

CHALLENGES TO THE INNOVATION ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN BULGARIA

Professor PhD Milena Filipova

South-West University, Blagoevgrad, Bulgaria

PhD student Daniela Tancheva

South-West University, Blagoevgrad, Bulgaria

Abstract: *This report analyzes the dynamics of innovation activity of small and medium-sized enterprises in Bulgaria. Annual data of the National Statistical Institute of Bulgaria (NSI) for the period 2000-2021 were used. The results show that the number of the large, medium and small enterprises is being decreasing, while those of the micro-enterprises is being increasing. The growth rates share of the innovation-active enterprises show that the small enterprises increase the fastest. The largest share of new or improved products which are new of the market was realized of the large enterprises. The R&D expenditure growth rate fastest were increased of micro-enterprises.*

Keywords: *SMEs; Innovation; R&D expenditure, Bulgaria*

JEL code: *O10, O30, O31, L20*

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ИНОВАЦИОННАТА ДЕЙНОСТ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

Проф. д-р Милена Филипова

Югозападен Университет „Неофит Рилски”, Благоевград, България

Докторант Даниела Танчева

Югозападен Университет „Неофит Рилски”, Благоевград, България

Въведение

След установяване на пазарна икономика малките и средни предприятия постепенно се превърнаха в гръбнака на българската икономическа система. Голяма част от нововъведенията се свързват с дейността на малките и средни предприятия. В условие на пазарна икономика иновациите създавани от малките и средните предприятия заемат основно място за увеличение на производителността, подобряване на конкурентоспособността, разширяване на пазарния дял, повишаване на икономическия растеж.

В условие на глобален пазар за да отговорят на съвременните предизвикателства малките и средни предприятия трябва непрекъснато да развиват своята дейност. Основната цел е насочена към създаване на нови или към подобряване на вече създадени продукти (Теезе, D. J., 2007). Изпълнението

на тази цел гарантира на предприятията увеличение на пазарния дял и подобряване на конкурентоспособността (Logodashki, N., 2019). Ето защо предприятията се стремят към непрекъснато създаване на нови или към подобряване на вече създадени продукти (Kamariah I. et all, 2014). Редица изследвания стигат до заключението, че малките и средни предприятия създават повече на брой значими иновации в сравнение с големите фирми. В основата на това е предприемаческото поведение на малките и средни предприятия, които за да доставят стойност на пазара прилагат творчески подход и новаторство при задоволяването на нуждите и решаването на проблемите на потребителите (Юлева-Чучулайна, Р., 2019а)

Терминът иновация произлиза от латинското наименование „innovation” и означава новост, обновление или непознато досега нововъведение. Иновацията е понятие което трудно може да се обясни с едно изречение. Разгледана в по-широк смисъл иновацията представлява внедряване на научно-техническия прогрес в отрасловите структури. В по-тесен смисъл иновацията може да се ограничи до създаване или внедряване на нововъведения на ниво отделно предприятие. Според Годин (2008) иновациите са навсякъде около нас. В света на стоките (технологиите), в научната и техническата литература, в социалните и хуманитарните науки, в изкуствата, в медиите и дори в публичната политика.

Иновацията е процес, чиято основна цел на предприятията е да създадат нов или значително да подобрят продукт, който може да бъде под формата на стока или услуга. Иновацията може да бъде и нов метод за маркетинг, нов организационен метод въведен в търговската практика или в организацията на работните места на предприятието или във неговите външни връзки. С други думи иновацията е процес, който обхваща цялата дейност на предприятието- от създаването на новия продукт до неговия пласмент на пазара. Всички те взети заедно или по-отделно създават пазарни предимства и водят до разрастване дейността на предприятието. Според Ненов, Т. (2010) иновацията е понятие с много сложно съдържание и не в състояние да се дефинира еднозначно за да задоволи изискванията на различните практически ситуации. Независимо от това как възприемаме иновацията като същност – продукт, процес или резултат, общото между различните дефиниции, това е крайният резултат в икономически аспект. Той трябва да бъде по-добър от предшестващия го, ако става дума за подобрение на продукт или технология, а също така да се цели постигане на положителен финансов резултат от дейността на компанията чрез употребата на по-малко използвани ресурси (Boyanov, G., 2022).

В Закона за иновациите (ЗИ) е посочено, че иновацията е внедряване в употреба на някакъв нов или значително подобрен продукт (който може да бъде стока или услуга), нов производствен процес, нов метод за маркетинг, нов организационен метод в търговската практика, организацията на работните места или външните връзки, които създават пазарни предимства, които повишават конкурентоспособността на фирмите. Това означава, че според произхода си иновациите се класифицират на продуктови, процесни (производствени), маркетингови и организационни. От своя страна те са пряко свързани, както с дейността на отделното предприятие, така и с националната

иновационна система. Следователно, иновациите присъстват в цялата дейност на предприятието- от формирането на идеята до реализацията на готовия продукт. Иновационната дейност обхваща всички научни, организационни, технологични, финансови, маркетингови дейности, от които реално произтича реализацията на иновациите. Понякога иновационната дейност в предприятието включва също и изследвания, които са непряко свързани с разработването на конкретната иновация, но спомагат за евентуално подобряване или за следваща иновация (Filipova & Yuleva-Chuchulayna, 2020).

