

# **ПРИНОСЪТ НА МАЛКИЯ БИЗНЕС В СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРИЯ**

**Д-р Анелия Пържанова**

**Филиал на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”,  
гр. Смолян**

*Анотация:* През последните години се наблюдава значителен интерес към проблемите на възникването и развитието на малкия бизнес. Причината за това, е че малкият бизнес има съществен принос в развитието на страните и делът му расте, не само в развитите пазарни икономики с утвърдени традиции, а и в страните, в които пазарните отношения на стопанството възникват преди около 30 години. Световната практика потвърждава, че предприемачеството и преди всичко малките фирми, които притежават голям потенциал за социално-икономическото развитие, са основата на всяко пазарно стопанство и на обществото като цяло.

*Ключови думи:* малкия бизнес, предприемачеството, пазарна икономика, социално-икономическо развитие

## **THE IMPORTANCE OF THE SMALL BUSINESS IN THE SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF BULGARIA**

**Aneliya Parzhanova, PhD**

**Branch of the Varna Free University “Chernorizets Hrabar”, Smolyan**

*Abstract:* In recent years, there has been considerable interest in the problems of the emergence and development of small businesses. The reason for

this is that small business has made a significant contribution to the development of the countries and its share has grown not only in developed market economies with established traditions, but also in countries where the market economy of the economy has grown about 30 years ago. World practice confirms that entrepreneurship, and above all small businesses, have great potential for socio-economic development and are the basis of every market economy and society as a whole.

*Key words: small business, entrepreneurship, market economy, socio-economic development*

През 90-те години на XX век се налага тенденцията транснационаните компании да използват малки предприемачески форми. Въвличането на малкия бизнес в сферата на икономическите интереси на големите компании естествено се определя от мащабите на неговото бързо разпространение. През този период делът на малкия бизнес във Великобритания, Италия, Германия и Япония е особено голям. Малкото предприемачество обхваща Великобритания още през 80-те години на XX век, когато бурния растеж на икономиката е основан на знанията. Малкия бизнес винаги е бил от особено значение за Италия, която се приема за класическа страна на малкия бизнес.<sup>1</sup> Световна сила и пример за малък и многообразен бизнес е Япония, където малките предприятия осигуряват повече от половината произведени стоки и услуги и над 0% от заетите в неселскостопанските отрасли. Специфична особеност на малкия бизнес в Япония е тясното му преплитане с големи предприятия.<sup>2</sup> Малкия бизнес има

---

<sup>1</sup> От около 4 млн. регистрирани предприятия в Италия, само 2 % са големи с до 1000 души работещи в тях. Преобладаващите фирми са малки с до 100 души и микро с до 20 души.

<sup>2</sup> Това се осъществява, чрез добре развита субконтрактна система, която има йерархичен характер – големите фирми дават поръчки на средните, част от тях се възлагат на малките, а малките работят с микропредприятията. Вж. Парашкевова, А. Интеграция на големите и

все по-важна роля в социално-икономическия живот не само в световен мащаб, а и в нашата страната.

Като структурен елемент на икономиката, малкия бизнес, изпълнява важни функции: създава нормална пазарна среда и конкурентни отношения, създава възможности за възникване на нови видове производства и пазари на нови изделия; усвоява научно-техническите открития (осъществявайки иновационните процеси) и т.н.<sup>3</sup> Мястото на малките предприятия се определя преди всичко от количествени показатели, като: дял в брутният вътрешен продукт (БВП); дял в общия брой заети; дял в капиталовложенията; дял в печалбата; дял в експорта на стоки, услуги и др.

Границите на малките предприятия зависят от законодателно установените от държавните органи или от други представителни организации критерии (показатели), конституиращи същността на понятието. Независимо, че малките и средни предприятия (МСП) (SME) са широко разпространени, все още не съществува призната от всички дефиниция за малко предприятие. Едно от първите определения за малкия бизнес е на комисията Болтън (Bolton), която приема, че малки и средни са фирмите, които отговарят на следните критерии: заемат малък пазарен дял; собствеността и управлението на практика са едно лице; имат проста структура на управление; те са не само юридически, но и фактически независими.<sup>4</sup>

---

малките и средни предприятия в глобалната икономика. Управление и устойчиво развитие 3-4. 2008. [http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08\\_A\\_Parashkevova.pdf](http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08_A_Parashkevova.pdf)

<sup>3</sup> Парашкевова, Л. Малкият индустриален бизнес в глобалната икономика. Варна. УИ на ВСУ. 2004, с.147.

