

The product innovation as a prerequisite for the development of small and medium sized enterprises in Bulgaria

Galya Draganova

"Angel Kanchev" University of Ruse, Razgrad Branch, Bulgaria

Keywords:

Innovation,
Enterprises
SME
Competitiveness
Economic
Crisis

Article history:

Received 01.02.2014
Received in revised
form
16.02.2014
Accepted 28.02.2014

**Corresponding
author:**

Galya Draganova
E-mail:
frz@uni-ruse.bg

Abstract

Introduction. Innovation in small and medium-sized businesses are important for its development, and for the state's economy during the economic crisis. Relevance of research is in determining of role of innovation in small and medium-sized business in modern economic crisis.

Materials and methods. For registration statistical information was used methods: the observation, questioning, interview.

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

Инновации как предварительное условие развития малых и средних предприятий в Болгарии

Галя Драганова

Русенский университет "Ангел Кънчев", Филиал Разград, Болгария

Введение

Рост и выживание малых и средних предприятий (МСП) в значительной степени зависят от их способности к постоянному внедрению инноваций. Жизненно важное условие для выживания и гарантированного процветания всякой бизнес единицы – создание актуального и востребованного продукта, т.е. непрерывное осуществление разумной и адекватной, соответствующей требованиям рынка, инновационной деятельности, направленной на создание новых и усовершенствование существующей номенклатуры продуктов. Отсюда вытекает и особая важность вопроса продуктовых инноваций в малом и среднем бизнесе в Болгарии как одного из мощнейших средств успешной конкурентной борьбы. Продуктовая конкурентоспособность положена в основу национальной конкурентоспособности. Она важна также с точки зрения качества жизни населения.

Материалы и методы

Методология исследования основана на системном подходе. Для регистрации статистических сведений использованы способы: наблюдение, анкетирование, интервью. При осуществлении исследования в основном использовано два подхода: анализ предыдущих исследований и анализ сектора и прямое анкетирование предприятий с опросом.

Как основной метод принято анкетирование, а вспомогательный – интервью (неструктурированное и целенаправленное)

Результаты и обсуждение

Влияние экономического кризиса на сектор малых и средних предприятий в Болгарии. Нынешняя экономическая бизнес-ситуация в Болгарии находится под влиянием мирового финансово-экономического кризиса, который начался в 2008 году как финансовый кризис, что привело к концу того же года к значительной потере доверия и быстрым снижением объемов мировой торговли, инвестиционные потоки уменьшились, потребление постепенно сокращается.

Для периода 2008-2011гг. количество малых и средних предприятий увеличилось до чуть более 27 тысяч (или около 10%), в основном в секторах розничной торговли, в то время как количество компаний обрабатывающей промышленности снизились только на 796 в прошлом году (2,6% промышленных предприятий). Существует тенденция увеличения доли малых предприятий за счет

малого бизнеса. Как раз наоборот произошло в годы до экономического кризиса. Это означает, что на предприятиях освобождается рабочая сила, и увеличивается занятость.

В 2010 году доля занятости в промышленности сократилась, в то время как в секторе услуги возросла. Доля малых и средних предприятий промышленного сектора составляет 34,9%, а услуг 65,1% от общей занятости. Предприятия характеризуются уменьшением количества сотрудников в почти всех видах экономической деятельности. Для строительства уменьшение составило 23%, обрабатывающей промышленности - 8,4% и для торговли - 3,5%.

Основные проблемы исследованных предприятий такие.

1. Неспособность снизить стоимость предприятия.
2. Отсутствие рынков сбыта для товаров и услуг, аффилированной задолженности (что негативно скажется на отношениях с поставщиками).
3. Существование крупного неформального сектора экономики в настоящее время.
4. Замораживание инвестиционных планов компании.

При проведении оценки воздействия мирового кризиса на болгарские предприятия важно отметить, что эта группа компаний при прочих равных условиях более уязвима к негативным внешним воздействиям крупных компаний по нескольким причинам:

- их деятельность плохо диверсифицирована (имеются слабые компенсаторные возможности в сложных ситуациях);
- занятых в них совмещают несколько функций и, следовательно, их трудно сократить в целях экономии затрат;
- «априори» имеют ограниченные ресурсы;
- часто работают в качестве субподрядчиков, и в этой роли зависят от экономического и финансового «здоровья» руководителей;
- имеют ограниченный доступ к внешнему финансированию.