На територията на ЕС и в частност България приблизително 99% от всички предприятия, които извършват независима икономическа дейност попадат в обхвата на малките и средни предприятия. Това означава, че малките и средни предприятия имат жизненоважна роля за икономиката на всяка една страна. През последните години в България се наблюдава трайна тенденция към понижаване броя на големите предприятия и увеличаване броя на малките и средни предприятия. Ето защо пред малките и средни предприятия стои отговорността за постигане на по-конкурентна икономика и по-висок икономически растеж.

В условие на обединена Европа пред малките и средни предприятия съществуват различни възможности подкрепящи иновационната дейност на МСП. Посредством политики и програми се насърчава разработването, създаването и внедряването на иновации във всеки един сектор на икономиката. Подкрепата от европейските институции и достъпът до единния пазар на ЕС е съществена възможност за развитие на малките и средни предприятия за тяхната иновационна дейност. Жизненоважно е и всяка страна да предоставя посредством различни политики (икономически и политически) подходящи условия за да насърчава, а не да ограничава иновационната дейност на малките и средни предприятия. Изправени пред външни и вътрешни фактори малките и средни предприятия са принудени да оцеляват в условие на глобален и конкурентен пазар.

1. Преглед на литературата

В съвременните условия предимство имат компаниите, които осъществяват иновации, това им позволява съществено да повишат ефективността при управлението на бизнеса. Това означава, че поддържането на иновациите в нови продукти и усъвършенстване на съществуващите продукти е жизнено необходимо за предприятията.

Данко (2010) смята, че в голямата част от отраслите на промишлеността малките и средните предприятия не са в състояние да оцелеят без непрекъснато производство на нови продукти.

Дончев и кол. (1998) определят, че иновационната дейност представлява съвкупност от принципи, методи и средства за избор и реализация на стратегии и тактики за непрекъснато осъществяване на нововъведения по отношение на продуктите, технологиите и организационно-управленските практики. Според Юлева-Чучулайна (2021) „иновацията е внедряването на концепции или креативност, които подобряват продуктите, процесите и процедурите чрез

увеличаване на уместността, полезността и ефективността на продуктите или услугите на МСП”.

Според Фарниха и кол. (2016) иновациите днес са ключова съставка за управление на глобалната конкурентоспособност и компаниите трябва да се справят със създаването на нови продукти и услуги.

Крумова (2019) смята, че иновациите се приемат като най-прекия път за създаване на конкурентна икономика, както и че иновациите са главен източник за печалба на предприятията.

Според Кун и Мариск (2007) иновациите са инструмент, който предоставя възможности на предприятията да внедрят нови изобретения и да влязат на нови за тях пазари.

Асенов и кол. (2017) потвърждават, че въвеждането на иновации и поддържането на непрекъснато желание за промяна в организациите от малкия и средния бизнес осигурява подходяща среда за чуждестранни инвестиции, които да допринесат за икономически растеж и устойчивост. С други думи, малките и средни предприятия (МСП) са важен системообразуващ фактор за икономиката на всяка една страна за създаването и внедряването на иновации.

2. Анализ и характеристика на малките и средни предприятия в България

Развитието на предприятието, исторически е съпроводено със задълбочаване на диференциацията във формите и постепенното му обособяване като самостоятелен тип производствена единица (Yuleva-Chuchulayna, R., 2019b). Съгласно действащото законодателство в България правният статут на предприятията според Търговския закон може да бъде: едноличен търговец (ЕТ), събирателно дружество (СД), командитно дружество (КД), командитно дружество с акции (КДА), дружество с ограничена отговорност (ООД), еднолично дружество с ограничена отговорност (ЕООД) и акционерно дружество (АД).

Правният статут на предприятието не определя неговия вид. Вида се определя по различни критерии. Те са следните:

- Според отрасъла в който извършват дейност- промишлени, селско стопански, транспортни, строителни, в сферата на услугите;
- Според собствеността- държавни, частни, публично-частни ;
- Според начина на учредяване- договорни и уставни;
- Според отговорността на съдружниците- с ограничена отговорност и с неограничена отговорност;
- Според размера- микро, малки, средни и големи.

Според нормативните регламенти на ЕС (COM(2008)0394) и България (ЗМСП) основните критерии, които определят размера на предприятието са брой на персонала и реализиран оборот. На таблица 1 са показани количествените показатели по които предприятието се третира като микро, малки, средни и големи.

Таблица 1

Фактори, определящи големината на предприятията

Предприятие	Брой персонал	Оборот
Микро	< 10	≤ € 2 млн.
Малки	< 50	≤ € 10 млн.
Средни	< 250	≤ € 43 млн.
Големи	>250	≥ € 43 млн.