<sup>4</sup> Парашкевова, А., Въведение в предприемачеството, лекционен курс, с. 41

Дефиницията за малки и средни предприятия в правото на Европейския съюз (ЕС) е включена в Препоръка на ЕС 2003/361,<sup>5</sup> като използването на дефиницията не е задължително за държавите-членки, но Комисията, заедно с Европейската инвестиционна банка и Европейския инвестиционен фонд приканва да бъде прилагана възможно най-широко. Тя е необходима с оглед:

- актуализацията на финансовите прагове на помощите;
- за насърчаването на микропредприятията;
- подобряването на достъпа до капитали;
- насърчаване на иновациите и подобряване достъпа до средствата за изследвания и разработки;
- да се вземат под внимание различните отношения между предприятията.

Понятието „малки и средни предприятия” (МСП) е въведено в България със Закона за малките и средни предприятия (ЗМСП),<sup>6</sup> където в понятието „малко и средно предприятие” се включват три категории предприятия: микро, малки и средни. В теорията и в практиката липсва конкретна и обхватна класификация на малките и средни предприятия, която да отразява всички техни характерни черти и специфики и същевременно да позволява тяхното количествено характеризиране, включително и по отношение на междуотрасловото или интернационалното им сравнение. Всички различия водят до това, че определени фирми,

---

<sup>5</sup> Ел. източник: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_bg.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_bg.htm)

<sup>6</sup> Закон за малките и средни предприятия Обн., ДВ, бр. 84 от 24.09.1999 г. посл. изм. ДВ. бр.30 от 3 април 2018 г. Чл.3 (1) Категорията малки и средни предприятия включва предприятията, които имат:

1. средносписъчен брой на персонала, по-малък от 250 души, и
2. годишен оборот, който не превишава 97 500 000 лв., и/или стойност на активите, която не превишава 84 000 000 лв.

изглеждат сходни по определени критерии, а всъщност се различават значително по други.<sup>7</sup> При класификацията на бизнес организациите, съществуват множество критерии, като: отрасъл, предмет на дейност, форма на собственост, териториален обхват и др. Основните показатели, които се използват за класифициране на фирмите са: количествени и качествени.<sup>8</sup> Илюстрация на това е представена на Таблица 1, в която са показани сходни критерии, като брой на заетите лица, но същевременно предмета на дейност на фирмите е коренно различен.

*Таблица 1. Брой предприятия по сектори и по групи според броя на заетите в тях лица за 2017 година<sup>9</sup>*

Сектори по КИД-2008	Общо	Групи според броя на заетите лица				
		0-9	10-19	20-49	50-249	250+
Добивна промишленост	342	215	51	35	28	13
Преработваща промишленост	31 272	23 615	2960	2686	1724	287
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	1679	1541	63	32	26	17
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	793	542	73	77	60	41
Строителство	19 889	16 772	1585	1 004	493	35
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	141 059	133 180	4600	2 412	783	84
Транспорт, складиране и пощи	23 191	21 056	1178	649	261	47
Хотелиерство и ресторантьорство	27 096	24 131	1739	886	319	21
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	13 471	12 257	560	399	211	44
Операции с недвижими имоти	22 396	21 864	343	155	..	..
Професионални дейности и научни изследвания	44 394	43 087	842	..	115	..
Административни и спомагателни дейности	11 414	10 119	547	443	236	69

<sup>7</sup> Тодоров, К., Бизнес предприемачество. Част I. Основи. Създаване на нов бизнес, изд. БАРМП, С., 2011

<sup>8</sup> Парашкевова, Л., Малкият индустриален бизнес в глобалната икономика. Варна. УИ на ВСУ. 2004,с.152

<sup>9</sup> Национален статистически институт Годишна бизнес статистика за 2017. 2018. <http://www.nsi.bg/bg/content/>

Ремонт на компютърна техника, на лични и домакински вещи	3 491	3 450	31	..	..	-
„..” Данните са конфиденциални						
„-” Няма случай						

Източник: Национален статистически институт. Годишна бизнес статистика за 2017  
<http://www.nsi.bg/bg/content/>