Влияние кризиса можно резюмировать в нескольких направлениях.

Во-первых, по консервативной политике банковский сектор отражается в очень сложном доступе к кредитам и повышении процентных ставок по существующим кредитам. Многие болгарские предприниматели не в состоянии выполнять свои обязанности, потому что банки отказываются кредитовать их. Несмотря на давление со стороны ЕС, чтобы был быстрый и легкий доступ к финансовым ресурсам для малого бизнеса, банки отказываются кредитовать компании с проблемами или продолжают им давать кредиты по высоким ставкам.

Во-вторых, задержка и сокращение заказов и даже выход ключевых партнеров. В условиях глобального экономического кризиса, главная проблема болгарских предпринимателей связана с резким сокращением и даже исчезновением уже на завоеванных рынках. Все это в большинстве случаев приводит к сокращению активности и избыточности, а в некоторых случаях - и ликвидации бизнеса.

В-третьих, изменения в платежных системах с поставщиками и клиентами. Поставщики настаивают на авансовых платежах, которые блокируют финансовые ресурсы. Клиенты резко увеличивают долю отсроченных платежей. Это приводит к огромным долгам между компаниями.

В-четвертых, растет неопределенность окружающей среды и неопределенные перспективы положительного экономического развития. Большинство предпринимателей и менеджеров в Болгарии недостаточно осведомлены о масштабах сокращения потребительского спроса. Они должны воздерживаться от инвестиций в

машины и оборудование из-за их неопределенности, они сталкиваются с неопределенностью в отношении изменения структуры спроса и параметров посткризисной ситуации. Кризис, однако, уменьшает выраженность недавней нехватки мотивированной рабочей силы. Кризис также "дисциплинирует" людей, которые боятся потерять свои рабочие места, и проблема с их мотивацией снижается.

Влияние различных факторов должны быть приняты во внимание, но страны с большой долей малого бизнеса в кризисные годы более устойчивые, чем другие. Примерами являются Греция, Португалия и Испания, где доля малых предприятий соответственно 3,1%, 3,9% и 6%.

В 2012 году восстановление экономики привело к усилению роли конкурентоспособности предприятий для их экономической деятельности. Могут быть идентифицированы две основные группы малых и средних предприятий.

К первой группе относятся предприятия с низкой конкурентоспособностью, которые не в состоянии успешно выйти из экономического кризиса и продолжают сталкиваться с трудностями - например, снижение продаж и сокращение прибыли, сокращение заработной платы работников и увеличение задолженностей.

Ко второй группе относятся предприятия с относительно высокой степенью конкурентоспособности, которым удастся быть гораздо лучше во время восстановления экономики.

В краткосрочной и долгосрочной устойчивости малые и средние предприятия зависят от успешного развития в плане доступа к финансированию, инновациям, интеллектуальной собственности, интернационализации и внедрению лучших практик.

Экономический кризис может быть определен в качестве катализатора для инноваций. Если компания не предпринимает никаких действий, чтобы измениться, если не приспособиться к новым рыночным условиям и тенденциям, она обречена на провал.

Инновации в составе продукта и особенности инновационного процесса на малых и средних предприятиях. Парадигмы и шаблоны в мировом экономическом пространстве инноваций подняли уровень, вряд ли достижимый для других средств успешного бизнеса. Они "самый прямой путь к конкурентоспособной экономике". Сегодня их роль значительно возросла и отражается в: снижении затрат, оптимизации затрат и росте цен, создавая новые и более удовлетворенные потребности, увеличивая денежный поток, привлекая новые рынки и более. Инновации являются основой современной экономики. Их рождение есть эффективным звеном между учебной, научно-исследовательской передачей знаний и способностью организаций поглощать новые технологии. Это особенно верно для малых и средних предприятий.