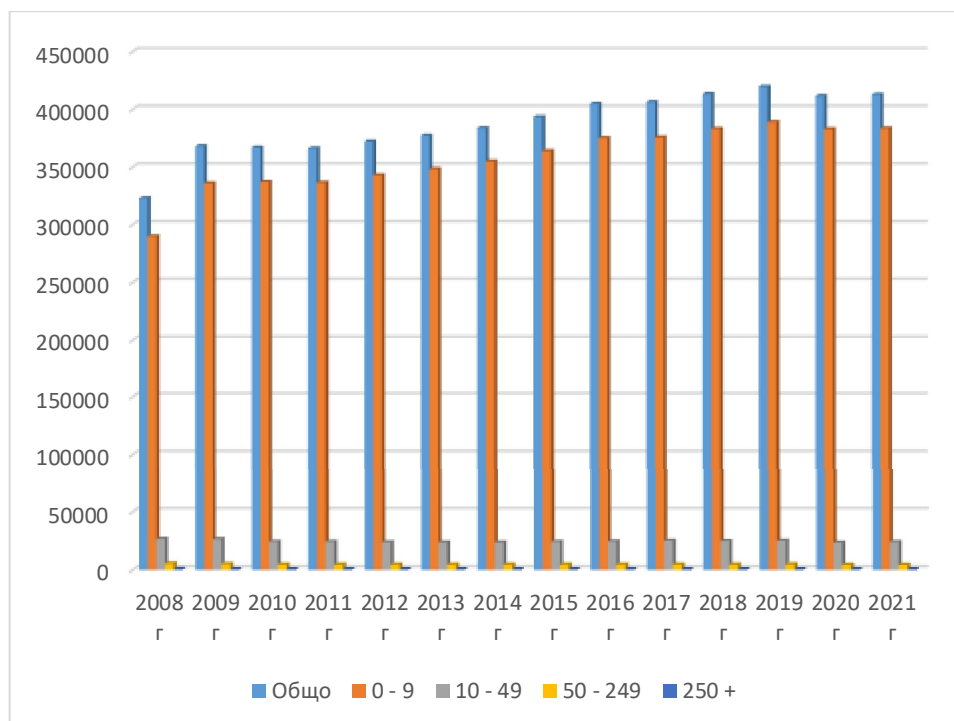
Източник: European Commission,

https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition_en

Регламентите (ЕС и България) определят, че предприятията с персонал е по-малък от 10 души и годишен оборот до 2 млн. евро са микро. Предприятията с персонал от 10 до 49 души и годишен оборот до 10 млн. евро са малки. Предприятията с персонал от 50 до 250 души и годишен оборот до 43 млн. евро са средни. Предприятията с персонал над 250 души и годишен оборот над 43 млн. евро са големи.

На територията на ЕС малките и средните предприятия заемат централно място. Те съставляват 99% от всички предприятия, които извършват дейност. Към края на 2021 г. това са приблизително 23 милиона от всички предприятия опериращи на територията единния пазар. По данни на Националния статистически институт (НСИ) нефинансовите предприятия в т.ч. микропредприятия, малки и средни предприятия в България са 412 124 бр. Следва да се посочи, че през последните години тези предприятия са се превърнали в основен източник на предприемачески умения, въвеждане на иновативни идеи и на внедряване на нови за пазара продукти.

На Фигура 1 е показан броят на нефинансовите предприятия, които извършват независима икономическа дейност (НИД) според броя на заетите лица за периода 2008-2021 г.



Фигура 1. Брой на нефинансовите предприятия по групи предприятия според броя на заетите в тях (хил. бр.)

Източник: Инфостат, НСИ,

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/query.jsf?x_2=786

Данните показват (вж. Фигура 1), че общият брой на предприятията според броя на заетите лица в България, които извършват независима икономическа дейност (НИД) през 2008 г. е бил 323 003 броя. В края на периода, а именно 2021 г. техният брой се е увеличил до 412 878. Следователно, общият брой на предприятията се е увеличил с 89 875 броя. Средната стойност за периода е 387 149. Темпът на нарастване показва увеличение с 27,8% или с 0,27 пъти. Независимо, че общият брой на предприятията се увеличава, по-прецизната ретроспекция изисква броят да се разглежда по групи.

Резултатите показват, че предприятията с брой на персонала 0-9 души (микропредприятия) през 2008 г. са били 289 981 броя. В края на периода (2021 г.) техният брой се увеличава до 383 592, като увеличението е с 93 611 броя. Средната стойност за периода е 357 106. Темпът на нарастване показва увеличение с 32,2% или с 0,32 пъти. Относителният дял в края на периода на микропредприятията от общия брой предприятия е 92,9%.

Предприятията с брой на персонала 10-49 души (малки предприятия) в началото на периода (2008 г.) са били 26 752 броя. В края на периода (2021 г.) техният брой се е понижил до 24 096, като намалението е с 2656 броя. Средната стойност за периода е 24 636. Темпът на нарастване показва понижение с 9,2% или с 0,09 пъти. Относителният дял в края на периода на малките предприятия спрямо общия брой предприятия е 5,8%.

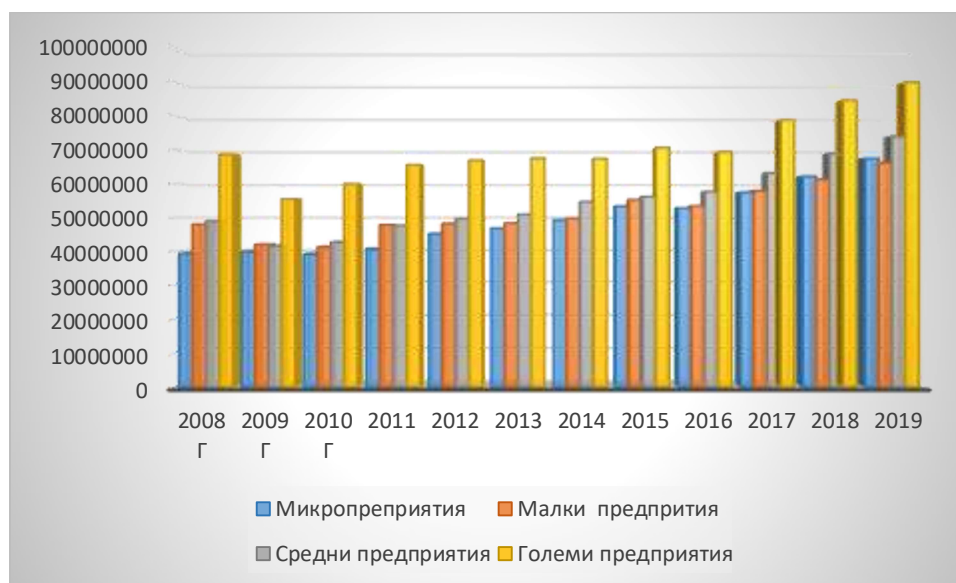
Предприятията с брой на персонала 50-249 души (средни предприятия) в началото на периода (2008 г.) са били 5439 броя. В края на периода (2021 г.) техният брой се е понижил до 4436, като намалението е с 1003 броя. Средната стойност за периода е 4655. Темпът на нарастване показва понижение с 18,4% или

