



# ПОДКРЕПА НА МСП ЗА ДОСТЪП ДО ВЪНШНИ ПАЗАРИ И ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА ИЗНОСА

**Веселин Горнишки**

Директор

Развитие и интернационализация на малките и  
средните предприятия

ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА  
МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Европейска седмица на МСП 2011





Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните позиции на българската икономика"



Проект Укрепване и разширяване на присъствието на българските предприятия на Европейския и световните пазари и ефективно използване на предимствата на Европейския пазар от българските предприятия

Бюджет: 27 396 493 лв. (14 007 604 евро)

Проектен период: 36 месеца (от 22.04.2010 г. до 22.04.2013г.)





Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

## Деятности по проекта

- **Деятност 1**  
Разработване на национален експортен интернет портал и поддържане на база данни на български предприятия с експортен потенциал
- **Деятност 2**  
Експортни стратегии, анализи и политики - определени са 18 сектора



Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните позиции на българската икономика"





## Сектори, за които предстои разработване на експортни стратегии, анализи и политики:

- “Производство на храни”;
- “Производство на напитки”;
- “Производство на химични и фармацевтични продукти”;
- “Производство на текстил и изделия от текстил”;
- “Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи”;
- “Производство на мебели”;
- “Производство на машини, оборудване и домакински уреди”;
- “Производство на електрически машини и апарати”;
- “Производство на превозни средства, без автомобили”;
- “Производство на изделия от каучук и пластмаси”;
- “Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти”;
- “Производство на канцеларска и електронно-изчислителна техника и продукти и услуги в областта на компютърните технологии”;
- “Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели”;
- “Производство на дървесна маса, хартия, картон и изделия”;
- “Издателска и полиграфическа дейност, възпроизвеждане”;
- “Производство на неметални и минерални продукти”;
- “Производство на метални изделия, без машини и оборудване”;
- “Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника”.



Оперативна програма “Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013” Приоритетна ос 4.2 “Укрепване на международните позиции на българската икономика”





Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

## Дейности по проекта

### ➤ Дейност 3

Обучителни, информационни и специализирани семинари

- **Въвеждащи обучения** за повишаване на капацитета и знанията на българските предприятия за излизане на външни пазари
- **Информационни семинари** за всички съществуващи инструменти за насърчаване на експорта, предлагани от държавните институции, като БАЕЗ, БАИ, Българска банка за развитие и различни промоционални институционални и международни програми
- **Специализирани семинари** за насърчаване на износа по сектори



Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните позиции на българската икономика"





## Дейности по проекта

### ➤ Дейност 4

**Информационно-консултантски услуги за подпомагане на експертния потенциал**

- **Придобиване на специфична маркетингова и аналитична информация за:**
  - Конкретен сектор
  - Стокова група
  - Продукт на определен външен пазар
  - Канали за дистрибуция
  - Специфични нормативни изисквания
- **Изпълнението предстои през втората проектна година**
  - Дейността е обвързана с изпълнението на дейност 2 (разработване на експортни стратегии, анализи и политики)





## Дейности по проекта

➤ **Дейност 5**

Организиране на търговски мисии, бизнес форуми и други промоционални прояви в страната и чужбина

➤ **Дейност 6**

Подкрепа за колективно участие на българските компании в международни изложения



Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните позиции на българската икономика"





Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

## Дейности по проекта

- **Дейност 7**  
Рекламно-издателска дейност за повишаване на експортния потенциал на българските МСП
- **Дейност 8**  
Визуализация и публичност на проекта



Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните позиции на българската икономика"







# Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

## НАЦИОНАЛЕН ЕКСПОРТЕН ПОРТАЛ БЪЛГАРИЯ

- Фирмена регистрация
- Фирмен каталог
- Попитай експерта
- Е-бизнес

- Насърчаване на интернационализацията на МСП
- Външна търговия на България
- Секторни експортни стратегии
- Чуждестранни пазари
- Търсене на бизнес партньори и оферти
- Експортно ориентирани сектори и продукти
- Инициативи в страната
- Инициативи в чужбина
- Информационни и консултантски услуги
- Комуникация с търговските представителства



Първият национален експортен портал е създаден като инструмент за подпомагане навлизането и успешното позициониране на българските предприятия на чуждестранните пазари.

Целта е да се предоставят специализирани услуги и да се облекчи достъпа на българските предприятия до актуална и полезна информация за насърчаване на експорта. Експортният портал ще действа и като посредник при установяване на контакти между български МСП и чуждестранни компании при предлагането на стоки и услуги, като ще поддържа база данни с фирмени записи на експортно ориентирани български предприятия.

