнес. Вижданията



на всяка политическа сила за бюджетната рамка са съвършено различни, а това означава различни икономически политики, които биха се водили. Именно тази несигурност плаши и отблъсква инвестициите и бизнеса в страната. Потенциалното влияние на политическата несигурност в България върху икономическата активност и инфлацията са значими фактори с негативен отпечатък върху прогнозата за основните макроикономически показатели на България до 2024 г.

Невъзможността на политическия елит у нас да сформира стабилно и работещо правителство започна да тежи на икономиката и да забавя възстановяването ѝ. Според Национално представително проучване сред МСП, проведено през януари 2023 г. от Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) 63.5 % от МСП заявяват, че случващото се в политически план през 2022 г. е оказало негативното влияние върху бизнеса им, 35 % заявяват, че колебанията в тази система все още не оказват влияние върху техните бизнеси.

Фигура. 1. Влияние на политическата обстановка в страната върху МСП.



Източник: ИАНМСП

2. Макроикономическа рамка 2021 г. - 2022 г.

Нормализиране на икономическата активност в глобален план след началото на кризата, причинена от пандемията от COVID-19, е една от основните характеристики на 2021 г. - като България не изостана от тази тенденция. През 2021 г. световната икономика се възстанови от спада от 2020 г. и БВП по постоянни цени надмина предкризисното равнище от 2019 г., докато за ЕС и еврозоната нивото не беше достигнато. Икономиката на Европейския съюз и еврозоната отчетоха



двучифрено нарастване през второто тримесечие, след което темповете се забавиха и годишните растежи достигнаха 5,4%. Нарастването на външното търсене от основните търговски партньори на България и представянето на българския износ през първата половина на 2022 г. бяха по-силни от очакваното.

Войната в Украйна, високите цени на суровините и материалите, повишението на лихвените проценти, опасенията за недостиг на природен газ и понижените нагласи на икономическите агенти са сред основните фактори за влошаване на външната икономическа среда в края на 2022 г. и в началото на 2023 г. Според прогнозата за развитие на европейската и световната икономика за периода 2022 – 2025 г. на Министерството на финансите на България трябва да се очаква намаляване на растежа на световната икономика и особено на икономиката на Европейския съюз. Това неминуемо ще се отрази на българската икономика и ще окаже негативно влияние на развитието на МСП в страната.

Таблица 1. Прогнозата на Министерството на финансите на България за развитие на европейската и световната икономика за периода 2022 – 2025 г. (източник: Конвергентна програма 2022 – 2025, Министерство на финансите, 2022)

Международна среда	Отчетни данни	Прогноза			
	2021	2022	2023	2024	2025
Световна икономика (реален растеж, %)	6.0	3.8	3.3	3.4	3.3
Европейска икономика – ЕС (реален растеж, %)	5.3	3.1	2.2	2.3	1.9
Средногодишен валутен курс щ.д./евро	1.18	1.10	1.10	1.10	1.10
Международни цени на основни суровини (в доларово изражение, изменение в %)					
Петрол сорт „Брент“	66.5	42.0	-10.1	-7.8	-5.2
Неенергийни суровини	32.7	18.9	-6.3	-2.6	-1.3
Храни	30.8	15.0	-8.3	-3.7	-0.6
Напитки	16.3	8.5	-2.4	-0.5	-0.5
Селскостопански суровини	9.0	24.6	-12.0	-1.1	0.0
Метали	47.1	21.3	-1.7	-2.1	-2.7
EURIBOR 3м.	-0.5	-0.2	0.8	1.1	1.1

Източник: СБ, Евростат, Bloomberg, собствени изчисления



Икономическият растеж на България през 2021 г. е 4,2%, с което нивото на БВП по постоянни цени почти се възстанови от предкризисната 2019 г. (по-ниско с 0,4%). По основни компоненти на БВП по метода на крайното използване частното потребление и износьт на стоки надхвърлиха нивата си в сравнение с 2019 г. Износьт на услуги не възстанови нивата си от преди две години след отчетения спад през 2020 г., а при инвестициите в основен капитал спадът се задълбочи и през 2021 г. Публичното потребление допринесе за растежа на икономиката с 0,8 пр. п., а правителствените инвестиции имаха отрицателен принос за динамиката на БВП от 0,5 пр. п. Растежът на потреблението на домакинствата отбеляза най-високата стойност от 2007 г. насам - 8%. През 2021 г. **брутният вътрешен продукт** (БВП) на България нарасна в реално изражение с 4,2%, което се дължеше на значително увеличение на потреблението. Износьт на услуги бе компонентът, който не възстанови нивото си от 2019 г. след отчетения спад през 2020 г. В същото време при инвестициите в основен капитал спадът се задълбочи. В номинално изражение БВП се увеличи с 10,7% и достигна 132,7 млрд. лв. Дефлаторът на БВП бе 6,2% и основно бе движен от този на потреблението. Външната търговия има отрицателен принос за растежа на БВП през 2021 г. Износьт нарасна с 9,9% в реално изражение, но повишението му бе изпреварено от темпа на вноса (12,2%).

През 2021 г. реалният растеж на **производителността на труда** достигна 4%, с което нивото на БВП на един зает (по постоянни цени) надхвърли предкризисната си стойност от 2019 г. Производителността на труда имаше водещо значение за нарастването на брутната добавена стойност в икономиката и компенсира по-слабото възстановяване на заетостта (0.2%). Производителността на труда на един отработен час обаче се характеризираше с малко по-нисък растеж (3%) спрямо този, изчислен чрез броя на заетите лица, тъй като през годината беше отчетено по-съществено възстановяване на отработените часове (1.2%).

През **третото тримесечие на 2022 г. НСИ отчете, че БВП** нараства с 3,3% в сравнение с третото тримесечие на 2021 г. и с 0,6% спрямо второто тримесечие на 2022 г. по сезонно изгладени данни. През същия период брутната добавена стойност (БДС) се повишава с 3,1% на годишна база и с 0,6% на тримесечна база (данните са предварителни и сезонно изгладени). По текущи цени производеният БВП е 44 959 млн. лв., като на човек от населението се падат 6 601 лв. Преизчислен в евро, БВП е 22 987 млн. евро, като на човек от населението се падат 3 375 евро. Създадената от отраслите на националната икономика БДС през третото тримесечие на 2022 г. е 39 530 млн. лв. по текущи цени.



Растежът на БДС през третото тримесечие на 2022 г. се определя от увеличението при следните икономически дейности: промишленост – 17,7%, професионални дейности и научни изследвания; административни и спомагателни дейности – 1,4%, държавно управление; образование; хуманно здравеопазване и социална работа – 1,4%, създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения – 0,9%, Финансови и застрахователни дейности – 0,8 % и Операции с недвижими имоти – 0,6 %. Спад на годишна база е регистриран в строителството с 13,4%, в търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети; транспорт, складиране и пощи; хотелиерство и ресторантьорство – с 0,7%, както и в култура, спорт и други дейности - с 0,1%.

По отношение на компонентите на крайното използване влияние за регистрирания икономически ръст има крайното потребление с увеличение от 4,1%. През третото тримесечие на 2022 г. износът на стоки и услуги се увеличава с 11,1%, а вносът на стоки и услуги - с 9,3% в сравнение с третото тримесечие на 2021 г. по сезонно изгладени данни.

Спадът на **заетостта**, наблюдаван през 2020 г. в следствие на ограничителните мерки против разпространението на COVID-19, бе преустановен, като средногодишният брой заети в икономиката през 2021 г. се задържа на нивото от 2020 г. (ръст от 0,2%). Допълнителен фактор, който повлия на динамиката на заетостта през 2021 г., бе изпълнението на краткосрочните мерки за запазване на работните места по време на пандемията - общият брой на защитените работни места през 2021 г. бе около 220 хиляди. Основната част от тях бяха в преработващата промишленост (над 40%) и хотелиерство и ресторантьорство (над 20%).

Наблюдаваният от **началото на 2022 г. ръст на заетостта** продължи и през третото тримесечие на годината. Според данни на НСИ броят на заетите достигна 3 215,6 хил., от които 1 717,6 хил. мъже и 1 498 хил. жени. В сравнение с третото тримесечие на 2021 г. броят на заетите лица се увеличава с 2,6%. Относителният дял на заетите лица от населението на възраст 15 и повече навършени години е 55,4%, като при мъжете този дял е 61,8%, а при жените – 49,5%. За първи път след края на ограниченията срещу разпространението на COVID-19 броят на заетите надхвърли с 0,4% стойността на показателя, регистриран през аналогичния период на 2019 г. Ръстът на заетостта отново се дължеше основно на услугите, където всички икономически дейности отчетоха годишен ръст в броя на работните места през третото тримесечие. Според резултатите, получени от наблюдението на работната сила, което провежда НСИ, през третото тримесечие на 2022 г. коефициентът на икономическа



активност за населението на възраст 15-64 навършени години е 74,7%, като в сравнение с третото тримесечие на 2021 г. се увеличава с 1,8 процентни пункта. Коефициентът на заетост за населението на възраст 15-64 навършени години нараства с 2,4 процентни пункта в сравнение със същото тримесечие на 2021 г. и достига 71,9%.

Безработицата остана относително ниска. Средногодишният коефициент на безработица за 2021 г. е 5,3% - с 1,7 пр. п. по-нисък от стойността на показателя за ЕС 27. България остана сред десетте страни от Съюза с най-ниска стойност на показателя. На практика, коефициентът на безработица в България се завърна на равнището регистрирано през последната година преди COVID-19.

През **третото тримесечие на 2022 г.** броят на безработните лица е 122,5 хил., от които 70,8 хил. (57,8%) са мъже и 51,7 хил. (42,2%) - жени. В сравнение с третото тримесечие на 2021 г. броят на безработните лица намалява с 28,1 хил., или с 18,7%. За същия период коефициентът на безработица намалява с 0,9 процентни пункта и достига 3,7%. По информация на Агенция по заетостта **в края на декември 2022 г.** регистрираните безработни в бюрата по труда са общо 153 944, което е нарастване с 8 513 лица повече спрямо отчетените през ноември.

Годишният темп на **инфлацията** в страната следва тенденция на ускорение от началото на 2021 г. Натрупаното повишение на потребителските цени, измерено с ХИПЦ (хармонизирания индекс на потребителските цени), в края на 2021 г. достигна 6,6%, а средногодишната инфлация – 2,8%. Същественото поскъпване на суровините на международните пазари и най-вече на енергоносителите е основната причина за инфлацията. Затрудненията в глобалните вериги на доставки допълнително доведоха до поскъпване при редица нехранителни стоки. В допълнение към факторите от страна на предлагането, с проинфлационно влияние през годината бе и засилването на вътрешното търсене, подкрепено от ускорението на растежа на доходите от труд в икономиката.

Месечната **инфлация за декември 2022 г., измерена с индекса на потребителските цени** спрямо ноември 2022 г., е 0,9%. Годишната инфлация за декември 2022 г. спрямо декември 2021 г. е 16,9%. През декември 2022 г. спрямо предходния месец най-голямо е увеличението на цените в следните групи: развлечения и култура (+8,5%), здравеопазване (+2,2%), разнообразни стоки и услуги (+1,6%), ресторанти и хотели (+1,4%). Намаление на цените е регистрирано в групите: транспорт (-2,3%) и облекло и обувки (-1,2%).



Месечната инфлация през декември 2022 г., **измерена с хармонизирания индекс на потребителските цени (ХИПЦ)**, е 0,8% спрямо предходния месец, а годишната инфлация за декември 2022 г. спрямо декември 2021 г. е 14,3%. ХИПЦ е сравнима мярка на инфлацията на държавите от ЕС. Той е един от критериите за ценовата стабилност и за присъединяването на България към еврозоната.

Общото подобрене на икономиката в световен мащаб доведе закономерно до покачване на **износа** на България през 2021 г. - индикаторът за външно търсене от основни търговски партньори очаквано се повиши. Най-голям принос за възходящата динамика имат Италия, Германия, Гърция и Румъния. По отношение на търговията с трети страни - износът към Китай нарасна с над 20% в номинално изражение и делът на страната в износа на България се запази над 3%. Съществен положителен принос има и търговията с Турция с нарастване от около 18% в номинално изражение.

Външната търговия имаше отрицателен принос за растежа на БВП през 2021 г. Износът нарасна с 9,9% в реално изражение, но повишението му бе изпреварено от темпа на вноса – 12,2%. Възстановяване бе отчетено в търговията както със стоки, така и с услуги. Постепенното премахване на мерките за ограничаване на разпространението на COVID-19 подкрепи туристическата дейност, което обуслови и положителния принос на услугите за динамиката на БВП. Въпреки възходящата динамика, нивата както на износа, така и на вноса на услуги останаха под реализираните преди пандемията. Подобреното външно търсене очаквано повиши реализирания износ по стокови групи през 2021 г. Износът на стоки възстанови и превиши предкризисните си нива - най-съществен положителен принос за годишния растеж имаха машини и съоръжения, чиято динамика е силно зависима от промишленото производство в ЕС и най-вече в Германия.

За **януари-септември 2022 г.** излишъкът по текущата сметка достигна 1% от прогнозния БВП или 770 млн. евро. Търговското салдо за октомври 2022 г. е отрицателно в размер на 571,6 млн. евро при дефицит от 257,9 млн. евро за октомври 2021 г. За януари - октомври 2022 г. търговският баланс е отрицателен в размер на 3 266,2 млн. евро (4.1% от БВП) при дефицит от 1 826,1 млн. евро (2,6% от БВП) за същия период на 2021 г. (Източник Ключови показатели на НСИ, декември 2022 г.). **Износът** на стоки за октомври 2022 г. е 4 228,7 млн. евро за, като нараства с 1 119,2 млн. евро (36%) в сравнение с този за октомври 2021 г. (3 109,5 млн. евро). За януари – октомври 2022 г. износът е 39 440,2 млн. евро (49.9% от БВП), като нараства с 11 263,1 млн. евро (40%) в сравнение с този за същия период на 2021 г. (28 177,1



млн. евро, 39,6% от БВП). Износът за януари - октомври 2021 г. нараства на годишна база с 24,8%.

Вносът на стоки през 2022 г. се повиши с по-висок темп, движен от нарастването на вътрешното търсене и нуждата от суровини за експортно-ориентираните отрасли. Динамиката през отделните тримесечия и по стокови групи бе сходна с тази на износа – значително нарастване през второ тримесечие и основен принос от групата на машини и съоръжения. Същевременно, поради по-равномерното нарастване на потреблението през отделните периоди и натрупването на запаси през второто полугодие, вносът на стоки започна да нараства още от началото на годината и темповете му бяха по-високи и по-балансираны по тримесечия спрямо тези на износа на стоки. Вносът на стоки за октомври 2022 г. е 4 800,3 млн. евро, като нараства с 12 703,2 млн. евро (42,3%) спрямо същия период на 2021 г. (30 003,2 млн. евро, 42,2% от БВП). Вносът за януари - октомври 2021 г. нараства на годишна база с 25,5%.

3. Макроикономическа прогноза 2022-2024 г.

В условията на сложната международна обстановка поради войната в Украйна, динамиката на цените на основни стокови групи, включително енергийни източници, затрудненията във веригите на доставки, потенциалното влияние на политическата несигурност в България върху икономическата активност и инфлацията са значими фактори, които влияят негативно върху прогнозата за основните макроикономически показатели на България до 2024 г..

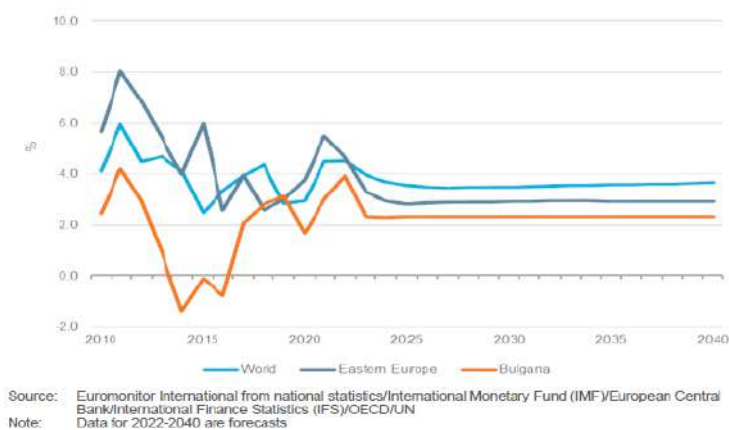
В края на септември 2022 г. БНБ изготви тримесечна прогноза за основните макроикономически показатели, която се основава на допускания за развитие на международната конюнктура и за динамиката на цените на основни стокови групи на международните пазари към 9 септември 2022 г. Техническите допускания, заложили в прогнозата, са външното търсене на български стоки и услуги да отчете растеж с 2,9% през 2022 г., последван от спад с -0,1% през 2023 г. и възстановяване на растежа до 4,1% през 2024 г. Цените на суровините на международните пазари се характеризират с високи колебания като трайно ще останат над нивата от 2021 г. Цените на енергийните продукти в евро ще продължат да се повишават с високи темпове на годишна база до средата на 2023 г., след което ще намалеят, но ще останат значително над нивата от 2021 г.



При настоящата международна икономическа обстановка и при описаните допускания базисният сценарий на прогнозата за 2022 – 2024 г. е растежът на реалния БВП на България да се забави до 2,8% през 2022 г. и до 0,1% през 2023 г., след което да се ускори до 3,4% през 2024 г. За по-ниския растеж на икономическата активност през 2022 г. допринася разширяването на отрицателния принос на нетния износ и забавянето на растежа на частното потребление в резултат на негативния ефект от ускоряването на инфлацията върху реалния разполагаем доход на домакинствата.

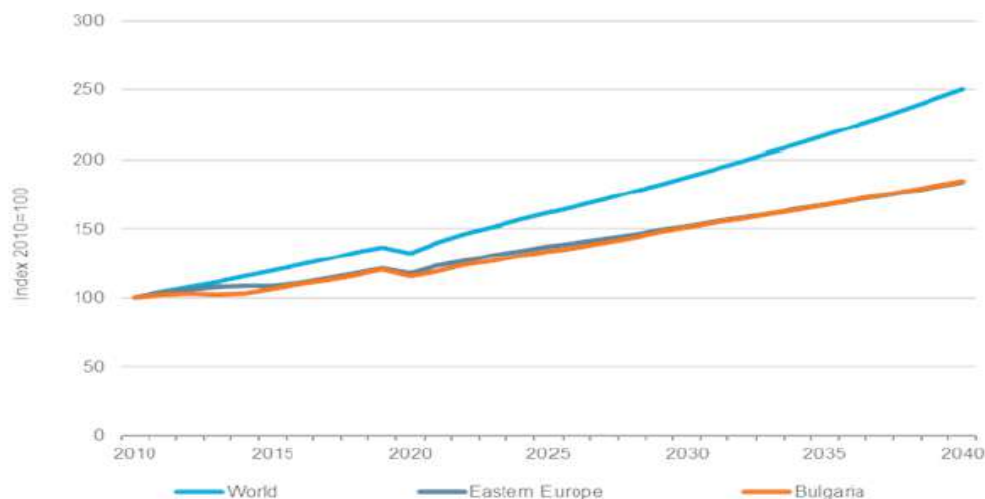
Фактор, който ще подкрепя в най-голяма степен икономическата активност през 2023 г., е очакваното усвояване на средства по Националния план за възстановяване и устойчивост (НПВУ) от страна както на частния, така и на публичния сектор. Прогнозираното ускоряване на растежа на реалния БВП през 2024 г. е в съответствие с техническото допускане за възстановяване на външното търсене и очакваното ускоряване на растежа на крайните потребителски разходи в условията на отслабващ инфлационен натиск. За ускоряването растежа на инфлацията спрямо края на 2021 г. през прогнозния период ще допринася най-вече същественото увеличение на разходите за производство на фирмите, големия растеж на годишна база на цените в евро на основни храни и енергийни суровини (електроенергия, природен газ и петрол) на международните пазари. Други фактори със съществено проинфлационно влияние са прогнозираното силно увеличение на разходите за труд на единица продукция, както и ускоряването на годишния растеж на цените на вноса на готови промишлени продукти поради инфлационните процеси в основните търговски партньори на България. При отразяване в прогнозата на допусканията за динамиката на цените на енергийните суровини и храните на международните пазари се очаква темпът на нарастване на ХИПЦ да се забави до 4,1% в края на 2023 г., докато средно за годината инфлацията ще остане висока (7,6%). В края на 2024 г. се прогнозира допълнително забавяне на инфлацията до 3,4%.

Фигура 2. Прогноза за развитие на инфлацията до 2040 г.



Фигура 3. Прогноза за БВП до 2040 г.

Chart 2 Real GDP Growth in Bulgaria: 2010-2040



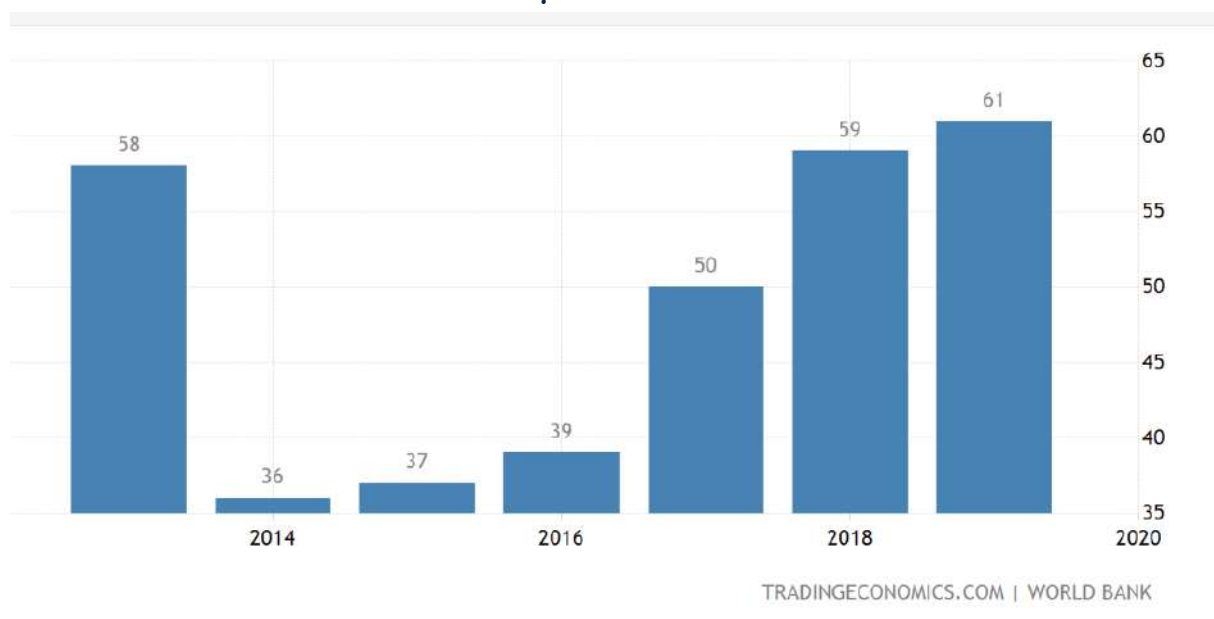
*При сложната международна обстановка този прогнозен сценарии за развитие на основните макропоказатели на България може да бъде нарушен.



4. Предизвикателства пред МСП в България 2021-2022 г.

Бизнес средата в България не е достатъчно благоприятна за развитието на МСП. Показателно е, че нашата страна е класирана на едва 61-во място сред 190 икономики в класацията на Световната банка за лесно правене на бизнес и изостава спрямо останалите страни в Европейския съюз. При това налице е известно влошаване на рейтинга ѝ спрямо предходните години – 59 през 2018 г. Индексът за лесно правене на бизнес в България е средно 49,92 от 2008 г. до 2019 г. Той достига най-високата си стойност през 2019 г. и рекордно ниско ниво от 36 през 2014 г. (източник: Световна банка, февруари 2023 г.).

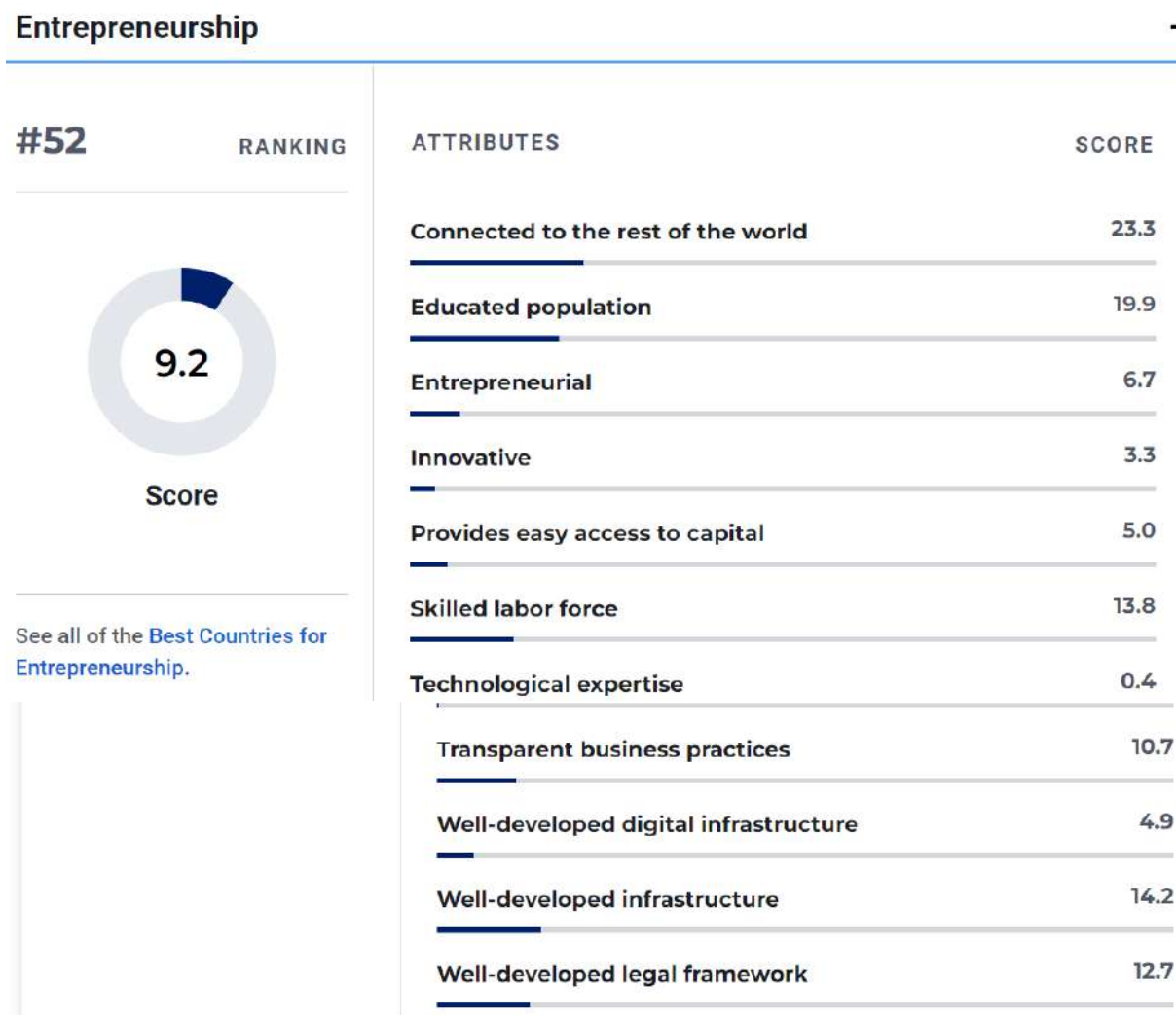
Фигура 4. Класация на България по индекс за лесно правене на бизнес



Източник: Световна банка, февруари 2023 г.

Според класацията Best Countries, оценяваща функционирането на страните в света, България е класирана на едава 60-то място през 2022 г. с оценка от 10,6, а по предприемачество на 52 място с оценка от 9,2. (U.S. News Best Countries Rankings, 22, <https://www.usnews.com/news/best-countries/all-rankings>).

Фигура 5. Условия за предприемачество в България, според класацията *Best Countries*



(Източник: U.S. News Best Countries Rankings,22,
<https://www.usnews.com/news/best-countries/all-rankings>).

Сериозните предизвикателства пред МСП са свързани и с необходимостта от справяне с последиците от КОВИД пандемията, войната в Украйна, динамиката на цените на основни стокови групи, включително енергийни източници, затрудненията във веригите на доставки, инфлацията и други.



Отшумяващата пандемия от COVID 19 все още причинява икономически и социални последици. Според Национално представително проучване сред МСП, проведено през януари 2023 г. от Изпълнителната агенция за насърчване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) малко над 50 % от предприятията все още усещат негативното въздействие на пост пандемичните проблеми. Тези проблеми имат различни измерения - от нарушени вериги на доставки, загуба на пазарни позиции, загуба на квалифицирана работна ръка и др.

Изследване, проведено през 2021 г. от Институт за икономическа политика, констатира, че дейността на мнозинството от МСП е значително възпрепятствана в резултат на пандемията от COVID-19. Резултатите са сходни на тези от изследването на ИАНМСП - близо 50% от анкетираните ръководители оценяват ефекта на пандемията върху дейността на предприятията им като „значително препятствие“, а почти 40% като „умерено“. Само малко над 10% от анкетираните са споделили, че пандемията е имала по-скоро слабо въздействие върху дейността им, като мнозинството сред тях са малки предприятия (Състояние на малкия и средния бизнес в България и последиците за сектора от COVID-19, изготвен от Институт за икономическа политика, 2021 г.)

В цитираното изследване се посочва, че в годината на пандемията микро предприятията са тези, които отчитат най-голям спад в общия си брой, но и най-малък в процентно изражение – през 2020 г. те са с 6742 или с 1,7% по-малко спрямо една година по-рано. Малките предприятия намаляват с 1718 като брой, което е спад от 6,8% спрямо 2019 г. Най-отчетливо е обаче свиването при средните предприятия, чийто общ брой намалява с 395 или 8,3% на годишна база.

Войната в Украйна предизвика сериозни проблеми пред МСП, свързани главно с нарушените вериги на доставки и загуба на пазари. Така например 56,5 % от анкетираните в изследването на ИАНМСП посочват, че тя се е отразила негативно върху бизнеса им.

Високите инфлационни нива на световно и национално ниво оказват сериозен натиск върху МСП. Високите цени на доставките, в това число и на енергийните, както и намаляващата покупателна способност на населението, се отразяват силно негативно върху дейността им. Негативните ефекти на инфлацията са свързани и с повишаването на лихвените проценти по кредитите, което забавя инвестиционната активност на всички участници по веригите на доставки. Очаквано, резултатите от



изследването показват, че мнозинството от анкетираните МСП изпитват негативните ефекти на инфлацията - над 80 %.

Войната и енергийните доставки остават сред основните рискове, които биха могли да ускорят нарастването на инфлацията през 2023 г. и биха увеличили проблемите пред МСП. Несигурността, относно дългосрочните доставки на природен газ, може да ускори растежа на цените на енергията през 2023 г. и да допринесе за инфлационния натиск в еврозоната. Известно смекчаване на тази несигурност се забелязва в резултат на по-меката зима в Европа. Освен това САЩ обявиха, че ще освободят 180 милиона барела суров петрол от стратегически резерви, за да намалят цените на горивата. От друга страна промените в политиката и потенциалната необходимост от попълване на резервите може да увеличи търсенето и цените на петрола през 2023 г.

Погледнато в глобален план, геополитическите рискове могат да допринесат за увеличаване на инфлационния натиск през 2023 г. Продължаващата война в Украйна и нарастващото политическо напрежение с Китай, Иран, Тайван, както и други точки на възможни конфликти, вероятно ще причинят смущения в производството и търговията, като ще увеличат нестабилността на стоковите пазари и ще навредят на доверието на инвеститорите. Това от своя страна би забавило пълното възстановяване на глобалните вериги за доставки и би допринесло за по-високи оперативни разходи за компаниите.

Прогнозите сочат, че се очаква проблемите на пазара на труда да продължат през 2023 г., тъй като възстановяващите се сектори, които бяха засегнати по време на пандемията от COVID-19, и структурните проблеми на пазара на труда ще допринесат за недостига на работници. Очаква се това да подкрепи растежа на заплатите и да увеличи инфлационния натиск за компаниите.

Не трябва да се пренебрегват и прогнозите, че природните бедствия като цяло и екстремните метеорологични условия са дългосрочна тенденция, която може да допринесе за покачване на инфлацията. Необичайните и екстремни метеорологични условия може да повлияят отрицателно на селскостопанската продукция и да обусловят едно бъдещо покачване на световните цени на суровините.

Предизвикателство пред МСП е справянето с негативните последици от политическата криза в страната. Мнозинството или 63.5 % от анкетираните



компаниите заявяват, че случващото се в политически план през 2022 г. е оказало негативното влияние върху бизнеса им.

Значими проблеми на МСП все още причиняват затрудненията по веригите на доставките, поради не напълно възстановените производства в Китай, войната в Украйна, инфлационния натиск, енергийните и ресурсните проблеми на икономиките. По-голямата част или 57.6 % от фирмите продължават да изпитват негативните ефекти от нарушените вериги на доставки. Само около 3 % от фирмите заявяват, че тези проблеми имат положителен ефект върху бизнеса им, което показва в някаква степен, че те са успели да се възползват от нарушените вериги и да станат част от новите такива. Явно търсенето на възможности за включване във веригите на доставки там където има свободни ниши или в нови вериги е стратегическа възможност за развитие на МСП. Глобалната тенденция все повече компании да прилагат диверсификация на доставчици и партньори може да бъде източник за нови перспективи пред МСП и на чуждите пазари.

Кризите предизвикаха необходимостта от ускорена цифровизация на МСП - област, в която те изостават в сравнение с ЕС. България се нарежда на последно място сред страните от ЕС по интегриране на дигиталните технологии в предприятията според индекса на Европейската комисия за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото (DESI) за 2021 г. Само 8% от българските МСП продават онлайн и едва 3% от оборота е от онлайн сегмента. Тази разлика се наблюдава и при предприятия, които имат уебсайт (51%) и изпращат електронни фактури (10%) в сравнение със средното за ЕС от 76% и 35%.

Според доклад на ЕК за 2021 г. само 33% от българските МСП имат поне основно ниво на цифров интензитет (докато в ЕС това са средно 60% от МСП). Само 8% от българските МСП продават онлайн (под средното за ЕС от 17%). Само 3% от МСП извършват трансгранични продажби онлайн (в сравнение с 8% в ЕС) и само 3% от оборота е от онлайн сегмента (в сравнение с 12% в ЕС). Само 6% от предприятията използват големи информационни масиви.

Според доклад на ЕБВР българските МСП изостават по отношение на цифровизацията. Въпреки че делът на българските МСП, които наемат специалист по ИКТ, е в съответствие със средното за ЕС от 19%, изглежда, че малките фирми използват много малко цифрови и онлайн инструменти, които могат да бъдат важен път за развитие на пазарно присъствие. Само 6% от МСП осъществяват онлайн продажби, най-ниският дял в ЕС (където средната стойност е 17%).



Може би най-важният инструмент за развитие и висока конкурентоспособността на едно предприятие е въвеждането на иновации. Това разбиране явно е възприето от голямата част от анкетираните ръководители. Изследването на ИАНМСП показва, че процента на МСП, които са въвели някаква иновация е над 70 %. Имайки предвид, че традиционно България е поставяна в категорията на плахите иноватори и заема непрестижните последни места в ЕС по отношение на иновациите, тези данни трябва да се разглеждат много положително, макар да са и малко изненадващи. В предприятията са преобладавали нововъведенията в сферата на продуктите иновации, следвани от организационните и процесните такива.

Впечатление прави и високият процент, малко над 40 % от компаниите, които декларират, че липсата на средства за въвеждане на иновации е препятствие пред конкурентоспособността им.

Липсата на квалифицирана работна ръка в последните години трайно се явява един от най-сериозните проблеми за МСП. Както показва проучването на ИАНМСП над половината от тях посочват това за причина номер едно пред тяхната стопанска дейност. В контекста на този проблем, трябва да се отбележат промените в Закона за трудовата миграция и трудовата мобилност, които ще доведат до улесняване на достъпа до пазара на труда в България на висококвалифицирани специалисти – граждани на страни извън ЕС и издаването на т.нар. Синя карта. С промените се дава възможност за подаване по електронен път на различни документи, разширява се и обхватът на определението за висококвалифициран работник.