Основна причина за разделянето на предприятията на малки и средни и на големи, е виждането, че насърчаването на малките и средните предприятия води до икономически растеж и създаване на работни места. Поради тази причина за малки и средни предприятия често се предвиждат преференции или се разработват програми за насърчаване. Към настоящия момент в България въпроса за мащаба на предприятието се появява обикновено при кандидатстването на фирми по различни донорски програми, най-често с европейско финансиране.<sup>10</sup> В тази връзка, ЕС приема единни критерии за дефинирането на предприятията като малки, средни или големи, като тази класификация внася по-голяма яснота и точност главно поради това, че дава възможност за количествено измерване независимо от отрасъла, към който принадлежи даденият бизнес. Аргументът на Европейската комисия за прилагането на този подход е, че „в условията на единен пазар без вътрешни граници е особено важно мерките в полза на МСП да почиват на една обща дефиниция, за да се подобри тяхната съгласуваност и ефективност и да се ограничат нарушенията на конкуренцията.”<sup>11</sup>

В резултат на членството на Р България в ЕС се наблюдават някои позитивни промени, изразяващи се в подобряване условията за развитие на микро, малките и средни предприятия и се повиши техния капацитет да

<sup>10</sup> Програма за развитие на селските райони, Програмата за развитие на сектор „Рибарство”, ОП „Иновации и конкурентоспособност”, част от приоритетите по ОП „Развитие на човешките ресурси” и др.

<sup>11</sup> Годоров, К., Основи на дребния бизнес, изд. “Тракия-М”, С., 2000.

работят в условията на международна конкурентна среда. Повечето от предприемачите разбират и приемат предприемаческата култура на Европа и начините, по които могат да повишават своята конкурентоспособност и да усвояват възможностите на единния пазар. За съжаление не всички фирми успяват да се възползват от откритите нови хоризонти, поради недостатъчен финансов, интелектуален, управленски и т.н. капацитет, някои фирми се налага да прекъснат съществуването си или да диференцират дейността си.

В развитите западни страни, разрастването на сектора малък бизнес се оценява като преход от мениджърска към предприемаческа икономика. В България преходът е едновременно към нова икономическа система, към мениджърска и към предприемаческа икономика. Малкият бизнес у нас, все повече въздейства върху структурата на пазара, като пазарните отношения се разширяват преди всичко в резултат на увеличаване броя на фирмите и повишаване на квалификацията и степента на приобщеност на широки слоеве на населението към системата на предприемачеството и на деловата активност. Секторът на МСП има способност, с по-малки или дори незначителни капитални вложения да създаде и разшири дадено производство, да увеличи използването на местни суровини, да осигури заетост и да въведе иновации. Също така малките предприятия имат принос за увеличаване на размера на постъпленията в местните бюджети, стимулират научно-техническия прогрес и изпълняват редица функции, основни за националното стопанство. В резултат на ожесточената борба за оцеляване, малките фирми са принудени непрекъснато да се развиват, усъвършенстват и адаптират към текущите условия на пазара.<sup>12</sup>

Малкият бизнес е едновременно производител и потребител на широк спектър от стоки и услуги. Предприемачите принадлежат към болшинството

---

<sup>12</sup> Социално-икономическо значение на малкия бизнес. LysiValeria Vasevi. <https://www.academia.edu/7180617/>

от населението, които по силата на своята масовост в значителна степен влияят върху социално-икономическото и отчасти политическото ниво на развитието на страната.

Приносът на малкия бизнес в социално-икономическото развитие на страната има следните по-съществени проявления:

➤ Малкият бизнес *формира и поддържа оптимални икономически пропорции* вкл. и подходяща размерна структура на производството, като устойчивите му позиции в икономиката на страната са предпоставка за противопоставяне на тенденциите за монополизация на пазара. Присъствието на МСП на пазара създава конкуренция и спомага от една страна за регулиране на цените, а от друга, за адекватното поведение на малките фирми, в отговор на потребителското търсене, което способства за повишаване на качеството на продукцията. Едно от предимствата на малкия бизнес е възможностите му бързо да пренасочва капитала и да променя предмета си на дейност. Бързите преливания на ресурси в различни отрасли, при това без намеса на държавата, а предизвикани от конюнктурни изменения, способстват за устойчивото развитие на икономиката на страната.<sup>13</sup>

➤ Малкият бизнес е *фактор за развитие на икономиката на регионите*, тъй като му е иманентно присъщо изучаване на особеностите на регионалния и местен пазар, в т.ч. обичаи, нрави, желания, демографски състав, предпочитания и останалите специфични характеристики на региона и е в състояние в голяма степен да удовлетворява потребностите на местния пазар.