с 0,18 пъти. Относителният дял в края на периода на средните предприятия спрямо общия брой предприятия е 1%.

Предприятията с брой на персонала е над 250 души (големи предприятия) в началото на периода (2008 г.) са били 831 броя. В края на периода (2021 г.) техният брой се е понижил до 754, а намалението е с 77 броя. Средната стойност за периода е 753. Темповете на нарастване показват понижение с 9% или с 0,09 пъти. Относителният дял в края на периода на големите предприятия спрямо общия брой предприятия е 0,0010%.

От представените данни може да се посочи, че общият брой на предприятията в българската икономика през период 2008-2021 г. показва увеличение с 27,8%. Увеличението е само при броя на микропредприятията, докато броят на малките, средните и големите предприятия се понижава. Най-голямо е понижението при средните предприятия. С други думи в българската икономика са налице процеси, които показват реструктуриране на предприятията от големи, средни и малки към микропредприятия. Най-голям брой са представителите на микропредприятията, а с най-малък са големите предприятия. Микропредприятията, малките и средните предприятия съставляват 99,9% от всички предприятия.

Както бе посочено освен броя на заетите лица е вторият фактор, който определя вида на предприятието е реализираният оборот. На Фигура 2 е показан реализираният оборот от предприятията според броя на заетите лица за периода 2008-2019 г.



Фигура 2. Реализиран оборот от предприятията според броя на заетите лица (хил. лв.)

Източник: Инфостат, НСИ,

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=257

Резултатите показват (вж. Фигура 2) че най-голям оборот като абсолютна стойност реализират големите предприятия. След тях са средните и микропредприятията, като най-нисък е оборотът реализиран от малките предприятия. В началото на периода (2008 г.) реализираният оборот от големите

предприятия е бил 68725607 хил. лв. В края на периода (2019 г.) той се е повишил до 90067969 хил. лв. Средната стойност е 70495084,17 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 31,1% или 0,31 пъти.

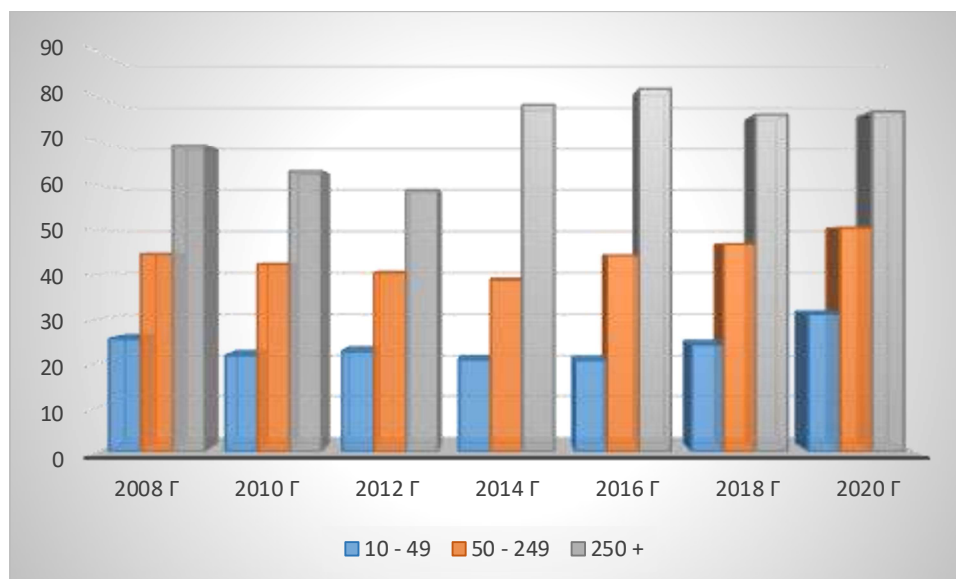
При средните предприятия резултатите показват, че в началото на периода (2008 г.) реализираният оборот е бил 48998412 хил. лв. В края на периода (2019 г.) той се е повишил до 74043120 хил. лв. Средната стойност е 54720778,08 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 51,1% % или 0,51 пъти.

При малките предприятия резултатите показват, че в началото на периода (2008 г.) реализираният оборот е бил почти колкото на средните предприятия, а именно 48013978 хил. лв. В края на периода (2019 г.) той се е повишил до 66203097 хил. лв. Средната стойност е 51655491,42 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 37,8% % или 0,38 пъти.