На глобално ниво проблемите на пазара на труда продължават да допринасят за засиления инфлационен натиск, тъй като увеличават оперативните разходи на компаниите. Въпреки влошените икономически перспективи, нивата на безработица в големите икономики се очаква да останат на нивата отпреди пандемията и да допринасят за растежа на възнагражденията. Недостигът на работници засяга най-вече по-трудоемките сектори, които обикновено наемат по-ниско квалифицирани работници. Според оценките на МВФ номиналните заплати в нископлатените индустрии са нараснали с 4-6% между 2020 г. и 2021 г. допринасяйки за повишаване на оперативните разходи на компаниите и увеличавайки инфлационния натиск. Свиването на работната сила и пенсионирането на по-възрастните работници по време на пандемията от COVID-19 допринесоха за повече проблеми на пазара на труда и ще отнеме време, докато това се възстанови. На свой ред се очаква растящите разходи



за труд да продължат да оказват натиск върху компаниите през 2023 г., въпреки прогнозираното икономическо забавяне.

България е сред най-слабо представящите се страни членки в прилагането на мерки в областта на кръговата икономика, в съответствие с Европейския план за действие за кръговата икономика. Около 55,7% българските МСП са се възползвали от мерките за обществено подпомагане на производството за зелена околна среда. Според предварителен анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите (SWOT) за България, относно прехода към кръгова икономика от страна на МСП, показва, че страната може да надгради своите силни страни, като транспонира европейско законодателство и частите от националната стратегическа рамка, които са адаптирани към новите тенденции в политиката. Заплахите пред бързия преход са най-вече свързани с възприемането на екологичните мерки и действия като разход, а не като възможност.

Към проблемните зони в дейността на МСП могат да се добавят и ниските равнища на технологични постижения, недостатъчна предприемаческа активност, ниската степен на интернационализация.

Дългогодишен проблем, с който се сблъскват МСП у нас, е административната тежест. Тя играе съществена роля за жизнеспособността и развитието на микро, малките и средните предприятия. Неслучайно сред топ три на основните проблеми пред своята дейност, предприемачите в страната посочат регулаторните препятствия и административната тежест (63% при 55% средно за ЕС). За да се намали административната тежест за предприятията е необходимо да се подобри ефективността на публичната администрация, както и укрепване на електронното управление. Наличието на ефективно функционираща рамка за несъстоятелност също е от значение за възстановяването на реалната икономика след кризата.

Основни предимства и недостатъци пред българските МСП според Доклад на ЕК за България:

ПРЕДИМСТВА	НЕДОСТАТЪЦИ
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Процесът на реструктуриране на българската икономика продължава с нарастваща заетост и добавена стойност, генерирани от МСП във 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Според Европейския сравнителен анализ на иновациите за 2021 г. България е „изгряващ иноватор“, тъй като страната покрива едва 50% от средната стойност за ЕС. МСП имат един от най-ниските

високотехнологичните сектори и услугите с интензивно използване на знания.

➤ България се възползва от силния дигитален сектор, който нараства значително както през 2020 г., така и през 2021 г. Заетостта в МСП се е увеличила с 5,0% и 8,2% през 2020 г. и 2021 г., докато добавената стойност за МСП се е увеличила съответно с 9,8% и 8,9%. Цифровизацията на другите сектори обаче изостава. Само 33% от МСП имат поне основно ниво на цифров интензитет (средно за ЕС 60%).

➤ Достъпът до финансиране е сравнително лесен, въпреки някои признаци на влошаване по време на пандемията. Достъпът до дялово финансиране се увеличава през последните години, по-нататъшните подобрения биха могли да насърчат създаването и развитието на иновативни и бързо развиващи се дружества.

равнища в ЕС на иновации в областта на продуктите и бизнес процесите, както и на вътрешните иновации. България е на последно място по Интеграция на цифровите технологии, според Индекса на цифровата икономика и общество за 2021 г.

➤ Едно от най-големите предизвикателства пред българските МСП е предприемачеството, където страната изостава по почти всички показатели. Предприемаческите намерения и ранните предприемачески дейности са много ограничени. Липсата на предприемачески умения е свързана с недостатъчното качество на образованието.

➤ Продължават да съществуват значителни регионални различия, като МСП са съсредоточени в столицата и в малко на брой региони. Добавената стойност, производителността и заетостта се различават значително в отделните административни области, както и достъпът до умения, технологии и финанси.

Съпоставките между тенденциите в България и ЕС, изготвени на базата на Справочника към Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (SBA) за 2019 г., показват, че секторът на МСП в България изостава по много от ключовите показатели, измерващи средата за развитие на бизнеса. Единствената област, в която страната има по-висок резултат от средния за ЕС, е достъпът до финансиране, който продължава да отчита съществено подобрение. Областите с най-спешна нужда от интервенции са свързани с уменията и иновациите, както и с насърчаване на предприемачеството. Въпреки постигнатия напредък по отношение на разходите и времето за осъществяване на стопанска дейност, бизнес средата и регулаторната



рамка за българските МСП трябва да догонят европейските нива в областта на предоставянето на електронни услуги, необходимото време за плащане на данъци и мерките в подкрепа на нови и разрастващи се предприятия.

Тенденциите са, че МСП сами ще управляват скоростта на прехода си и по този начин ще се превърнат или в лидери, или в изоставащи. Това налага повишаване на информираността на предприемачите, управителите и служителите за наличните възможности, но също и за необходимостта от адаптиране към новите пазарни условия и тенденции.

Малките и средните предприятия се сблъскват с все по-силна конкуренция в регионален и световен мащаб, поради което ключово значение за успеха им имат тяхната гъвкавост, иновативност и подходът им за развиване на знания и умения. Броят на конкуриращите се предприятия, както за съществуващи, така и за нови пазари нараства постоянно, едновременно с което се променя непрекъснато и търсенето на пазара. Същевременно, предпочитанията на потребителите и пазарните стандарти стават все по-комплексни и се превръщат във все по-големи предизвикателства, а скоростта на промените увеличава натиска върху предприятията. Именно поради това потенциалният им растеж силно зависи от тяхната конкурентоспособност, която на свой ред би осигурила по-висок темп на икономически растеж на цялата икономика.

Налагащият се извод е, че предизвикателствата, свързани с кризата, заедно със структурните проблеми, демографските тенденции и увеличаващият се недостиг на умения, свързани с дигиталната и зелена трансформация, включително по-слаб фокус на мерките към ограмотяване и преквалификация на възрастни, изискват по-високи и ефективни инвестиции в квалификацията и уменията на настоящата и бъдещата работна сила в България.

II. АНАЛИЗ НА СЕКТОРА НА МСП В БЪЛГАРИЯ

Влошената икономическа обстановка през 2022 г. в световен мащаб поради различни фактори, неравномерният процес на възстановяване след Ковид пандемията, високите темпове на инфлация, непрекъснатото повишаване на цените на енергийните източници, са значими предизвикателства за устойчивостта на стопанските субекти и капацитета им за непрекъсната адаптация. В тази обстановка МСП са изключително уязвими по отношение на промените в условията и средата за правене на бизнес.



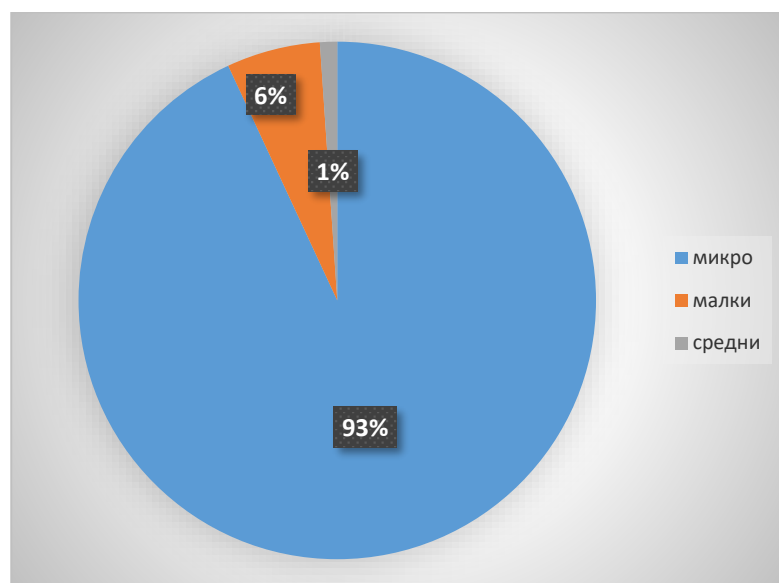
В рамките на Европейския съюз малките и средните предприятия осигуряват заетост на над 100 милиона души и произвеждат повече от половината БВП в Европа. Те имат голямо значение за растежа и конкурентоспособността на европейската икономика. По принцип, МСП се считат за източник на иновативни решения в отговор на предизвикателствата, свързани с изменението на климата и ефективното използване на ресурсите, като се сблъскват с все по-голяма конкуренция в световен и регионален мащаб, поради което ключово значение за успеха им имат преди всичко тяхната гъвкавост, иновативност и подходът им за развиване на знания и умения.

1. Статистически данни за МСП

1.1. Брой икономически активни малки и средни предприятия, отчетени в НСИ

През 2021 г. МСП в България по данни на НСИ са **412 124 бр.**, което е 99,81% от общия брой предприятия. Най-многобройни са микро предприятията – 383 592, малките са 24 096, а средните – 4436 бр. Делът на микро предприятията от всички МСП е 93,08%, на малките – 5,85%, а на средните – 1,07%.

Фигура 6. Брой на малките и средните предприятия в България, 2021 г.



Източник: НСИ



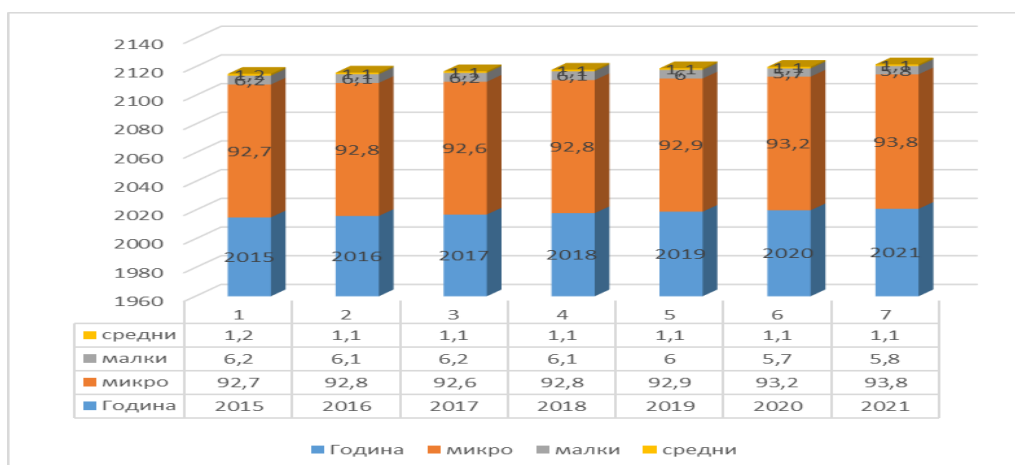
Средногодишният ръст в броя на МСП за периода 2011-2019 г. е 1,7%. Близко 10-годишната тенденция на нарастване е прекъсната през 2020 г., което е директно следствие от общия спад в икономическата активност, предизвикан от пандемията от COVID-19 и мерките за ограничаване на разпространението ѝ, като броят на активните МСП спада с 2,1% до 410 067.

За сравнение през 2019 г. преди кризата, предизвикана от КОВИД 19, МСП в България са били 418 922 броя. В структурно отношение микро предприятията са били 92,9% от всички МСП в България, малките 6%, а средните – 0,9%. Данните от 2021 г. показват, че няма значими размествания в структурата на МСП според броя на заетите, тя е стабилна с леки колебания предизвикани от естеството на наблюдавания стопански субект – МСП са динамична величина, влияеща се много от бизнес средата.

През 2021 г. номиналният брой на МСП не само се възстановява на нивата от предходната година, но бележи увеличение с 2057 бр.

Тенденцията за по-бързо увеличаване на микро предприятията е ясно изразена за периода 2009-2021 г. въпреки незначителното намаление 2021 спрямо 2020 – през 2021 г. дялът на микро предприятията е 93,08% срещу 93,2% през 2020 г. Прегледът на условията за стартиране на бизнес при тази категория стопански субекти показва по-облекчени условия. При малките се наблюдава ясно изразена низходяща тенденция от 7,2% дял през 2009 г. на 5,85% през 2021 г. При средните предприятия няма значими изменение в броя им според наетия персонал – през 2009 г. те са били 1,4%, а през 2021 г. – 1,07%.

Фигура 7. Относителен дял на микро, малки и средни предприятия в общия брой на МСП (% , 2015-2021 г.)

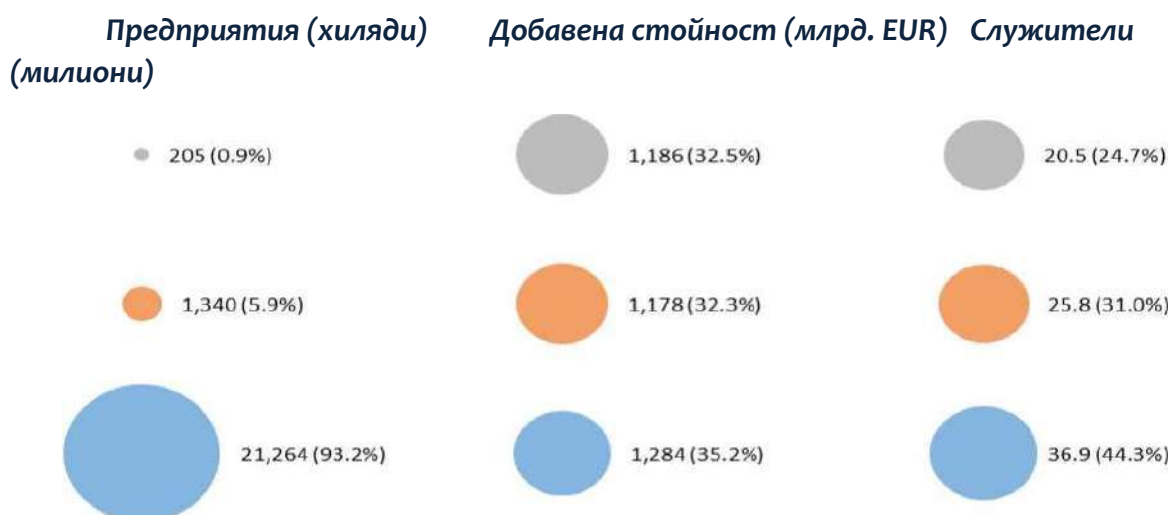


Източник: НСИ, собствени изчисления



За сравнение през 2021 г. 99,8 % от всички предприятия в нефинансовия бизнес сектор на ЕС-27 са били МСП. В тях са заети 83 милиона души, което се равнява на 64% от общата заетост в NFBS, и са генерирали 52% от общата добавена стойност. Те представляват над 90% от всички МСП във всички държави членки с изключение на четири (Австрия, Дания, Германия и Люксембург). Въпреки това, дори в тези четири държави членки микропредприятията представляват повече от 80% от всички предприятия. (Източник: Годишен доклад за европейските МСП 2021 – 2022 Преглед на ефективността на МСП за 2021/2022 г. - Април 2022).

Фигура 8. Дял на различните класове по размер на МСП в ЕС-27 в броя на предприятията в NFBS и на заетостта и добавената стойност на NFBS през 2020 г.



Източник: Изчисления на JRC въз основа на структурната бизнес статистика на Евростат, краткосрочната бизнес статистика и базата данни за националните сметки
 Легенда: Син цвят – Микро предприятия Оранжев цвят - малки сив цвят - средни

1.2 Заети лица в сектора на МСП

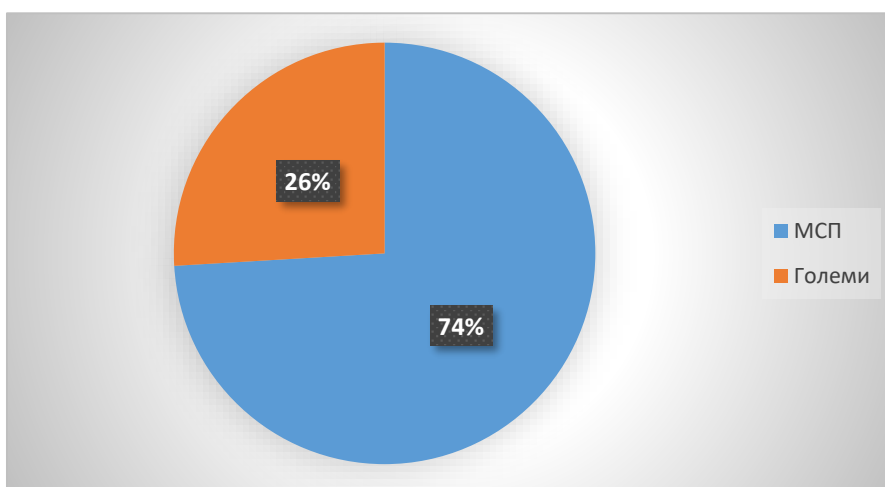
След отчетения спад на заетостта в МСП през 2020 г. поради световната пандемия, когато голяма част от МСП бяха икономически принудени да намалят своя персонал поради намаление на обема на работа (това най-ясно беше изразено в секторите туризъм, търговия на дребно и услуги) през 2021 г. НСИ отчете 1 576 797 души заети в сектора на малкия и средния бизнес в България срещу 1 554 892 през 2020 г., т. е. отчетеният спад през 2020 г. спрямо 2019 г. е преодолян и е регистрирано



нарастване с 19 402 заети. Това е доказателство, че въпреки че са най-уязвими, МСП са и адаптивни към бързо променящите се условия на бизнес. През 2020 г. при големите предприятия броят на заетите намалява с 3,8%, при МСП процентът е 5,9%.

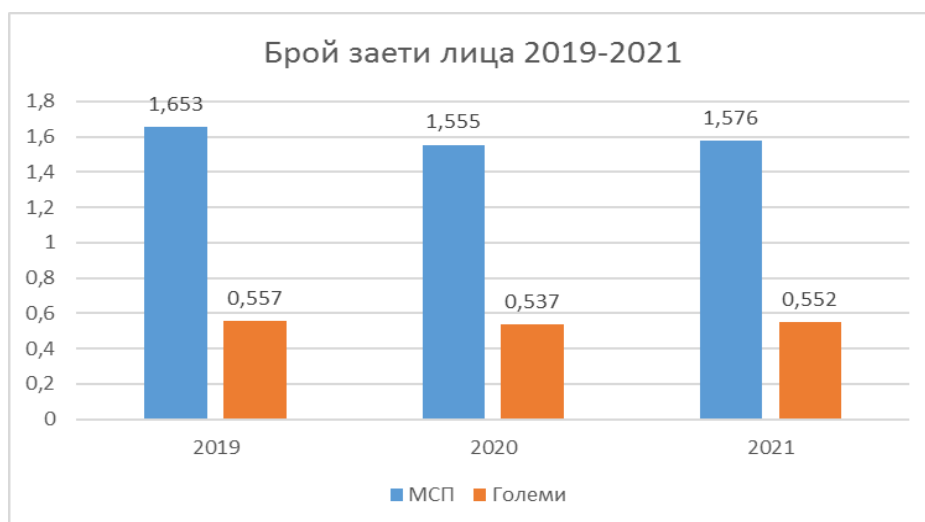
През 2021 г. заетите лица в икономиката на България са 2 128 74 души, като в МСП са заети 1 576 797 души, което е 74% от общия брой.

Фигура 8. Разпределение на заетите лица, 2021 г.



Източник: НСИ

Фигура 9. Брой заети лица в икономиката на България (млн. души), 2019-2020 г.



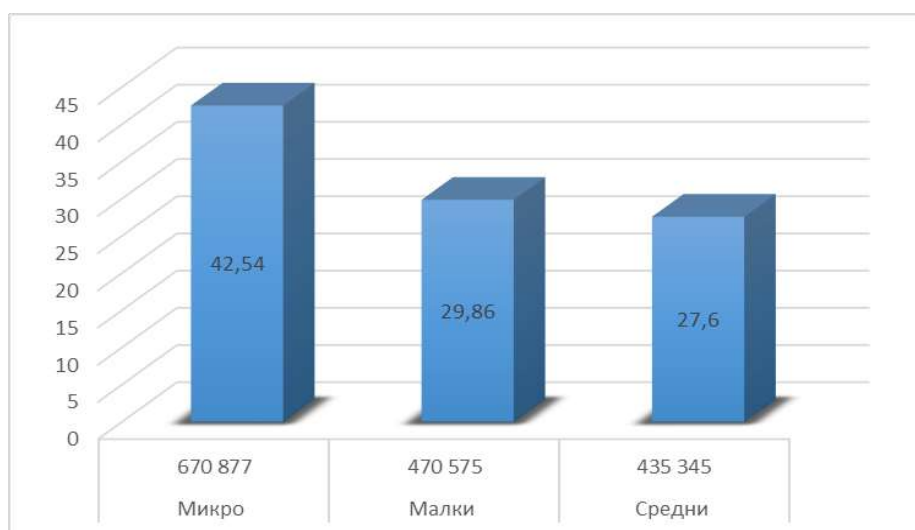
Източник: НСИ



Заетите лица в малките и средните предприятия макар и с малко са се увеличили през 2021 г., но не са достигнали нивата от 2019 г. – годината преди пандемията. През 2020 г. общият брой на заетите в икономиката възлиза на 2 092 хил. души, което е с 5,4% по-малко в сравнение с 2019 г. или това са 118 хил. по-малко заети в номинално изражение. Делът на заетите в МСП сектора през 2020 г. спрямо общия брой заети обаче остава почти без промяна, възлизайки на 74,3%, а през 2021 г. – 74%

Най-много заети лица има в микро предприятията – 42,45% от общия брой МСП. В малките са заети 29,86%, а в средните 27,60%.

Фигура 10. Заети лица в микро, малки и средни предприятия, 2021 г.



Източник: НСИ

Със средно годишен ръст от 1,1% общият брой на заетите в икономиката нараства постепенно от 2014 г., като в началото на периода варира между 1,2% и 2,6%. В последствие тази тенденция постепенно се свива достигайки до 0,1% ръст през 2019 г. Пазарът на труда се характеризира от една страна с увеличаване на процента на заетост и от друга с ограниченията в резултат от влошаващата се демографската структура в страната. За периода от 2013 г. до 2020 г. работната сила в страната е намаляла със 132 хил. души като само увеличаващият се коефициент на заетост (2013 г. – 68,4%, 2020 – 72,2%) е успял да компенсира този спад. Трябва да се отбележи, че ръстът на заетите в предприятията през 2019 г. остава положителен



именно заради ръста в заетостта на МСП (0,3%). През 2020 г. обаче видимо МСП стават по-уязвими на външните шокове като именно при тях спадът в заетостта е по-силно отчетлив. Докато при големите предприятия броят на заетите намалява с 3,8%, при МСП процентът е 5,9%.

Структурата на МСП според броя на заетите постепенно се променя между 2008 г. и 2012 г., като се увеличава дялът на заетите в микро предприятия (от 35,2% през 2008 г. до 41,2% през 2012 г.), за сметка на малките и средните предприятия. В периода 2016 – 2019 г. структурата остава почти без промяна, като през 2019 г. най-голям дял от заетите работят в микро предприятия - 41,8%, в малките са заети 29,9%, а останалите 28,3% са заети в средните предприятия. Тенденцията се запазва и през 2021 г.: най-много заети лица има в микро предприятията – 42,45% от общия брой заети в МСП, в малките - 29,86%, а в средните - 27,60%.

През 2020 г. част от предприятията бяха принудени да намалят своя персонал поради намаления обем работа (особено в секторите свързани с услуги, туризъм, търговия на дребно и др.), което леко измени структурата на заетите в малките и средните предприятия през кризисната година. Заетите в микро предприятията се увеличават като дял от всички МСП до 42,8%, за сметка на малките (29,7%) и средните предприятия (27,5%). МСП пострадаха най-силно от гледна точка на заетите в тях лица вследствие на предизвиканата от COVID-19 криза и последвалите спадове в производството и потреблението и доведоха до загуба на доста работни места. При средните предприятия се отчита най-голяма загуба на заети – 8,4% по-малко спрямо 2019 г., докато при малките спадът е 6,5%.

1.3 Нефинансови предприятия по икономически райони и брой заети

По икономически райони на България лидери през 2021 г. по брой нефинансови МСП и брой заети в тях са Югозападна и Южна централна България, съответно 238 701 МСП, в които са заети 925 487 души. Следва Северна и Югоизточна България с 173 423 МСП, в които са заети 651 310 души. На трето място е Югозападен район с 166 294 МСП и 632 412 заети. На последно място е Северозападен район с 28 510 бр. МСП и 112 615 заети. Преди него се нарежда Северен централен район с 35 966 МСП и 150 754 заети. Тези данни са показателни за една неравномерност в разпределението на МСП в страната по райони и брой заети, тъй като разликата между първият и последния е очевадна.

Логично микро предприятията са най-много в Югозападна и Южна Централна България – 221 984 бр. срещу 26 496 бр. в Северозападен район. При малките



предприятия цифрите са съответно – 14 039 бр. и 1707 бр., а при средните – 2678 бр. и 307 бр.

Фигура 11. Брой предприятия и заети лица по райони, 2021 г.

Райони	Групи предприятия	Брой предприятия	Заети лица - бр.
Общо за страната	Общо	412878	2128574
	0 - 9	383592	670877
	10 - 49	24096	470575
	50 - 249	4436	435345
	250 +	754	551777
Северна и Югоизточна България	Общо	173696	828783
	0 - 9	161608	286877
	10 - 49	10057	195845
	50 - 249	1758	168588
	250 +	273	177473
Северозападен	Общо	28552	140605
	0 - 9	26496	49636
	10 - 49	1707	32737
	50 - 249	307	30242
	250 +	42	27990
Северен централен	Общо	36034	189022
	0 - 9	33257	61606
	10 - 49	2256	44205
	50 - 249	453	44943
	250 +	68	38268
Североизточен	Общо	52167	236015
	0 - 9	48496	82876
	10 - 49	3079	60858
	50 - 249	513	47835



	250 +	79	44446
Югоизточен	Общо	56943	263141
	0 - 9	53359	92759
	10 - 49	3015	58045
	50 - 249	485	45568
	250 +	84	66769
Югозападна и Южна централна България	Общо	239182	1299791
	0 - 9	221984	384000
	10 - 49	14039	274730
	50 - 249	2678	266757
	250 +	481	374304
Югозападен	Общо	166662	934436
	0 - 9	154791	261278
	10 - 49	9677	189729
	50 - 249	1826	181405
	250 +	368	302024
Южен централен	Общо	72520	365355
	0 - 9	67193	122722
	10 - 49	4362	85001
	50 - 249	852	85352
	250 +	113	72280

Източник: НСИ

Легенда:

¹ ".." Конфиденциални данни

² "-" Няма случай

Данните за заетите лица са преизчислени в еквивален на пълна заетост (ЕПЗ).

НСИ не може да предостави данни за МСП съгласно критериите в ЗМСП, а само според броя на заетите лица, преизчислен ЕПЗ.

Съгласно Календара за разпространение на статистическите продукти и услуги окончателните данни за 2022 г. ще са налични след 30.11.2023 г.



Фигура 12. Нефинансови предприятия в България, нетни приходи от продажби и заети лица – 2021 г. по икономически дейности

	Икономическа дейност (КИД-2008)	Брой предприятия	Нетни приходи от продажби - хил. лв.	Брой заети
	Общо (всички икономически дейности, с изключение на сектори К, О, Т и У)	412878	372279044	2128574
A	Селско, горско и рибно стопанство	18579	9078102	79379
B	Добивна промишленост	338	3591283	19406
C	Преработваща промишленост	30328	74330885	491793
D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	2995	32561017	32101
E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	855	2550083	31612
F	Строителство	22728	20439942	145277
G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	138011	161007836	486961
H	Транспорт, складиране и пощи	22670	18413008	161135
I	Хотелиерство и ресторантьорство	24635	5249124	114843



J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	16450	17223415	125209
L	Операции с недвижими имоти	27207	3813037	38580
M	Професионални дейности и научни изследвания	47960	8734401	113345
N	Административни и спомагателни дейности	11865	5070072	107081
P	Образование	4190	439645	12320
Q	Хуманно здравеопазване и социална работа	14365	6276713	109791
R	Култура, спорт и развлечения	5177	2467276	22507
S	Други дейности	24525	1033205	37234

Източник: НСИ

Данните за заетите лица са преизчислени в еквивалент на пълна заетост (ЕПЗ). НСИ не може да предостави данни за МСП съгласно критериите на ЗМСП, а само според броя на заетите лица, преизчислен в ЕПЗ. Съгласно календара за разпространение на статистическите продукти и услуги окончателните данни за 2022 г. ще са налични след 30.11.2023 г.

В икономиката на България лидер по брой предприятия и нетни приходи от продажби е сектор „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“, в които са регистрирани 138 011 предприятия с нетни приходи от продажби 161 007 836 лв. Заетите лица в сектора са 486 961 души. В сектор „Професионални дейности и научни изследвания“ има 47 960 бр. предприятия, приходите са – 8 734 401 лв., а заетите лица 113 345. На трето място по брой предприятия е „Преработваща промишленост“ – съответно 30 328 бр.; като по приходи от продажби и брой заети е на второ място съответно с 74 330 885 лв. и 491 793 заети.



Фигура 13. Брой на нефинансовите предприятия по групи според броя на заетите в тях лица и икономическите дейности, 2021 г.*

Икономическа дейност	Общо	До 9	10-49	50-249	250 +
Общо	412 119	382 846	24 099	4 420	754
Селско, горско и рибно стопанство	18 624	16 992	1 519	101	12
Добива промишленост	339	226	75	28	10
Преработваща промишленост	30 316	23 576	5 010	1 472	258
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	2 993	2 870	79	25	19
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	850	599	153	63	35
Строителство	22 693	19 655	2 541	465	32
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	137 565	130 382	6 313	780	90
Транспорт, складиране и пощи	22 645	20 585	1 747	262	51
Хотелиерство и ресторантьорство	24 571	22 267	2 050	244	10
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	16 409	15 048	1 022	270	69
Операции с недвижими имоти	27 161	26 716	413	--	--
Професионални дейности и научни изследвания	47 918	46 711	1 058	130	19
Административни и спомагателни дейности	11 831	10 685	843	240	63
Образование	4 186	4 004	158	--	--
Хуманно здравеопазване и социална работа	14 358	13 397	667	219	75
Култура, спорт и развлечения	5 157	4 818	268	62	9
Други дейности	24 503	24 315	183	5	-

*Предварителни данни

Източник: НСИ

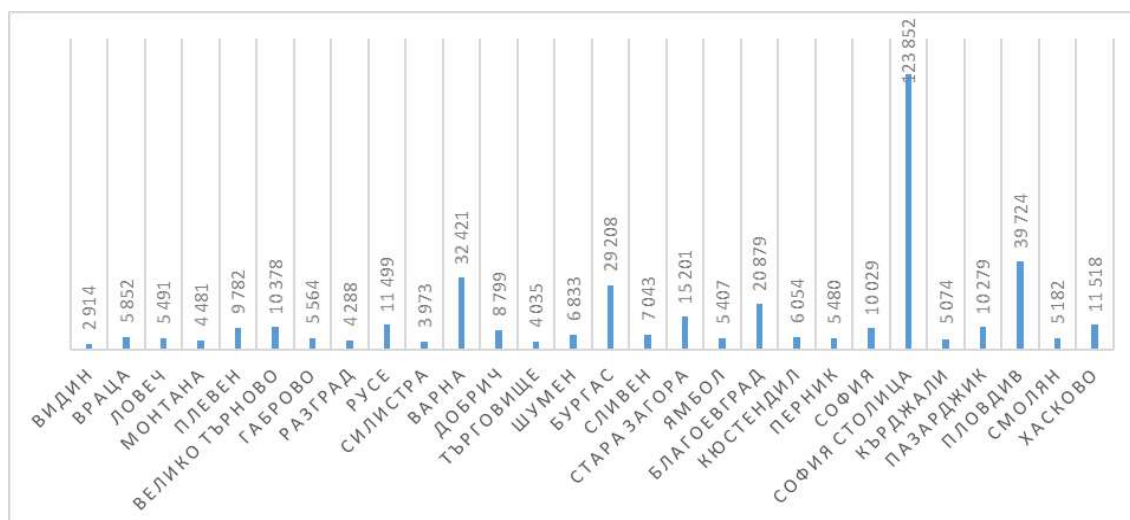
За 2021 година няма съществени промени в броя на МСП по икономически дейности. По предварителни данни на НСИ микро предприятията са най-многобройни в „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“ - 130 382, следват ги

„Професионални дейности и научни изследвания“ – 46 711, „Операции с недвижими имоти“ – 26 716. Логично най-малобройни са в „Добивната промишленост“ – 226 бр. Тенденцията се запазва и при малките и средните предприятия – те са най-многобройни в „Търговия, ремонт на автомобили и мотоциклети“ съответно – 6 313 бр. и 780 бр. Следва „Преработващата промишленост“ – съответно 23 576 бр. и 5 010 бр. Струпване на микропредприятия има в сектор „Професионални дейности и научни изследвания“ - 46 711 бр., както и в „Операции с недвижими имоти“ – 26 716 бр.

1.4 Брой МСП по области

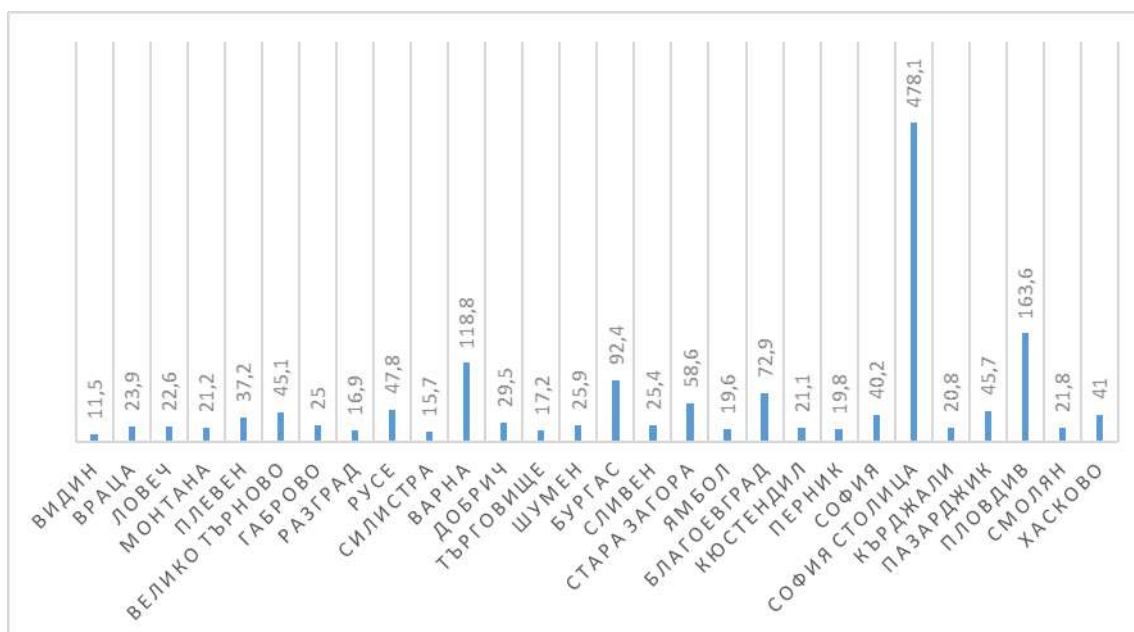
Разпределението на МСП по брой не е равномерно по области на страната. Струпване на МСП логично има в най-големите градове като столицата е лидер с 123 852 бр. по информация на НСИ за 2021 г. Следват Пловдив (39724), Варна (32 421) и Бургас (29 208). Най-малко действащи МСП има във Видин (2914 бр.) и Монтана (4481 бр.). И в двете области НСИ не е отчело действащи големи предприятия. Предварителните резултати за 2022 г. се очакват в средата на 2023 г. след като се обработят данните от ГФО.

Фигура 14. Брой МСП по области



Източник: НСИ

Фигура 15. Брой заети лица в МСП по области, 2021 г., хил. души



Източник: НСИ

2. Статистическа демография на МСП в България

По информация на НСИ данни за бизнес демографията за 2021 г. ще са налични през 2023 г., а за 2022 г. – през 2024 г.

2.1 Брой на новосъздадени предприятия общо за страната

Икономически активните предприятия през 2020 г. по данни на НСИ са 400 492 броя. От 2015 г. с изключение на 2018 г. се наблюдава плавна тенденция на увеличение на икономически активните предприятия. През 2020 г. е отчетено намаление спрямо 2019 от 8 хил. бр. През 2018 г. въпреки намалението в броя на активните предприятия има увеличение на заетите лица. През 2020 г. тази тенденция е прекъсната, като е отчетено намаление от 112 432 хил. души.

Фигура 16. Икономически активни предприятия**, заети и наети лица, 2015-2020 г., хил. бр.



*Предварителни данни

Източник: НСИ

** B-S_X_K642 Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)

Фигура 17. Новосъздадени предприятия** в година t и заети лица в съвкупността на новородените предприятия в година t, 2015-2020 г., 2015-2020 г., хил. бр.