---

<sup>13</sup> Парашкевова, А. Интеграция на големите и малките и средни предприятия в глобалната икономика. Управление и устойчиво развитие 3-4. 2008. [http://oldweb.itu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08\\_A\\_Parashkevova.pdf](http://oldweb.itu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08_A_Parashkevova.pdf)

➤ Малкия бизнес има *принос за поддържане на заетостта и създаването на нови работни места*. Увеличението на безработицата през последните години се разглежда като съществена причина за развитието на малките фирми. От една страна безработицата е в състояние да увеличи предлагането на работни места, но това не винаги увеличава дела на заетост, тъй като новите предприятия изместват старите. Големи са очакванията от малкия бизнес да изпълни социалната си функция да създава заетост и да реши проблема с безработицата, но все още пред малките предприятия има множество бариери за постигане на това (нормативни, институционални, административни, интелектуални и др.)

➤ Малкия бизнес има *съществена роля при въвеждането на иновации*. Малките иновативни фирми активно провеждат изследвания и разработки, проявяват по-голяма склонност за поемане на риск и по-ефективно използват изследователските фондове, както и висококвалифицираните кадри. Според ИАНМСП приносът на МСП в създаване на иновации е ключов.<sup>14</sup> В условията на конкуренция, когато бързите темпове на промяна на пазара изискват обновяване на асортимента и на готовата продукция, чрез своята мобилност и иновативност, малкия бизнес винаги намира място в системата на пазарното стопанство. По отношение на кооперирането, е необходимо да се отбележи, че много от малките иновативни фирми се занимават с началните стадии на нововъведенията като капиталоемките фази на промишленото разгръщане на новите производства, се поемат от големите фирми. Достиженията на научно-техническия прогрес, позволяват на МСП бързо да се включат в

---

<sup>14</sup> Доклади на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП) <https://www.sme.government.bg>

наукоемките отрасли, без да е необходимо да разполагат с голям първоначален капитал.<sup>15</sup>

➤ Малкият бизнес *изпълнява спомагателна функция по отношение на големите фирми*, които децентрализират производствения процес, прехвърляйки чрез субконтрактори и поддоставчици на цели фази от процеса към малки и средни предприятия. Също така за някои дейности като изготвянето на рекламни материали, спедиторска и транспортна дейност, също се осъществяват от малкия бизнес.

Малкият и средният бизнес има решаваща роля за решаване на социално-икономическите проблеми на страната в сферата на заетостта, регионалните диспропорции, въвеждането на иновации и не на последно място – антимонополната функция на МСП, която е резултат от създаването на широк спектър от продукти и услуги, в условията на силно изразена индивидуализация на потребителското търсене, тъй като индивидуалното предприятие е базова клетка на пазарната икономика.<sup>16</sup>

Успешното съществуване на малкия бизнес като сектор в икономиката, е резултат от съвкупността на количествени и качествени промени в социално-икономическото развитие на страната. Високата гъвкавост и адаптивност, бързото навлизане в повечето производствени сфери, определят икономическата и социална значимост на малкия бизнес за вътрешния и международния пазар, също така спомагат за устойчивото икономическо развитие и за стабилността на политическия и социален живот в България.

---

<sup>15</sup> Социално-икономическо значение на малкия бизнес. LysiValeria Vasevi. <https://www.academia.edu/7180617/>

<sup>16</sup> Парашкевова, А. Интеграция на големите и малките и средни предприятия в глобалната икономика. Управление и устойчиво развитие 3-4. 2008. [http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08\\_A\\_Parashkevova.pdf](http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08_A_Parashkevova.pdf)

## **Библиография**

- Парашкевова, А. Интеграция на големите и малките и средни предприятия в глобалната икономика. Управление и устойчиво развитие 3-4. 2008.  
[http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08\\_A\\_Parashkevova.pdf](http://oldweb.ltu.bg/jmsd/files/articles/21/21-08_A_Parashkevova.pdf)
- Парашкевова, Л., Малкият индустриален бизнес в глобалната икономика. Варна. УИ на ВСУ. 2004.
- Тодоров, К., Основи на дребния бизнес. Изд. “Тракия-М“. С. 2000.
- Закон за малките и средни предприятия Обн., ДВ, бр. 84 от 24.09.1999 г.  
посл. изм. ДВ. бр.30 от 3 април 2018 г
- Национален статистически институт. Годишна бизнес статистика за 2017.  
2018. <http://www.nsi.bg/bg/content/>
- Програма за развитие на селските райони, Програмата за развитие на сектор „Рибарство“, ОП „Иновации и конкурентоспособност“, част от приоритетите по ОП „Развитие на човешките ресурси“ и др.
- Доклади на Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП) <https://www.sme.government.bg>
- Социално-икономическо значение на малкия бизнес. LysiValeria Vasevi.  
<https://www.academia.edu/7180617/>  
[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index\\_bg.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_bg.htm)