Порталът е разработен в изпълнение на Проект „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия“ по Приоритетна ос 4 на ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013 г.“, по който Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия е институционален бенефициент.

Поддържането на актуална информация по отделните рубрики, намирането на оферти, подготовката на отговори на запитвания от страната и чужбина, както и на консултации в помощ на бизнеса се осъществява от експертния екип на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия.



Интересувате се от търговски партньор, потърсете във **ФИРМЕНИЯ КАТАЛОГ**

Имате конкретно предложение, публикувайте го в рубрика **ОФЕРТИ**

Имате конкретен въпрос, задайте го в рубрика

**Търсене**

**Търси**

Допуска се пълнотекстово търсене, комбинирано със \*

**Вход за потребители**

Потребителско име:

Парола:

**Вход**

[Регистрирай се](#)  
[Забравена парола](#)

**Календар на предстоящи събития**

44	←	юли 2011	→	45			
	п	в	с	ч	п	с	н
27	27	28	29	30	1	2	3
28	4	5	6	7	8	9	10
29	11	12	13	14	15	16	17
30	18	19	20	21	22	23	24
31	25	26	27	28	29	30	31
32	1	2	3	4	5	6	7

**Анкета**



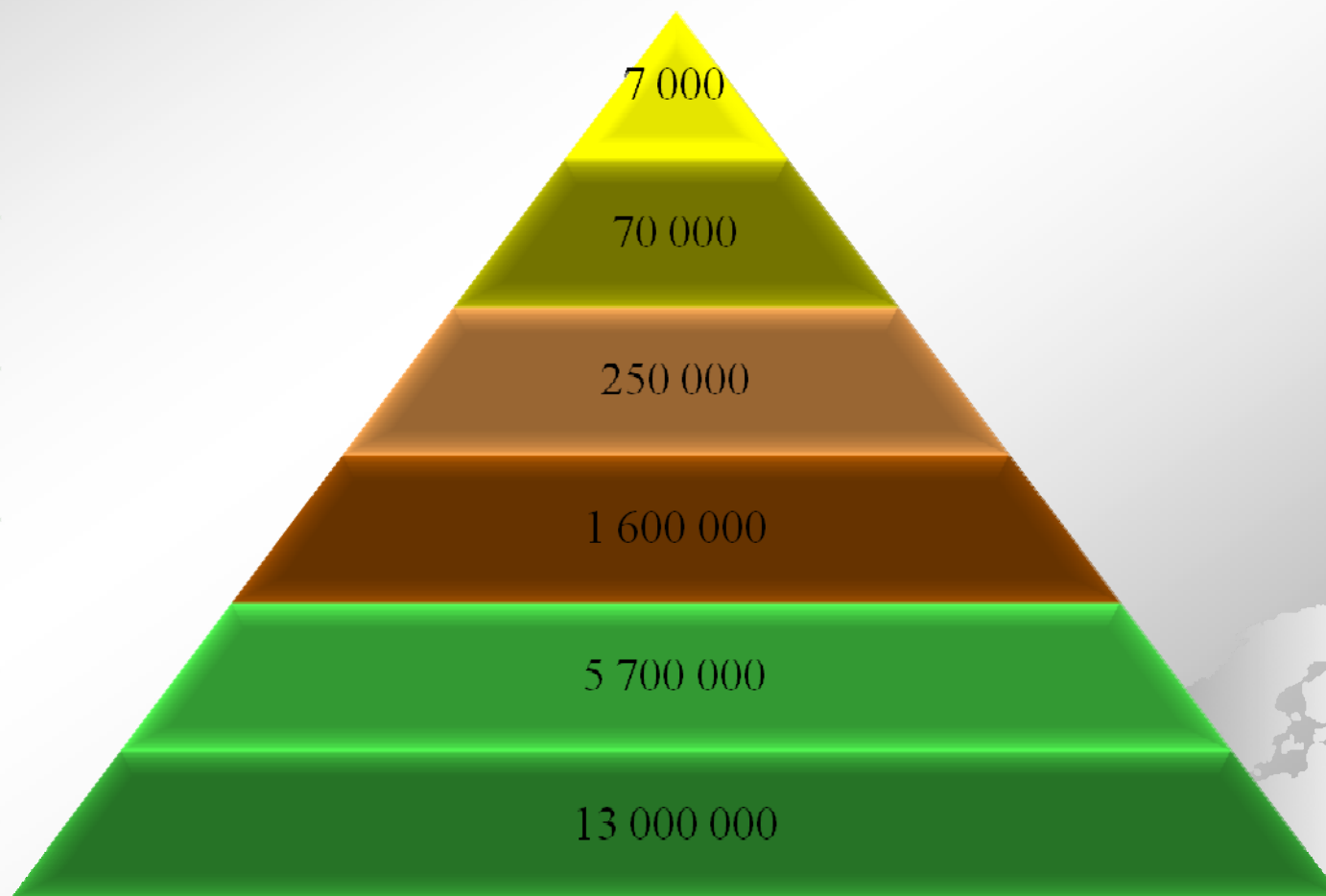


# МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ





# ЕВРОПЕЙСКИТЕ МСП





# БЪЛГАРСКИТЕ МСП

- През 2009 г. броят на МСП възлиза на 315 850 предприятия, които представляват 99.8% от нефинансовите предприятия. За периода 2005-2009 г. броят на МСП е нарастнал с 32%, а на големите – с 5%. След 2007 г. годишният темп на растеж на броя на МСП се ускорява до 14.5% през 2009 г. През 2009 г. делът на микропредприятията нараства за сметка на малките и средните предприятия и възлиза на 90.3% от МСП.
- През 2009 г. броят на заетите на МСП е 1 553 164, като 76% от работните места са в МСП, а 24% са в големите предприятия. За периода 2005-2009 г. заетите в сектора на МСП се увеличават с 18%, а в големите предприятия се намаляват с 2%. През 2009 г. едно МСП осигурява средно 5 работни места. В кризисната 2009 г. само микропредприятията отбелязват ръст на заетите.
- Производителността на труда в сектора на МСП е по-ниска от средното за икономиката равнище. През 2006 и 2007 г. добавената стойност на един зает в сектора се характеризира с изпреварващ темп на растеж спрямо този в големите предприятия – съответно 26% и 15%. През 2009 г. производителността на труда в МСП отбелязва спад от 12%, за разлика от нарастването ѝ в големите предприятия с 4%.