При микропредприятията резултатите показват, че в началото на периода (2008 г.) реализираният оборот е бил 39360283 хил. лв. В края на периода (2019 г.) той се е повишил до 67502733 хил. лв. Средната стойност е 49492306,17 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 71,4% % или 0,71 пъти.

На основата на посочените данни може да се формира заключение, че големите предприятия реализират най-голям оборот като абсолютни стойности. Оборътът се повишава най-бързо при микропредприятията, последван от този на средните и малките предприятия. В края на периода оборътът реализиран от микропредприятията е по-висок от оборота реализиран от малките предприятия. Темповете на нарастване на оборота и при четирите вида предприятия показват увеличение. При микропредприятията нарастването на оборота е най-голямо, а при големите предприятия най-малко. Реализираният най-голям темп на нарастване на оборота при микропредприятията потвърждава изводите от Фигура 3.1 където е доказано, че броят на микропредприятията се увеличава с най-бърз темп спрямо броя на останалите предприятия. Това може да се смята и за основна причина за формирания най-висок темп на нарастване на реализирания оборот от микропредприятията.

Следователно, по-високият оборот трябва да гарантира на предприятията разширяване на дейността от една страна, а от друга страна предприятията да бъдат по-иновативни. С други думи внедрените нови или подобрени продукти или въведени бизнес процеси значително трябва да се различават от предишните продукти или бизнес процеси. Основната цел е насочена към увеличение на пазарния дял и подобряване на конкурентоспособността. На Фигура 3 е показан дялът на иновационно-активните предприятия от общия брой предприятия за периода 2008-2020 г.



Фигура 3. Дял на иновационно активните предприятия от общия брой предприятия (проценти)

Източник: Инфостат, НСИ.

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=1782

Установява се (вж. Фигура 3),¹ че през периода 2008-2020 г., дялът на големите иновационно-активни предприятия е най-висок от общия брой големи предприятия. В началото на периода (2008 г.) той е бил 69,1%, а в края на периода (2020 г.) се е повишил до 76,8%. Средно-претеглената стойност е 72,1%. Темпът на нарастване показва увеличение с 11,1% или 0,11 пъти.

Данните за средните предприятия показват, че дялът на иновационно-активните предприятия от общия брой средни предприятия в началото на периода е бил 44,6%, а в края на периода се е повишил до 50,5%. Средно-претеглената стойност е 43,9%. Темпът на нарастване показва увеличение с 13,2% или 0,13 пъти.

При малките предприятия дялът на иновационно-активните предприятия от общия брой малки предприятия в началото на периода е бил 25,5%, а в края на периода се е повишил до 31,1%. Средно-претеглената стойност е 23,7%. Темпът на нарастване показва увеличение с 21,9% или 0,22 пъти.

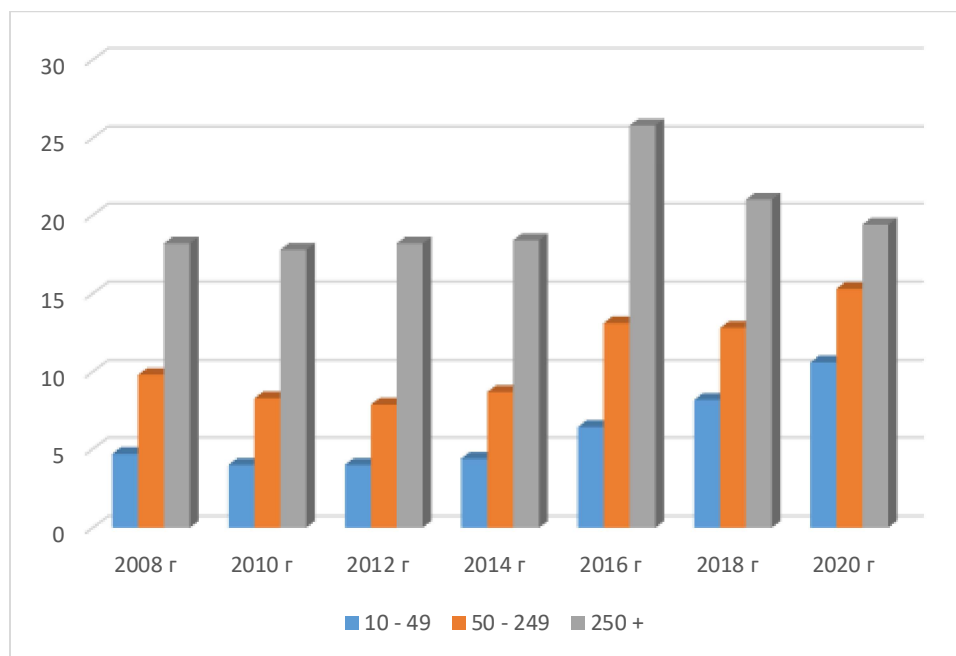
Ако се позовем на данните от Фигура 3.1. за общия брой предприятия по видове към края на 2020 г. се установява, че броят на иновационно-активните предприятия от общия брой е следният – големите са 517, средните са 1909 и малките са 5584. Това означава че при големите предприятия почти всяко от тях е иновативно, при средните всяко второ, а при малките всяко четвърто.