*Предварителни данни

Източник: НСИ

** B-S_X_K642 Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)

Броят на новородените предприятия в България от 2017 г. бележи трайна тенденция на намаление от 48,1 хил. до 35,9 хил. бр. през 2020 г. Като тази тенденция е още по-осезаема в броя на заетите лица – за периода от 2018 г. до 2020 г. има намаление от 60,4 хил. души. При наетите лица намалението е 55 хил. души.

В зависимост от икономическата дейност най-много новородените предприятия има в сектор „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“ – през 2019 г. те са били 16 631, а през 2020 г. – 14 103 (отчетен спад от 2528 бр.). На второ място се нарежда сектор „Професионални дейности и научни изследвания“ 5062 през 2019 г. и 3696 бр. новосъздадени предприятия през 2020 г., като и тук е отчетен спад. Логично броят на заетите също е правопропорционален на новите предприятия, като създадени нови работни места има в търговията - 19 444 през 2019 г. и 14 103 през 2020 г.

Фигура 18. Новосъздадени предприятия според икономическата дейност, бр. предприятия и заети лица, 2020 г.

Код	Икономическа дейност	Брой новосъздадени предприятия в година t	Брой заети лица в новосъздадените предприятия в година t
B	Добивна промишленост	9	12
C	Преработваща промишленост	1867	4193
D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	289	189
E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	49	107
G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	12279	14103
H	Транспорт, складиране и пощи	1882	2889
I	Хотелиерство и ресторантьорство	2721	5984
J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	1688	2298
K_X_K642	Финансови и застрахователни дейности, с изкл. на	394	454

	дейността на холдингови дружества		
L	Операции с недвижими имоти	2106	1477
M	Професионални дейности и научни изследвания	3901	3696
N	Административни и спомагателни дейности	959	2089
P85	Образование	332	384
Q86	Хуманно здравеопазване	585	695

Източник: НСИ

Най-предпочитана правна форма на регистрация при активните и новородените предприятия са дружествата с ограничена отговорност (ООД) и акционерни дружества (АД). Към момента най-удобна е формата ООД, поради ниския изискуем начален капитал и отговорността на съдружниците до дяла на тяхната вноска.

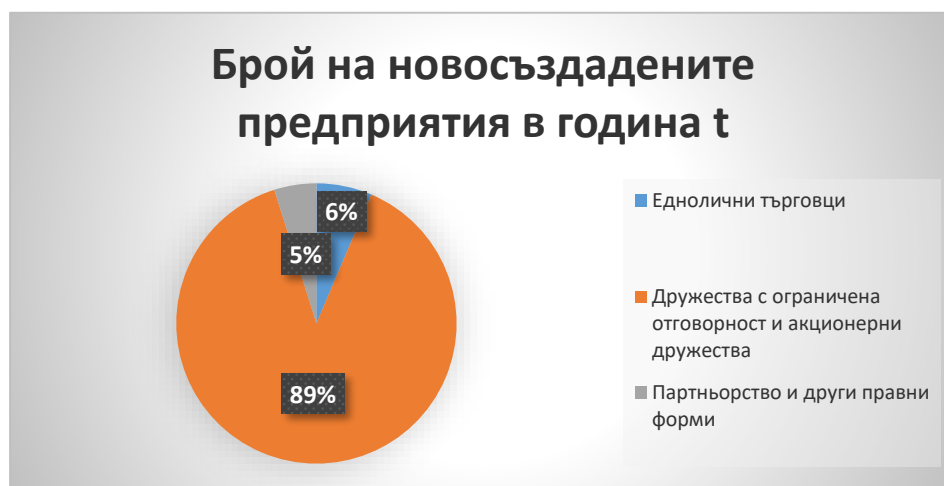
Фигура 19. Активни предприятия според вида на правната форма (брой предприятия, заети лица, 2020 г.)*



* В-S_X_K642 Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)



Фигура 20. Новосъздадени предприятия според вида на правната форма (брой предприятия, заети лица, 2020 г.)*



Източник: НСИ

* В-S_X_K642 Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)

2.2. Брой на закрити предприятия общо за страната

За периода от 2015 до 2019 г. има ясно изразена тенденция на увеличаване на броя на предприятията, които са преустановили дейността си. През 2015 г. те са били 39,1 хил. бр., а през 2020 г. броят на закритите предприятия в промишлеността, строителството и услугите (с изключение на холдинговите дружества) е 56,8 хил. бр. Заетите лица в съвкупността на спрелите производство предприятия от 2015 г. до 2020 г. с известни колебания намалява от 60 хил. души до 57,4 хил. души.



Фигура 21. Закрити предприятия и заети лица в тях, 2015-2020 г.**



Източник: НСИ

* Данните са предварителни, по информация на НСИ окончателните данни за закритите предприятия за 2020 г. ще са налични през 2024 г.

** B-S_X_K642 Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)

Най-много закрити предприятия през 2020 г. има в сектор „Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети“ - 19 162 броя, в които са били заети 18 893 души, където в същност се създават и най-много новосъздадени предприятия. На второ място по брой закрити предприятия е сектор „Професионални дейности и научни изследвания“, където са умрели 7888 предприятия със 7213 заети в тях. На трето място е сектор „Операции с недвижими имоти“ – съответно 6010 бр. и 4938 заети.

Фигура 22. Закрити предприятия според икономическата дейност и заети лица в тях, 2020 г.*

Код	Икономическа дейност	Брой предприятия	Заети лица, бр.
B	Добивна промишленост	32	45
C	Преработваща промишленост	2564	3452

D	Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	322	282
E	Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	61	68
G	Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	19 162	18 893
H	Транспорт, складиране и пощи	2416	2619
I	Хотелиерство и ресторантьорство	3697	4839
J	Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	2437	2269
K_X_K64 2	Финансови и застрахователни дейности, с изкл. на дейността на холдингови дружества	605	593
L	Операции с недвижими имоти	6010	4938
M	Професионални дейности и научни изследвания	7888	7213
N	Административни и спомагателни дейности	2095	2320
P85	Образование	536	544
Q86	Хуманно здравеопазване	874	995

* Данните са предварителни

Източник: НСИ

2.3 Относителен дял на родените през година t предприятия и оцелели през t+5

Оцеляването на предприятията зависи, както от външни за фирмата фактори, така и от редица вътрешни – например знанията, уменията и придобитият опит на предприемачите да управляват, да създават екипи, да подбират подходящ и квалифициран персонал. Към външните фактори с голяма тежест за общата икономическа обстановка – вътрешна и международна, административната тежест за правене на бизнес, правната рамка, търговски бариери и т. н.

Данните на НСИ показват, че с годините, възможността на предприятията да оцелеят в зависимост от това, кога са създадени, намалява с времето. През 2019 г. близо 77,5% от предприятията са оцелели през първата една година от съществуването си, 64,9% през първите две и 55,8% през първите три. Това означава, че близо половината от стартиращите бизнеси престават да съществуват през първите три години след създаването си. За 2020 г. данните за предприятията от промишлеността, строителството и услугите са: през втората година оцеляват 81,19%



от създадените през година t , през третата оцеляват 73%, през четвъртата 67,65%, а през петата 56,51%.

Фигура 23. Оцелели предприятия, новосъздадени през година t , бр., 2020 г.

	Групи предприятия според наетите лица	Брой на новородените предприятия в година t	Брой на предприятия, новородени и през година $t-1$, оцелели до година t	Брой на предприятия, новородени и през година $t-2$, оцелели до година t	Брой на предприятия, новородени през година $t-3$, оцелели до година t	Брой на предприятия, новородени и през година $t-4$, оцелели до година t	Брой на предприятия, новородени и през година $t-5$, оцелели до година t
Промисленост, строителство и услуги (с изключение на дейностите на холдингови дружества)	Общо	35906	36783	29153	26397	24291	20291
	0 наети	28522	27046	18691	16555	15317	11469
	от 1 до 4 наети	6457	8603	9562	8870	8040	7958
	от 5 до 9 наети	621	768	588	627	593	571
	10 или повече наети лица	306	366	312	345	341	293

Източник: НСИ

Напречен разрез в данните за оцелелите предприятия позволява да се разгледа в кои сектори на икономиката бизнес начинанията са по-рискови и къде стопанските субекти имат най-голям шанс за успех пет години след като са започнали своята дейност. През година t предприятията от сектор „Транспорт, складиране и пощи“ въпреки малкия си брой новородени (1882) имат много голям шанс за оцеляване след 5 години - 81,40%. В преработващата промишленост процентът е 76,48%, в „Професионални дейности и научни изследвания“ – 62,00%. В сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ шансът за оцеляване след 5 години е нисък - 45,31%, както и в сектор „Операции с недвижими имоти“ – 45,77%.



Част втора: Основни резултати от дейността на МСП.

I. Вътрешно-икономически показатели за резултатите от дейността на МСП

1. Брутна добавена стойност (БДС)

1.1. Методологични бележки

Брутният вътрешен продукт (БВП) е основен макроикономически показател, който дава възможно най-агрегирана представа за текущото състояние на икономиката, за нейните краткосрочни конюнктурни колебания, както и за очертаващите се в нея дългосрочни тенденции. Един от основните методи за измерване на съвкупното производство е свързан с определянето на брутната добавена стойност (БДС).

БДС е стойността, която се добавя в процеса на производство от съответната икономическа дейност (отрасъл, бранш, сектор). В този смисъл БДС се явява основен измерител на икономическата активност, производителността и ефективността в съответния сектор. От приходна гледна точка, БДС е показател за доходите, които се генерират от първичните производствени фактори в съответния икономически сектор.

Брутната добавена стойност е равна на разликата между общата пазарна стойност на продуктите и стойността на междинните продукти, използвани за тяхното производство. Брутната продукция се изчислява по базови цени, докато междинното потребление се пресмята по фактически цени. Преминаването от БДС по базови цени към БВП се извършва чрез добавянето на корективи (нетни данъци върху продуктите, ДДС, мита и акцизи върху вноса).

Производствената структура на БВП, основаваща се на брутната добавена стойност (БДС), разкрива основните характеристики на икономиката, които определят нейната динамика по икономически сектори.

Структурирането на БДС по икономически сектори дава възможност за открояване приноса на отделните отрасли и екосистеми в създаването и динамиката на изменение на БВП на страната.



1.2. Брутна добавена стойност и МСП

Малките и средни предприятия продължават да бъдат гръбнака на националната ни икономика със среден дял от 98,7 % в общия брой на предприятията в България. В периода 2000 - 2021 г. тенденцията в развитието на брутната добавена стойност генерирана от МСП в страната е стабилно нарастваща, като в края на периода МСП са отговорни за реализирането на почти 2/3 от БДС в страната (66,5 %).

Освен това при МСП продължава тенденцията БДС да нараства с по-големи темпове, отколкото при големите предприятия. Средният годишен ръст на БДС от МСП в страната за периода 2011 - 2019 г. е 7,9 %. Относително най-ускорен прираст се наблюдава в екосистемата на микро предприятия (10,9 %).

Фигура 1. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор в България за периода 2000 - 2021 г. (млн. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2000 - 2021 г.)



През периода 2008 - 2018 г. МСП в страната увеличават добавената си стойност с 43,5 % (Annual Report on European SMEs 2017-2018, ЕС, 2018), което е третият най-висок резултат в рамките на ЕС и превъзхожда повече от трикратно средният кумулативен ръст на добавената стойност на тази екосистема в ЕС (14,3 %), изоставайки само от Малта (127,4 %) и Люксембург (46,2 %).

Фигура 2. Брутна добавена стойност по групи предприятия (брой предприятия, брой заети лица) – сравнение България и ЕС-28 за 2018 г. (млрд. евро)

Групи МСП	Брой на предприятията			Брой на заетите лица			Добавена стойност		
	България		ЕС-28	България		ЕС-28	България		ЕС-28
	Брой	Дял дял	Дял	Брой	Дял	Дял	Млрд. €	Дял	Дял
Микр	315,4	91,8	93,0	616,0	30,6	29,7 %	6.	21,6	20,8 %
о	10	%	%	12	%	%	5	%	%
Малк	23,4	6,8	5,9	477,6	23,7	20,1 %	7.	23,2	17,6 %
и	71	%	%	93	%	%	0	%	%
Средни	4,24	1,2	0,9	432,6	21,5	16,8 %	6.	20,5	18,0
	8	%	%	89	%	%	1	%	%
МСП	343,1	99,8	99,8	1,526,3	75,7	66,6 %	19.	65,3	56,4 %
	29	%	%	94	%	%	6	%	%
Голем	62	0,2	0,2	489,5	24,3	33,4 %	10.	34,7	43,6
и	3	%	%	87	%	%	4	%	%
Общо	343,7	100,0	100,0 %	2,015,9	100,0 %	100,0 %	30.	100,0 %	100,0 %
	52	0 %	%	81	%	%	0	%	%

Източник: SBA, Factsheet Bulgaria 2019

През 2018 г. брутната добавена стойност по факторни разходи на българските МСП е била 38,3 млрд. лв., което представлява 65,3 % от общата БДС на страната, при годишен ръст 15 % спрямо предходната година. Стойността този показател е над средното ниво за ЕС (56,8 %) и се увеличава с почти 1 % в сравнение с 2017 г.

Фигура 3. Брутна добавена стойност по икономически сектори КИД-2008 и по групи предприятия според броя на заетите в тях лица за 2020 г. (хил. лв.)

Сектори по КИД-2008	Общо	Групи по броя на заетите в тях				
		0-9	10-19	20-49	50-249	250+
Добивна промишленост	1 790 034	15 515	35 705	47 952	91 018	1 599 844
Преработваща промишленост	15 918 281	903 271	811 318	1 729 900	5 015 192	7 145 600



Производство на ел. енергия	3 884 476	916 619	97 116	285 131	261 256	2 324 354
Доставка на вода и услуги	974 258	54 777	38 140	67 745	208 529	605 067
Строителство	5 251 820	1 230 312	591 855	1 050 823	1 584 818	794 012
Търговия (агрегирано)	14 376 237	4 237 458	1 735 721	2 191 834	3 571 486	2 639 738
Транспорт и складиране	5 119 914	1 002 961	406 124	603 669	916 422	2 190 738
Хотелиерство и ресторантьорство	1 396 474	397 940	230 859	269 460	342 915	155 300
Създаване и разпространение на информация	8 210 398	1 245 139	424 352	780 142	2 035 664	3 725 101
Операции с недвижими имоти	1 617 305	1 139 167	n.a.	173 664	n.a.	30 458
Професионални дейности и НИРД	3 943 599	1 925 436	441 272	426 232	595 880	554 779
Административни и спомагателни дейности	2 484 758	516 959	181 413	283 974	521 286	981 126
Ремонт на техника и стоки	50 626	36 164	n.a.	6 270	n.a.	n.a.

*Забележка: n.a. няма данни или данните са конфиденциални

Източник: НСИ (2020 г.)

Средногодишното нарастване на БДС за периода 2008 - 2019 г. е 8,16 %, като се запазва трайната тенденция ръстът при микро предприятията да е най-голям (11,0 %) при същевременно най-малък относителен дял в общата сума на генерираната БДС.

Делът на МПС в БДС надхвърля този на големите предприятия средно с 19,8 % при относително постоянен средногодишен ръст на всички групи МПС. Следва да се отбележи, че тези показатели се реализират при средно по-малък брой заети в сектора на МСП в сравнение с броя на заетите в големите предприятия. По този начин относителната стойност на БДС на 1 зает в сектора на МСП надхвърля тази в сектора на големите предприятия, което е обективен измерител на по-високата средна производителност в екосистемата на МСП в страната.

През 2020 г. обстоятелствата, свързани с глобалната пандемия от Ковид-19, се отразиха очаквано неблагоприятно върху развитието на брутната добавена стойност, като общо за страната нарастването беше сведено до едва 0,6 % на база предходната година.

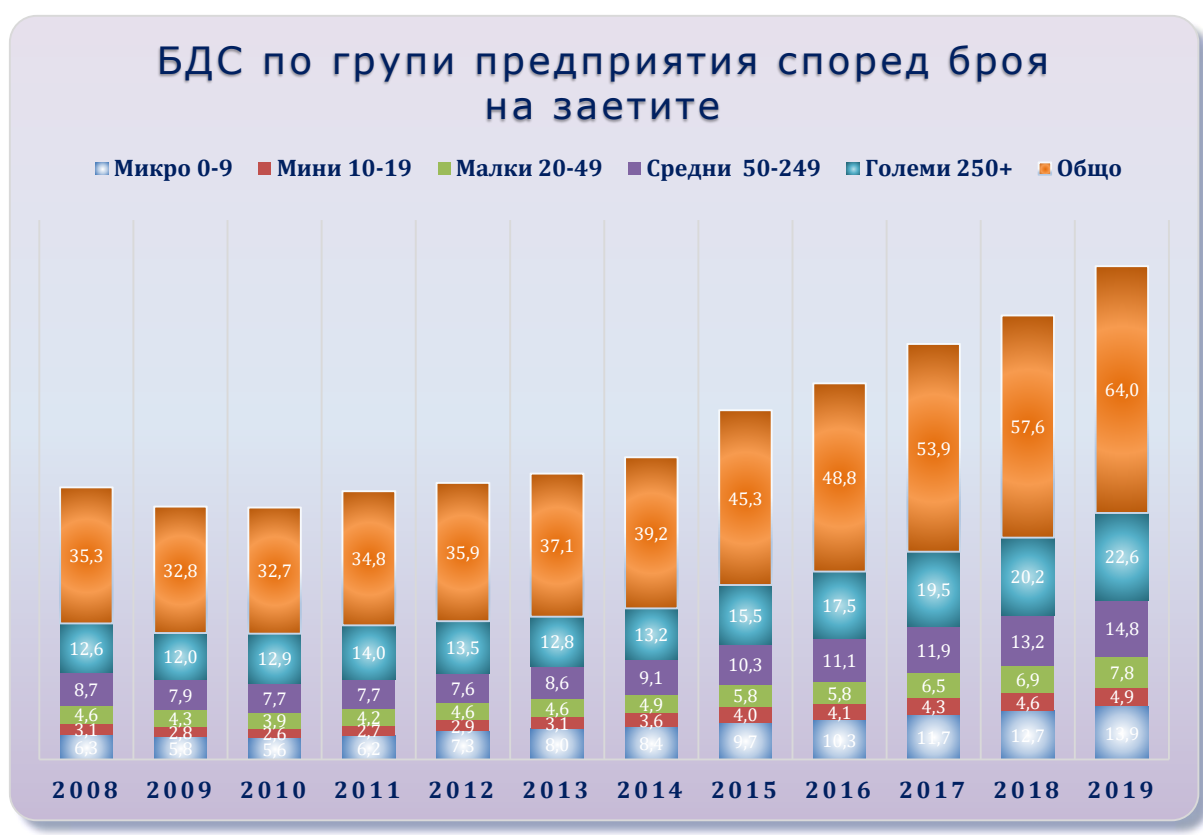
През 2021 г., годината на възстановяване след активната фаза на пандемията от КОВИД-19, икономическият растеж на България отбеляза ръст от 4,2 %, с което нивото на БДС по постоянни цени се възстанови напълно и надхвърли стойностите от предкризисната 2019 г.

Общата брутна добавена стойност на предприятията в България за 2021 г. възлиза на 121,6 млрд. лв., което представлява удвояване на този показател от началото на наблюдавания 10-годишен ретроспективен период, респ. утрояване от 2005 г. досега.

Реализираният темп на нарастване на БДС от 16,28 % на база предходната година е един от най-високите за последните 10 години.

Прогнозните тримесечни данни за 2022 г. сочат номинално увеличение към предходната година в същия размер както за 2021 г. Очакването, базирано на прогнозните стойности за първите 3 тримесечия на 2022 г, е подобряване стойността на този показател в рамките на 1-2 %, като темпът на нарастване на брутната добавена стойност от МСП в страната се очаква да надхвърли 4,6 % на база предходна година.

Фигура 4. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по групи предприятия според броя на заетите в тях (млрд. лв., 2008 - 2019 г.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2008 - 2019 г.)



1.3. Брутна добавена стойност по статистически райони и икономически центрове

През последните 10 години се наблюдава засилване на тенденцията към задълбочаване на регионалните неравенства в разпределението на брутната добавена стойност по статистически райони в страната.

Разпределението на добавената стойност в сектора на нефинансовите предприятия между статистическите региони в страната е неравномерно, като преобладаващият дял на Югозападния регион е средно половината от общата брутна добавена стойност, генерирана в страната през целия наблюдаван 10-годишен период.

Фигура 5. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по статистически райони (млрд. лв., 2010-2020 г.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2010-2020 г.)



Най-малкият дял от брутната добавена стойност за същия период се регистрира в Северозападния регион (средно 5,6 %), следван от Северния централен регион (средно 7,4 %), като и в двата региона равнището на показателя е значително по-ниско от средното за страната.

Прегледът на регионалното разпределение на БДС по икономически центрове показва, че преобладаващ принос има регион София-град, чиито дял през 2019 г. е 42,7 % от общата генерирана брутна добавена стойност в страната. Вторият по големина регион с принос към БДС е Пловдив с дял от 8,9 % от общата добавена стойност. Останалата половина от общата БДС по факторни разходи е поделена между всички останали икономически центрове и региони в страната.

През 2019 г. половината от брутната добавената стойност е генерирана в Югозападния икономически район, където дялът на София-град е 84,7 % от обща добавена стойност за района, докато най-слабо развитият е Северозападният регион с дял от 6,4 % от общата добавена стойност в страната.

През 2020 г. почти две трети предприятията, които генерират брутна добавена стойност, са разположени основно в пет основни икономически центрове в страната - София-град, Пловдив, Варна, Бургас и Благоевград.

Съществуващите значителни регионални различия и тенденциите към задълбочаването им, характеризиращи общата структура на предприятията в България, са определящи в същата степен и за екосистемата на МСП в страната.

МПС са съсредоточени основно в столичния град, както и в малко на брой други икономически центрове. Генерираната брутна стойност, производителността на труда, заетостта в сектора на МПС, както и достъпът до предприемачески умения, технологии и целево финансиране, се различават значително в отделните статистически райони.

Фигура 6. Регионално разпределение на брутната добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по икономически региони (2019 г.)



Източник: НСИ, регионална статистика, собствени изчисления

Изглаждането на регионалните дисбаланси в териториалното разпределение на икономическата активност в страната продължава да формира един от основните приоритети в целевите програмите за реструктурирането на българската икономика по икономически региони и намира директен израз в част от мерките по структурни проекти, предвидени за финансиране и реализация в Плана за възстановяване и устойчивост, особено в екосистемата на МСП.

1.4 Брутна добавена стойност по икономически сектори

През последните 10-15 години се наблюдава определена динамика както в обема на брутната добавена стойност, така и в нейната структура по икономически сектори. Продължаващото секторно реструктуриране на националната икономика с постепенно увеличаване на броя на предприятията в производствената сфера очерта на преден план два определящи промишлени сектора по отношение на генерираната брутна добавена стойност – преработваща промишленост и строителство.

Делът на добавената стойност в промишления сектор на тези два отрасли през 2019 г. достига 32,2 % (преработваща промишленост – 25,51%, строителство – 6,68 %), което представлява 1/3 от цялата добавена стойност в страната. Следват секторите на търговията на едро и дребно (агрегиран показател) с 21,25 %, създаване и разпространение на информация – 11,65 %, транспорт и складиране – 8,45 %, и др.



професионални дейности и НИРД – 6,77 % и производство и разпределение на ел. и топлинна енергия – 6,46 %.

Фигура 7. Брутна добавена стойност по факторни разходи на предприятията от нефинансовия сектор по икономически сектори NACE 2008/12 SCL (2008-2019 г., хил. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2008 – 2019 г.)



През 2019 г. (на база предходната 2018 г.) най-висок темп на растеж се наблюдава в секторите професионални дейности и НИРД – 24,20 %, информация и комуникация – 22,02 %, строителство – 15,55 %, производство и разпределение на ел. и топлинна енергия – 12,29 %, транспорт и складиране – 7,72 % и преработваща промишленост – 6,79 %.

Фигура 8. Ръст на добавена стойност по факторни разходи по икономически сектори NACE 2008 / 7 SCL (2009-2019 г., % спрямо предходната година)

ИКОНОМИЧЕСКА ДЕЙНОСТ NACE2008SCL	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Преработваща промишленост	-9,23	6,18	12,57	0,78	2,14	11,24	16,89	14,84	8,86	0,27	6,79
Строителство	-10,57	-39,86	-0,87	-6,36	-5,48	16,35	23,75	18,13	14,92	16,90	15,55
Търговия - агрегиран показател	-15,49	3,10	1,82	7,00	8,55	9,48	15,28	5,15	10,22	5,97	11,72
Информация и комуникация	0,12	1,02	8,59	3,51	2,26	7,70	11,33	14,44	14,13	15,47	22,02
Транспорт и складиране	-8,47	11,12	4,62	2,66	5,63	7,11	12,12	7,25	7,18	8,12	7,72
Професионални дейности и НИРД	-7,74	0,81	-1,03	11,84	1,47	12,82	15,29	4,09	10,13	10,79	24,20
Производство на ел. и топлинна енергия	16,92	11,57	9,43	3,40	12,24	23,52	23,44	8,73	3,75	2,75	12,29

Източник: НСИ, собствени изчисления

1.5. Динамика в развитието на БДС по основни икономически сектори и МСП

1.5.1. Промишленост

Въпреки факта, че икономиката на България е силно ориентирана към услугите, растежът на генерираната от МСП добавена стойност през последните 10 години беше основно задвижван от сектора на *производството*. Добавената стойност



на МСП в този сектор е нараснала с 41,1 % през периода 2014-2018 г., докато заетостта в МСП се е увеличила с 4,9 %. Големите предприятия обаче очевидно превъзхождат МСП по отношение на растежа на добавената стойност, с увеличение от 82,1 % за същия период.

Добавената стойност за МСП в подсектор *„Други метални изделия“* се е увеличила с 36,2 % през периода 2014-2018 г., като е допринесла за 11,3 % от добавената стойност на МСП в *производството* през 2018 г. Процъфтяващият износ на *производствени* стоки е основната причина за това положително развитие. Много български фирми успешно се интегрираха в европейските вериги за доставки на големи международни автомобилни производители, а производството на автомобилни части и компоненти в България бележи значителен ръст. В рамките на веригите за доставка на автомобили българските фирми успяха да се придвижат нагоре по веригата за създаване на стойност към по-високотехнологично производство, което обяснява устойчивия висок ръст на добавената стойност в сектора.

През 2021 г. за пръв път от 2016 г. бе отчетено нарастване на добавената стойност в *добивната промишленост и производството и разпределение на електроенергия*. В същото време добавената стойност в *преработващата промишленост* се възстанови на 96,6 % до нивото от 2019 г. след отчетения спад през 2020 г., свързан с наложените мерки срещу разпространението на COVID-19 и свитото вътрешно търсене.

Добавената стойност в преработващата промишленост нарасна средно с 10,4 %, а индексът на вътрешното производство със 7,4 %. Един от секторите с основен принос за растежа на производството в промишлеността бе *производство на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти*, където нарастването бе 43,8 % и се свързва с повишеното търсене на електронни компоненти в глобален мащаб.

Друг сектор с принос за развитието в промишлеността е *производството на машини и оборудване*, който с растеж от 16,0 % почти напълно възстанови загубите от 2020 г., дължащи се на по-ниско търсене и спиране на някои производства в страната. Секторът *производство на изделия от други неметални минерални суровини* също бе сред водещите за растежа на промишлеността през годината с нарастване от 11,1 %. Към този сектор се причислява *производството на стъкло и изделия от стъкло*, което през последните години се развива динамично и дялът му в промишлеността се увеличава.



Производство на напитки бе секторът с най-голям спад през годината (-33, 1%), дължащ се на свитото търсене поради ограничаването на работата на някои заведения заради мерките срещу разпространението на COVID-19.

Фигура 9. Брутна добавена стойност по факторни разходи на нефинансовите предприятия в агрегиран сектор Промисленост NACE 2008 SCL (2008 - 2019 г., хил. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2008 - 2019 г.)



1.5.2. Търговия на едро и дребно (агрегиран показател)

През последните 10 години се регистрира известно намаление на относителния дял на отрасъла на търговията в разпределението на МСП по икономически дейности, но към 2019 г. той остава двойно по-висок от наблюдавания средно за ЕС, като все още повече от 1/3 (35 %) от МСП в страната са концентрирани в този отрасъл (спрямо 39,9 % през 2008 г.).

Въпреки че повечето сектори следваха модел на отрицателен растеж през 2020 г. и възстановяване през 2021 г., секторът на *търговията на дребно* беше особено силно засегнат. Въпреки че добавената стойност за МСП е намаляла с 10,2 % през 2020 г., секторът на *търговията на дребно* се е възстановила само с 0,9 % през 2021 г. Освен това заетостта в МСП намалява стабилно — с 6,5 % през 2020 г. и с 0,9 % през 2021 г.

1.5.3. Строителство

Брутната добавена стойност в строителството задълбочи спада си през 2021 г. при възстановяване на добавената стойност в икономиката. Общата стойност създадена от сектора отчете реален спад от 7,8 % при намаление от 1,0 % през 2020 г. Съответно делът на сектора в общата БДС за икономиката също намаля до 4,4 %, при 4,9 % година по-рано. Принос за по-ниската икономическа активност в строителството оказва наблюдаваното повишение в цените на строителните материали, което бе отчетено и в оценките на предприемачите в строителството в месечните бизнес анкети на НСИ.

Строителната продукция нарасна с 2,6 %, отчитайки и базовия ефект от спада през 2020 г. Гражданското строителство имаше по-голям положителен принос, докато този на сградното беше 0,4 %. В същото време динамиката на пазара на имоти и жилищни кредити се развиваше във възходяща посока в условия на утежнена пандемична обстановка.



1.5.4. Услуги

През 2021 г. добавената стойност в сектор услуги нарасна с 2,6 %. С най-голям принос за растежа бяха подсектори като *държавно управление; образование; здравеопазване и създаване и разпространение на информация*, а отраслите, засегнати от породената от COVID-19 криза, не се възстановиха до нивата си от 2019 г.

Добавената стойност в сектор *създаване и разпространение на информация* нарасна с 6,3 % и допринесе с 0,5 % за растежа на икономиката. Отраслите, свързани с *далекосъобщения и дейности в областта на информационните технологии*, имаха най-голямо влияние за положителната динамика в сектора.

Агрегираните отрасли *търговия, транспорт, хотелиерство и ресторантьорство* отчетоха спад на добавената стойност с 2,5 % и при тях не бе наблюдавано възстановяване. Тези резултати противоречат на положителното развитие на други индикатори като повишение на потреблението на домакинствата и най-вече това на услугите. Данните от краткосрочната статистика за продукцията и оборота в услугите също сочат положителна динамика през годината, която не би могла да обясни спада в БДС. По данни от Евростат бе отчетен растеж в продукцията в *ресторантьорството* от 25 % и възстановяване до 91 % от нивото от 2019 г. Регистриран бе също така и растеж от 55 % в *хотелиерството* и възстановяване до 77.7 % от нивото от 2019 г. Оборътът по съпоставими цени в *търговията на едро* и *търговията на дребно* също се повиши, съответно с 8,2 % и 12,2 %. При *транспорт и складиране* растежът на добавената стойност бе 5,3 %, като при *сухопътния транспорт* бе отчетено възстановяване до нивата от 2019 г., а *въздушният* бе на 48,8 % от предкризисното си ниво.



Фигура 10. Брутна добавена стойност по факторни разходи на нефинансовите предприятия в агрегиран сектор Услуги NACE 2008 SCL (2008 - 2019 г., хил. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления (2008 - 2019 г.)

1.5.5. Транспорт и складиране

Секторът на транспорта и складирането е един от най-динамичните сектори за МСП през периода 2014-2018 г. Генерираната в него добавена стойност се е увеличила с 69,3 %, а заетостта — с 16,2 %, което е доста над растежа, генериран от големите предприятия, който се е увеличил съответно с 36,1 % и 3,7 % през същия



период. В този икономически сектор през 2020-2021 г. това добавената стойност за МСП нарасна с 59,9 %, основно поради нарастващото търсене на куриерски услуги, предизвикано от електронната търговия. Други фактори, допринасящи за динамичния растеж на този сектор, включват нарастването на туризма, особено от западноевропейските посетители, както и нарастващото търсене на сухопътни, морски и въздушни товарни услуги, свързани с ролята на производствения сектор в международните вериги за доставки на автомобили.

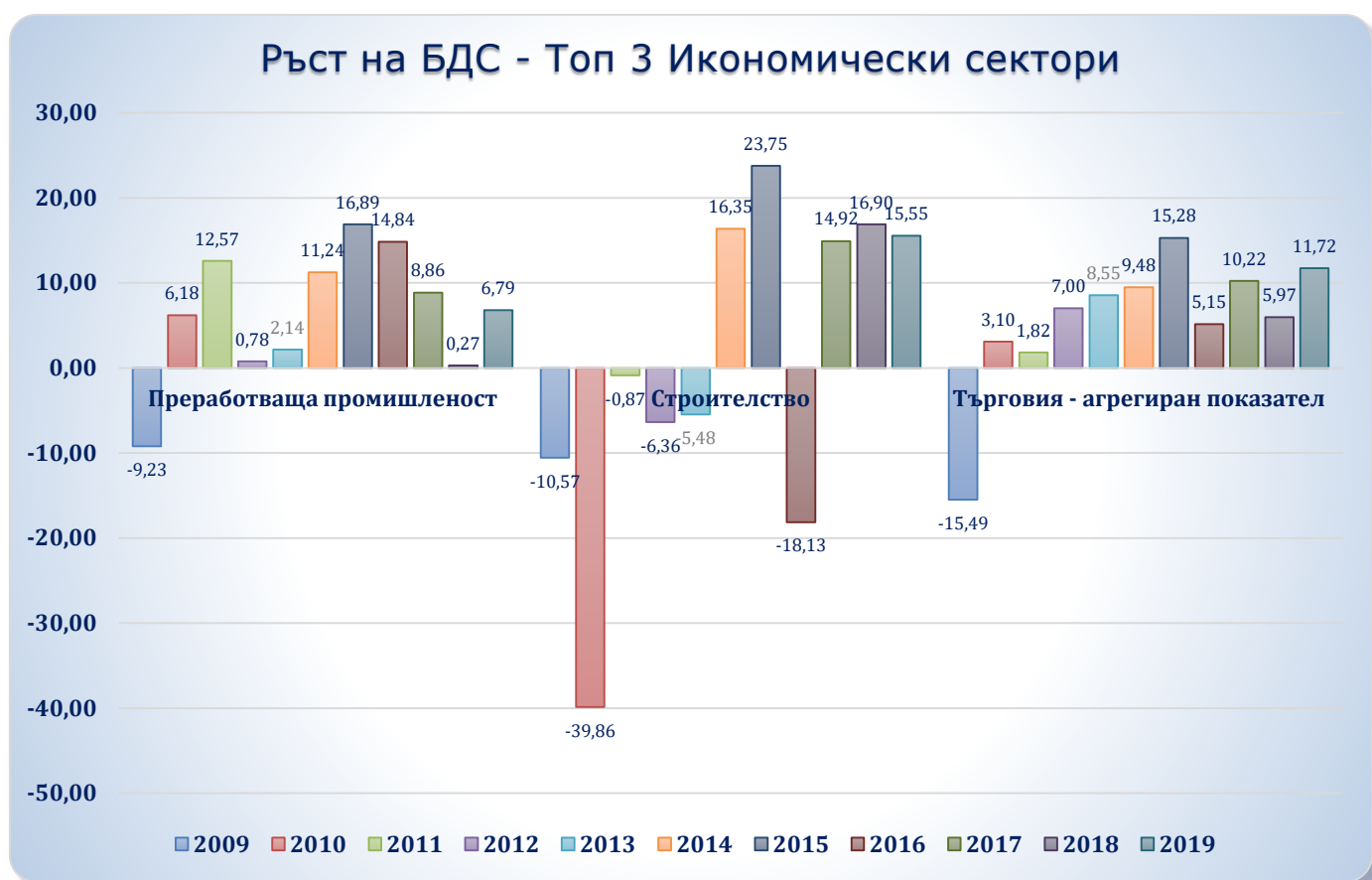
1.5.6. Подсектор – Туризм

Ограниченията при пътуване и рисковете от разпространение на COVID-19 продължиха да оказват отрицателно влияние върху туризма и през 2021 г. В резултат на въведената ваксинация, условията за пътуване в значителна степен бяха облекчени, но възстановяването на транспортните услуги, и най-вече на въздушния транспорт остана значително под предкризистните нива.