- През 2009 г. оборотът на МСП възлиза на 123 697 868 лв. (63,437 хиляди евро). Средно за периода 2005-2008 г. най-ниска е нормата на печалба в микропредприятията – 15%. С нарастването на размера на предприятието се повишава и рентабилността – нормата на печалба е 52% при малките и 54% при средните предприятия. През 2009 г. нетният опериращ излишък за цялата икономика намалява с 8.3% спрямо предходната година, което намира отражения и във финансовите показатели на сектора на МСП.
- През последните няколко години е налице тенденция на изпреварващ принос на МСП в инвестициите. През 2009 г. стойността на показателя при тях възлиза на 63.1%. Почти половината от придобитите ДМА принадлежат на микропредприятията (47.2%). При малките и средните предприятия разглежданият дял възлиза съответно на 24.6% и 27.5%.





# БЪЛГАРСКИТЕ МСП

## Ключови моменти

- През първите две години като държава членка на ЕС (2007-2008 г.) България продължава да регистрира високи темпове на икономически растеж. Под формата на ПЧИ през тези две години са привлечени общо 15,7 млрд. евро. Разпределението на тези инвестиции по отрасли обаче, е твърде неравномерно. В резултат на това много икономически дейности се развиват с неустойчиво високи темпове като строителството и кредитната дейност на банките.
- През 2007 и 2008 г. търсенето на труд се увеличава бързо и чувствително, което довежда до липсата на достатъчно квалифицирана работна сила в много сектори. През 2007 г. средната работна заплата в страната се увеличава с почти 20%, а през 2008 г. – с още 27%.
- Първите сигнали за отражение на световната финансова и икономическа криза се появяват в края на 2008 г. с намаляването на темпа на нарастване на износа на стоки малко над 10% на годишна база. В началото на 2009 г. е налице спад в БВП от 4.9%, поради рядка корекция надолу в потреблението и инвестициите. През 2009 г. икономиката се свива с 5.5%. Спадът на потреблението е 7.3%, а този на инвестициите – 24.9%. За последните 6 месеца на 2009 г. броят на заетите лица намалява със 120 хиляди души.
- Към края на 2009 г. макроикономическите индикатори показват постепенно излизане от рецесията в ЕС.
- През 2010 г. проявлението на ефектите от кризата в България продължава въпреки сигналите за оживление и последващия минимален растеж на БВП от 0.2%. Потреблението и инвестициите продължават да отбелязват спад. В края на годината безработицата нараства до 11.2%, а инфлацията достига до 4.5%, като средногодишната инфлация възлиза на 2.4%. Като цяло, вътрешното търсене остава подтиснато в резултат на състоянието на пазара на труда, доходите и възможностите за кредитно финансиране.