Може да се формулира извод, че най-иновационно-активни са големите предприятия, след тях са средните, а най-малко иновационно-активни са малките предприятия. Данните показват, че средно за периода 72,1% от големите предприятия, 50,5% от средните предприятия и 23,7% от малките предприятия са били иновационно-активни. Най-бързо се увеличава дялът на малките

¹ Забележка: Във Фигура 3 данни за микропредприятия не са представени и не са анализирани, тъй като Инфостат не предоставя статистика

иновационно-активни предприятия, последван от делът на средните предприятия. Делът на иновационно-активните предприятия се увеличава най-бавно при големите предприятия.

Тъй като основаната цел на иновационно-активните предприятия е да внедряват или да подобряват вече създадени продукти на Фигура 4 са показани данните за делът на предприятията, които са успели да реализират нови или да усъвършенстват продукти от общия брой предприятия.



Фигура 4. Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия (проценти)

Източник: Инфостат, НСИ.

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=269

Резултатите (вж. Фигура 4) показват, че за периода 2008-2020 г. най-голям дял при реализацията на нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара от общия брой предприятия имат големите предприятия. В началото на периода (2008 г.) делът е бил 18,2%, а в края на периода (2020 г.) той се е повишил до 19,4%. Средно-претеглената стойност е 19,2%. Темпът на нарастване показва увеличение с 6,6% или 0,066 пъти.

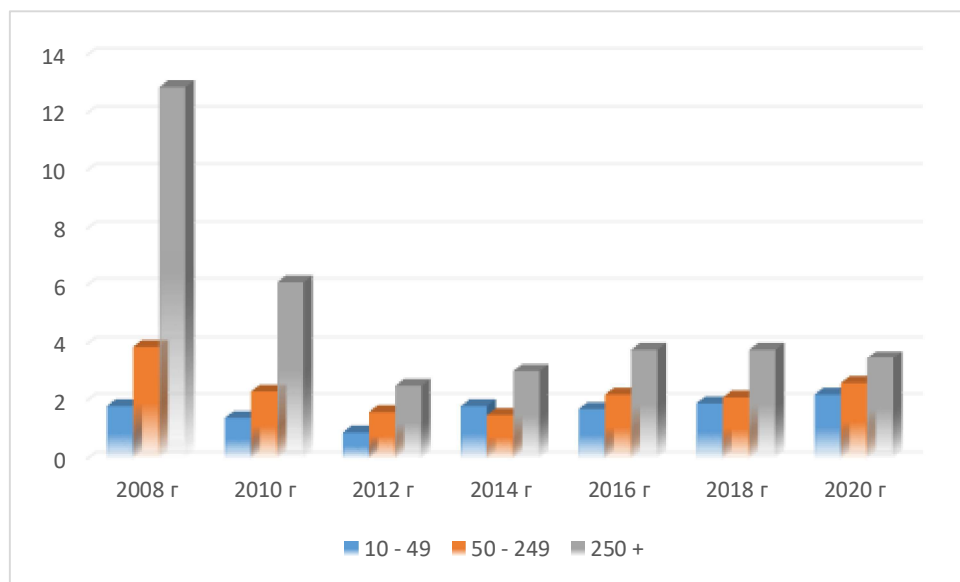
Данните за средните предприятия показват, че делът на реализация на нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара от общия брой предприятия в началото на периода е бил 9,8%, а в края на периода се е повишил до 15,3%. Средно-претеглената стойност е 10,8%. Темпът на нарастване показва увеличение с 56,1% или 0,56 пъти.

При малките предприятия данните показват, че делът на реализация на нови или усъвършенствани продукти в началото на периода е бил 4,7%, а в края на периода се е повишил до 10,6%. Средно-претеглената стойност е 6,04%. Темпът на нарастване показва увеличение с 125,5% или 1,26 пъти.

От представените данни може да се изведе, че големите предприятия имат най-голям принос при реализацията на пазара на нови или на подобрени продукти,

по-малък е приносът на средните и малките предприятия. Всяко едно от големите предприятия успява да реализира нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара средно по 19,2 продукта на година, докато средните и малките предприятия реализират съответно по 10,8 и 6,04 продукта. Делът на реализация на нови или подобрени продукти най-бързо се увеличава при малките и средните предприятия и най-бавно при големите предприятия. Ако съотнесем изводите посочени във Фигура 4 към тези на Фигура 3 ясно се вижда, че основната причина за по-бързото повишение на дела на реализация на нови или подобрени за пазара продукти при малките и средните предприятия е поради по-бързото увеличение на дела на иновативно-активните малки и средни предприятия.

Реализацията на нови или подобрени за пазара продукти се свързва с оборота на предприятията. Фигура 5 показва дела на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара, от общия оборот на предприятията.



Фигура 5. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот на предприятията (проценти)