Броят на пренощуващите лица нарасна с 40,4 % спрямо 2020 г., като положителен принос затова имаха както българските туристи (31,8 %), така и посещенията на чужденци (61,0 %). За цялата 2021 г. пренощуващите лица в местата за настаняване бяха едва 69,0 % от нивото през 2019 г. При посещенията на български граждани се наблюдава по-бързо възстановяване, започнало още през 2020 г. Общо за 2021 г. броят на българските граждани в местата за настаняване е 91,1 % от нивото през 2019 г. Следва да се отбележи, че през юли и август посещенията на български граждани достигнаха 130,8 % и 122,5 % спрямо съответния месец на 2019 г. Същевременно, броят на чужденците, пренощували в местата за настаняване, достигна 46,5 % спрямо предкризистните нива, като пикът на посещенията бе през август 2021 г.



Фигура 11. Ръст на добавена стойност по факторни разходи в трите основни структуроопределящи икономически сектори (2009-2019 г., % спрямо предходната година)



Източник: НСИ, собствени изчисления

По отношение на географската структура се наблюдаваше растеж на чуждестранните посетители спрямо 2020 г., но единствено посетителите от Румъния успяха да надскочат нивата от 2019 г. с 8,5 %. Посетителите с цел туризъм от други наши традиционни дестинации като Германия (35,3 % спрямо 2019 г.), Р. Северна Македония (21,8 %), Турция (34,4 %), Украйна (46,4 %) и Руската Федерация (24,7 %) бяха съществено по-малко спрямо предкризистната 2019 г.

Приходите от нощувки се увеличиха с 66,0 % спрямо 2020 г., достигайки 70,4 % от приходите за 2019 г. Същевременно, приходите от български граждани надвишиха с 14,8 % нивото от предкризистната 2019 г.



По предварителни данни от началото на 2022 г. се очакваше, че през 2022 г. брутната добавена стойност на МСП в България ще продължи да нараства с около 10,7 % на годишна база спрямо предходната година, но руската агресия срещу Украйна повлия негативно върху тези оценки, макар в абсолютни стойности този показател да се покачва заради акумулираната инфлация през този период.

2. Дълготрайни материални активи (ДМА)

2.1. Методологични бележки

Дълготрайните материални активи на предприятията са един от основните фактори за производство на стоки и услуги. Разходите за придобиване на ДМА (инвестиционни разходи) са основен измерител на икономическата активност на съответната секторна екосистема.

Обемът и динамиката в инвестиционната дейност има пряко въздействие върху БДС, БВП, националния износ и икономическия растеж на националната или секторна икономика.

Инвестиционният профил се характеризира чрез разходи за придобиване на следните основни групи ДМА: сгради, производствено оборудване, транспортни средства, земя, други инвестиционни разходи (напр. за НИРД).

2.2. Дълготрайни материални активи и МСП

За периода 2010 - 2021 г. ДМА в нефинансовите предприятия нарастват средно с 4,7 % на година, като пиковата стойност е достигната през 2019 г. - 137,7 млрд. лв, което представлява номинално увеличение с 29,53 % спрямо началото на наблюдавания 10-годишния период.



Фигура 12. Разходи за ДМА на предприятията от нефинансовия сектор в България за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)



Източник: НСИ, Собствени изчисления

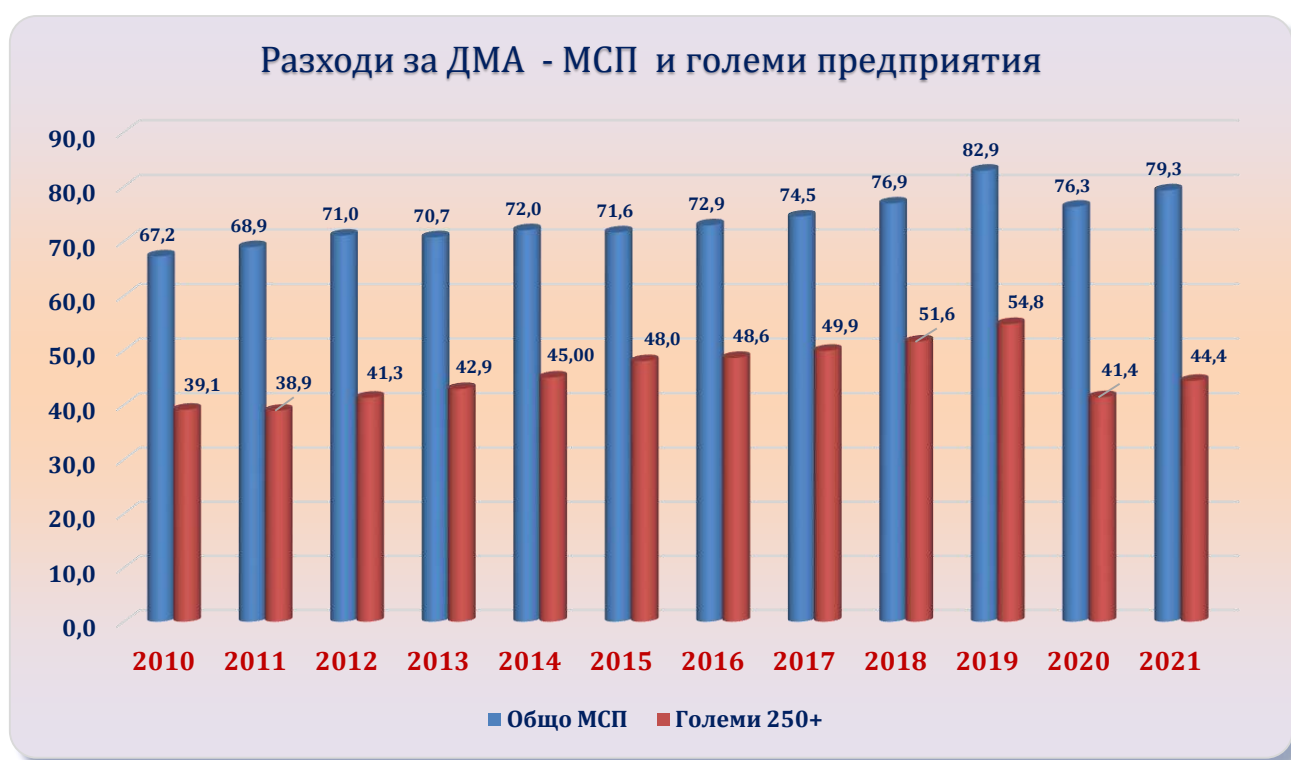
Фигура 13. ДМА на предприятията според броя на зетите в тях (млрд. лв., 2010-2021 г.) и относителен дял в общите ДМА (% спрямо предходната година, 2011-2021 г.)

Група МСП	зает и	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Микро	0-9	32,8	34,5	36,4	35,7	35,9	36,0	36,0	36,2	37,5	40,5	37,9	40,2
Микро, %			5,2	5,5	-1,9	0,6	0,3	0,0	0,6	3,6	8,0	-6,4	6,1
Малки	10-49	15,9	17,2	17,0	17,5	18,3	18,3	18,8	20,2	20,1	21,4	20,3	20,2
Малки, %			8,2	-1,2	2,9	4,6	0,0	2,7	7,4	-0,5	6,5	-5,1	-0,5
Средни	50-249	18,5	17,2	17,6	17,5	17,8	17,3	18,1	18,1	19,3	21,0	18,1	18,9
Средни, %			-7,0	2,3	-0,6	1,7	-2,8	4,6	0,0	6,6	8,8	-13,8	4,4
Общо МСП		67,2	68,9	71,0	70,7	72,0	71,6	72,9	74,5	76,9	82,9	76,3	79,3
Общо МСП, %			2,5	3,0	-0,4	1,8	-0,6	1,8	2,2	3,2	7,8	-8,0	3,9
Големи	250+					45,0							
Големи, %		39,1	38,9	41,3	42,9	0	48,0	48,6	49,9	51,6	54,8	41,4	44,4
			-0,5	6,2	3,9	4,9	6,7	1,3	2,7	3,4	6,2	-24,5	7,2
Общо		106,3	107,8	112,3	113,6	117,0	119,6	121,5	124,4	128,5	137,7	117,7	123,7
% МСП от Общо			3	8					4	5			
			64	63	62	62	60	60	60	60	60	65	64

Източник: НСИ, собствени изчисления

Прави впечатление, че средно за периода 64 % от ДМА са в сектора на МСП, 50 % от тях са съсредоточени основно в подгрупата на микропредприятията, а подгрупите на малките и средни предприятия си поделят останалите 50 % при приблизително еднакъв относителен дял в общата сума на ДМА, съотв. 4,1 % и 4,8 %. През 2021 г. ДМА в микропредприятията са нараснали с 22,56 % спрямо 2010 г., при малките предприятия този показател е в размер на 17,44 %, а средните предприятия запазват нивото си от 2010 г.

Фигура 14. Разходи за ДМА в сектора на МСП (общо) и големи предприятия (250+ заети) за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)

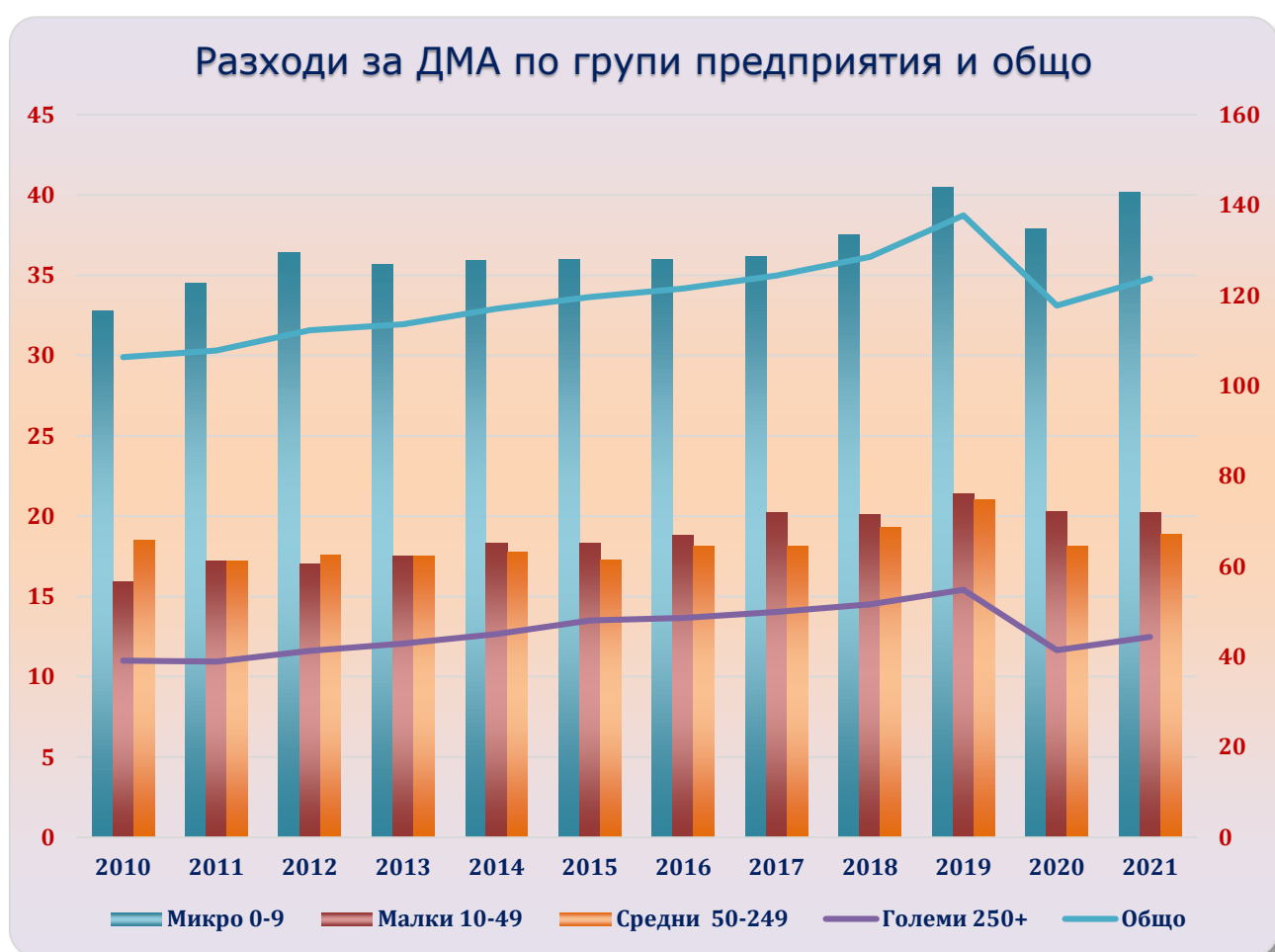


Източник: НСИ, собствени изчисления

През пандемичната 2020 г. се наблюдава очакван спад в общата сума на ДМА в нефинансовите предприятия с 14,52 % спрямо предходната година, като този показател се изравнява по стойност с нивото за 2014 г. Най-голям спад обяснимо се регистрира при големите предприятия (- 24,5 %), като при тях стойността на показателя се изравнява с тази от 2012 г. Спадът при МСП е само – 8,0 %, сравнимо със средните стойности на този показател за ЕС, като най-голям относителен спад е регистриран в

подгрупата на средните предприятия (- 13,8%), а намаляването в ръста при микро- и малките предприятия е съотв. (- 6,4% и - 5,1%).

Фигура 15. Разходи за ДМА на предприятията от нефинансовия сектор в България общо и по групи предприятия според броя на заетите в тях за периода 2010-2021 г. (млрд. лв.)

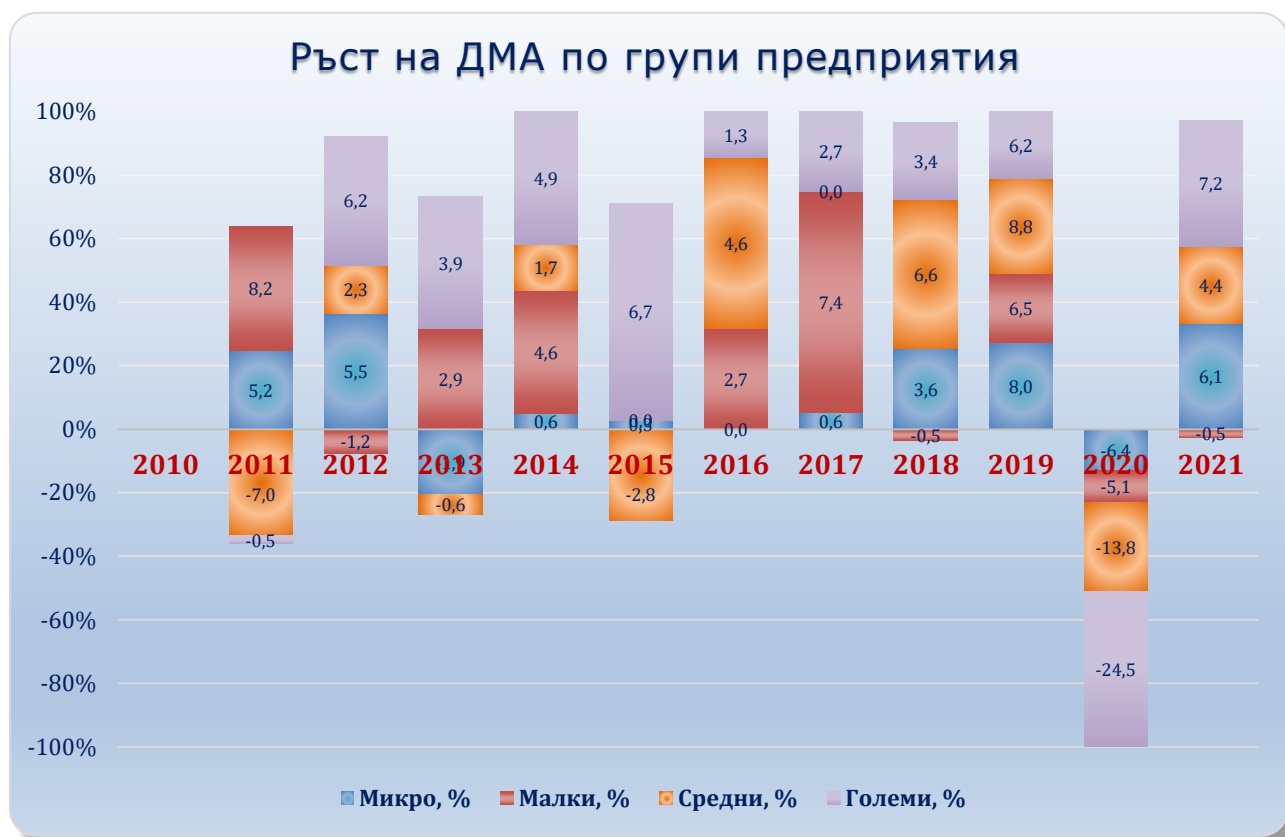


Източник: НСИ, собствени изчисления

През 2021 г. се наблюдава леко възстановяване на разходите за ДМА, като номиналната стойност на ДМА за МСП възлиза на 79,4 млрд. лв. и е с 3,93 % по-висока от тази за предходната година. Това се дължи основно на ръста в микро предприятията и средните предприятия – съответно 6,1 % и 4,4 % в сравнение с 2020 г. Малките предприятия продължават да отбелязват спад от 0,5 процентни пункта, като техните ДМА са спаднали до нивото от 2017 г. - 20,2 млрд. лв. Относително най-висок ръст

на възстановяване бележат големите предприятия 7,2%, но въпреки това те успяват да достигнат едва нивото на ДМА през 2017 г., като изоставането спрямо предпандемичната 2019 г. е почти 10 %.

Фигура 16. *Ръст на разходите за ДМА в предприятията от нефинансовия сектор в България по групи предприятия според броя на заетите в тях за периода 2011-2021 г. (% спрямо предходната година)*



Източник: НСИ, собствени изчисления

2.3. Дълготрайни материални активи по икономически сектори и МСП

Отрасловата структура на стойността на ДМА отразява важни особености в дейността на отделните отраслови сектори.

Фигура 17. ДМА на предприятията от нефинансовия сектор по икономически дейности НКИД 2008 (млрд. лв., 2010-2021 г.)

НКИД 2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Селско, горско и рибно стопанство	3,69	4,66	5,32	5,05	6,50	7,34	7,55	8,05	8,67	11,41	8,89	9,28
Добивна промишленост	1,99	2,04	2,37	2,19	2,42	2,43	2,55	2,34	2,47	2,52	2,43	1,75
Преработваща промишленост	21,50	20,03	20,79	16,21	23,66	24,34	25,10	26,42	27,52	28,82	18,06	18,99
Производство и разпределение на ел. и топлинна енергия	17,05	18,11	21,82	20,69	21,22	22,16	22,39	22,09	21,81	21,56	16,01	16,45
НКИД 2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доставяне на води и управление на отпадъци	1,15	1,18	1,14	0,85	1,16	1,18	0,81	0,79	0,91	0,96	0,91	0,92
Строителство	7,36	6,49	6,18	4,77	6,09	5,07	4,95	5,07	5,94	5,97	5,77	6,31
Търговия (агрегиран сектор)	12,85	12,50	12,52	9,41	12,88	12,79	13,11	13,47	14,22	15,12	13,62	14,61
Транспорт и складиране	9,18	9,38	9,74	8,25	10,97	11,61	12,18	12,15	12,66	13,64	15,94	17,95
Хотелиерство и ресторантьорство	5,45	5,64	5,78	3,77	5,87	6,04	6,01	6,07	6,43	7,00	6,57	6,64
Създаване и разпространение на информация	3,50	3,39	3,24	2,83	3,02	3,21	3,23	3,26	3,27	4,21	3,24	3,23
Операции с недвижими имоти	16,70	17,44	16,44	16,51	16,33	15,91	15,85	16,17	16,13	17,21	17,15	18,07
Професионални дейности и НИРД	2,21	2,09	2,17	1,84	1,95	1,94	2,00	2,00	2,11	2,40	2,18	2,40
Административни дейности	1,38	1,57	1,54	1,41	1,72	1,92	2,03	2,45	2,52	2,75	2,64	2,66

Образование	0,08 6	0,08 3	0,08 5	0,06 6	0,07 3	0,10	0,09	0,10	0,13	0,11	0,11	0,11
Хуманно здравеопазване	1,10	1,13	1,18	0,99	1,33	1,42	1,66	1,65	1,66	1,77	1,90	2,03
Култура, спорт и развлечения	0,85	0,91	0,37	0,41	0,36	1,01	1,05	1,15	1,12	1,12	0,95	1,16
Други дейности	0,27	0,31	0,29	0,26	0,28	0,31	0,26	0,24	0,26	0,25	0,25	0,31

Източник: НСИ, собствени изчисления

*Забележка: За сектор Образование и Операции с недвижими имоти статистическите данни са със степен на конфиденциалност.

Макар статистическите данни за сектора на Недвижимите имоти да са със степен на конфиденциалност или да липсват напълно, можем с голяма достоверност да предположим, че в този икономически сектор традиционно са съсредоточени почти 100 % от ДМА в екосистемата на МСП.

Фигура 18. Относителен дял на ДМА за МСП по икономически дейности НКИД 2008 (% спрямо предходната година, 2021 г.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

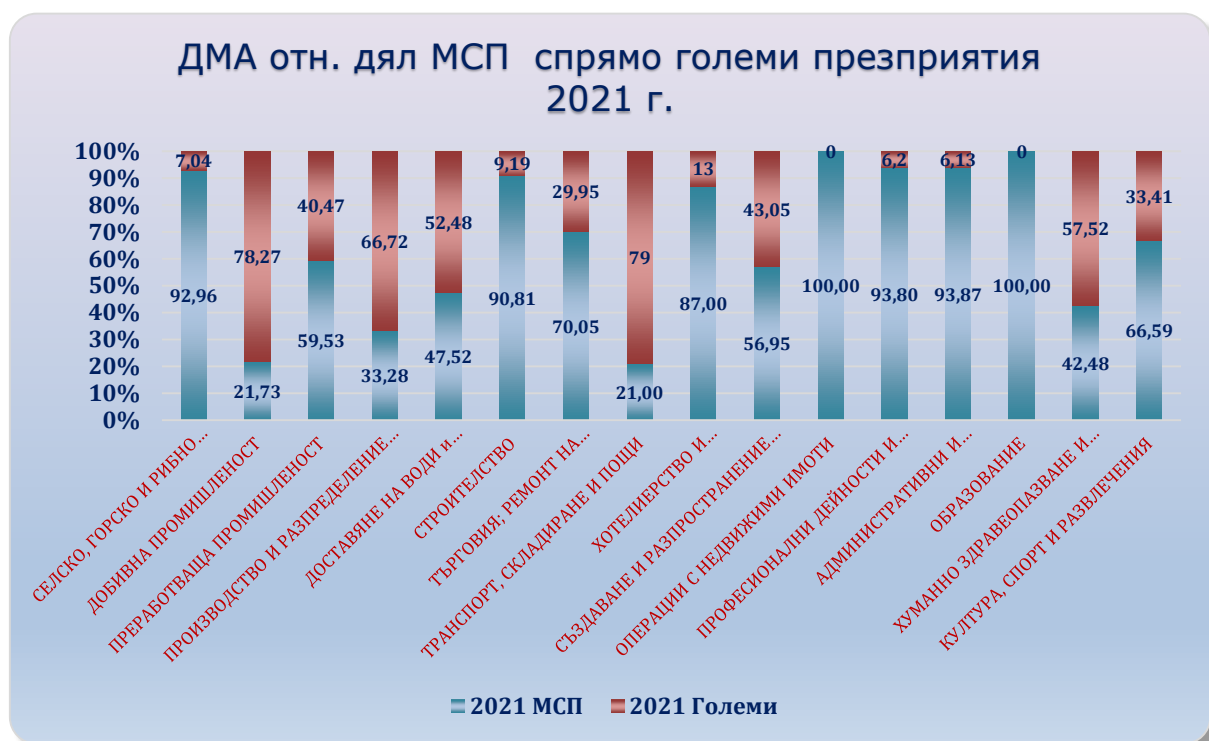
*Забележка: За сектор Образование, Операции с недвижими имоти и Други дейности статистическите данни за големите предприятия (250+ заети) са със степен на конфиденциалност.

Прави впечатление, че в следните икономически сектори ДМА са съсредоточени основно в екосистемата на МСП - по данни за 2019 г., когато разходите за придобиване на ДМА бележат връх в 10-годишния период на отчитане:

- Селско, горско и рибно стопанство – **94,46 %**
- Професионални дейности и НИРД – **93,27 %**
- Административни и спомагателни дейности – **93,07 %**
- Строителство и ремонтни дейности – **88,26 %**
- Хотелиерство и ресторантьорство – **85,08 %**
- Търговия (агрегиран показател) – **70,11 %**

В тези секторни на икономически дейности, осъществяването на които не изисква наличието на големи по стойност ДМА, дялът на МСП е относително висок > 50 %.

Фигура 19. Относителен дял на ДМА в МСП спрямо големи предприятия по икономически дейности НКИД 2008 (2021 г., %)



Източник: НСИ, Собствени изчисления

*Забележка: За сектор Образование и Операции с недвижими имоти статистическите данни за големите предприятия (250+ заети) са със степен на конфиденциалност.



В следните инвестиционно интензивни икономически сектори делът на МСП в общата структура на разходите за ДМА е под 50 % в сравнение с големите предприятия (по данни за 2019 г.)

- Преработваща промишленост	- 42,34 %
- Създаване и разпространение на информация	- 40,26 %
- Добивна промишленост	- 38,88 %
- Производство на ел. енергия	- 31,94 %
- Транспорт и складиране	- 25,89 %

През следващата пандемична 2020 г. очаквано най-голям спад на МСП в разходите за придобиване на ДМА както в абсолютна стойност, така и спрямо големите предприятия (на база предходната 2019 година) отбелязват секторите:

- Добивна промишленост	(- 22,38 %)
- Транспорт и складиране	(- 4,89 %)
- Селско, горско и рибно стопанство	(- 2,41 %)

В икономическите сектори „Строителство“, „Търговия“, „Професионални дейности и НИРД“, както „Административни и спомагателни дейности“ МСП успяват да запазят предкризисните нива на инвестиции.

През 2020 г. се наблюдава интересна динамика в секторите „Преработваща промишленост“, „Създаване и разпространение на информация“ и „Хотелиерство и ресторантьорство“, в които инвестиционните разходи за ДМА на МСП нарастват съответно (+ 20,32 %, +12,91 % и + 3,05 %).

Сравнителните статистически данни за МСП и големите предприятия ясно показват, че по-голямата част от спада в абсолютната стойност и ръста на разходите за ДМА през 2020 г. се регистрира в екосистемата на големите предприятия,

През 2021 г. МСП успяват в по-голяма степен да възстановят предкризисните нива на инвестиционни разходи за ДМА във всички доминирани от тях икономически сектори. Нарастващата инфлация през втората половина на 2021 г. се явява допълнителен ретардационен фактор за истинското възстановяване на инвестиционния климат на МСП и националната икономика като цяло в страната.

Прогнозните данни за 2022 г. показват, че тази негативна тенденция ще придобива все по-голяма тежест при вземането на инвестиционни решения както в МСП, така и в големите предприятия в страната през следващия годишен период.



2.4. Дълготрайни материални активи по статистически региони и МСП

Структурата на ДМА по статистически региони е сходна с тази на генерираната БДС и ясно показва, че МСП са основният фактор за придобиването на дълготрайни материални активи във всички региони на страната.

В края на периода 2010-2021 г. МСП в Югозападния регион са имали най-голям дял от всички инвестиции (51,6 %), следвани от Южен централен регион (49,5 %). Положението в северната част на България обаче е различно — Северозападният регион е с най-ниско равнище на инвестиции на МСП, следван от Северния централен район.

В сравнение с предходната година през 2019 г. инвестициите на МСП в северните региони в областта на ДМА са нараснали по-бързо в сравнение с тези в южните региони, именно благодарение на по-ниската изходна база.

През последните 3 години големите предприятия в Южен централен регион бележат най-висок ръст на инвестициите в ДМА от 10 %.

През периода 2010-2021 г. като цяло се наблюдава значително увеличение на инвестициите в ДМА за почти всички предприятия, с единственото изключение Североизточния регион.

Фигура 20. *Размер, структура и растеж на ДМА по статистически региони в страната, (млрд. лв., 2017-2018 г.)*

СТАТИСТИЧЕСКИ РАЙОНИ	ДМА, млн. лв.			Структура, %		
	МСП	ГП	Общо	МСП	ГП	Общо
Район СЕВЕРОЗАПАДЕН	4,81	3,50	8,31	6,20	6,80	6,50
Район СЕВЕРЕН ЦЕНТРАЛЕН	6,16	1,58	7,74	8,00	3,10	6,00
Район СЕВЕРОИЗТОЧЕН	10,76	3,77	14,53	14,00	7,30	11,30
Район ЮГОИЗТГОЧЕН	12,15	7,95	20,1	15,80	15,40	15,60
Район ЮГОЗАПАДЕН	32,04	29,85	61,89	41,60	57,80	48,10
Район ЮЖЕН ЦЕНТРАЛЕН	11,14	4,95	16,09	14,50	9,60	12,50
ОБЩО	77,06	51,60	128,66	100 %	100 %	100 %

Източник: PWC, Технически доклад / Анализ на МСП в България и предварителни препоръки за насоките на действие на новата стратегия 2021-2027



II. Икономически показатели за резултатите от външнотърговската дейност на МСП

1. Методологични бележки

Външната търговия със стоки обхваща търговията със страните-членки на ЕС (Интрастат) и с трети страни (Екстрастат).

Вносът включва всички стоки и услуги, които влизат на статистическата територия на Република България от други страни (CIF цени) и са предназначени за потребление в страната (с изключение на стоките под режим митническо складиране без преработка).

Износът включва всички стоки и услуги, които напускат статистическата територия на Република България (FOB цени) и са предназначени за нормален експорт за друга страна (с изключение на стоките предмет на реекспорт). Статистиката на външната търговия не отчита транзитното преминаване на стоки през територията на Република България. Търговският баланс представлява разликата между стойността на нетния износ и нетния внос на територията на държавата. Положителното салдо по търговския баланс се нарича още „излишък“, а отрицателното „дефицит“.

Индексът на цените на износа и вноса е важен измерител за условията, при които се осъществява външната търговия на страната, както и факторите, които оказват влияние за нейното развитие. Измерването на тези агрегирани показатели позволява да се направи сравнителен анализ на измененията в търговските условия за различен период от време по отношение на избрана базисна година.

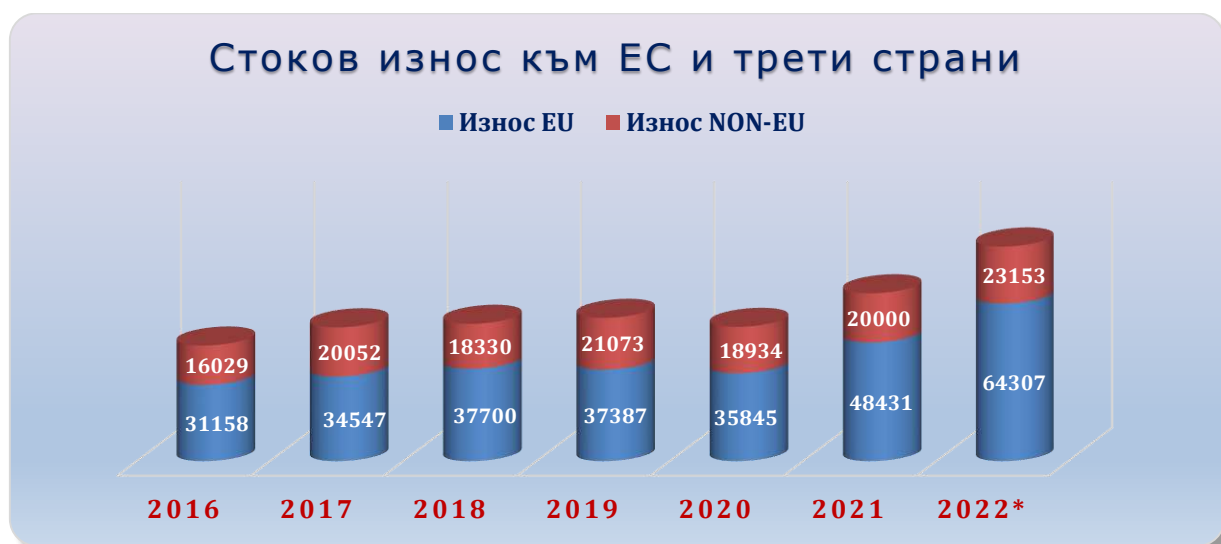
2. Външнотърговски стокообмен

2.1. Стоков износ за страни-членки на ЕС и трети страни

Износът на стоки е един от важните компоненти в ръста на БВП на страната. Динамиката на външната търговия през последното десетилетие показва значително увеличение на обема на износа. За периода 2007-2019 износът на страната нараства с 45,20 % в реално изражение, като повишава дела си в БВП от 52,4 % през 2007 г. до 56,6 % през 2019 г. Нарастването на тези показатели е индикация за подобрена конкурентоспособност на българските предприятия на международните пазари и положително икономическо развитие.

През този период България успява да увеличи дела си както във вътрешно-общностната търговия (съотв. от 0,34 % до 0,53 %), така и в световната търговия (съотв. от 0,14 % до 0,17 %). Тази тенденция е в съответствие с динамиката на показателя в сходни икономики от Източна Европа. Все пак заслужава да се отбележи, че България изостава значително от Румъния, която съумява да увеличи чувствително своето присъствие в международната търговия през разглеждания период.

Фигура 21. Стоков износ на България към страни-членки от ЕС и трети страни (2016-2022* г., млн. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Въпреки непрекъснатото нарастване в абсолютно изражение на износа на българските предприятия през последното десетилетие, наблюдаваният абсолютен растеж следва тенденция на забавяне на темпа на нарастване през този период. През 2018 г. относителното намаляване на темпа на растеж при износа за трети страни достига до (-8,59 %), а в предпандемичната 2019 г. забавянето в ръста на износа за страните от ЕС е (-0,83 %) по текущи цени спрямо предходната година.



Фигура 22. Относително изменение в износа на стоки за страни-членки на ЕС и трети страни на база предходната година (2016-2022* г., %)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

За периода на последното десетилетие се наблюдава увеличение на износа в абсолютна стойност, като през 2019 г. той достига своето най-високо равнище – 58,46 млрд. лв.

Вследствие на изключителните предизвикателства, които пандемията от КОВИД-19 постави пред външната ни търговия през 2020 г., свързани основно с локдаун на цели сектори от реалната икономика, затруднена доставка на суровини и намалено общо търсене, беше регистрирано намаляване на общия износ с 3,69 млрд лв. или (-6,31 %) на база предходната година. Този спад беше основно за сметка на износа към трети страни (- 2,14 млрд. лв), докато износьт към страните от ЕС намаля с 1,55 млрд. лв, което не беше отчетено като драматична загуба на пазари в рамките на ЕС.

Очаквано през следпандемичната 2021 г. износьт успя да навакса изгубените позиции, като стойността на изнесените стоки е с 13,65 млрд. лв., което представлява ръст от почти 25 % на база предходната година. Стойността на износа през 2021 г. надминава нивото за 2019 г. с почти 10 млрд. лв. и бележи ръст от 17,04 %. Надвишаването на предпандемичните нива отново е благодарение на засиления износ към страни от ЕС (+ 12,58 млрд. лв / + 35,11 %).



През първите 10 месеца от 2022 г. общият износ се увеличи с нови 19,03 млрд. лв (+ 27,80 % спрямо 2021 г.) и достигна ниво от 87,46 млрд. лв. Ръстът се дължи очаквано на нарастването в износа към страни от ЕС (+ 32,78 % или + 15,876 млрд. лв.), спрямо ръст от 15,76 % / 3,15 млрд. лв при износа към трети страни. Възходящата динамика на реалния износ се дължи основно на благоприятните условия на възстановяващата се следпандемична световна икономика, подобро външно търсене, както и на благоприятната стокова експозиция на експортната ни палета (въпреки негативните ефекти от военния конфликт в Украйна).

През първото полугодие на 2022 г. обаче бе отчетено относително забавяне в ръста на износа заради изострящите се проблеми във веригите на доставки и по-умерената икономическа активност в Западна Европа, където се намират нашите основни износни партньори.

2.2. Износ на стоки по основни търговски партньори – ЕС и трети страни

Географската структура на българската външна търговия по износ показва изразена европейска насоченост, което е обяснимо в контекста на нашата европейска политическа и икономическа интеграция.