- Банковата система в България посреща началото на икономическата криза в много добро състояние. През 2010 г. слабите признаци на възстановяване на икономиката намират отражение и в динамиката на банковия сектор, поради което дялът на лошите кредити достига почти 12%. Все пак, банките успяват да запазят стабилността на своите показатели, като капиталовата адекватност възлиза на 17.5% към края на 2010 г.
- Динамичното развитие на МСП е присъщо за всички страни на ЕС – както стари, така и новоприети страни членки. В началото на финансовата и икономическа криза възходящото развитие на сектора на МСП е прекъснато. Оценките за загубата на работни места в МСП в страните на ЕС-27 за 2009 и 2010 г. са 3,25 млн.
- През 2011 г. само 8% от МСП в страната заявяват, че не са засегнати от кризата, за разлика от предходната година, когато този дял е два пъти по-висок – 17%. Основните проблеми на МСП са: (1) невъзможност за намаляване на разходите, (2) липса на пазари, (3) междуфирмена задлъжнялост, (4) наличие на голяма сива част в сектора на дейност и (5) замразяването на инвестиционните планове. За целия период на кризата, общо 37% от МСП са намалили броя на персонала си. В сферата на строителството 96% от предприятията са направили съкращения, а 60% се затрудняват в изплащането на текущите си задължения.
- 56% от всички МСП заемат активна позиция по отношение на кризата, докато 44% не предприемат никакви действия за справяне с кризата и заемат по-скоро пасивна, изчаквателна позиция. Три четвърти от заемащите активна позиция предприемат стратегия на съкращаване на разходи. Останалите една четвърт залагат на иновативни стратегии – увеличаване на пазарен дял чрез лансиране на нови или подобрени продукти.





# БЪЛГАРСКИТЕ МСП

## Ефекти на кризата – общо и по размерни групи предприятия

	Всички предприятия	Микро предприятия	Малки предприятия	Средни предприятия
Оборотните средства на предприятието значително се...	71%	79%	68%	54%
Налози се съкращаване на персонал	37%	38%	57%	67%
Предприятието се затруднява при вземанията си	34%	35%	43%	54%
Предприятието загуби пазари	28%	30%	38%	--
Предприятието се затруднява в изплащането на текущи...	23%	24%	32%	25%
Предприятието намали заплатите на служителите си	22%	24%	20%	13%
Предприятието замрази инвестиционните си планове	22%	24%	14%	42%
Предприятието се затруднява в изплащането на кредити	18%	19%	25%	25%
Предприятието съкрати производства и дейности	11%	11%	23%	--

В кои от следните сфери се отрази най-вече икономическата криза върху дейността на предприятието?  
 БАЗА: Всички. Отговори „да“. (Изследване сред МСП, 2011 г.)

## Ефекти на кризата – по сфера на дейност

	Производство	Търговия	Услуги	Строителство
Налози се съкращаване на персонал	46%	34%	30%	96%
Предприятието намали заплатите на персонала	21%	22%	22%	28%
Предприятието се затруднява в изплащането на кредити	22%	22%	13%	23%
Предприятието се затруднява при вземанията си	44%	34%	29%	53%
Предприятието се затруднява в изплащането на текущи задължения	21%	20%	23%	58%
Предприятието замрази инвестиционните си планове	26%	25%	18%	28%
Предприятието загуби пазари	32%	24%	28%	60%
Предприятието съкрати производства, дейности, структурни звена	8%	16%	6%	20%
Оборотите на предприятието значително намалеха	78%	75%	69%	88%

В кои от следните сфери се отрази най-вече икономическата криза върху дейността на предприятието?  
 БАЗА: Всички. Отговори „да“. (Изследване сред МСП, 2011 г.)