Източник: Инфостат, НСИ

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=295

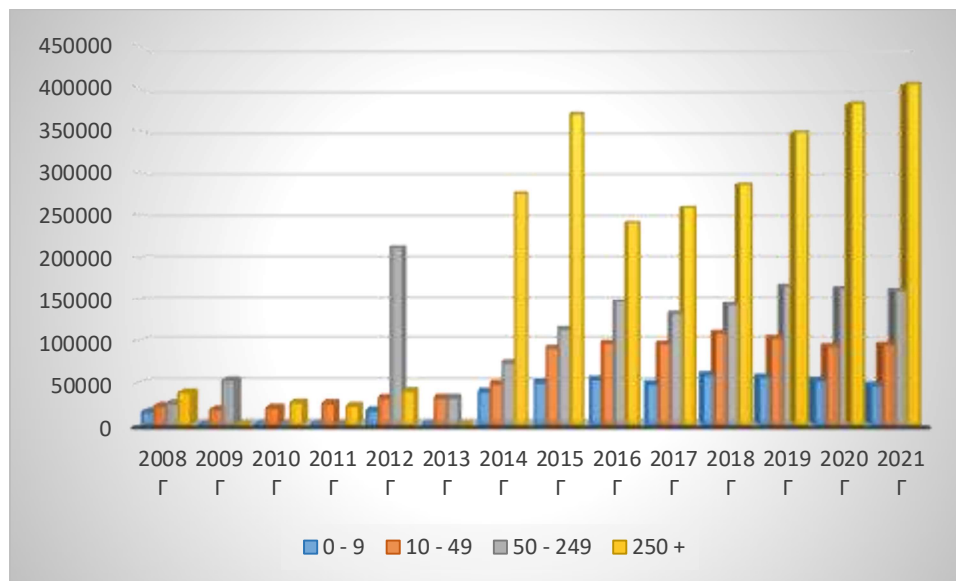
Резултатите показват (вж. Фигура 5), че реализираният оборот за периода 2008-2020 г. от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот е най-висок при големите предприятия. В началото на периода (2008г.) той е бил 12,9%, а в края на периода 2020 г.) се е понижил до 3,5%. Средно-претеглената стойност е 5,09%. Темпът на нарастване показва понижение с 268% или 2,68 пъти.

Данните за средните предприятия показват, че реализираният оборот от нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара от общия оборот в началото на периода е бил 3,9%, а в края на периода той се е понижил до 2,6%. Средно-претеглената стойност е 2,31%, а темпът на нарастване показва понижение с 50% или 0,5 пъти.

Резултатите за малките предприятия показват, че реализираният от тях оборот в началото на периода е бил 1,8%, а в края на периода той се е повишил до 2,2%. Средно-претеглената стойност е 1,67%, а темпът на нарастване показва увеличение с 22% или 0,22 пъти.

От представените данни може да се обобщи, че реализираният оборот се е понижил при големите и при средните предприятия и се е увеличил при малките. Резултатите за големите и средните предприятия в известна степен могат да се приемат за очаквани. От една страна това е така, тъй като броят на тези предприятия се понижава (вж. Фигура 3.1), но от друга страна големите и средните предприятия имат най-голям дял при реализацията на нови или усъвършенствани за пазара продукти (вж. Фигура 3.4). Положителният резултат на малките предприятия се дължи на факта, че през последните години техният брой най-бързо се увеличава, а и също така, че те най-бързо повишават дела си на реализация на нови продукти.

На основата на реализирания оборот от дейността, включително и от оборота от внедрени иновационни продукти, предприятията целенасочено извършват разходи за научно-изследователска и развойна дейност (НИРД). Това би им позволило да създават нови иновационни продукти, да разширяват пазарния си дял и да реализират по-висок оборот. Фигура 6 показва направените разходи от предприятията за научно-изследователска и развойна дейност за периода 2008-2021 г.



Фигура 6. Разходи за НИРД в сектор предприятия по големина на предприятията (хил. лв.)

Източник: Инфостат, НСИ,

https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/query.jsf?x_2=602

Резултатите за разходите на предприятията за НИРД (вж. Фигура 6) за периода 2008-2021 г. показват, че големите предприятия извършват най-много разходи. В началото на периода (2008 г.) извършените разходи са били 38062 хил. лв., а в края на периода (2021 г.) те са увеличени до 406093 хил. лв. Средната

стойност е 224880,25 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 9,66% или с 00,96 пъти.

Данните за разходите за НИРД на средните предприятия показват, че в началото на периода (2008 г.) те са били 25235 хил. лв. В края на периода (2021 г.) те са увеличени до 160877 хил. лв. Средната стойност е 118171,9167 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 537% или с 5,37 пъти.

Извършените разходи от малките предприятия показват, че в началото на периода (2008 г.) те са били 22269 хил. лв. В края на периода (2021 г.) те са увеличени до 93987 хил. лв. Средната стойност е 62632 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 322% или с 3,22 пъти.

Резултатите за микропредприятията показват, че в началото на периода (2008 г.) те са били 15546 хил. лв. В края на периода (2021 г.) те са увеличени до 46237 хил. лв. Средната стойност е 43586,7 хил. лв. Темповете на нарастване показват увеличение с 197% или с 1,97 пъти.

От представените данни е възможно да се посочи, че големите предприятия изразходват най-много средства за научно-изследователска и развойна дейност. Значително по-малко са разходите на средните, малките и на микропредприятията. Увеличението на разходите е най-бързо при средните и малките предприятия, а при големите предприятия разходите се увеличават най-бавно.

Заклучение

На основата на направената ретроспекция на дейността на предприятията в България могат да се направят следните по-важни заключения:

Първо, общият брой на предприятията осъществяващи независима икономическа дейност в България през периода 2008-2021 г. показва увеличение. Увеличението е само при броя на микропредприятията, докато броят на малките, средните и големите предприятия се понижава. Най-голямо е понижението при средните предприятия. Това означава, че в българската икономика са налице процеси, които показват преструктуриране на предприятията от големи, средни и малки към микропредприятия. Микропредприятията, малките и средните предприятия съставляват 99,9% от всички предприятия, което е близо до стойностите на страните от ЕС.