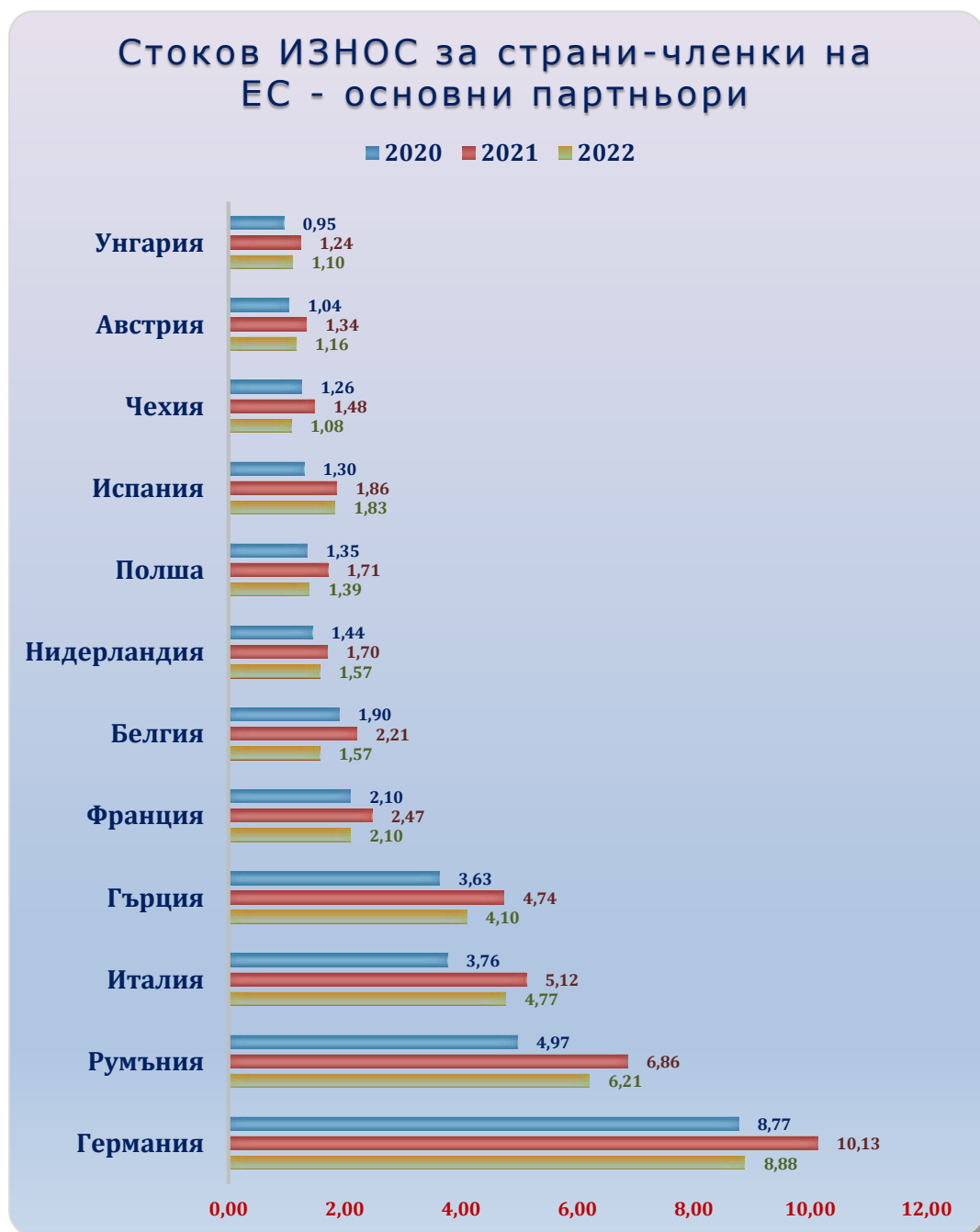
През 2016 г. износът за държавите-членки на ЕС представлява 66,03 % от общия износ на страната, докато предварителните данни за първите 8 месеца на 2022 г. сочат, че този дял вече е почти 75 %.

Традиционно през последните повече от 10 години най-големите вносители на български стоки в ЕС са Германия, Румъния, Италия Гърция и Франция.

През 2021 г. износът за Германия представлява 20,92 % от износа на България за ЕС, или 14,80 % от общия износ на България.

Очаквано в Топ 5 на нашите партньори по износ в ЕС присъстват съседните на България страни Румъния (2-ро място) и Гърция (4-то място). Износът за тези две балкански страни-членки на ЕС представлява 23,95 % от общия износ на България за ЕС през 2021 г.

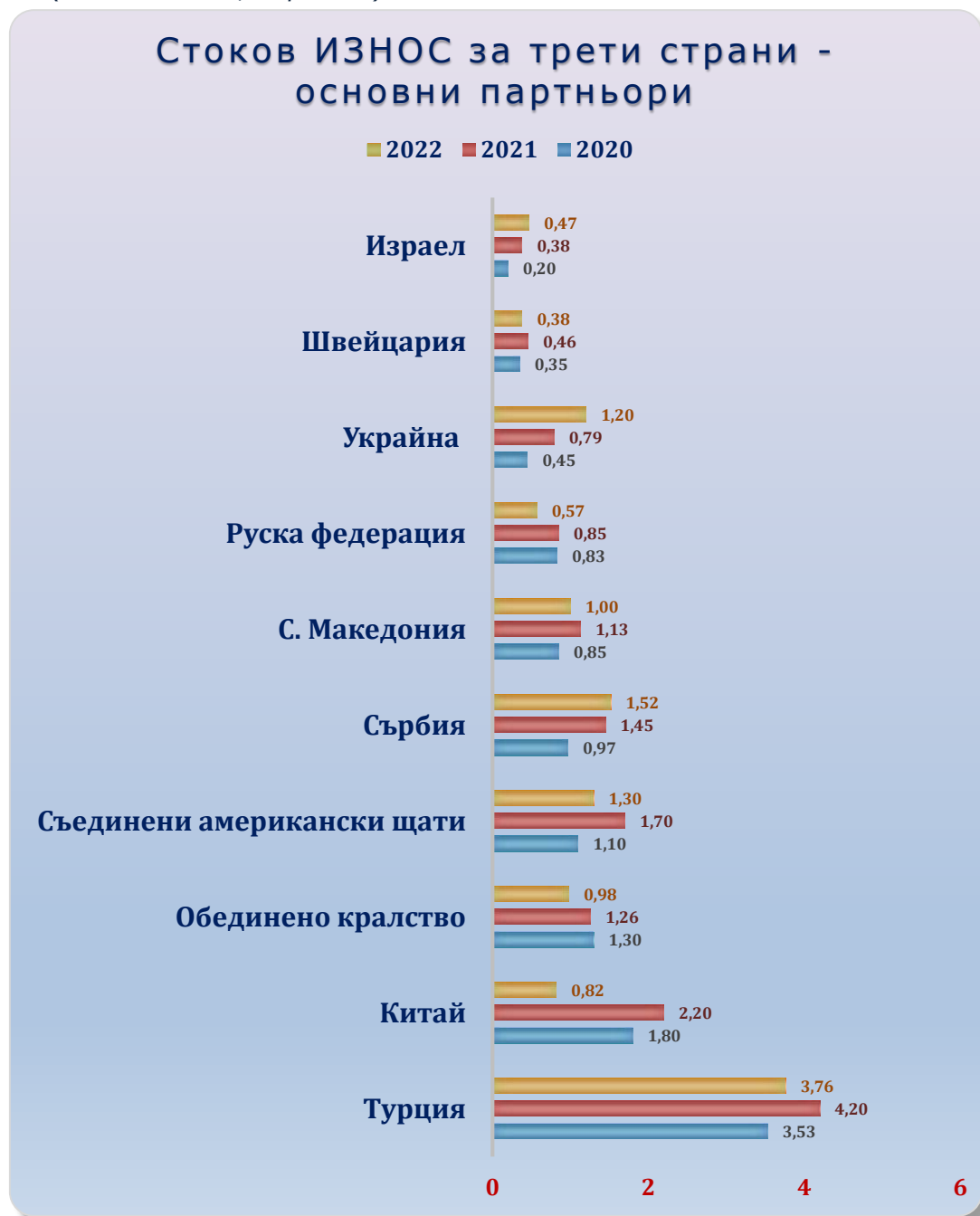
Фигура 23. Основни търговски партньори в износа на стоки от България към страни-членки на ЕС (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Фигура 24. Основни търговски партньори в износа на стоки от България към трети страни (2020-2022* г, млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.



Най-големият вносител на български стоки от страните извън ЕС (трети страни) традиционно от доста години е Турция. През 2021 г. нейният дял в българския износ за трети страни е 21,01 % или 6,14 % от общия износ на страната. Тенденцията на развитие в партньорските отношения между нашите две страни е възходяща и очакванията са до края на 2022 г. обемът на износа за Турция да достигне 1/4 от общия стоков износ на страната за трети страни.

Вторият по големина и важност партньор по износ на България извън ЕС е Китай. Пазарът там е растящ, като през 2021 г. делът на Китай в износа на България за трети страни е 11,00 %, респ. 3,22 % от общия износ на страната.

Традиционно в Топ 5 на нашите партньори по износ за страните извън ЕС присъстват съседните на България страни Сърбия и Северна Македония. Износът за тези две балкански страни за 2021 г. представлява 12,90 % от износ на България за трети страни и 3,776 % от общия износ на страната. Добрите съседски отношения благоприятстват развитието на икономическите връзки с тези две страни, като тенденцията е към увеличаване на износа за тях през следващите 2-3 години.

2.3. Износ на стоки по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) – ЕС и трети страни

През периода на последното десетилетие структурата на националния износ по продуктови сектори към страните от ЕС показва нарастващ положителен принос на машините и транспортното оборудване, които през 2019 г. обхванаха 22,6 % от общия износ. Увеличението на дела на тази стокова група е било с 5.7 процентни пункта, а общият темп на растеж на съответния износ е бил 228,1 %.

Друга ключова продуктова група в структурата на износа са промишлените стоки, класифицирани главно по материали, които представляват 23,2 % от общия износ. Увеличението на техния дял за целия период е било незначително (с 0.2 процентни пункта), въпреки че износът на тези промишлени стоки е отбелязал ръст от 147,2 %. Всички останали стоки се характеризират с положителна динамика на износа, с изключение на напитките и тютюна. Паралелно с регистрирания ръст на износа през 10-годишния ретроспективен период се наблюдава и нарастваща диверсификация на изнасяните стоки, които по правило формират 2/3 от общия износ на страната. И през пандемичната 2020 г. в стоковата структура на износа към страните от ЕС продължава доминацията на машините, оборудването и превозните средства (24,80 % от общия стоков износ), артикули според вида на материала (22,46 %) и разнообразни готови продукти (15,54 %).

Макар абсолютната стойност на тези сектори от износа на страната да намалява през 2020 г. поради глобалните и регионални затруднения, предизвикани от световната пандемия, техният относителен дял в структурата на общия износ все пак остава по-висок в сравнение със стойностите на този показател през следващата година 2021 на следпандемично възстановяване, респ. 24,14 %, 21,76 % и 13,13 %, когато абсолютната стойност на износа в тези сектори номинално нараства.

Фигура 25. Износ на стоки от България за страните от ЕС по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Фигура 26. Износ на стоки от България за страните от ЕС – дялово разпределение по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв. / %)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

През 6-месечие на 2022 г. се наблюдава минимално увеличаване на относителен ръст на износа към страни от ЕС спрямо същия период през 2021 г, като очакванията са в края на годината този показател да покаже осезаемо нарастване на база предходната година. Възходящата динамика на реалния износ продължава през

2022 г. да се дължи най-вече на продължаващия растеж на външното търсене на български стоки (въпреки негативните ефекти от военния конфликт в Украйна), и в по-малка степен на благоприятната стокова композиция на изнасяните продукти.

Фигура 27. Износ на стоки от България към трети страни по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.



Динамиката на процесите и нейните основни движещи сили при износа към трети страни са същите както при износа към страни от ЕС. През 2020 г. износът към трети страни регистрира драматичен спад от общо 25,11 % спрямо предходната година. Намаление в износната експозиция на българските пазари зад граница е за сметка на основни сектори в промишлеността - преработваща, машиностроителна и химическа промишленост. Възстановяването през 2021 (15,78 %) и 2022 г. (31,55 %) на база кризисната 2020 г. обхвана износа към трети страни на всички основни групи стоки, като с най-голям положителен принос за периода е секторът на минералните продукти и горивата.

Фигура 28. Износ на стоки от България към трети страни – дялово разпределение по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв., %)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.



Според данни на БНБ за динамиката на износа през първата половина на 2022 г. положително са допринесли както реалните обеми, така и ценовите компоненти. При стоковата група на минералните продукти и горивата нарастването на ценовия компонент бе по-силно изразено спрямо това на реалните обеми, което вероятно се дължи на същественото повишение на годишна база на цените на тези суровини в евро на международните пазари през разглеждания период.

Като цяло външната позиция на България по износ остава стабилна през 2022 г. Въпреки по-ниския относителен ръст на износа на стоки спрямо вноса, износът остава конкурентоспособен, с нарастващи търговските дялове на страната в световната и европейската търговия.

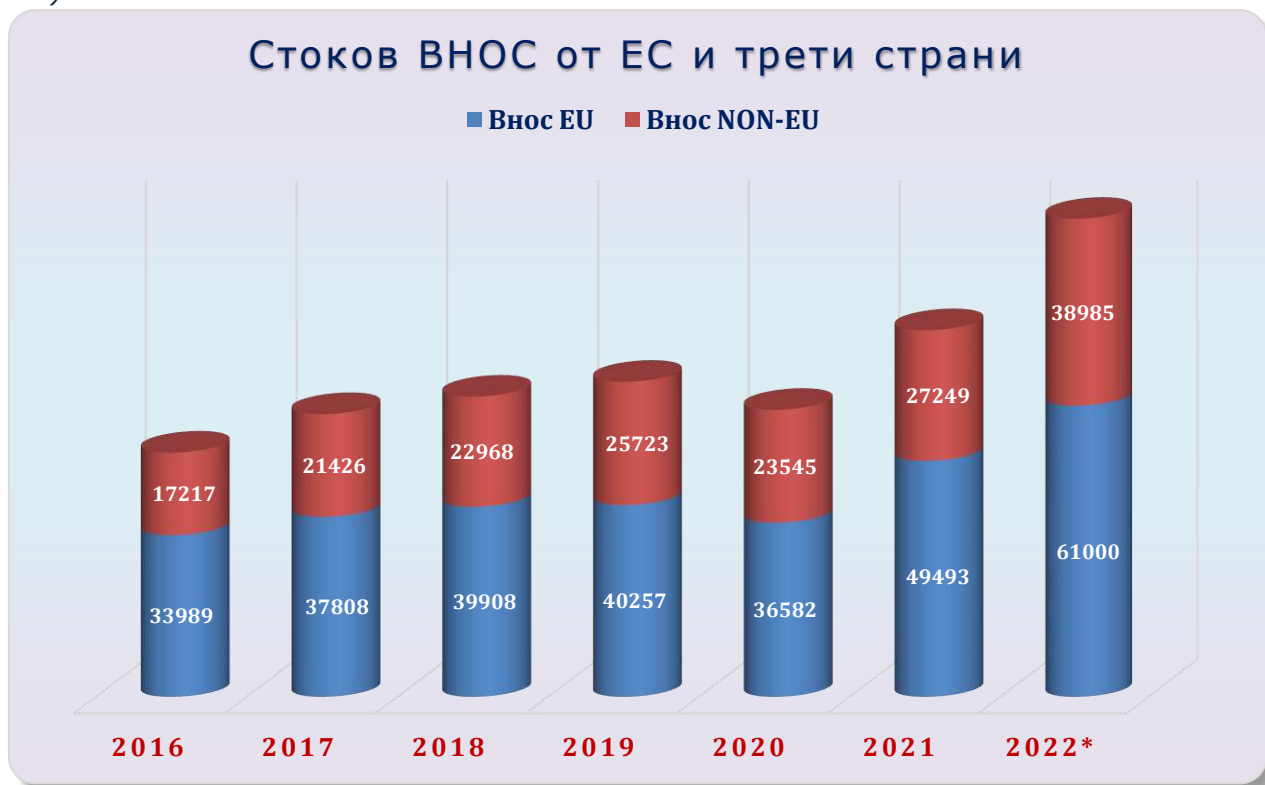
2.4. Внос на стоки от страни-членки на ЕС и трети страни

От началото на 7-годишния период до началото на пандемията от КОВИД-19 през 2020 г. вносът на стоки бележи постоянно увеличение. Предпандемичният пик е реализиран през 2019 г., когато стойността на общия внос достига 65,98 млрд. лв., при ръст 28,87 % спрямо 2016 г. Това нарастване се дължи основно на ръста във вноса от трети страни (49,40 %), докато растежът във вноса на стоки от страни на ЕС за същия период е 18,44%.

Затрудненията в международната търговия през 2020 г. се отразяват и на вноса, като спадът достига (- 8,87 %) спрямо предходната година. Това означава, че спадът във вноса значително превъзхожда този в износа (- 6,31 %) за същия период и е основно за сметка на вноса от страни от ЕС (- 9,12 %).



Фигура 29. Стоков внос от страни-членки на ЕС и трети страни (2016-2022* г., млн. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

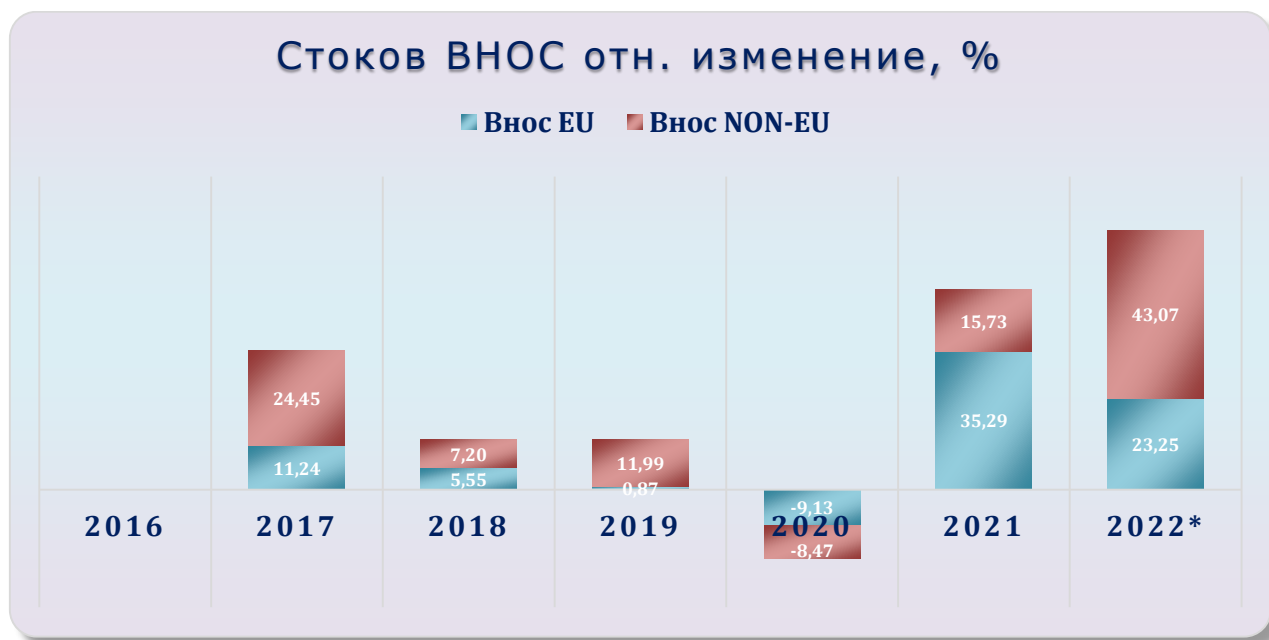
Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

През 2021, годината на следпандемично възстановяване на икономиката, общият стоков внос отбеляза значителен ръст от 27,63 % спрямо предходната година, основно за сметка на вноса от страни от ЕС (35,29 %) и в по-малка степен заради вноса от трети страни (15,73 %). По този начин вносът възстанови и надвиши значително предкризисните си нива.

Основният двигател за отбелязаното увеличение беше отложеното потребление след активната фаза на пандемията от КОВИД-19 през 2020 г., което доведе до по-високо вътрешно търсене през 2021 г. Причина за повишената номинална стойност на вноса беше започналото поскъпване на енергийните ресурси в международен мащаб. Този процес бележи началната фаза на инфлационното развитие, което се превърна в определящ фактор за последващото развитие на националните и световната икономики.



Фигура 30. Относително изменение във вноса на стоки от страни-членки на ЕС и трети страни на база предходната година (2016-2022* г., %)



Източник: НСИ, Собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Увеличението на стоковия внос в абсолютни стойности продължи с нарастващи темпове и през следващата година. По предварителни данни за първите 8 месеца от 2022 г. общата стойност на вноса достига 99,985 млрд. лв., което представлява увеличение от 30,29 % спрямо предходната година. За разлика от тогава, основен принос в този значителен ръст има номиналното увеличение на вноса от трети страни (43,07 %), докато ръстът на вноса от ЕС достига ниво от 23,25 % спрямо предходната година. Причина за продължаващото повишаване на общия стоков внос с по-високи темпове се явява нарастването на вътрешното търсене и нуждата от суровини за експортно-ориентираните отрасли.

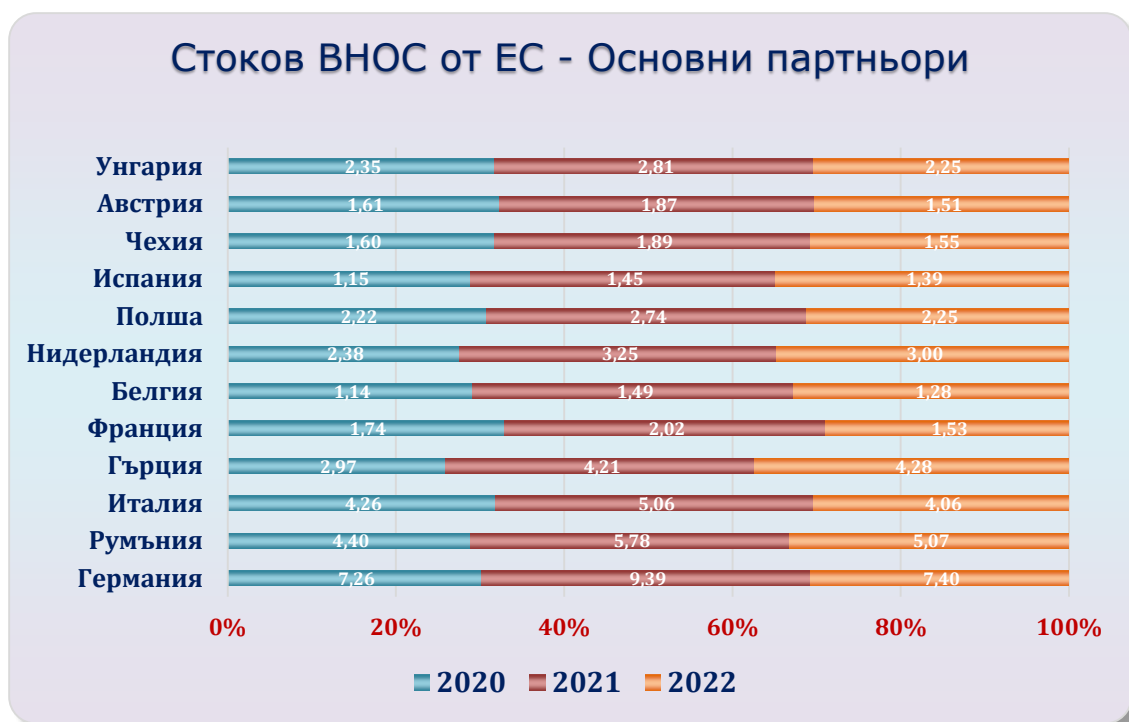
Тук следва да се отчете ролята на продължаващите инфлационни процеси в стойностното нарастване на общия стоков внос по текущи цени. Влиянието на инфлационната компонента в увеличаването на общата стойност на вноса е особено видимо през второто тримесечие на 2022 г., т.е. след началото на конфликта в



Украйна, като очакването е тези процеси да оказват все по-осезаемо влияние върху развитието на външната ни търговия и през следващите статистически периоди.

2.5. Внос на стоки по основни търговски партньори – ЕС и трети страни

Фигура 31. Основни търговски партньори по внос на стоки от страни-членки на ЕС (2020-2022* г, млрд. лв. / %)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Географската структура на българската външна търговия по внос традиционно се характеризира с изразена европейска насоченост. В периода след присъединяването ни към ЕС през 2007 г. средно над половината от общия ни стоков внос се реализира от страни от ЕС. През 2019 г. вносът от държави-членки на ЕС представлява 61,01 % от общия стоков внос на страната, а през 2021 г. стойността на този показател нараства до 64,49%. Географската структура на вноса от ЕС е идентична с тази на износа за ЕС - традиционно през последните повече от 10 години най-големите страни-износители от ЕС на стоки за България са Германия, Румъния, Италия Гърция, Нидерландия, Унгария и Полша. През 2021 г. вносът от Германия представлява 18,97 % от общия внос на България от ЕС, или 12,24 % от общия стоков

внос на България. Очаквано в Топ 5 на нашите партньори по износ в ЕС присъстват съседните на България страни Румъния (2-ро място) и Гърция (4-то място). Вносът от тези две балкански страни-членки на ЕС представлява общо 20,19 % от общия внос на България от ЕС за 2021 г.

Фигура 32. Основни търговски партньори по внос на стоки от трети страни (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.



Един от най-големите и важни партньори на България по внос от страните извън ЕС (трети страни) продължава да е Турция. През 2021 г. нейният дял във вноса от трети страни е 22,06 % или 7,83 % от общия стоков внос на страната. През първите 8 месеца на 2022 г. тенденцията в развитието на тези показатели продължава да бъде възходяща, като се очаква вносът от Турция да достигне $\frac{1}{4}$ от общия стоков внос от трети страни.

Следващият по големина и важност партньор по внос на България извън ЕС е Китай. Пазарът там е растящ, като през 2021 г. делът на китайските стоки във вноса на България от трети страни е 15,23 %, респ. 5,41 % от общия стоков внос на страната.

2.6. Внос на стоки по сектори на Стандартната външотърговска класификация (SITC, рев. 4) – от ЕС и трети страни

През 2020 г. спадът във вътрешното търсене и ограничаването на потреблението доведе до намаление във вноса на всички стокови групи от страни-членки на ЕС, като отделните групи са засегнати в различна степен според видовете стоки и тяхното предназначение.

Традиционно най-голямата група в структурата на вноса от страни-членки на ЕС са машините и транспортното оборудване, които през 2021 г. представляват 42,34 % от вноса от ЕС и 23,48 % от общия внос. Втората по големина група са промишлените стоки, класифицирани по материали (съотв. 18,84 % и 10,44 %), следвана от групата на готовите продукти на преработващата промишленост (съотв. 11,45 % и 6,35 %), както и групата на химическите и свързаните с тях продукти (съотв. 24,17 % и 13,40 %).

Динамиката през първото и второто тримесечие на 2022 г. е сходна с тази при износа – значително нарастване и принос на всички основни групи продукти по внос от страни-членки от ЕС.

Фигура 33. Внос на стоки в България от страни-членки на ЕС по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.



Фигура 34. Внос на стоки в България от трети страни по сектори на Стандартната външнотърговска класификация (SITC, рев. 4) (2020-2022* г., млрд. лв.)



Източник: НСИ, собствени изчисления

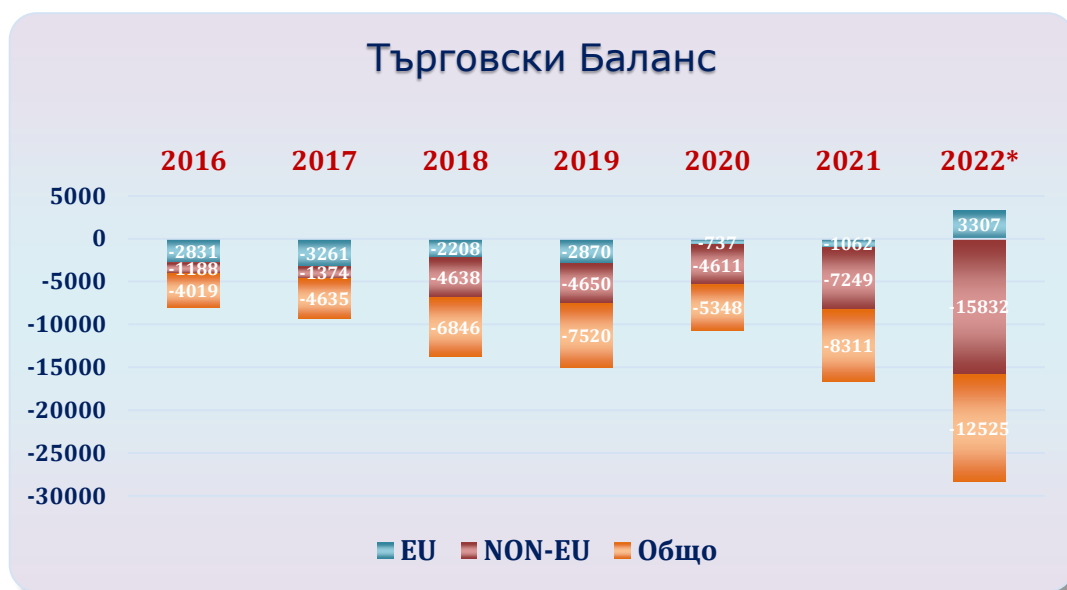
Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

Динамиката в развитието на вноса от трети страни следва тази на вноса от страни-членки на ЕС. Различия се наблюдават в отрасловата структура, като при вноса от трети страни през последните две години на следпандемично възстановяване водеща е групата на минералните горива и маслата, които през първите 8 месеца на 2022 г. представляват 20,80 % от вноса от трети страни и 8,11 % от общия внос. Втората по големина група са промишлените стоки, класифицирани по материали (съотв. 12,90 % и 5,03 %). Машините и транспортното оборудване са третата по големина група в структурата на вноса от трети страни (съотв. 9,31 % и 3,63 %).

3. Външнотърговски баланс

Развитието в динамиката на външната търговия през последните 10 години, както и хроничния превес на вноса над износа, като цяло води до отрицателен търговски баланс на страната. През целия наблюдаван период относителният ръст на вноса превишава в реално изражение този на износа, като по този начин външната търговия има отрицателен принос за растежа на БВП на страната. Традиционно отрицателното салдо по търговския баланс отбелязва постоянен ръст в абсолютно изражение през годините, като в предкризисната 2019 г. достига 7520 млн. лв. Негативен принос в тази тенденция има външната търговия със страни извън ЕС (трети страни). През 2019 г. дялът на отрицателното търговско салдо към трети страни е 61,84 % в общото отрицателно търговско салдо на страната.

Фигура 35. Търговски баланс на България (2016-2022* г., млн. лв.)



Източник: НСИ, Собствени изчисления

Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и включват мес. януари до мес. август 2022 г.

През пандемичната 2020 г. общото намаление на външната търговия поради свиване на вътрешното и външно търсене на стоки, намери отражение и в намаление на общия размер на негативното търговско салдо, основно за сметка на компонентата, характеризираща външната търговия със страните от ЕС.



Постепенното премахване на ограничителните мерки вследствие намаленото разпространение на КОВИД-19 доведе до възстановяване на външната търговия през 2021 г. Възходящата динамика в нивата на износа и вноса доведе до ново покачване на отрицателното търговско салдо. Пикът на тази възходяща тенденция беше достигнат в края на първите 8 месеца на 2022 г., когато негативното търговско салдо достигна размер от 12 858 млн. лв. За пръв път се реализира положително търговско салдо във външната търговия със страни от ЕС (+ 3 307 млн. лв.), което обаче не може да компенсира почти двойното увеличение на отрицателното търговско салдо, реализирано по линия на външната търговия с трети страни. Възходящата динамика на реалния внос вероятно е свързана със значителното натрупване на запаси в икономиката през първото полугодие на 2022 г.

4. Външнотърговски показатели за резултатите от интернационализацията на МСП

4.1. Стоков износ според бизнес характеристиките на търговците

Интернационализацията е ключов фактор за растежа и подобряване на конкурентно-способността на всички предприятия, като по този начин допринася за създаване на нови работни места, интензивира инвестициите в нови технологии и т.н. Приоритетни цели на интернационализацията на МСП са създаване на нови умения и компетентности, които дават възможност за по-бърз и лесен достъп на предприемачите до международните пазари; създаването на международни бизнес мрежи и генерирането на икономически растеж чрез външнотърговска активност по износ и внос.

Интернационализацията на МСП е от изключително важно значение за растежа на МСП, особено в условия на ограничения на вътрешното потребление. Такъв е случаят с българския сектор на МСП – негативните демографски промени и обективно най-ниските равнища на доходи в ЕС водят до стесняване на пазарния размер, ниско равнище на потребление, малка покупателна способност и ограничени възможности за растеж.



Фигура 36. Брой предприятия износители за страни от ЕС според броя на заетите в тях (2012-2020 г.)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. и 2017 г. липсват или са класифицирани като конфиденциални.

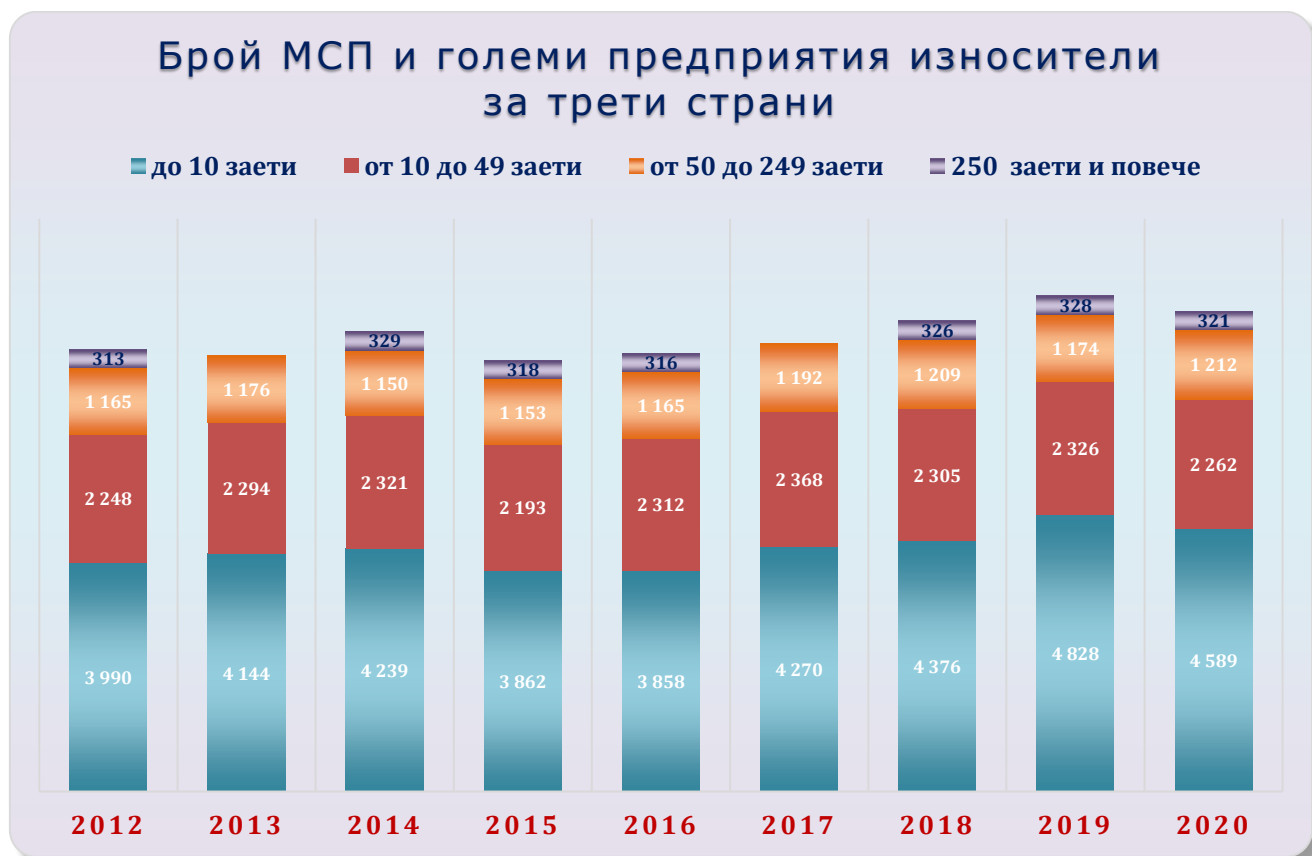
През 2021 г. и 2022 г. продължава повишаването на дефицита по текущата сметка, което обаче не застрашава стабилната външнотърговска позиция на българските МСП по износ. Въпреки по-ниския растеж на стоковия износ спрямо вноса, износът, остава конкурентно-способен, с нарастващ търговски дял на МСП в европейската и световната търговия.

Според данни на Евростат през 2020 г. общият брой на предприятията износители в страната е 27 880, от които 97,56 % са МСП. 19 496 са предприятията износители към ЕС, от тях 98,16 % са МСП и 8 384 са предприятията износители към трети страни, от които 96,17 % са МСП.

През целия наблюдаван дългосрочен период се регистрира стабилно увеличение на МСП износители, по-интензивно в сектора на износ към ЕС и в групата на микро предприятията. Също така плавно нараства и дялът на МСП износители в общия брой на активни МСП в България.