# БЪЛГАРСКИТЕ МСП

## Проблеми, причинени от общата пазарна конюнктура и икономическата криза – по размерни групи предприятия

	Всички предприятия	Микро предприятия	Малки предприятия	Средни предприятия
Общото влияние на кризата върху сектора	92%	93%	87%	79%
Невъзможност за намаляване на разходите...	42%	43%	38%	20%
Липсата на пазари за реализация на продукцията	41%	40%	43%	38%
Междуфирмената задлъжнялост	28%	26%	44%	54%
Наличие на голяма сива част в сектора	27%	28%	16%	25%
Замразяването на инвестициите на фирмата	22%	21%	36%	17%
Отношенията с доставчици	19%	18%	14%	50%
Понижена мотивация на служителите	14%	14%	13%	17%
Организационната ефективност на фирмата	7%	6%	11%	29%

В контекста на общата пазарна конюнктура и икономическа криза, какви са най-сериозните проблеми на Вашето предприятие?

БАЗА: Всички. Отговори „да“. (Изследване сред МСП, 2011 г.)

## Проблеми, причинени от общата пазарна конюнктура и икономическата криза – по сфера на дейност

	Производство	Търговия	Услуги	Строителство
Общото влияние на кризата в сектора	95%	89%	94%	96%
Невъзможност за намаляване на разходите на предприятието	44%	39%	41%	55%
Липсата на пазари за реализация на продукцията	38%	39%	36%	77%
Междуфирмената задлъжнялост	41%	26%	22%	42%
Наличие на голяма сива част в сектора	49%	20%	23%	52%
Замразяването на инвестициите на предприятието	24%	24%	17%	44%
Отношенията с доставчици	24%	21%	13%	27%
Понижена мотивация на служителите	21%	11%	11%	30%
Организационната ефективност на предприятието	5%	10%	3%	15%

В контекста на общата пазарна конюнктура и икономическа криза, какви са най-сериозните проблеми на Вашето предприятие?

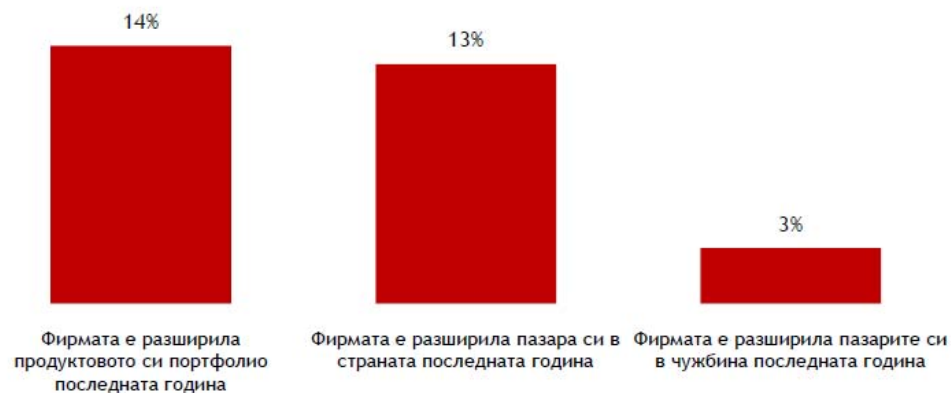
БАЗА: Всички. Отговори „да“. (Изследване сред МСП, 2011 г.)





## БЪЛГАРСКИТЕ МСП

### Пазарни позиции през 2010 г.



Преструктурирането в организацията на човешките ресурси е един от най-важните отговори на кризата от страна на българските предприятия. Кризата е също шанс за много предприятия да повишат ефективността на труда. Голяма част от предприятията подобряват цялостно дейността си, като оптимизират вътрешно-фирмени процеси. В изследването от началото на 2011 г. 13% от всички МСП заявяват, че са разработили и лансирали нов продукт на пазара през 2010 г., 16% са лансирали съществено подобрен вариант на вече съществуващ продукт, а 9% понастоящем работят върху разработването на нов продукт, който очакват да излезе на пазара в скоро време. Едно от десет микропредприятия е успяло да разшири пазара си в страната през 2010 г. (за сравнение, това твърдят едно от пет малки предприятия и едно от три средни предприятия). 3% от микропредприятията заявяват, че са разширили пазара си в чужбина и този дял е много близък до този на малките предприятия — 4%. Значително по-висок дял от средните предприятия декларират разширяване на пазара си в чужбина през изминалата все още кризисна година — 17%.





## Благодаря за вниманието Ви

Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и  
средните предприятия

гр. София, ул. 6-ти септември №21

тел: 02 9329211, факс: 02 9329299

[www.sme.government.bg](http://www.sme.government.bg)

e-mail: [office@sme.government.bg](mailto:office@sme.government.bg)



Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската  
икономика 2007 – 2013" Приоритетна ос 4.2 "Укрепване на международните  
позиции на българската икономика"