Второ, големите предприятия реализират най-голям оборот като абсолютни стойности. Независимо от това оборотът се повишава най-бързо при микропредприятията, след това при средните и малките предприятия. Видно е, че микропредприятията повишават оборота си най-бързо, а големите предприятия най-бавно. Това е така поради факта, че броят на микропредприятията се увеличава.

Трето, като дял от общия брой предприятия най-иновативни са големите предприятия, а най-малко иновативни са малките. Делът на малките иновативно-активни предприятия се увеличава най-бързо от общия брой предприятия, а най-бавно се увеличава делът на иновативно-активните големи предприятия.

Четвърто, големите предприятия имат най-голям принос при реализацията на пазара на нови или на подобрени продукти, значително по-малък е приносът

на средните и малките предприятия. Делът на реализация на нови или подобрени продукти най-бързо се увеличава при малките и средните предприятия и най-бавно при големите предприятия.

Пето, оборотът реализиран от нови или усъвършенствани продукти, които са нови за пазара, от общия оборот на предприятията показва понижение при големите и при средните предприятия и увеличение при малките предприятия. Положителният резултат на малките предприятия се дължи на факта, че през последните години техният брой най-бързо се увеличава, а така също и че най-бързо повишават дела на реализацията на нови продукти.

Шесто, големите предприятия изразходват най-много средства за научно-изследователска и развойна дейност. Значително по-малко са разходите извършвани от средните, малките и микропредприятията. Увеличението на разходите е най-бързо при средните и малките предприятия, а при големите разходите се увеличават най-бавно.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

- АСЕНОВ, А., АЛЕКСИЕВА, Д., СТОЯНОВА, С. И РУСЕНОВ, Г. (2017). Иновативни управленски практики за добро управление, Алманах научни изследвания, Том 24, Част I, ISSN: 1312-3815, <https://almanahni.uni-svishtov.bg/title.asp?title=656>, с. 343-372
- ДАНЬКО, Т. (2010) Управление маркетингом, изд. „Инфра-М”, М., с. 235
- ДОНЧЕВ, Д., ВЕЛЕВ, М., ДИМИТРОВ, Й. (1998). Икономика на предприятието, ИК „СИЕЛА”, с. 274
- ЗАКОН ЗА ИНОВАЦИИТЕ,
<https://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/vop/innovation.pdf>
- КРУМОВА, З. (2019). Иновации-основен фактор за повишаване на конкурентоспособността, Годишен алманах научни изследвания на докторанти, с. 507, Том XII – 2019, книга 15, ISSN 1313-6542
- НЕНОВ, Т. (2010). Управление на иновациите. Варна, Наука и икономика, 2010, с. 25.
- ЮЛЕВА-ЧУЧУЛАЙНА, Р. (2019а). Иновациите – източник на конкурентни предимства в малките и средни предприятия, Международно Висше Бизнес Училище Ботевград, с.111-123, ISBN 978-954-9432-83-1, <https://ibsedu.bg/bg/article/401-XVI-mezhdunarodna-nauchna-konferentsiya-inovatsii-i-predpriemachestvo-v-obrazovaniето-i-biznesa>
- BOYANOV, G. (2022). Evolutionary models of the innovation process. *Entrepreneurship*, 10 (2), pp. 42-53 DOI: 10.37708/ep.swu.v10i2.4
- FARNIHA, L., FERREIRA, J. AND GOUVEIA, B. (2016). Network of Innovation and Competitiveness: A triple Helix case study, *Journal of the knowledge economy*, 7:1, pp. 259- 275
- FILIPOVA, M. & YULEVA-CHUCHULAYNA, R. (2020). Innovation projects as a factor for strategic development of small and medium – sized enterprises. *Revista Inclusiones* Vol: 7 num Especial pp. 461-476, ISSN 0719-4706
- GODIN, B. (2008). Innovation: The History of a Category, Project on the Intellectual History of Innovation, 385 rue Sherbrooke Est, Montreal, Quebec H2X 1E3
- LOGODASHKI, N. (2019). Competition and competitiveness – general theoretical concepts. *Journal Entrepreneurship* , 7 (1), pp.16-24.

- KAMARIAH I., OMAR, W., SOEHOD, K., SENIN, A. AND AKHTAR, CH. (2014). Role of Innovation in SMEs Performance: A Case of Malaysian SMEs, pp. 145-149, ISBN: 978-1-61804-230-9
- KUHN, J. AND MARSICK, V. (2005). Action learning for strategic innovation in mature organizations: key cognitive, design and contextual considerations, *Action Learning: Research and Practice*, 2:1, pp. 7-48, DOI 10.1080/14767330500041236
- TEECE, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28 (13), pp. 1319-1350, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/smj.640>
- YULEVA-CHUCHULAYNA, R. (2021). Digitization of small and medium-sized enterprises in Bulgaria. *Revista Inclusiones*, 8(1), 217-228. <https://revistainclusiones.org/pdf1/20%20Radostina%20VOL%208%20NUM%201%20ENEMAR2021INCL.pdf>
- YULEVA-CHUCHULAYNA, R. (2019 b). Legal framework for development of small and medium enterprises in Bulgaria, *Economics and Law*, 1 (2), pp. 26-33, ISSN 2682-972X, <http://el.swu.bg/ikonomika/volume-1-issue-2-2019/legal-framework-for-development-of-small-and-medium-enterprises-in-bulgaria/>