Фигура 37. Брой предприятия износители за трети страни според броя на заетите (2012-2020 г.)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. и 2017 г. липсват или са класифицирани като конфиденциални.

Динамиката в развитието на износните обеми следва възходящия тренд в развитието на броя износители през последното десетилетие.

През този период МСП са отговорни за средно 47,4 % от абсолютната стойност на реализирания стоков износ към страни от ЕС и трети страни по текущи цени. Тази тенденция е стабилна и се очаква да се запази и през следващия период на наблюдение. В структурата на МСП най-голям ръст в стойността на реализирания износ отбелязват групата на микро и средните предприятия.

Фигура 38. Стойност на износа на предприятията към страни от ЕС според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. и 2017 г. липсват или са класифицирани като конфиденциални.

През 2020 г. средно 1/4 от българските МСП осъществяват търговска дейност по стоков износ към ЕС и трети страни. Производственият сектор остава най-значим при определяне на общото равнище на износа на МСП в страната. Повече от половината МСП в България (55,2 %) оценяват износа си с ниска норма на добавена стойност, която силно варира според икономическия сектор. Това е обусловено от



относително големия дял на нискотехнологично и ресурсоемко производство в структурата на износа на МСП.

Капацитетът за рентабилен износ на българските МСП зависи от редица ключови вътрешни и външни фактори, определящи сред които са ниската производителност на труда, повишаващите се цени на суровини и енергоносители, високите бариери за излизане на глобалните пазари, липсата на релевантни предприемачески умения и адекватни възможности за експортно финансиране.

Фигура 39. Стойност на износа на предприятията към трети страни според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. и 2017 г. липсват или са класифицирани като конфиденциални.



СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2022 Г.

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ ВРЕМЕНА НА
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



АГЕНЦИЯ
ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МСП

Освен това България има един от най-ниските дялове на МСП, които изнасят online в ЕС – 3,3 % към 2020 г.

Основните инициативи за подпомагане интернационализацията на българските МСП включват активната дейност на ИАНМСП по различни европейски програми и проекти.

По данни на Евростат усреднената стойност на реализирания износ за страни от ЕС за едно МСП през 2020 г. е в размер на 449 890 евро, докато средната стойност по внос от трети страни за едно МСП е 478 730 евро, което представлява превишение от 6,41 %.

4.2 Стоков внос според бизнес характеристиките на търговците

Движещата сила и цел на интернационализацията на МСП в България е достъпът до глобалните пазари както за износ, така и за внос. По данни на Евростат броят на предприятията, които през 2020 г. са осъществили внос у нас са общо 65 497, като 98,35 % от тях (или 64 415) са били микро, малки и средни предприятия.

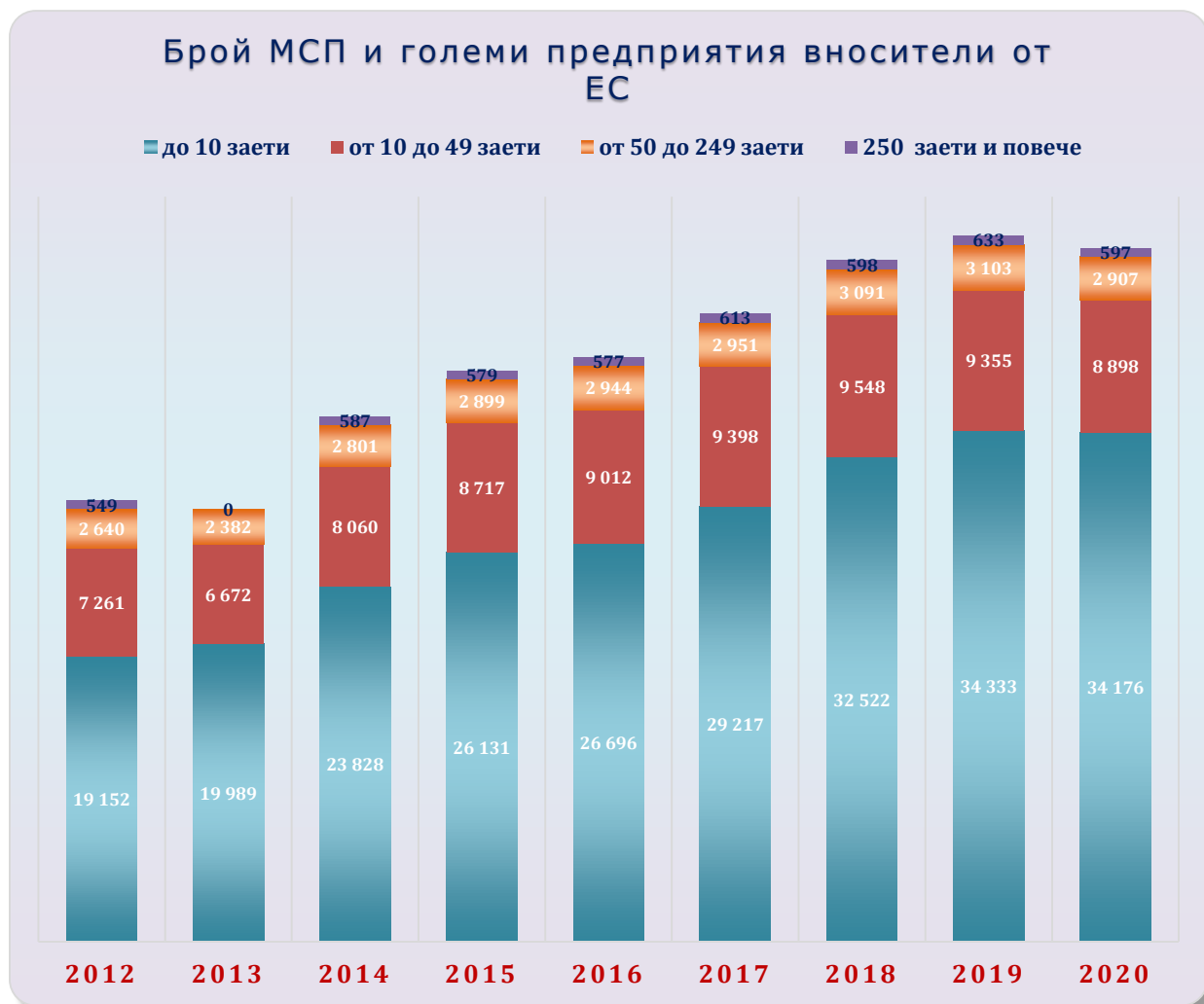
Делът на МСП в общия брой на предприятията у нас, осъществили внос от ЕС през 2020 г. е 98,72 %, а при вноса от трети страни – 97,44 %.

Тази структура на стокския внос според бизнес характеристиките на търговците е характерна за последните повече от 10 години в развитието на националната икономика, като прогнозата е за запазването ѝ през следващите периоди.

Във времето се наблюдава плавно увеличаване на броя МСП във всяка една от групите според броя на заетите в тях, като отново секторът на микро предприятията е най-многоброен и при него се отбелязва най-голям годишен ръст спрямо предходни години. Делът на МСП ангажирани със стокъв износ от общия брой МСП в страната отбелязва плавно и минимално нарастване през годините.



Фигура 40. Брой предприятия вносители от страни от ЕС според броя на заетите (2012-2020 г.)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

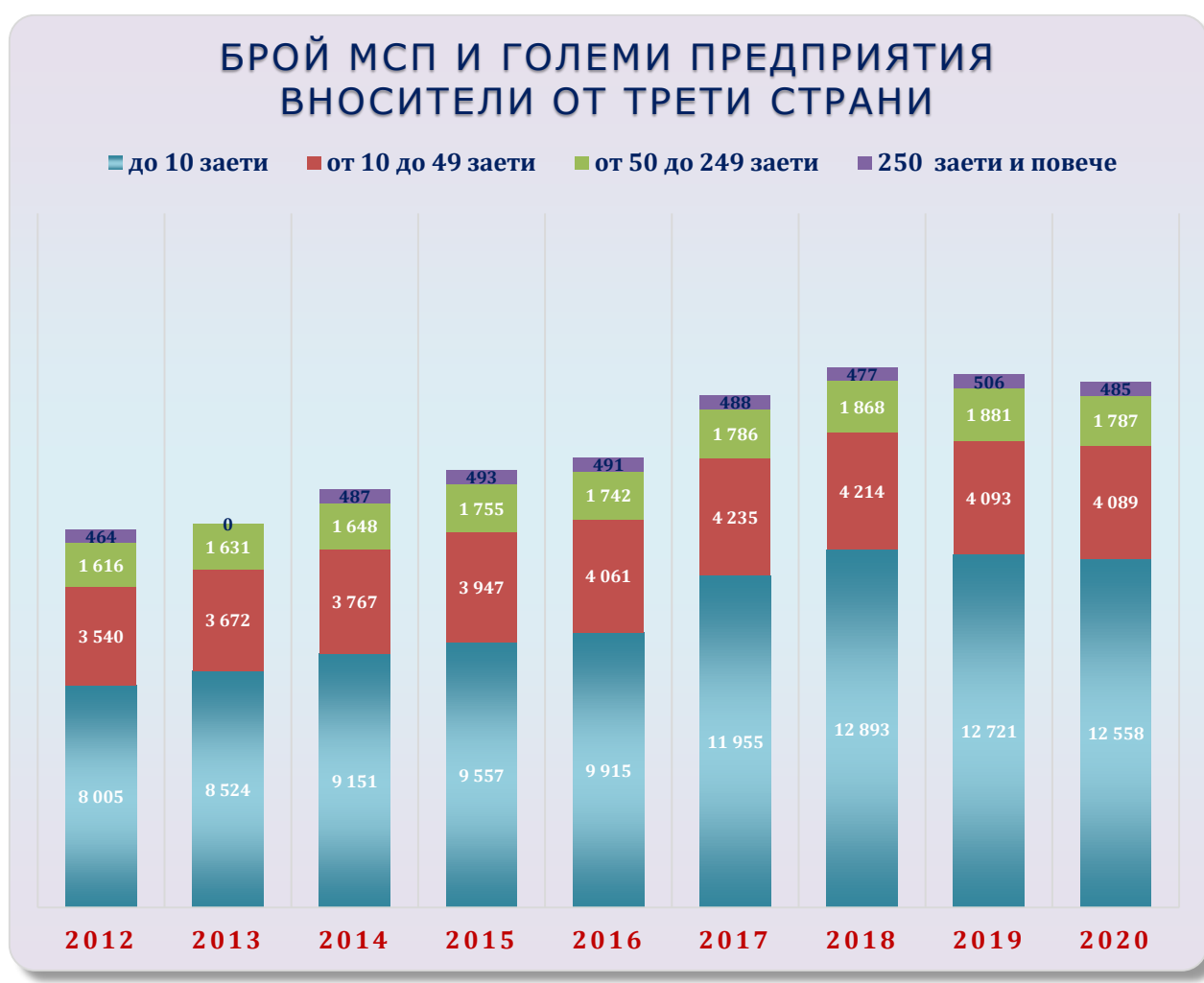
*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. липсват изцяло или са класифицирани като конфиденциални.

Отново по данни на Евростат през 2020 г. дялът на МСП във вноса, осъществен от страни-членки на ЕС, е 97,72 % спрямо 97,44 % дял на МСП във вноса, осъществен от трети страни.

Стойността на тези показатели е почти идентична с тази на дела на броя МСП в общия стоков внос на страната за 2020 г.

Представлявайки преимуществената част от предприятията в България, МСП играят съществена роля във формирането на негативния външнотърговски баланс, при който реализираните обеми по внос надхвърлят стойността на тези по износ.

Фигура 41. Брой предприятия вносители от трети страни според броя на заетите (2012-2020 г.)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. липсват изцяло или са класифицирани като конфиденциални.



Фигура 42. Стойност на вноса на предприятията от страни от ЕС според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. липсват изцяло или са класифицирани като конфиденциални.

Общата стойност на вноса, реализиран от МСП през 2020 г. достига 17,67 млрд. лв., което представлява 61,31 % от общия стоков внос в страната, респ. 69,98 % от вноса от страни на ЕС и 47,97 % от вноса от трети страни.

Прави впечатление, че делът на МСП в стоковия внос от ЕС е традиционно по-голям (средно 65 %) от този във вноса от трети страни (средно 45 %), което е обяснимо предвид европейската интеграция на страната ни в икономически и политически аспект.

Фигура 43. Стойност на вноса на предприятията от трети страни според броя на заетите, NACE, rev.2 (2012-2020 г., млрд. EUR)



Източник: EUROSTAT; Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class

*Забележка: Статистически данни за броя на големите предприятия 250+ за 2013 г. липсват изцяло или са класифицирани като конфиденциални.

По данни на Евростат усреднената стойност на реализирания внос от ЕС за едно МСП през 2020 г. е в размер на 238 371 евро, докато средната стойност по внос от трети страни за едно МСП е 289 139 евро, което представлява превишение от 21,30 %.

Освен това България има един от най-ниските дялове на МСП в онлайн внос в рамките на ЕС (3 %).



5. Индекси на цените на износа и вноса по Стандарлната външнотърговска класификация (SITC)

Очаквано през 2020 г. се наблюдава спад в общия индекс на цените както на износа (-1,5 %), така и на вноса (-3,4 %). Изменението на база средногодишни цени за предходната година отразява спада в общото вътрешно и външно търсене поради пандемичните условия, в които бе принудена да функционира световната търговия. Регистрираният тогава общ спад на ценовите равнища особено на вноса беше свързан основно с намалението на цените на суровините и енергоносителите.

От края на 2020 г. колебливите дефлационни тенденции смениха своята посока и бяха заменени от ясно изразени проинфлационни процеси. През 2021 г. възстановителните процеси в световната икономика бяха съпроводени от рязко покачване на цените на суровините и енергоносителите на световните пазари. Роля за това имаха както разместването на геополитическите пластове, така и прекъсването и нарушаването на важни снабдителни вериги поради рестрикциите вследствие на КОВИД-19 пандемията.

Резултат от възходящата динамика на глобалните инфлационни процеси през цялата 2021 г. е рязкото покачване на индексите на цените както на износа (+17,8 %), така и на вноса (+14,4 %) спрямо предходната година.

Развитието на тези процеси продължи с нарастваща интензивност през Q1 и Q2 на 2022 г., резултат от което са нови пикове на общите индекси на цените по износ (по предварителни данни на НСИ и БНБ съотв. +18,5 % и +31,1 %) и по внос (съотв. +16,4 % и +22,0 %).

Негативното търговски салдо (превишението на обемите на вноса спрямо тези на износа) в този период, както и негативните последици от военния конфликт в Украйна, се явяват привнесен проинфлационен фактор, който допълнително допринася за повишаването както на общия инфлационен индекс в страната, така и на индекса на цените на производителите на вътрешния пазар (+15,3% за 2021 г., респ. +8,5 % и +8,1% за Q1 и Q2 на 2022 г.).

Въпреки факта, че по предварителни данни на НСИ и БНБ за Q3 на 2022 г. общият инфлационен индекс бележи минимално намаление, както и общите индекси на цените на износа и вноса отбелязват лек спад спрямо предходното тримесечие (съотв. +29,8 % и +21,7 %), инфлационното натоварване продължава да бъде определящ фактор във външнотърговската политика на българските МСП.

Очакванията са, че през Q4 на 2022 г. и 2023 г. развитието на



проинфлационните процеси ще продължи, макар и с леко забавен темп, което ще изправи българските МСП пред нови предизвикателства през новата година.

Фигура 44. Индекси на цените на износа на стоки по SITC на база средногодишни цени от предходната година (2011-2022 г., %)

SITC	НАИМЕНОВАНИЕ	201		201		201		201		201		201		202		202		202		
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 I	2022 II	2022 III	2022 IV	2022 I	2022 II	2022 III	2022 IV
0	Храни и живи животни	109,1	106,4	92,7	97,0	99,9	95,7	102,0	100,6	99,5	104,3	111,9	133,2							
1	Без- и алкохолни напитки и тютюн	97,3	107,9	96,7	95,2	105,5	103,3	99,0	99,9	105,6	89,3	103,2	104,4							
2	Необработени (сурови) материали	123,7	101,8	91,6	84,4	103,0	99,6	102,8	105,9	96,3	102,8	132,8	115,8							
3	Минерални горива и масла	121,4	114,7	91,4	89,0	75,5	84,1	118,4	117,7	95,2	69,2	163,9	188,8							
4	Животински и растителни мазнини	119,3	100,8	88,6	85,4	111,4	99,8	96,7	94,5	99,5	111,9	152,4	157,4							
5	Химични вещества и продукти	105,3	100,6	108,1	106,3	102,2	98,5	97,9	99,6	110,3	102,0	125,4	131,4							
6	Артикули според вида на материала	113,7	106,1	93,3	95,4	98,8	95,7	103,113	103,3	99,1	99,3	124,0	117,7							
7	Машини, оборудване, тр. средства	106,1	98,4	101,5	99,1	104,5	101,7	94,5	100,2	101,5	99,0	106,7	113,7							
8	Разнообразни готови продукти	106,7	104,2	102,0	97,8	97,2	100,7	109,1	101,1	105,6	99,9	102,4	111,7							
Общо		112,1	105,0	96,1	95,5	97,3	97,1	104,3	102,7	101,1	98,5	117,8	126,5							

Източник: НСИ, собствени изчисления

*Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и обхващат 1-во, 2-ро и 3-то тримесечие на 2022 г.

Фигура 45. Индекси на цените на вноса на стоки по SITC на база средногодишни
цени от предходната година (2011-2022 г., %)

SITC	НАИМЕНОВАНИЕ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
0	Храни и живи животни	108,7	104,4	97,9	95,2	97,1	100,2	103,9	97,4	103,0	100,9	103,2	116,4
1	Без- и алкохолни напитки и тютюн	99,5	95,5	100,7	101,0	101,9	96,9	93,5	105,3	104,8	94,6	103,5	106,8
2	Необработени (сурови) материали	132,6	104,8	91,5	86,3	93,9	90,8	113,8	100,4	101,1	98,6	125,3	120,2
3	Минерални горива и масла	124,4	107,6	83,3	89,7	77,4	76,1	120,3	109,4	92,0	69,0	168,3	167,7
4	Животински и растителни мазнини	123,1	102,3	89,6	86,8	101,3	96,5	108,9	97,5	95,9	109,4	128,7	131,9
5	Химични вещества и продукти	106,3	101,9	101,3	98,3	99,4	97,8	102,5	102,1	100,7	98,7	113,6	120,5
6	Артикули според вида на материала	107,1	99,3	96,9	98,0	98,7	95,6	108,6	112,6	99,6	93,6	119,3	123,1
7	Машини, оборудване, тр. средства	100,5	100,4	98,4	97,6	103,9	97,5	105,5	105,1	99,4	98,9	106,8	111,4
8	Разнообразни готови продукти	98,1	105,2	98,5	96,2	105,105	89,6	98,1	112,0	102,8	101,5	106,5	109,8
Общ о		108,5	102,2	96,0	95,4	98,1	94,5	106,1	105,2	100,1	96,6	114,4	120,0

Източник: НСИ, собствени изчисления

*Забележка: Статистическите данни за 2022 г. са предварителни и обхващат 1-во, 2-ро и 3-то тримесечие на 2022 г.



Част трета: Възможности за подкрепа на МСП.

I. Национална стратегия за МСП 2021 -2027 г.

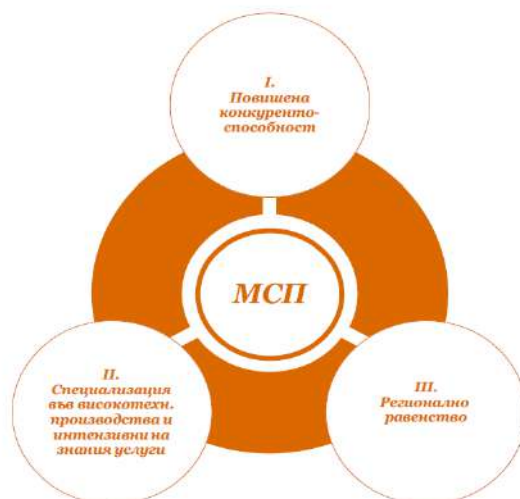
Националната стратегия за малките и средните предприятия за периода 2021-2027 г. представлява средносрочен стратегически документ, очертаващ визията на страната за подкрепа на МСП. Стратегическите цели в Националната стратегия се основават на постигнатия напредък по предходната стратегия 2014-2020 г., както и на идентифицирания потенциал за растеж на МСП и определени предизвикателства и движещи фактори за тяхното развитие. Основни фактори за конкурентоспособността на МСП са:

- достъпа до пазари;
- достъпа до финансиране;
- използването на ИКТ решения и дигитализация на процесите;
- наличието на квалифицирани кадри;
- ефективното екологосъобразно използване на ресурси.

Част от факторите за създаване и растеж на МСП са свързани с наличието на информация и знания, както и използването на иновативни технологии на глобално и местно равнище. Ефективен начин за подобряване на достъпа до тях е участието в обединения по веригата на стойността, сред които клъстери от предприятия, кооперативи, производствени сдружения и други, което също представлява двигател за развитието на съответния сектор.



Фигура 1: Стратегически цели за развитие на МСП за периода 2021 – 2027 г.



Източник: „Национална стратегия за МСП 2021-2027 г.”

✓ **Повишена конкурентоспособност**

Малките и средните предприятия се сблъскват с все по-силна конкуренция в регионален и световен мащаб, поради което ключово значение за успеха им имат тяхната гъвкавост, иновативност и подходът им за развиване на знания и умения. Броят на конкуриращите се предприятия, както за съществуващи, така и за нови пазари нараства постоянно, едновременно с което се променя непрекъснато и търсенето на пазара.

✓ **Специализация във високотехнологични производства и интензивни на знания услуги**

Поставянето на специален акцент в политиките именно върху подобна специализация, би довело до увеличаване на дела на МСП във високотехнологичните икономически дейности и в тези предоставящи услуги с интензивно използване на знания.



✓ Регионално равенство

МСП както в индустрията, така и в сектора на услугите са разположени предимно в област София-град. Други сравнително развити области са Пловдив, Варна и Благоевград. Така очертаната регионална секторна концентрация е показателна за нуждата от целенасочени интензивни интервенции за насърчаване на развитието на сектора на МСП във всички останали 24 по-слабо развити области на страната.

1. Области на въздействие засягащи МСП

1.1 Област на въздействие: Предприемачество

Предприемачеството допринася за заетостта, благоденствието, конкурентоспособността и икономическия растеж. Насърчаването на предприемачеството и създаването на стартиращи предприятия е от решаващо значение за развитието и конкурентоспособността на българската икономика както на национално, така и на регионално ниво. Резултатите, които се очаква да бъдат постигнати в тази област на въздействие са брой МСП получили подкрепа от предприемаческата екосистема, ръст на годишна база на броя новосъздадени стартиращи предприятия и увеличаване на привлечените инвестиции от стартиращи и разрастващи се предприятия. Увеличаване на предприемаческите намерения и на самоувереността на предприемачите в собствените им умения. Повишаване на дела на стартиращите предприятия и на дела на бързорастящите МСП, също така се очаква да бъдат постигнати - увеличаване на предприемаческата активност и на броя подпомогнати предприятия/предприемачи. До 2026 г. се очаква увеличаване на предприемаческата активност и броя на реализирани инициативи и проекти.

1.2. Област на въздействие: Достъп до пазари

Достъпът до пазари и интернационализацията са ключово-определящи фактори за конкурентоспособността на МСП. Днес световната икономика предоставя множество възможности на малките и средните предприятия да използват наличната информация за проучване на нови продукти, знания и стратегии за навлизане на пазара. Очакваните резултати в тази област на въздействие са увеличаване на дела на МСП в експорта на България на европейския и световните пазари и повишения им



капацитет за представяне на техни стоки и услуги и увеличаване на броя на МСП, които използват Експортен хъб България. Очаква се да бъдат постигнати увеличения на дела на МСП, които извършват продажби онлайн и увеличаване на дела на МСП, които използват ИКТ решения за електронна търговия, промотиране и дистрибуция, както и увеличаване на дела на МСП с въведени международни стандарти.

1.3 Област на въздействие: Достъп до финансиране

В сравнение с големите предприятия, МСП обикновено изпитват затруднения с намирането на финансиране, тъй като финансовите институции считат, че инвестирането в тях е по-рисково. Лесният достъп до финансиране е изключително важен за устойчивото развитие на малките и средни предприятия. Необходимо да се осигури специална подкрепа на МСП в страната, като те трябва да имат по-добър достъп до различни източници на финансиране като традиционни банкови инструменти - банкови кредити, кредитни линии, овърдрафт и други, микрокредитиране, алтернативни форми на финансиране, рисково и дялово финансиране, както и достъп до национални, европейски и международни програми за финансиране на МСП. Очакваните резултати от тази мярка са увеличаване на конкурентоспособността, производството и износа на МСП, повишаване на производителността на малките и средни предприятия и осигуряване на тяхното устойчиво развитие и увеличаване на дела на МСП, които са емитирали акции на Пазара за растеж на МСП (BEAM). Ускоряване на процеса на разрастване и повишаване на конкурентоспособността на технологичните стартиращи предприятия. Увеличаване на участието на МСП в междурегионални проекти и на броя на тези, които се занимават с трансгранична търговия, както и увеличаване на броя на междурегионалните проекти, мероприятия и инициативи с участието на МСП.

1.4 Област на въздействие: Дигитализация и умения

Дигитализацията е свързана с използването на дигитални технологии за промяна на даден бизнес модел и осигуряване на нови възможности за приходи и създаване на стойност. Тя е от ключово значение за въвеждането на модерни инструменти в областта на обработката на данни, съхранението и предаването на дигитална информация, както и за анализа на данни. Дигитализацията е в основата на последващото технологично развитие на всички икономически сектори чрез



автоматизация на различни бизнес процеси и внедряване на решения на основата на изкуствен интелект. Важна предпоставка за постигане на целите, поставени в тази област е изграждането на подходяща инфраструктура. Ширококоленовата свързаност е от стратегическо значение за конкурентоспособността, растежа, дигитализацията, развитието на дигитални умения и иновации във всички сектори на икономиката, както и за социалното и териториално сближаване в страната. Очакваните резултати са увеличаване на дела на МСП, които използват ИКТ за повишаване на тяхната конкурентоспособност, създаване на системи за управление на нови бизнес модели, решения за киберсигурност и сигурност на данните. Подкрепа за дигиталната трансформация на индустриалните малки и средни предприятия за намаляване на енергийната интензивност на производството и насърчаване на индустриалните МСП да въвеждат ИКТ решения. Увеличаване на дела на МСП, които инвестират в обученията за дигитални умения и намаляване на разликите по отношение на владенето на дигитални умения на МСП в България и тези в ЕС-27. Увеличаване на броя на предприятията, участващи в процеса на дуално обучение и броя на регистрираните предприятия, включително МСП, в информационната база данни на работодателите, които наемат и обучават младежи и лица над 29-годишна възраст чрез дуално обучение. Увеличаване на дела на МСП, които са оценили и валидирали онези уменията на персонала си, които са основата на тяхната конкурентоспособност, експортна ориентираност и бизнес резултати. Повишаване на производителността на труда и конкурентоспособността и подобрени бизнес резултати на МСП чрез увеличен дял на МСП, които предоставят обучения на своите служители.

1.5 Област на въздействие: По-добро регулиране и бизнес среда

Целта на правилата за по-добро регулиране е да гарантират, че законодателството отчита състоянието на бизнеса, че се основава на обективни факти и задълбочена оценка на въздействието, както и че регулаторната тежест за МСП е сведена до минимум. По-голямата част от българските МСП продължават да считат, че административните процедури и бюрокрацията възпрепятстват икономическата дейност. Ето защо са необходими конкретни политики, особено по отношение на ефективното прилагане на МСП-теста, както и намаляването на административната тежест за предприятията и опростяването на правилата и процедурите. Очакваните резултати в тази област са подобрени дигитални услуги за МСП и обмен на данни между институциите. Повсеместно прилагане на принципа „дигитално по подразбиране“ за намаляване на административната тежест чрез превръщането на



дигиталното предоставяне на услуги в инструмент по подразбиране за държавната администрация. По-добре информирани МСП относно промените и процедурите в законодателството, подобро сътрудничество между МСП в национален и международен план, подобрен процес на консултиране с МСП по отношение на разработването на политики и законодателство, които имат пряко отношение към тях и законодателство, което е по-добре адаптирано към крайните потребители. Отчитане на интересите на българските малки и средни предприятия при разработването на политики на национално и европейско ниво. Опростени административни процедури. Намалена тежест и опростена процедура за възлагане на обществени поръчки, както и високо ниво на публичност и прозрачност. Подобряване на бизнес средата чрез насърчаване на конкуренцията и създаване на повече възможности за МСП.

1.6 Област на въздействие: Околна среда

Областта на въздействие „Околна среда“ е пряко свързана с приетата Европейска зелена сделка през 2019 г., която представлява пътна карта по инициатива на Европейската комисия в отговор на ангажиментите на ЕС във връзка с изменението на климата. Европейската зелена сделка потвърждава, че постигането на неутрална по отношение на климата и кръгова икономика изисква пълна мобилизация на индустрията, включително МСП. България трябва да гарантира спазването на текущите си ангажименти по законодателството на ЕС, свързани с управлението на отпадъците, енергийната ефективност, контрола върху замърсяването и други. МСП имат важна роля за тези усилия, които са частично свързани с различни разрешителни и които ще се осъществят с помощта на национални, регионални и общински програми. Очакваните резултати в тази област са подобрена ресурсна ефективност на МСП, енергийна интензивност на малките и средните предприятия и увеличено използване на възобновяема енергия от тях. Увеличаване на капацитета на МСП за участие в прехода към кръгова икономика. По-добро включване в кръговата икономика, подобрени практики за рециклиране от МСП, които са най-големите източници на отпадъци. Цялостно по-ефективни и ефикасни схеми за разширена отговорност на производителя в България, обхващащи повече отпадъчни потоци и по-масово използване на вторични материали от българските МСП, включително чрез почестата индустриална симбиоза. Повишена информираност сред МСП за ползите от зелените продукти, екомаркировката на ЕС, екологичния и кръговия дизайн, и продуктивния отпечатък върху околната среда. Повишен капацитет сред МСП за разработване и получаване на екомаркировка на ЕС за зелени продукти.



2. Национални и регионални приоритетни сектори

Разработените приоритети, мерки и действия в Националната стратегия за МСП 2021 -2027 г. ще се изпълняват както на национално ниво, като се вземат предвид всички приложими икономически дейности, така и на регионално ниво, въз основа на секторната специализация посредством засилена подкрепа за МСП в конкретни сектори в отделните области на страната. Секторната специализация е насочена към насърчаване на развитието на по-високотехнологични производства и на услуги с интензивно използване на знания. Тя предвижда и укрепване на МСП в преработващата промишленост, които са типични за отделните български региони.

Секторната специализация в Стратегията има за цел да насърчи трансформацията на МСП към по-високотехнологични производства и към услуги с интензивно използване на знания. В основата ѝ са идентифицираните национални приоритетни икономически дейности, които включват:

- Високотехнологични производства;
- Средно към високотехнологични производства;
- Други производства;
- Високотехнологични услуги с интензивно използване на знания.

Развитието на тези приоритетни сектори по области показва наличието на ясно дефинирана потребност от политики за насърчаване на стартиращите предприятия и увеличаване на броя на високотехнологичните МСП и такива с интензивно използване на знания на ниво област. Още повече че в някои области тези предприятия представляват незначителен дял от всички МСП. Поради това Националната стратегия за МСП за периода 2021-2027 г. поставя приоритет върху секторите във високотехнологичните и средно към високотехнологичните производства и услугите с интензивно използване на знания.

В допълнение към националните приоритетни дейности, Стратегията включва и аспекти на регионалната политика. От анализа на регионалната специализация са определени регионални приоритетни сектори на ниво област. По този начин Националната стратегия за МСП изпълнява целта си да насърчи секторите с регионално значение, с висока концентрация на предприятия, значителна добавена стойност и високата заетост в полза на регионалното икономическо развитие. МСП в тези сектори ще бъдат насърчавани да повишават своята конкурентоспособност и да постигнат устойчиво развитие.



3. Хоризонтални политики в посока насърчаване на иновациите и намаляване на информационната асиметрия

При разработването на политиките насочени към развитието на МСП, е поставен специален акцент върху насърчаването на иновациите и намаляването на информационната асиметрия. В Стратегията за МСП този акцент е реализиран чрез съответните основни мерки във всички разработени приоритети, които от своя страна, са в пълно съответствие с всички други важни стратегически документи в областта. В този смисъл, Стратегията има за цел да подобри предприемаческата екосистема и цялостната конкурентоспособност (особено в по-слабо развитите райони, сектори и видове предприятия) чрез удовлетворяване на специфични потребности на МСП и осигуряване на тясна координация с политиката за интелигентна специализация. Очакванията са така да се постигне съществен ефект на синергия, който да повлияе положително на сектора на МСП в дългосрочен план.

Въз основа на задълбочения анализ на МСП в България, е установено че съществува сериозен потенциал за подобряване на иновациите в много сектори и сфери. Ключов стратегически документ е „Иновационна стратегия за интелигентна специализация“ (ИСИС), който допринася за развитие на потенциала за иновации в българската икономика. За да се ускори преходът на българските предприятия към икономика на знанието и кръгова икономика, в Стратегията за МСП са формулирани и концентрирани комплексни мерки на политиката, гореизложените, а именно насърчаване на зелената икономика и екоиновациите, повишаване на свързаните с иновации умения, провеждане на обучения по иновационен процес и управление на иновациите.

Основна пречка за развитието на МСП е липсата на налична информация по всички въпроси за МСП, свързани както с ежедневните им стопански дейности, така и с дългосрочните им стратегически планове. Стратегията изрично разглежда достъпа на МСП до информация чрез формулиране на пълен набор от действия във всяка област на въздействие.



II. Роля на ИАНМСП за изпълнение на Националната стратегия за МСП 2021 – 2027 г.

Ролята на ИАНМСП за изпълнение на Националната стратегия за МСП 2021 – 2027 г. се изразява в изготвяне на годишни програми в съответствие с националните и регионалните приоритети, определени в Стратегията и с предложенията на заинтересованите страни за участие на МСП в търговски мисии, форуми, панаири, изложение, събития и други. За да бъдат подпомогнати МСП, в Стратегията за 2021 - 2027 г. са разработени мерки и дейности в различни области на въздействие, които е необходимо да бъдат изпълнени от страна на институциите, ангажирани с насърчаването на МСП в България.

Мерките и дейностите, които трябва да бъдат предприети от ИАНМСП за програмния период са в няколко области на въздействие, а именно „Предприемачество“, „Достъп до пазари“, „Достъп до финансиране“, „Дигитализация и умения“, „Околна среда“ и политики в отговор на кризата с COVID-19.

Първата мярка от Националната стратегия за МСП 2021 – 2027 г., която предвижда подкрепа за МСП е от област на въздействие „Предприемачество“ и е за „Насърчаване на предприемаческата екосистема“. Дейностите, които трябва да бъдат предприети от ИАНМСП са подкрепа за мероприятия, конференции, семинари, бизнес срещи между стартиращи предприятия и инвеститори и други инициативи за насърчаване на предприемачеството и бизнес комуникациите на регионално и местно ниво. Следващата мярка, в която ще бъде осъществена със сътрудничеството на ИАНМСП е „Подкрепа за стартиращи предприятия“, а дейностите са въвеждане на мерки за стартиращи предприятия, които търсят разрастване на дейността си на международни пазари - предоставяне на информация за пазари, консултации, маркетинг и менторски услуги по въпроси свързани с интернационализацията. Предоставяне на техническа помощ за регистрация на интелектуална собственост, включително за процеса на подготовка и за процедурата по кандидатстване за регистрация на интелектуална собственост – консултации със специалисти, правна помощ и други. Следващата мярка от тази област на въздействие е „Подкрепа за занаятчийството, предприемачеството в селските райони и творческите индустрии, включително на регионално ниво“, дейността е свързана с проекти и мерки за насърчаване на занаятчийството и предприемачите в творческите индустрии.

Следващата област на въздействие е „Достъп до пазари“, а първата мярка от нея е „Насърчаване на интернационализацията на МСП“. Дейността, която трябва да



бъде предприета е продължаващо развитие и поддръжка на Експортен хъб България, по-специално на неговата дигитална платформа, за предоставяне на информация за: възможности за подкрепа, публични и други институции; актуална пазарна информация за маркетингови проучвания на външни пазари; международни и регионални търговски панаири и изложения; прилагане на комбинирани мерки за подкрепа като част от насърчаването на интернационализацията, които позволяват едновременна подкрепа на съответните МСП за технологично развитие, дигитализация, разработване на нови продукти и формиране на умения. Други дейности в тази област са подготовка и провеждане на информационни кампании, посветени на интернационализацията на МСП, изпълнение на маркетингови мерки, анализи и подкрепа на МСП за разработване и подготовка на промоционални материали за международни и регионални търговски панаири. Подкрепа за създаване на експортно-ориентирани клъстери, инициативи и сдружения на МСП, както и включването им в международни вериги. Следващата мярка е „Подкрепа на МСП за участие в мероприятия за насърчаване на търговията“, дейностите в нея са изготвяне на годишни програми от ИАНМСП в съответствие с националните и регионалните приоритети, определени в Стратегията и с предложенията на заинтересованите страни за участие на МСП в търговски мисии, форуми, панаири, изложения, събития и други, както и провеждане и/или подкрепа на МСП за участие в международни търговски панаири, бизнес конференции и бизнес срещи в България. Подкрепа за мероприятия с акцент върху МСП, организирани от браншови организации, асоциации на МСП и стартиращи предприятия, бизнес клъстери, неправителствени организации и други. Третата мярка в тази област е „Специфична подкрепа за МСП с висок експортен потенциал“, в нея е отразена само една дейност, именно разработване на инструмент за самооценка на експортния потенциал въз основа на индивидуално проучване на предприятията, данни на НСИ и експертизата на национално представителните работодателски организации в използването на подобни платформи. Създаване на автоматизирана система за изчисляване на експортния потенциал на ниво предприятие и по този начин създаване на възможност за точно определяне на МСП с висок експортен потенциал. Четвъртата мярка е „Подкрепа за развитие на електронната търговия“, като дейностите в нея са разработване, изграждане и използване на уеб платформи за електронна търговия от МСП като неразделна част от дигиталната платформа на Експортен хъб България. Подкрепа за МСП за въвеждане в дейността и използване на решения за електронна търговия – уебсайт, електронни разплащания, мобилни приложения, решения за интернет сигурност, съхраняване на



данни и други. Насърчаване на МСП за използване на международни платформи за електронна търговия чрез семинари, обучения и срещи.

Третата област на въздействие е „Достъп до финансиране“, в нея ИАНМСП участва само с една дейност по мярката „Осигуряване на финансови инструменти и гаранционни схеми за инвестиционно финансиране и експортна дейност на МСП“, а тя е именно улесняване на достъпа на МСП до капиталово финансиране чрез Българска фондова борса (БФБ) – регулиран пазар и Пазар за растеж на МСП (BEAM). Ваучерна схема в подкрепа на подготовката на МСП за емитиране на акции на Пазара за растеж. Осигуряване на финансиране на МСП във връзка с разходите, необходими за участието им на капиталовия пазар – консултантски такси, такси за инвестиционни посредници, адвокатски такси, разходи за подготовка на проспекти, разходи за подготовка на документи за участие, такси за членство, разходи за набиране на инвеститори (информационни кампании) и други.

Следващата област на въздействие, в която ИАНМСП има роля е „Дигитализация и умения“. Първата мярка е „Насърчаване на дигитализацията на МСП“, а дейностите в нея са въвеждане на дигитални технологии, софтуер, решения за електронна търговия, дигитални приложения и прилагане на подходящи процеси за киберсигурност и сигурност на данните и подкрепа на МСП за въвеждане на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) като системи за управление на взаимоотношенията с клиентите (CRM), системи за планиране на ресурсите на предприятието (ERP), системи за информационна сигурност, дигитализация на процесите, когнитивни технологии, специализирани софтуерни пакети и други. В мярката „Подкрепа за дигиталната трансформация на индустриалните МСП“ дейността, в която отговорна институция е ИАНМСП, е внедряване на модерни ИКТ решения, системи за киберсигурност, решения за съхранение на данните и други. Следващата мярка е „Въвеждане на стандарти и процедури за валидиране на придобитите умения“, която предвижда дейности по разработване на стандарти и процедури, както и сертификационна система на национално ниво (съвместно от ИАНМСП, национално представителните работодателски организации, МСП, висши училища и други) за валидиране на ключови умения и компетентности.

Следващата област на въздействие е „Околна среда“, а мярката, по която трябва да бъдат предприети действия е „Подобряване на капацитета на МСП във връзка с прехода към кръгова и нисковъглеродна икономика“. Мярката, в която ИАНМСП има роля, предвижда стартиране на поредица от програми за изграждане на



капацитет на МСП в страната за концепции на кръговата икономика, нови кръгови бизнес модели на регионално и местно ниво, възможности за МСП в процеса на преход към кръгова икономика, повишаване на кръговостта на определени вериги на стойността (с подкрепата на браншови организации, секторните асоциации и бизнес посредници).

Последната област, която цели да подпомогне МСП е по-различна от останали, именно тя планира политики в отговор на кризата предизвикана от пандемията COVID-19. Предвижда осигуряване на безвъзмездни средства и ваучери за МСП за необходимия ИКТ софтуер, оборудване и устройства. Подобряване на инструментите и решенията за киберсигурност. Осигуряване на безвъзмездни средства за въвеждане на дигитални технологии (професионално оборудване, обновяване на съоръжения, придобиване на специализирани софтуерни продукти) за осигуряване на възможности за онлайн разпространение и електронна търговия на продукти и услуги от МСП от творческите индустрии, както и провеждане на обучения за заети в творческите индустрии за повишаване на дигиталните им умения.

III. Подкрепа за МСП чрез Плана за възстановяване и устойчивост на България 2021 – 2027 г.

Планът за възстановяване и устойчивост представя вижданията на правителството и обществото за начина, по който трябва да бъдат адресирани структурни проблеми в икономиката. Планът предвижда комплекс от реформи и инвестиции, които осигуряват необходимото ниво на съгласуваност с успоредно планираните мерки в рамките на Кохезионната политика на ЕС. Основната цел на Плана за възстановяване и устойчивост е да способства икономическото и социално възстановяване от кризата, породена от COVID-19 пандемията. В преследването на тази цел са групирани набор от мерки и реформи, които да имат съществен принос към възстановяването на потенциала за растеж на икономиката и да го развият, като осигурят устойчивост на негативни външни въздействия. Това ще позволи в дългосрочен план постигането на стратегическата цел за конвергенция на икономиката и доходите до средноевропейските. Същевременно, Планът полага основите за зелена и цифрова трансформация на икономиката в контекста на амбициозните цели на Зелената сделка.



Планът за възстановяване и устойчивост на България 2021 – 2027 г. съдържа три основни стълба, в които ще бъде концентрирано финансирането за възстановяване. Стълбовете са „Иновативна България“, „Зелена България“ и „Справедлива България“. Всеки един от тях съдържа компоненти, за които е необходимо възстановяване, като за някои е предвидено финансиране (инвестиции), а за други са разработени реформи. По отношение на МСП, Планът предвижда да ги подкрепи с мерки в областите цифрова свързаност, научни изследвания и иновации, интелигентна индустрия, нисковъглеродна икономика, транспортна свързаност, местно развитие, бизнес среда и други.

1. Цифрова свързаност

Цифровата свързаност е част от стълба „Зелена България“ от ПВУ на България 2021-2027 г. Специални усилия ще бъдат положени за подкрепа на българския бизнес в процеса на цифрова трансформация. Компаниите се затрудняват да се възползват пълноценно от възможностите, предлагани от новите цифрови технологии — едва 6% от МСП продават онлайн (средната стойност за ЕС е 17%), 3% от МСП продават зад граница и едва 2% от техния оборот идва от търговията онлайн. Компонентът цели изграждане на модерна и сигурна цифрова инфраструктура и преодоляване на териториалните дисбаланси, свързани с разпространението на широколентовия достъп. Една от основните причини за забавянето на цифровизацията в България (наред с ниското ниво на цифрови умения и недостига на ИКТ специалисти) са недостатъчните инвестиции в цифровата инфраструктура, особено в отдалечените и слаборазвитите райони. Индексът за навлизане на цифровите технологии в икономиката и обществото (DESI) нарежда България на 26-то място сред държавите-членки на ЕС по показателя „Свързаност“. Принудителното физическо дистанциране в резултат от разпространението на COVID-19 подчертава важноста от изграждане на информационно общество, активно възползващо се от възможностите, които цифровите технологии предоставят, като изведе на преден план нуждата от ускорение и финализиране на цифровизацията на публичните услуги.

2. Научни изследвания и иновации

С този компонент се цели повишаване на капацитета на научноизследователските организации и висшите училища за разработване на приложни изследвания и иновации и изпълнение на съвместни проекти с индустрията. Ключово значение за повишаването на капацитета за приложни изследвания и иновации и успеха на



реформата в сектора е израстването на ново поколение изследователи, които имат квалификация и умения за осъществяване на приложно-насочени изследвания и проекти. Предвидени са дейности по повишаване на знанията и опита на изследователите в областта на технологичния трансфер и закрила на интелектуалната собственост, както и изграждане на предприемачески умения. В проекта на Българската академия на науките (БАН) са планирани мерки за повишаване на квалификацията, които са насочени към различни целеви групи. Предвижда се въвеждането на нови докторантски курсове с предприемаческа насоченост с пряко отношение към разработване и внедряване на зелени и цифрови технологии, свързани с икономическата трансформация на страната. В резултат на изпълнението на проекта, БАН очаква преориентиране на 25% от изследователския състав на институтите, осъществяващи изследвания в области, свързани със зелените и дигиталните технологии, за провеждане на приложно ориентирани изследвания и съвместни проекти с индустрията.

3. Интелигентна индустрия

Компонентът „Интелигентна индустрия“ цели подпомагане на индустриалния сектор в двойния преход и осигуряването на благоприятна среда за реализиране на нови инвестиции с висока добавена стойност. Очакваните ефекти от интервенциите предвиждат нарастване на производителността на българските предприятия и внедряване на нови технологии, което да рефлектира в по-висок темп на икономически растеж, по-висока заетост и доходи от труд. Очаква се предвидените мерки да окажат въздействие в макроикономически план още в краткосрочен период. Интелигентната индустрия включва подкрепа свързана с развитие на индустриалните паркове, икономическата трансформация и привличане на индустриални инвестиции. Подкрепата се изразява чрез три програми в тази област. Първата програма е за развитие на индустриални зони и паркове и подобряване на инфраструктурната им свързаност с цел привличане на инвестиции (AttractInvestBG). Втората програма, която включва финансиране е за икономическа трансформация. Подкрепата в тази област включва и реформата „Изграждане на механизъм за привличане на индустриални инвестиции и развитие на индустриални екосистеми“, за които не е предвидено финансиране. В тази реформа инвестицията, която пряко засяга МСП е „Програма за икономическа трансформация“. Третата програма предвижда предоставяне на целева подкрепа под формата на грантове и финансови инструменти на българските предприятия за улесняване на прехода им към цифрова,



нисковъглеродна и ресурсно ефективна икономика. Програмата се състои от три фонда: Фонд 1 – „Растеж и иновации“, Фонд 2 – „Зелен преход и кръгова икономика“ и фонд 3 „Инвестиции в климатичен неутралитет и цифрова трансформация“.

4. Нисковъглеродна икономика

Основната цел на този компонент е намаляването на въглеродния отпечатък и енергийната интензивност на икономиката и спомагането на зеления преход посредством предприемането на мерки за повишаване на енергийната ефективност на жилищните, публичните и бизнес сгради, както и чрез насърчаване на производството на енергия от възобновяеми източници. От ключово значение ще е модернизирването на дейностите по планиране, управление и поддръжка на електропреносната мрежа на страната, както и завършването на осъществяваната реформа на пазара на електрическа енергия в посока пълна либерализация. Изследването и пилотното развитие на слабо развити на този етап в България нисковъглеродни енергийни решения е друга приоритетна област в посока декарбонизация за страната. Компонента „Нисковъглеродна икономика“ съдържа в себе си реформа, която пряко засяга МСП, а именно „Стимулиране на производството на електроенергия от ВЕИ“. Целта на тази реформа е намаляване на административната тежест за инвестициите от възобновяеми източници по отношение на инсталиране, свързване и експлоатацията на мощностите. Инвестицията, която засяга МСП в този компонент е „Енергийна ефективност в сграден фонд“. Мярката предвижда изпълнението на три компонента за повишаване на енергийната ефективност. Задължително изискване след изпълнение на мерките по всички компоненти е да се постигнат икономии на първична енергия от 30% за всеки обект, като постигнатите енергийни параметри се оценяват въз основа на изготвен доклад за одит на енергийната ефективност.

5. Местно развитие

В рамките на Програмата за развитие на регионите ще се подкрепя изпълнението на инфраструктурни мерки насочени към подобряване и развитие на здравните и социалните услуги, образованието, професионалното обучение, културата, спорта, туризма, устойчивата градска мобилност, цифровата и безопасна транспортна свързаност, кръговата икономика, енергийната ефективност, достъпът до адекватни жилищни условия, достъпът до качествени публични услуги, мерки за подобряване на качеството на околната среда (включително зелена инфраструктура), мерки за насърчаване на икономическата активност (включително инвестиции в



техническа инфраструктура за развитие на индустриални зони или друга инфраструктура за развитие на икономически дейности и подпомагане на иновациите и развитието на МСП).

6. Транспортна свързаност

Основната цел на компонента е намаляване на въглеродния отпечатък на транспортния сектор чрез инвестиции в модернизацията и цифровизацията на железопътния сегмент. Очакваните ефекти от интервенциите предвиждат принос към зеления и цифров преход, повишаване на безопасността, както и към териториалната балансираност на растежа. Предвидените интервенции ще съдействат и пряко за икономическото възстановяване посредством реализацията на инвестиционните проекти и създадената заради тях временна заетост. Реформата в този компонент, която е ангажирана с подпомагане на МСП е „Електрическа мобилност“. Едно от стъпките за стартиране и реализация на реформата за развитие на електромобилността в България е създаване на нов закон за насърчаване на електрическата мобилност. Законът за насърчаване на електрическата мобилност ще цели въвеждането на стимули за навлизането на електрически превозни средства (EVs) в съответствие с принципа „замърсителят плаща“, включително специални мерки като субсидии за превозни средства с нулеви емисии, диференциране на данъците за регистрация/собственост в зависимост от нивото на емисиите и схеми за бракуване на повечето замърсяващи превозни средства (ЕВРО 3 или по-ниски).

7. Бизнес среда

Основната цел на този компонент е ефективно укрепване на потенциала за устойчив растеж и повишаване на устойчивостта на българската икономика чрез адресиране на възпиращи фактори в бизнес средата и разгръщане на потенциала на електронното управление за подобряването ѝ. Всички планирани интервенции – както инвестиционни, така и реформаторски, са насочени пряко или косвено към подобряване на бизнес средата, като успешната им и своевременна реализация ще способства повишаването на конкурентоспособността на икономиката и следователно, икономическата устойчивост на шокове. Продължаването на усилията за повишаване на ефективността на рамката за несъстоятелност, както и тези за въвеждане на съдебна медиация имат значителен потенциален позитивен ефект върху подобряването на инвестиционния климат в страната, позволявайки намаляване на административната тежест при навлизане в процедура по несъстоятелност, и



съответно редуциране на несигурността, времето и финансовите ресурси за бизнеса в рамките на тези процеси.

IV. Ключови инструменти за финансиране за период 2021 – 2027 г.

Към настоящия момент съществуват значителен брой инструменти за финансиране като оперативни програми, грантове, фондове, процедури, заемни средства и други, които имат за цел да подкрепят и осигурят финансиране за бизнеса, в частност МСП. Бенифициети по програмите са МСП; стартъпи; МСП от конкретни сектори; юридически лица или еднолични търговци (ЕТ), регистрирани по Търговския закон или Закона за кооперациите; общини или държавни учреждения; юридически лица или ЕТ, регистрирани по Търговския закон развиващи дейност в сектор „Аквакултура“; организации и други.

Подпомагането чрез инструментите за финансиране може да бъде осъществено със средства от различни източници. Тези източници могат да бъдат както от международни, така и от национални програми, фондове, процедури и т.н. Източниците на финансовия ресурс са Европейските структурни и инвестиционни фондове (ЕСИФ), национално финансиране от оперативните програми на ЕС и допълнително привлечени средства от частния сектор. Механизмът на финансовите инструменти се управлява от Фонд на фондовете – структура за целево разпределяне на публични средства чрез специализирани схеми за финансиране. „Фонд мениджър на финансови инструменти в България“ ЕАД изпълнява функциите на Фонд на фондовете (ФНФ). Основните цели на финансовите инструменти са по-ефективното използване на публичния ресурс в сравнение с безвъзмездната финансова помощ, финансова подкрепа на целеви групи крайни получатели с малки шансове за достъп до обичайно банково кредитиране или инвестиции от свободния пазар, осъществяване на икономически жизнеспособни проекти с никаква или малка бизнес история или оценени като рискови, преодоляване на идентифицирани несъвършенства на пазара, постигане на стратегическите цели и политики на ЕС.

Ключова оперативна програма, в която ИАНМСП заемаше основна роля е „Иновации и конкурентноспособност“ 2014-2020 г., която представлява процедура с безвъзмездна помощ и финансови инструменти изпълнявани от Фонд мениджър на финансови инструменти в България ЕАД (ФМФИБ). Оперативната програма предоставя подкрепа с безвъзмездни средства по процедура „Възстановяване на МСП чрез



енергийна ефективност“ за периода 2014-2020 г. Новият програмен период е от 2021-2027 г. и предоставя инструменти в подкрепа на иновациите и конкурентоспособността чрез редица програми, като тя ще се изпълнява от Министерството на иновациите и растежа. Предвиденото финансиране за тези инструменти е на стойност 6 956.15 млрд. лв. Програмите, които са част от инструмента са програма „Конкурентоспособност и иновации в предприятията“ 2021-2027 (ПКИП) и програма за научни изследвания, иновации и дигитализация за интелигентна трансформация 2021-2027 г.(ПНИИДИТ). Програми за икономическа трансформация, за развитие на индустриални зони и паркове AttractInvestBG и за ускоряване на икономическото възстановяване и трансформация чрез наука и иновации, които са част от ПВУ.

Програма „Конкурентоспособност и иновации в предприятията“ 2021-2027 (ПКИП) е с предвидено финансиране на стойност 2 932 949 724 лв., като 2 402 052 615 лв. от ЕФРР и 530 897 105 лв. национално съфинансиране. Основните области, които подкрепя програмата са научноизследователска и развойна дейност (НИРД) и иновации в предприятията (30,31 %), дигитализация в предприятията (13,95 %), растеж и конкурентоспособност (17,54 %), енергийна ефективност в предприятията (6,97 %) и преход към кръгова икономика (31,21 %). Следващата програма „Научни изследвания, иновации и дигитализация за интелигентна трансформация “ 2021-2027 (ПНИИДИТ) е с финансиране 2 138 594 711 лв. , като 1 731 907 023 лв. от ЕФРР и 406 687 686 лв. национално съфинансиране. Основните области на подкрепа, които програмата обхваща са капацитет за научни изследвания и иновации (19.37%), дигитализация в публичния сектор и в полза на обществото (29.7%), трансфер на технологии и комерсиализация (25.09%), европейска интеграция и интернационализация (21.6%) и повишаване на капацитета в областите на интелигентна специализация (1.89%). Програмата планира изграждане на национална мрежа от 12 цифрови и иновационни хъбове, развитие на Центровете за върхови постижения и Центровете за компетентност, ваучерна схема за МСП и Фонд за технологичен трансфер - целта е да инвестира в диверсифициран портфейл от предприятия, насочени към предоставяне на подкрепа на трансфера на технологии, иновациите и иновационните дейности в България.

Програмата за икономическа трансформация (ПИТ), е част от ПВУ на България предвижда финансиране от 1 349.55 млрд. лв. Финансирането по нея е разпределено в три ключови направления, именно растеж и иновации (54.14%), зелен преход и кръгова икономика (39.03%) и инвестиции в климатичен неутралитет и цифрова



трансформация (4.35%). Програмата предвижда технологична модернизация, ИКТ решения и киберсигурност в МСП, изграждане на възобновяеми източници (ВИ) със съоръжения за локално съхранение и кръгова икономика. Финансовите инструменти, планирани за изпълнение по ПИТ са гаранционен финансов инструмент за растеж и за енергийна ефективност и възобновяема енергия, дялови инструменти за растеж и за иновации, както и дялови инструменти за инвестиции в климатичен неутралитет и цифрова трансформация. Следващата програма е за ускоряване на икономическото възстановяване и трансформация чрез наука и иновации, тя също в част от ПВУ, с осигурено финансиране на стойност 118 560 000 лв. Предвижда процедура за директно предоставяне на средства на иновативни МСП, получили знака за качество „Печат за върхови постижения“.

За да се гарантира ефективно използване на европейските финансови средства съществува „Фонд мениджър на финансови инструменти в България“ ЕАД (ФМФИБ), който изпълнява функциите на Фонд на фондовете (ФнФ) като разпределя целево публични средства от европейски програми и национално съфинансиране чрез специализирани схеми за финансиране (финансови инструменти). Видовете финансови инструменти са дялови инструменти и дялови и квази-дялови инвестиции. Дълговите инструменти са програма "Възстановяване", Финансиране в селските райони, фонд за градско развитие – София, фонд за градско развитие – Юг, фонд за градско развитие – Север, кредити в сектор „Отпадъци“, кредити за ВиК оператори, микрокредитиране със споделен риск, индивидуални гаранции в сектор "Рибарство" и портфейлни гаранции с таван на загубите – ОПРЧР. Дяловите и квази-дяловите инвестиции са фонд за ускоряване и начално финансиране I, II и III, фонд рисков капитал, фонд мецанин / растеж и други.

Друга водеща програма е „Хоризонт Европа“, тя е основната програма на ЕС за финансиране на научни изследвания и иновации. Занимава се с въпросите за изменението на климата, спомага за постигането на целите на ООН за устойчиво развитие и стимулира конкурентоспособността и растежа на ЕС. Чрез програмата се улеснява сътрудничеството и се подсилва въздействието на научните изследвания и иновациите при разработването, подкрепата и прилагането на политиките на ЕС, като се обръща внимание на глобалните предизвикателства. Тя подпомага създаването и по-доброто разпространение на отлични знания и технологии. Общият бюджет на програмата е на стойност 95,51 млрд. евро, от които 5,4 млрд. евро по линия на Next Generation EU. „Хоризонт Европа“ включва три стълба: високи постижения в научната област, глобални предизвикателства и конкурентоспособност на европейската



промишленост (подпомагане на научни изследвания, насочени към обществените предизвикателства и промишлените технологии в области като цифровите технологии, енергетиката, мобилността, храните и природните ресурси), иновативна Европа (насърчаване на иновациите чрез създаване на Европейски съвет по иновациите. Той ще предлага „обслужване на едно гише“ на новаторите с голям потенциал).

Следващата ключова програма, в която ИАНМСП е администратор на държавната помощ е Националният иновационен фонд (НИФ), по схемата “Подпомагане на научноизследователската и развойна дейност на предприятията и организациите за научни изследвания и разпространение на знания”. Основната цел на Фонда е насърчаване на научноизследователската и развойната дейност за повишаване на конкурентоспособността на предприятията. Допустими области за финансиране, в рамките на които трябва да попадат изготвените научноизследователски и развойни проекти и които ще се финансират от Фонда са информатика и ИКТ, мехатроника и чисти технологии, индустрия за здравословен живот и биотехнологии и нови технологии в креативните и рекреативните индустрии. Максималният интензитет на помощта е до 80% от допустимите разходи. Бюджетът на НИФ е част от бюджета на ИАНМСП. НИФ се финансира от ежегодна субсидия от държавния бюджет и финансово участие на Европейската общност за проектите по „Евростарс“.

В тази връзка, следващата ключова програма е „Евростарс“, която е част от инициативата „Еврика“, тя има за цел да осигури финансиране за пазарно ориентирани научни изследвания и експериментално развитие, с активно участие на малки и средни предприятия, осъществяващи научно-развойна дейност. Следващата програма е трансграничната програма за обмен „Еразъм за млади предприемачи“, която е част от Европейската изпълнителна агенция за малки и средни предприятия (ЕИАМСП/EISMEA) и е за подобряване на предприемачеството, развитие на международната перспектива и конкурентоспособност на европейските МСП, както и насърчаване на потенциални стартиращи предприемачи и новосъздадени микро, и малки предприятия в участващите страни.

Програма за „Единния пазар и конкурентоспособността на предприятията, включително малките и средните предприятия“, която отново е от ЕИАМСП. Тя е насочена към подкрепа за конкурентоспособността на вътрешния пазар на ЕС, на индустрията и по-специално на микро, малките и средните предприятия, подобряване на здравето на хората, устойчивото отглеждане на животните и растенията, хуманното отношение към животните, както и установяване на рамката за финансиране на



европейската статистика. Друга програма, чрез която предприятията могат да получат финансиране е „Конкурентоспособност на предприятията и малките и средни предприятия“ (COSME), която е на Европейската комисия (ЕК). В обхвата на програмата COSME са четири области на подпомагане, в т.ч. - подобряване на достъпа до финансиране за МСП под формата на капиталови и дългови инструменти, подобряване на достъпа до пазарите за МСП в световен мащаб, подобряване на рамковите условия за конкурентоспособност на предприятията и насърчаване на предприемачеството. Друг финансов инструмент е Норвежкия финансов механизъм, който има за цел да финансира иновативни проекти, които ще доведат до по-екологични и по-устойчиви резултати. Следващата програма е „Европейски фонд за регионално развитие“ (ЕФРР). Основна ѝ цел е преодоляване на основните различия между регионите в ЕС. Основните приоритетни оси са научните изследвания и иновациите, информационните и комуникационните технологии, малките и средните предприятия (МСП) и насърчаването на нисковъглеродната икономика.

Това са само част от програмите, които осигуряват финансиране за МСП за периода 2021 -2027 г. Освен тези програми съществуват и различни други инструменти, които осигуряват финансиране, а именно грантове, фондове, заемни средства, различни програми и други. Повече информация ще откриете на официалния сайт на ЕК, на сайта на Единният информационен портал на европейските структурни и инвестиционни фондове, на сайта на Фонд на фондовете, на българския портал за информация за Хоризонт Европа, както и след регистрация в Информационната система за управление и наблюдение (ИСУН), за всяка една от изброените програми, както и за всички останали програми, които са отворени за кандидатстване към настоящия момент.

Линк към ЕИП на европейските структурни и инвестиционни фондове:

<https://www.eufunds.bg/bg;>

Линк към сайта на Фонд на фондовете

<https://www.fmfib.bg/bg/page/9-finansovi-instrumenti;>

Линк към българския портал за информация за Хоризонт Европа:

[https://horizoneu.mon.bg/;](https://horizoneu.mon.bg/)

Линк към сайта на ИСУН:

<https://eumis2020.government.bg/bg/s/Procedure/Active.>



Част четвърта: Перспективи пред МСП.

I. Бъдещи тенденции в търговията на дребно

Бъдещите тенденции в търговията на дребно се фокусират върху това как конкурентните сили ще повлияят на бъдещето на магазините, като отчитат регионалните нюанси, които ще оформят тази визия. Според заложените трендове новите технологии ще продължат да промени света и се фокусира върху въздействието, което тези промени ще имат върху бъдещето на търговия, както по отношение на това как може да се развие, така и какви нови пътища могат да се появят.

Прогнозите сочат, че технологично развитие може да се постигне до 2040 г. Несъмнено определени градове, държави или региони ще са водещи в технологичното развитие в дадени аспекти. Очаква се традиционните квартални магазини отново да са актуални след навлизането на технологиите.

До 2040 г. всички аспекти на живота ще се обединят отново в един локализиран, наситен с технологии квартал, като се очаква повечето дейности, включително търговия, работа, образование, отдих и спорт да станат достъпни и концентрирани. Постепенното премахване на превозните средства с цел намаляване на емисиите е един от факторите, движещи развитието на тези самодостатъчни общности. Технологията играе огромна роля като фактор за този нов начин на живот, подчертан от силното разчитане на технологиите. Продължаващият технологичен напредък ще даде на потребителите възможността да изпълняват повече - от работа през пазаруване до развлечения, без да напускат домовете си.

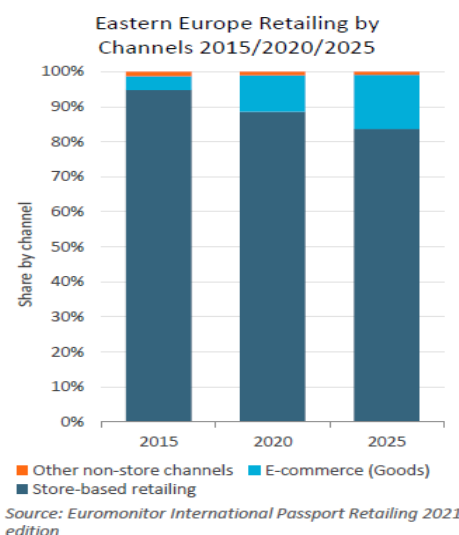
Въпреки че цифровото ще бъде преплетено по пътя към покупката, потребителите вече няма да се обръщат към смартфоните за помощ при навигиране на тяхната следваща търговска стъпка, тъй като други технологии стават все по-актуални. Ботовете ще създават индивидуализирани преживявания - например портиер ботът ще предостави информация за тези, които се нуждаят от препоръки или насоки. Друга визуална информация, традиционно предоставяна от смартфоните ще бъдат достъпни чрез холографски очила или часовници, които ще проектират интернет търсенето на утрешния ден във виртуалния свят на потребителите.

Търговията на дребно в Източна Европа преминава от традиционни към модерни канали. Въпреки скока в електронната търговия, подхранван от пандемията от COVID-19, търговията на дребно в Източна Европа продължава да бъде силно доминиран от



базирани на магазини канали за търговия на дребно. Източна Европа има все по-дигитално свързана потребителска база, но навлизането на електронната търговия е сред най-ниските в световен мащаб. 77% от потребителите в региона са имат достъп до интернет през 2020 г. и те са нетърпеливи да се ангажират с марки и да пазаруват онлайн. Търговците на дребно са активно развиваща интеграция на канали, която създава нови омниканални бизнес модели и екосистеми, които осигуряват безпроблемно пазаруване и сплотено изживяване по време на клиентско пътуване. Електронната търговия в Източна Европа се очаква да представлява 44% от абсолютния дял ръст на стойността на дребно през 2020-2025 г., достигайки 15% стойностен дял от общите продажби на дребно до 2025 г.

Фигура 1. Търговия на дребно в Източна Европа 2015/2020/2025 г.



Източник: <https://www.portal.euromonitor.com/portal>

Ключови теми, които вероятно ще характеризират магазините на бъдещето в Източна Европа са персонализиране, удобство и устойчивост. Темата свързана с персонализиране показва 49% от дигиталните потребители в Източна Европа, които вярват на компаниите, че те трябва да управляват своите данни отговорно. С търсенето на персонализирана търговия на дребно от решаващо значение е търговците на дребно да намерят начини за предоставяне на положителни преживявания и да подобрят пътуването до пазаруване, докато оставяйки прозрачни относно данните събиране и използване.

Следващата тема е удобство, в която 89% от продажбите на дребно в Източна Европа са генерирани чрез базирани на магазини канали през 2020 г. Регионът е на



второ място в световен мащаб по този параметър, потвърждавайки потребителите предпочитание за пазаруване в магазина. Незабавен достъп до даден продукти е една от основните мотивации за пазаруване в магазина, заедно с тестването на продукта и удобство. Последната тема е устойчивост, като информираността на потребителите относно устойчивостта нараства, с повече покупки, които имат положително социално, екологично и икономическо въздействие.

Търговците на дребно през последните години идентифицират и използват нови области на конкурентно предимство, предвид гъстотата на магазините, които са лесно достъпни и все по-модерни. Нарастващата цифровизация, достъпът до огромни количества данни и промените в начина на живот на потребителите са издигнали персонализацията до тема с по-голямо значение в региона. Сложността в персонализацията е свързана със зрелостта на местната индустрия за търговия на дребно.

Въпреки че продажбите в магазини продължават да доминират в търговията на дребно, те са повлияни от промяната на потребителски предпочитания към онлайн пазаруване. Докато преди 2019 г., покупките в магазина генерират 92% от общите продажби на дребно в Източна Европа, се очаква този дял да намалее до 83% до 2025 г. За да запазят своята уместност и конкурентоспособност, търговците на дребно трябва да направят персонализацията основен компонент, като същевременно да обмислят как да бъде улеснено пътуването за пазаруване до магазина. Магазинът на бъдещето ще направи мост между офлайн и онлайн световите, с повече от безпроблемно омниканално персонализирано изживяване. Близкото бъдеще може да донесе все по-голям брой партньорства със специализирани технологични стартиращи компании, за да изведат персонализацията на ново ниво.

Ускореният растеж на електронната търговия води до нарастващ фокус върху развитието на омниканалната търговия на дребно, осигуряваща безпроблемен опит за потребителите. Що се отнася до пазаруването в магазина, основната мотивация за потребителите остава лесния и бърз достъп до продукти и услуги и възможност за проба на някои артикули преди да бъде направена покупка.

Въпреки неизползваният потенциал на електронната търговия в региона, по-голямата част от продажбите на дребно все още се очаква да се извършва по офлайн канали, водени до голяма степен от желанието на потребителите за удобство.

В момента персонализирането е фокусирано върху програмите за лоялност, но се разширява значително към продуктите. Фактор, който води до това движението е



демократизация на избора за потребителите, което означава повече изключителност за средната класа.

В бъдеще се очаква да съществуват два вида търговски площи. Смесените магазини ще съществуват, за да продават импулсивни покупки и нередовно изгодни стоки. В другия вид магазини ще се култивират продукти тип преживявания, като електроника или дрехи. В търговията на дребно се очаква да се появят нови концепции в магазините до 2040 г. Отличителна черта на бъдещия магазин ще бъде възможността за идентифициране на потребителя и неговите потребности. Това ще позволи на служителите на магазина да предоставят повече персонализирано и контекстуално пазаруване за потребителите. Този тип персонализирано внимание може да накара търговците и производителите да започнат да предлагат стоки съобразно своите потребители. Разбира се, тези промени няма да се осъществят бързо, защото този следващ етап на развитие ще бъде малко по-различен, в сравнение с дигитализацията, тъй като ще изисква по-големи промени на инфраструктурата и екосистемните партньорства в търговията на дребно и не само.

Очаква се до 2040 г. да има по-голямо централизиране на всеки квартал градовете. Всички аспекти на живота ще се обединят отново в един по-локализиран, наситен с технологии квартал. Този нов поглед ще базира върхъ градско планиране, при което големите градове преминават към поредица от малки, локализирани квартали. Повечето дейности, включително търговия, образование, развлечение и спорт ще станат осигурени и достъпни за всеки един квартал. По този начин ще се осъществи постепенно премахване на превозните средства, с цел намаляване на емисиите, като това е и един от факторите, движещи развитието на тези самодостатъчни общности. Технологията играе огромна роля като фактор за този нов начин на живот. В резултат на тези промени, транспортните модели и инфраструктура ще да се развиват чрез по-малко пътувания до центъра на града.

Потребителите споделят, че мотивацията им да пазаруват онлайн е да спестят пари и време. Този път спестяването идва с цена - както експлоатационна, така и дори екологична. През последните няколко години, доставката и логистиката се превърнаха в конкурентен фронт. Потребителите все повече имат набор от опции на една ръка разстояние. Въпреки че очакванията за скорост са се увеличили с течение на времето, разходите надделяват скоростно по отношение на желаните характеристики за доставка. Предизвикателството за търговците на дребно е, че предлагането на безплатна или бърза доставка е на висока цена. Стремително нарастващо търсене на електронна търговия, движена от потребителите и компаниите,



които се обръщат в по-голям брой към канала по време на кризата изостри този проблем и оказва по-голям натиск върху печалбите на компании с фокус върху електронната търговия. Например разходите за доставка/изпълнение на компанията Amazon представляват 27% от продажбите на техните продукти през 2020 г., спрямо 17% през 2015 г., според документите на компанията.

1. Как могат да се развият магазините за търговия на дребно до 2040 г.

През последните години форматите на магазините се размиха и потребителите се насочиха все повече към дигиталните канали на всички етапи от пътя към покупката. Отвъд това обаче основната цел на физическите и цифровите канали се развива. До 2040 г. магазините продължават да инвестират в системи, които правят купуването по-лесно, по-удобно и безпроблемно, докато производителите в електронната търговия разширяват своята възможности за пазаруване, помагайки на потребителите да намерят по-добри, по-насочени продукти. В този процес тези два свята се сливат. Това не винаги е било така. Преди десетилетие, в световен мащаб, 94% от покупките са закупени от физически магазини. По това време търговията на дребно се характеризира с отчетливи типове формати на магазина. Физическите магазини са мястото където успяват да се докоснат до продукта. Въпреки че популярността на електронната търговия нараства през последните две десетилетия, тя изпълнява по-скоро транзакционна роля.

През следващите години потребителите ще очакват от търговците да направят успешна симбиоза между онлайн и офлайн потреблението. Незабавният достъп до продукти е най-добрата причина, която стимулира потребителите да желаят да пазаруват в магазина. Именно това е водещото при потребителите, които пазаруват онлайн – бързата покупка. Отчита се, потребителите от по-малки възрастови групи ценят повече начина на пазаруване, а не броя стоки, които ще закупят.

Операщите в търговията на дребно ще трябва да преосмислят дългосрочните стратегии, за да се конкурират. Това не е апокалипсис на търговията на дребно, а основната роля е бъдещите магазини да се развиват. Докато първата вълна на прекъсване, предизвикана от дигиталната ера, е за това как магазините се наложи да се адаптират бързо към електронната търговия, тази следваща вълна ще бъде за интегриране и разкриване на синергии. Основната цел на магазина в много



категориите вече няма да бъдат място за закупуване на продукти, а по-скоро място, където изживяването от това да докоснеш продукта заема централно място.

2. Потребителите пазаруват различно в категориите продукти

Електроника и уреди - въпреки че в тази категория има по-силни продажби в електронната търговия от други, специализираните търговци на дребно доминират дистрибуторския пейзаж. Една от причините потребителите да пазаруват във физическите магазини се дължи на статута на големия избор на продукти, както и това, че са привлечени от желанието да получат консултация от служители на магазина. Търговците на дребно като Sесопоту и Best Buy се приспособяват към променящия се пейзаж на търговията на дребно, като и двете компании настояват за омниканални стратегии, което включва комбинация от електронна търговия с физическа шоуруми.

Облекло и обувки - търговията на дребно във физическите магазини доминира в дистрибуторския пейзаж, представлявайки продажби през 2020 г. със 70% дял от глобалните облекла и обувки и спад от 88% през 2015 г. Индустрията преминава към електронна търговия по време на пандемията, което ускорява тази промяна. Навлизайки в кризата, секторите облекло и обувки са едни от най-бързо развиващите се категории в електронната търговия.

Храна и напитки - повечето покупки на храни и напитки се осъществяват във физически магазини поради желанието на потребителите за удобство, както и възможността за прясна храна. Каналите, в които потребителите имаха възможност да закупят тези продукти обаче бързо се променят по време на пандемията. Въпреки това онлайн магазините за хранителни стоки отбелязват тласък през 2020 г. Очаква се потребителите да се върнат във физическите магазините, пандемията остава да се разглежда като катализатор, който събори стените за електронната търговия.

Луксозни стоки - търговията на дребно във физическите магазини представлява 74% от дистрибуцията на луксозни продукти стоки. Въпреки това търговията на дребно извън магазините нараства значително през 2020 г. чрез увеличаване на дела на пазарната стойност от пет процентни пункта да достигне 16% от общите луксозни стоки, спрямо 8% през 2015 г.

Прогнозира се, че в бъдеще ще има два типа физически пространства в търговията на дребно. Единият вид е смесен магазин, а другият център за преживявания. **Смесените магазини** ще съществуват, за да продават импулсивни покупки и изгодни



стоки. Очаква се технологии тип роботи, гласови асистенти или други да ръководят потребители в магазина. Роботите ще изпълняват множество роли от обработката на инвентара и презареждане до предоставяне на основна потребителска поддръжка, като по този начин служителите на магазина ще могат да се съсредоточат върху задачи с по-висока стойност. В резултат на сензори и камери, разположени във физическия магазин, след като потребителят изберат артикула, продуктите автоматично ще бъдат добавени към виртуална пазарска количка. Потребителите ще могат да персонализират опциите за изпълнение, избирайки дали искат да вземат от пътеката, от централно място в магазина или изчаквайки доставка. Ще бъдат използвани както автономни роботи, така и дронове за доставка, помагайки на търговците на дребно да осигурят максимална ефективност. Другият тип физическо пространство за търговията на дребно е център за преживявания на клиентите. Това са интерактивни пространства, които са предназначени да усъвършенстват взаимоотношенията с потенциални клиенти, като им дават възможност да изпитат завладяващо изживяване на марката. Опитът ще бъде изграден около продукти, които изискват повече внимание, като например електроника или дрехи. Някои от тези центрове може да се фокусират върху чистото функционалност, като например обучение на потребителите по научни предимства или характеристики на продукта за разлика от други центрове, които ще прокарват самата марка чрез популяризиран брандирани преживявания. Такива физически обекти вече няма да се отнасят до придобиване продукти, а по-скоро проба на продуктите и марката. В резултат на това ще се фокусират върху ключова характеристика позволявайки на потребителите да тестват твърденията за продукта или да опитат продукти в контекста на тяхната крайна употреба.

3. Компаниите възприемат различни стратегии за иновации при пазаруването в магазина.

Най-добрата симбиоза, която може да се получи от двата свята е използвайки нови технологии, търговците на дребно да могат по-точно да имитират това, което потребителят може да изпита онлайн чрез този офлайн канал и обратно.

Преминаване на автопилот ще е сред водещите тенденции. Роботите имат голяма роля - от опаковане на артикули до предоставяне на основни детайли на купувачите в магазина, така че служителите да могат да се съсредоточат върху задачи с по-висока стойност. Сензорното пазаруване също е сред бъдещите тенденции - смесените реалности позволяват по-завладяващо разказване на истории, тъй като тези



технологии имат силата да вдъхнат живот на изображение, продукт или витрина. Персоналното отношение спрямо потребителя ще е водещо. Ексклузивността може да бъде начин за създаване на вълнение и интрига, които липсват от изживяването във физическите магазини. Бъдещите магазини могат да създадат място за съвместно създаване, да се превърнат в място, където всички страни проектират и създават съвместно неща.

Очаква се скоростта на бъдещите промени да се увеличи. Продължителният технологичен напредък до 2040 г. допълнително ще предефинира какво означава да живееш и пазаруваш за потребителите. Подобна промяна ще дойде по-бързо през следващите две десетилетия, отколкото дигитализацията през предходните две. Ще е необходимо да бъде създадена нова инфраструктура. Търговци на дребно, марките и другите участници в цялата екосистема трябва да възприемат подходите и технологиите на бъдещето, които се харесват на тяхната потребителска база, защото потребителите ще останат ключов глас.

4. Последици за търговците на дребно и марките

Прогнозите за търговците на дребно ще са, че магазините все още ще съществуват, за да обслужват импулсивни покупки, докато други продукти, които се поддават само за разглеждане ще станат основа за центрове за преживяване на клиенти. Технологиите ще позволят на търговците на дребно да идентифицират потребителите още при влизане в магазина, давайки на служителите повече информация, чрез която да създадат персонализирано изживяване на потребителя. Очакванията за доставка и натискът ще продължат да нарастват, тъй като потребителите искат да получат продукти без забавяне.

Последиците за марките ще са, че стратегията за дистрибуция на масово произвежданите стоки ще варира в зависимост от типа продукт, някои ще бъдат предлагани във физическите магазини, други във центровете за преживявания. Желанието на потребителите за проба на стоката или за преживявания ще създаде възможност за марките да се ангажират по нови начини, които обогатява изживяването на марката и потенциално създава нов поток от приходи. Технологиите ще позволят повече персонализиране на продукта и завладяващи възможности за разказване на истории както в, така и извън физическата среда на магазина.



5. Последици по продуктова категория

Според последиците за електрониката и електрическите уреди са, че потребителската електроника и уредите са продукти, които изискват повече разглеждане преди покупка. Като такива, търговците на дребно на електроуреди трябва да изместят своето предлагане към централите за преживявания, които се фокусират повече върху функционалността, като е необходимо служителите да бъдат представят на потребителите предимствата или качествата на дадени продукти. Въпреки по-бързото приемане на електронната търговия в тези категории като в сравнение с други, потребителите продължават да пазаруват във физическите магазините, като това вероятно ще продължи да бъде ключов мотиватор в бъдеще.

В секторите облекло и обувки, въпреки че е по-практично продуктите от тези сектори да бъдат изпробвани, потребителите все повече пазаруват продукти онлайн. Нещото, което привлича потребителите да пазаруват във физическите магазини е възможността за проба. Като такива, купувачите също ще го направят да можете да тествате твърдения за продукти или да пробвате продукти в контекста на крайна употреба, като се вземат предвид фактори като време, терен или осветление условия. Друго основно предимство на пазаруването в магазините в бъдеще за такива категории ще има възможност за получаване на персонализирани печат за определени продукти като обувки или ризи, докато чакате.

В сектор хранително вкусова промишленост, основна причина потребителите да пазаруват в магазините за храни и напитки е поради удобство - и това ще остане основна мотивация дори и ако някои покупки се прехвърлят онлайн. Ето защо магазини за хранителни и смесени стоки ще продължат да съществуват, въпреки че пазаруването ще бъде по-технологично подобро, отколкото е днес. Използвайки новите технологии, потребителите по-лесно ще могат да научат за хранителната стойност или произхода на продукта.

Според последиците засягащи луксозните стоки, желанието на купувача за преживявания ще създаде възможност за марките да се ангажират по нови начини, които обогатяват връзката между тях и потребителите. В бъдеще потреблението на луксозни стоки може да се концентрира върху пробата на дадения продукт, като се очаква по този начин да се подкрепи връзката между потребителите и марката. Ако бъдат предприети правилните стратегии, откриването на център за преживявания може да се превърне в нов поток от приходи.



II. Икономиките през 2023 г.

Прогнозите сочат, че на глобално равнище икономическият растеж ще се забави значително до 2,3% през 2023 г., тъй като търсенето отслабва сред несигурност, инфлация и затегнати финансови условия. Безработицата може да нарасне, но пазарът на труда ще остане напрегнат. Цените на стоките се очаква да се смекчат и проблемите на веригите за доставки да бъдат облекчени, но енергоемките индустриите все още са изправени пред предизвикателства и ще отбележат по-бавен растеж. Потребителските разходи в градовете ще бъдат ограничен от икономическото забавяне и а по-високи разходи за живот.

Очаква се инфлацията през 2023 г. да се понижи, но пак ще остане висока. В съчетание със затягащите се финансови условия, тези фактори са настроени да подкопаят бизнеса и доверието на потребителите. Компаниите ще се сблъскат с нестабилна и предизвикателна бизнес среда през 2023 г., предвид икономическия попътен вятър. След рекордно ниско ниво през 2022 г. се очаква нивото на безработица да нараснат отново в развитите икономики през 2023 г., поради икономическото забавяне.

Високата инфлация и икономическата нестабилност ще ограничат градските потребителски разходи през 2023 г. като потребителите ще продължат да насочват повече от доходите си за покриване на нужди, като храна и комунални услуги.

Цените на повечето суровини се очаква да продължат да се отдръпват от върховете, достигнати след пандемичния скок на търсенето и нахлуването на Русия в Украйна. Въпреки това, тези прогнози са изложени на множество рискове, включително ескалация на войната в Украйна, дисбаланси в търсенето и предлагането, неблагоприятни метеорологични условия и потенциални шокове в цените на енергията. Прогнозите са, че влошените икономически перспективи и шоковете в цените на енергията ще натезат в световен мащаб индустриалния сектор през 2023 г., като енергоемките индустрии са свидетели на по-бавен растеж. Въпреки това, очаква се глобалните проблеми с веригата за доставки да се облекчат през 2023 г., осигурявайки облекчение на производствения сектор в световен мащаб.

Бизнесът и потребителите ще се сблъскат с а предизвикателна икономическа обстановка през 2023 г. Рязко намалена покупателна способност и бързо променящата се лихвена среда ще продължат да подкопават доверието в условията на глобалната икономика.



Развитите икономики се очаква да нараснат с 0,7% през 2023 г. Рискове от рецесия през САЩ и Европа ще бъдат движени от постоянна инфлация и бързо променящи се лихвени процентни среди. Нововъзникващите и развиващите се икономики се очаква да отбележат по-силен представяне през 2023 г., с 3,7% ръст. Войната в Украйна и геополитическото напрежение в по-широк план представляват основния риск до икономически растеж през 2023 г. Това се дължи на потенциала за допълнително предлагане шокове, които биха могли да удължат периода на висока инфлация и допълнително да увеличат вероятност от сценарий на глобална стагфлация. Ескалиращото напрежение може да се задвижи ускорено реструктуриране на глобалните търговски потоци или нулиране на глобализацията. Глобалната бизнес среда ще се запази предизвикателство през 2023 г. По-високите лихвени проценти ще подкопават достъпа на компаниите до финансиране. Геополитическите рискове продължават да се сблъскват глобалните стратегии на мултинационалните компании. Нивата на безработица може да се повишат отново, но пазарът на труда ще остане сравнително стегнат. Ще възникнат възможности за цифровизация, диверсификация на веригата за доставки и адаптивна работна култура, които насърчават производителността и привличат.

Затегнатият пазар на труда ще продължи да стимулира растежа на номиналните заплати, особено в напреднали пазари, добавяйки инфлационни рискове и натиск върху дейността на компаниите разходи. Ръст на заплатите в нископлатените сектори, който е свързан със стягането на пазара на труда обаче ще има положително въздействие, тъй като може да помогне за намаляване на неравенството в доходите някои държави. Като цяло бизнесът през 2023 г. ще продължи да се сблъсква с предизвикателствата на привличане и задържане на работници, което води до необходимостта от повече инвестиции в човешки капитал.

Високата инфлация ще намали градските разходи през 2023 г., въпреки устойчивостта на нововъзникващите пазари. Въпреки че се прогнозира глобалната инфлация да се стабилизира през 2023 г., тя ще остане Високо. Това ще продължи да потиска потребителските разходи, като предлагане верижните проблеми и войната в Украйна допринасят за глобалната нестабилност. Истински градските потребителски разходи през 2023 г. ще нараснат само с 1,6% на годишна база, спад от 2,6% през предходната година и записва най-ниския си процент от растеж от 2008 г. (с изключение на 2020 г., когато разходите паднаха с 5% на годишна база), когато удари финансовата криза. В 1209 града през 2023 г. 79% са прогнозира да отбележи по-бавен растеж на реалния разполагаем доход на годишна база.



Макроикономическата несигурност ще продължи влияят върху стоковите пазари през 2023 г. Цените на основни енергийни, метални и селскостопански стоките са настроени да следват надолу тенденция, поради по-слабото търсене в световен мащаб икономическо забавяне, високи лихви и повишена инфлация. Инвестиция в диверсификация и устойчивостта на веригите за доставка на стоки ще да бъдат ключови за бизнеса, за да се намалят рисковете свързани с геополитическо напрежение, климат промени и промени в глобалното търсене.

Очаква се ръстът на цените на енергията да намалее през 2023 г. на фона на отслабването в световен мащаб търсене на енергия, но недостиг на доставки на природен газ, поради войната в Украйна е настроена да поддържа цените на газа високи, което удря особено силно Европа. Недостатъчното снабдяване с газ и енергийната несигурност също ще стимулират търсенето за въглища в краткосрочен план, което води до по-високи цени на въглищата. Междувременно, Таван и забрана на цените на руския петрол и решението на ОПЕК+ да намали добива на петрол може водят до намалено световно предлагане на петрол, тласкайки цените на петрола.

През 2023 г. се задават високи разходи, икономическо забавяне и геополитическа нестабилност да вземе данък върху капиталовите разходи от бизнеса и правителствата, което води до по-слабо търсене на метали, като по този начин ограничава растежа на цените. Потенциал прекъсвания на доставките, последиците от войната в Украйна и Китай повторното отваряне може да увеличи нестабилността на пазара на метали и в цените. В Освен това високите цени на енергията и ограничената наличност на енергия могат да доведат до повишаване производствени разходи за метали и водят до глобални съкращения на производството на метали. Очаква се инфлацията на цените на храните да остане в низходяща тенденция; обаче беден метеорологичните условия поради продължаващия модел на Ла Ниня и изменението на климата ефекти, както и високи разходи за суровини, протекционизъм при износа на селскостопански храни и свързани с войната прекъсванията на доставките са големи рискове, които биха могли да подкопаят глобалната храна доставки и повишаване на цените през 2023 г. Потенциални скокове на цените и недостиг на енергия може също да доведе до по-ниско производство на енергоемки торове, което води до по-високи цени и потенциален недостиг на селскостопански хранителни продукти.

Влошени икономически перспективи и цена на енергията прогнозите са, че сътресения ще натезат в световен мащаб индустриален сектор през 2023 г.; въпреки това, въпреки замъглена перспектива, глобални проблеми с веригата за доставки се



предвижда да се облекчат през 2023 г., осигурявайки облекчение на глобалния производствен сектор. Продължава усилия за възстановяване на производството и ограничен труд също се прогнозира, че пазарите ще подкрепят по-бързо ръст на инвестициите в цифрови технологии и производство инструменти за автоматизация. Глобалните вериги за доставки се очаква да се възстановят през 2023 г. въпреки съществуващите рискове. След две години на сътресения, причинени от глобалната пандемия, прогнозира се, че натискът във веригата на доставки най-накрая ще намалее през 2023 г. А броят на рисковете, включително политиката на Китай за нулев COVID, нараства цените на енергията и повишените геополитически рискове продължават да помрачава бързото възстановяване на глобалните вериги за доставки. Въпреки това, подобрен производствен капацитет, възстановен нива на запаси, увеличен транспортен капацитет и като цяло по-слаб растеж на търсенето, поради по-бавен икономически представяне през 2023 г., всички се предвижда да помогнат за ребалансиране търсене и предлагане и облекчаване на проблемите с веригата за доставки.

III. Дигитална трансформация в сектор логистика

1. Влияние на промените във веригата на доставки

Очакваните промени в глобалните вериги за доставки ще повлияят на глобалната логистична индустрия. Логистиката доставчиците ще трябва да предложат по-гъвкави мрежи за доставка. Електронната търговия стимулира търсенето за доставка. Бумът на електронната търговия ще продължи да стимулира търсенето на услуги за доставка. Очаква се логистиката на компаниите да инвестира в оптимизация на процеси и подобро планиране на маршрути отговарящи на търсенето. Доставчиците на логистика инвестират в методи за бърза доставка. Променящите се вериги за доставки и растежът на електронната търговия насърчават доставчиците да инвестират в нови транспортни методи. Логистичните компании гледат към автономни превозни средства, 3D принтери и дроневи като инструменти за ускоряване на процеса на доставка.



2. Тенденции, движещи технологичните промени в логистиката

Разширяването на групата от доставчици и диверсификацията, са променящи се за глобално предлагане за веригите. Това въздейства на логистичните доставчици, които имат необходимост от предлагане на по-кратки и по-гъвкава мрежи за доставка.

Локализираното производство, също е част от бъдещите тенденции. По-високото локализирано производство на определени компонентите променя структурата на логистичната индустрия, поради по-късите разстояния до крайния потребител, търсене на локализиран автомобилен транспорт расте. Разширяване на сектора електронна търговия изисква логистичните доставчици са увеличат операционния си капацитет. Потоци на електронната търговия също увеличава търсенето на услуги за доставка. Друг ключов компонент е устойчивостта. Компаниите и потребителите увеличават фокуса си върху устойчивостта. Това изисква логистични доставчици да търсят по-ефективни и по-добре планиране режими на доставка.

Наблюдава се, че компаниите инвестират в устойчивостта на веригата за доставки, за да избегнат бъдещи прекъсвания. Подобряването на устойчивостта на веригата за доставки е сред основните приоритети за фирмите. Очаква се тези промени да окажат влияние на логистичните доставчици, както целят компаниите за създаване на по-къси и по-гъвкави вериги за доставки. Логистични компании ще трябва да създадат гъвкави транспортни мрежи, които могат да бързо да се адаптират към изискванията на купувачите. Прогнозират се промени във веригата на доставки главно да засегне B2B индустриите с дълги вериги на доставки, като например автомобилостроене, машини и високи технологии стоки.

Растежът на електронната търговия подхранва търсенето за доставки. Глобалният пазар за електронна търговия е с прогноза за запазване на растежа и разширяване с 47% в постоянна стойност през период 2021-2025г. Разширяващият се дял на продажбите чрез електронната търговия се очаква да внесе промени в логистичния сектор. Част от компаниите в световен мащаб планират да реструктурират логистичните процеси за по-лесно преминаване към електронна търговия. Това се очаква да създаде повече търсене за складиране, обработка на товари и услуги за доставка. В тази връзка логистичните компании ще трябва да инвестират повече в устойчиви транспортни мрежи. В световен мащаб почти 75% от анкетираните компании планират да инвестират повече в устойчиво снабдяване, докато около 70% от компаниите търсят инвестиции в пестенето на енергия, зелените технологии и устойчивостта на веригата за доставки. Тенденциите за устойчивост се



очаква да променят логистичния сектор, като купувачите на транспортни услуги ще изискват по-малко енергоемки и по-издръжливи решения. Това ще изискват инвестиции в по-екологичен транспорт, по-ефективни процеси и подобрена мрежа на доставки.

Инструментите за анализ на данни могат да помогнат на логистичните компании да намалят оперативните си разходи. Нарастващата сложност на логистичните мрежи и нарастващата оперативни разходите насърчават логистичните компании да инвестират в големи анализи на данни и други инструменти за анализ на данни. Логистичните компании все повече прилагат сензори върху превозните средства и използват прогнози за времето и показатели за задръстванията за оптимизиране на маршрутите и подобряване на оперативната ефективност. Това помага за намаляване на времето за доставка и по-добро отговарят на очакванията на клиентите. Освен подобрените срокове за доставка, инструментите за анализ на данни помагат на логистиката компании за намаляване на разхода на гориво. Логистичните компании регистрират 567 млрд. щатски долара или 12% от общите разходи за гориво през 2021 г. Подобреното планиране на маршрута може да помогне и за намаляване на разходите за гориво. По-доброто планиране на маршрута също може да помогне за намаляване на разходите за превозните средства. През 2021 г. логистичната индустрия е похарчила 106 милиарда щатски долара за моторни превозни средства, включително разходи за поддръжка. По-доброто планиране на маршрута и по-късите изминати разстояния могат да помогнат за намаляване на разходите за поддръжката на автопарка и разходите за нови превозни средства.

Друг инструмент е блокчейн технологията за подобряване на сигурността и изграждане на повече доверие спрямо компаниите. Блокчейн остава нишова технология и постепенно набира скорост. Компаниите планират да увеличат инвестициите в блокчейн през следващите пет години. Доставчиците на логистика също могат да се възползват от увеличеното използване на блокчейн инструменти. На първо място, блокчейнът помага за по-добро проследяване на веригата за доставките и увеличаване на прозрачността на производството и на транспортната мрежа. Повишаването на прозрачността във веригите за доставки може да помогнат за намаляване на времето за доставка. Освен оптимизация на процеси, блокчейн може да намали административна тежест за логистичните компании чрез подобряване на сигурността на плащанията. Това е особено актуално за компаниите на нововъзникващите пазари, където има недоразвита финансова инфраструктура или където се обработват стоки с висока стойност. Важно е обаче да се отбележи, че



самата блокчейн технология не решава всички предизвикателства на веригата за доставки. По-скоро това е инструмент, който дава повече сила на логистичните компании да решават съществуващи предизвикателства или да изградят повече доверие на своите клиенти.

3. Намаляване на разходите за доставка

Интегрирането на автоматизирани и роботизирани решения в транспорта и индустрията за съхранение помага за повишаване на ефективността и скоростта на процесите, справянето с недостига на персонал, както и за намаляване на разходите за труд. Остър кадрови дефицит и необходимостта от безконтактното взаимодействие по време на пандемията ускори приемането на автоматизацията от логистичните компании. През последните пет години разходите за труд представляват значителна част от общите разходи на логистичните компании. Въпреки че автоматизацията на транспортните услуги изостава се очаква тя да се ускори в средносрочен план. Големи усилия са насочени към развитието и използването на самоуправляващи се превозни средства на фона на масовия недостиг на шофьори на камиони. Освен това нарастващото внедряване на дроне при доставка се очаква да облекчи натиска върху куриерските разходи и пощенските услуги.

Очаква се по-ефективната доставка да може да подобри крайните резултати на бизнеса. Доставката е най-скъпия процес в целия товарен превоз и логистична верига за изпълнение. Според софтуерната компания OptimoRoute, средната доставка струва 10,10 щатски долара на пакет, докато фирмите обикновено таксуват 8,08 щатски долара за покриване на тези разходи. Усъвършенстването на процеса за доставка е особено подходящ за държавни институции, предприятия за търговия на едро и банковите услуги, които са сред най-големите потребители на пощенски и куриерски услуги. За държавните институции това може да означава по-ниски куриерски и пощенски разходи, както и повече разходи за обществени услуги, като образование, здравеопазване и полиция. За бизнеса това може да означава по-ниски оперативни разходи и по-добра стойност за акционерите. Идентифицирането на по-рентабилни решения за доставка може да помогне за подобряване на резултатите на бизнеса. Това е особено важно предвид нарастващото желание на потребителите за евтина или безплатна доставка.



Според прогнозите потребителите предпочитат зелени решения и устойчивост. В скорошно проучване на Harvard Business Review 65% от потребителите отбелязват, че искат да купуват от целеви марки, при които се осигурява устойчивост, но само около 26% действително го правят. Ключов извод за тази тенденция е, че потребителите трябва да бъдат правилно стимулирани, за да вземат предвид устойчивостта, при вземането на решения за покупка. Предлагањето на удобни, но устойчиви опции за доставка може да бъде един от начините за увеличаване на възприемането на екологични инициативи от потребителите.

Дроновете стават все по-популярни сред веригите за доставки, както и за повишаване на ефективността и спомагат за намаляване на разходите по цялата верига на доставки. Те все повече се използват за доставка, особено в задръствания.

В заключение можем да кажем, че дигиталните инструменти са ключови предвид променящите се нужди на потребителите. Бързият растеж на електронната търговия, промяната на веригите за доставки и нарастването на фокусът върху устойчивостта ще изискват от логистични компании да следят своите операции. Цифровите инструменти могат да улеснят преход чрез предлагане на по-голяма прозрачност на мрежата за доставки, подобрена гъвкавост и спестяване на разходи. Преминаването към роботизация и автоматизация през последните пет години спомогна за намаляване на оперативните разходи в складовата индустрия. Продължаващите усилия за автоматизация и инвестиции в автономни превозни средства се очаква да имат допълнителна полза за доставчиците на логистика, както и да им бъде в помощ за облекчаване на острия недостиг на работници. Промяната на потребителските предпочитания и съкращаването на веригите за доставки се очаква да стимулират търсенето на услугите за доставка. Логистични компании ще трябва да намерят начини за подобряване оперативна ефективност и гъвкавост, за да отговорят на бързо променящото се търсене.

IV. Динамика в електронната търговия

Повечето индустрии са готови за разширяване на дигиталната търговия. Очаква се глобалната стойност на транзакциите за електронна търговия (включително B2B, B2C и B2G продажби) да достигне 60 трлн. щатски долара през 2030 г. Азиатско-тихоокеанският регион се очаква да осигури най-голям бъдещ растеж с възможности



благодарение на голямото си население, подобряването на цифровата инфраструктура и икономиката растеж.

Пазарът за електронна търговия е във фаза на своето съзряване. Глобалната пандемия ускори растежа на продажбите в електронната търговия, но се прогнозира, че неговата кулминация предстои. Наблюдава се силно навлизане на електронната търговия в развитите икономики.

Секторът, който може да се определи като най-подготвен за разширяване на електронната търговия е производство. Производствените индустрии са сред лидерите в промяната свързана с електронната търговия. Ефективното снабдяване на веригите, организираните логистични процеси и относително високите разходи за технологии са от полза за производствения сектор. В допълнение, относително високата стандартизация на произведените стоки помага за опростяване на процесите на изпълнение на поръчки.

B2B електронната търговия позволява на компаниите да автоматизират и рационализират редица бизнеси процеси, което позволява спестяване на разходи и време, намаляване на вероятността от грешки и увеличаване на ефективност. Онлайн продажбите помагат на бизнеса да увеличи приходите чрез достъп до по-широк кръг клиентска база, нови пазари и предлагане на персонализация. B2B купувачите се възползват от по-високи гъвкавост и достъпност на продуктите и услугите, както и конкурентни цени.

1. Преглед на пазара за електронна търговия

Търговията на дребно и B2B индустриите стимулират растежа на продажбите в електронната търговия. B2B индустрии с широко продуктово портфолио, като например транспортно оборудване или машини, както и индустриите за търговия на дребно водят растеж на пазара за електронна търговия. B2B индустриите разчитат на дигиталните продажби, за да разширят обхвата на клиентите и улесняване на транзакциите с доставчици. Дигиталните продажби могат да помогнат за опростяване на продажбите и процеси за управление на веригата за доставки и намаляване на разходите за време за фирми. В допълнение, отрасли като химически продукти или машини се възползват от относително висока стандартизация на своите продукти. Това го прави по-лесно за администриране на B2B продажби и опростява управлението на повтарящи се покупки.



Секторът на търговията на дребно и едро също е сред лидерите по отношение на електронната търговия продажби. Преминването на потребителите към онлайн канали за продажба е сред ключовите двигатели на продажбите в електронната търговия в търговския сектор. Пандемията от COVID-19 допълнително ускорява този процес, тъй като потребителите преминават към онлайн продажбите модел по време на периода на блокиране.

Прогнозите са, че ръстът на продажбите в електронната търговия ще се забави до 2030 г. в повечето случаи на индустриите, тъй като пазарът става все по-зрял. Индустрии в развитите икономики вече са постигнали високи нива на продажби в електронната търговия, с прогноза за бъдещ растеж, който ще бъде движен от нововъзникващите икономики. Въпреки това, възникват недостатъчно развити ИКТ и транспортна инфраструктура икономиките продължава да ограничават по-бързия растеж на пазара за електронна търговия.

Електронната търговия също се разглежда като потенциално решение за по-добра диверсификация на веригата за доставки и рисковете при продажбите. 48% от компаниите планират да инвестират в електронна търговия и омниканално разпространение до по-добър щит от бъдещи смущения. Електронна търговия инструменти могат да помогнат за намаляване на рисковете при продажбите и улесняват управлението на веригата за доставки благодарение на по-ефективните взаимодействия с доставчиците.

Подобрените решения за плащане са друга тенденция прекрояване на пейзажа на електронната търговия. Използване на мобилни портфейли и нови начини за плащане са също сред топ приоритетите на компаниите за подобряване на изживяването в електронната търговия. Наоколо 40% от респондентите в Дигиталното проучване посочени мобилни портфейли или друго ново плащане методи сред ключовите тенденции, движещи дигиталното търговия.

Силното инвестиционно търсене, B2B търсенето и инвестициите в ИКТ инфраструктура подпомагат растежа на приходите от електронна търговия с високотехнологични стоки индустрия. В допълнение, секторът на високотехнологичните стоки се възползва от ефективните вериги за доставки и относително ниските транспортни разходи, което допълнително улеснява прехода към дигитални канали за продажба. Разширяване на световната търговия и нарастващо търсене на електронни стоки в B2B сектора също подкрепя растежа на търговията чрез цифрови канали.



2. Ползи за фирмите

Възприемането на B2B електронната търговия от доставчиците помага за намаляване оперативни разходи в много области. Например автоматизацията на обикновено ръчни бизнес процеси, като управление на сметки и поръчки, намалява вероятността от скъпи грешки и неизпълнени поръчки и позволява на използване на човешки ресурси за повече задачи с добавена стойност. Разходите за създаване и поддържане на дигитален магазин и разширяване в новите пазари са значително по-ниски в сравнение с физическите единици. Освен това онлайн търговията гарантира значителни спестявания на инвентар разходи, свързани с физически изход.

B2B купувачите се възползват от спестяванията, благодарение на лесната цена и сравнимост на продуктите и платформи за оферирани за електронна търговия. Купувачи в производствените индустрии, включително тези с дълги доставки вериги (като транспортно оборудване и високотехнологични стоки) и широк гама от продукти (като селскостопански храни, метали и пластмаси) може да се възползват най-много от конкурентни цени на суровини и компоненти. Чрез интегрирани решения за електронна търговия, автоматизирани доставки процесите могат също така да повишат ефективността на разходите на покупка до плащане процеси, включително заявки, закупуване, плащане и осчетоводяване на стоки и услуги. Партньорството с доставчици трети страни за обработка на логистиката може да помогне и двете страни за намаляване на транспортните, складовите и свързаните с тях разходи.

V. Бъдещи тенденции в световната селскостопанска индустрия

Четири тенденции, оформящи селскостопанската индустрия са криза на веригата за доставки, повишаване на консумацията, дигитализация и устойчиви инвестиции. Нарастващата цена на суровините, доставката, заплатите на труда и енергийната криза, допълнително подхранвани от войната в Украйна, водят до глобална криза на веригата за доставки, която води до силно увеличение на цените и поставя печалбите на фермерите под силен натиск. Кризата на веригата за доставки е допълнително застрашена от нарастващото въздействие на климатичните промени поражда опасения относно бъдещата продоволствена сигурност. За да се разреши



проблема, инвестициите все повече са насочени в насърчаване на технологичното развитие, особено чрез цифровизация, за да се увеличи производителността. В светлината на глобалното затопляне и все по-неблагоприятните метеорологични явления, селскостопански производители в световен мащаб продължават да инвестират в по-устойчиви земеделски практики, като се фокусират върху интелигентното напояване с вода и регенеративни земеделски практики, фокусирани върху интелигентното напояване с вода и регенеративни земеделски практики. Стратегията на ЕС „от фермата до вилицата“, стартирана през май 2020 г. И е насочена към достигане на 25% от земеделската земя в ЕС за биологично земеделие до 2030 г.

VI. Перспективи за развитие на МСП в България

Съпоставките между тенденциите в България и ЕС, изготвени на базата на Справочника към Законодателния акт за малкия бизнес в Европа (SBA) за 2019 г., показват, че секторът на МСП в България изостава по много от ключовите показатели, измерващи средата за развитие на бизнеса. Единствената област, в която страната има по-висок резултат от средния за ЕС, е достъпът до финансиране, който продължава да отчита съществено подобрение. Областите с най-спешна нужда от интервенции са свързани с уменията и иновациите, както и с насърчаване на предприемачеството. Въпреки постигнатия напредък по отношение на разходите и времето за осъществяване на стопанска дейност, бизнес средата и регулаторната рамка за българските МСП трябва да догонят европейските нива в областта на предоставянето на електронни услуги, необходимото време за плащане на данъци и мерките в подкрепа на нови и разрастващи се предприятия.

Основните тенденции стоящи пред развитието на МСП, както в национален, така и в световен мащаб в периода до 2027 г. се позиционират в няколко направления, а именно иновативност, дигитализация, кръгова икономика и други. Едно от тях е свързането с високоскоростна връзка на държавните и публичните институции в селски райони е предпоставка не само за развитието и достъпа до онлайн услуги на местните институции, но и за по-големи възможности за хората и предприятията. Това ще преодолее тенденциите за изолиране на населението от икономическия, социалния и културния живот на страната. Чрез осигуряване на свръхвисокоскоростна инфраструктура и свързаност на приемлива цена, в изоставащите райони,



използването на интернет ще бъде значително улеснено и насърчавано за използване от местните предприятия за прилагането на нови бизнес стратегии и модели, както и за разработване на нови цифрови услуги. Инфраструктурата, която интегрира физически и цифрови аспекти е от решаващо значение за осигуряването на следващата вълна от иновации и икономически растеж.”

Според предварителен анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите (SWOT) за България относно прехода към кръгова икономика от страна на МСП показва, че страната може да надгради своите силни страни като транспонираното европейско законодателство и частите от националната стратегическа рамка, които са адаптирани към новите тенденции в политиката. Заплахите пред бързия преход са най-вече свързани с възприемането на екологичните мерки и действия като разход, а не като възможност.

Налагащият се извод е, че предизвикателствата, свързани с кризата, заедно със структурните проблеми, демографските тенденции и увеличаващият се недостиг на умения, свързани с дигиталната и зелена трансформация, включително по-слабият фокус на мерките към огромяване и преквалификация на възрастни, изискват по-високи и ефективни инвестиции в квалификацията и уменията на настоящата и бъдещата работна сила в България.

Тенденциите са, че МСП сами ще управляват скоростта на прехода си и по този начин ще се превърнат или в лидери, или в изоставащи. Това налага повишаване на информираността на предприемачите, управителите и служителите за наличните възможности, но също и за необходимостта от адаптиране към новите пазарни условия и тенденции.

Малките и средните предприятия се сблъскват с все по-силна конкуренция в регионален и световен мащаб, поради което ключово значение за успеха им имат тяхната гъвкавост, иновативност и подходът им за развиване на знания и умения. Броят на конкуриращите се предприятия, както за съществуващи, така и за нови пазари нараства постоянно, едновременно с което се променя непрекъснато и търсенето на пазара. Същевременно, предпочитанията на потребителите и пазарните стандарти стават все по-комплексни и се превръщат във все по-големи предизвикателства, а скоростта на промените увеличава натиска върху предприятията. Именно поради това потенциалният им растеж силно зависи от тяхната конкурентоспособност, която на свой ред би осигурила по-висок темп на икономически растеж на цялата икономика.



СЪСТОЯНИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 2022 Г.

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ВЪВ ВРЕМЕНА НА
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



**АГЕНЦИЯ
ЗА НАСЪРЧАВАНЕ
НА МСП**