Инновационный продукт представляет собой процесс возникновения, развития, производства и маркетинговых идей для новой или усовершенствованной продукции (товаров или услуг), и результаты должны быть значительными с точки зрения уровня производства, качества продукции или стоимости производства и распределения. В рамках этого процесса все инновации предприятия включает в себя:

- Исследования и опытно-конструкторские работы по разработке инноваций, лабораторных испытаний, подготовки образцов новой продукции;
- Выбор необходимого сырья для производства новых изделий;

- Проектирование, разработка, испытание и внедрение новых моделей оборудования, необходимого для производства новых изделий;
- Разработка новых организационных решений, направленных на новые продукты;
- Исследование, разработка и приобретение необходимых информационных ресурсов;
- Подготовка, переподготовка и подбор персонала, который будет осуществлять инновацию продукции;
- Приобретение соответствующих документов для защиты интеллектуальной собственности, патентов, лицензий, ноу-хау;
- Организация и проведение маркетинговых исследований, связанных с запуском новых продуктов на рынке и их реализация.

Инновации составляют значительную часть по сравнению с другими типами инновационной деятельности, что можно увидеть в двух основных направлениях:

- как средство обеспечения стратегического преимущества в предпринимательской деятельности и экономики в целом;
- тип бизнеса, продукция которых конкретные научные, научно-технические и другие результаты, которые могут быть использованы в качестве основы для инноваций в других отраслях промышленности.

Наименее популярны инновации связаны с осуществлением совместных инициатив в сфере образования среди деловых и научных кругов - всего около 9% малых и средних предприятий сделали это в прошлом году. В этом случае, как и во всех других направлениях инновационной деятельности. Однако, есть сильное влияние на размер предприятия. У средних предприятий инновационная деятельность гораздо выше, чем у микро и малых предприятий. 57% малых и средних предприятий были низкими, у 25% - довольно низкий, 10% - умеренный, 6% - довольно высокий, и только у незначительной доли 2% предприятий - высокая инновационная деятельность.

В целом, наблюдается тенденция к повышению уровня инновационной деятельности в 2011 году, по сравнению с 2010 годом, однако, инновационная деятельность болгарских предприятий все еще находится на очень низком уровне. Инновационная деятельность в среде почти в три раза выше, чем в небольших фирмах. Самые инновационные компании находятся в обрабатывающей промышленности и строительстве, а также менее склонны к инновациям - в торговле и сфере услуг.

Большинство болгарских МСП (73%) имеют низкий уровень патентной активности. Относительно низкую активность с точки зрения интеллектуальной собственности имеют 16% предприятий, 9% - довольно высокий, и 2% - высокую активность. В Болгарии есть 1700 быстрорастущих малых и средних предприятий (с ростом оборота в год более 20%). Эта цифра не включает микропредприятия. Быстро растущие малые и средние предприятия - около 6% всех малых и средних предприятий, но генерируют 40% добавленной стоимости. Они могут быть найдены в каждом из административных районов страны и во всех секторах, но 27% из них относятся к промышленности и более 8% к сектору услуг.

Мощный стимул для инновационной культуры МСП может быть примером быстро растущих малых и средних предприятий, поскольку большинство из них прогрессируют именно через новый продукт, услугу, энергоэффективность, лучший маркетинговый подход, лучшую структуру управления или другую инновацию.

Вернуться на SBA данных, вводит новые продукты и услуги на предприятиях нужно, по крайней мере, еще на 46000 малых и средних предприятий; еще 76000 МСП должны реализовать организационные или маркетинговые инновации; больше 102000 МСП должны начать обучение своих сотрудников.

Стратегическая цель на 2020 год: Болгария - страна, в которой МСП будут инвестировать в R&D, создавая самостоятельно или в сотрудничестве, новые или усовершенствованные продукты и услуги, внедрение новых или усовершенствованных организационных или маркетинговых процессов. Обучение и общая подготовка кадров является национальным, и политика и компании не имеют трудности в найме квалифицированного работника, или научить своего собственного сотрудника нужным навыками.

Несмотря на замедление экономического и финансового кризиса, МСП остаются основной движущей силой экономического роста в Болгарии. Они рассматриваются как движущая сила национальной экономики, т.е. доминируют в экономике и природу его инновационной деятельности.

МСП в Болгарии способствовало 75% занятости (68% в ЕС) и 62% налога на добавленную стоимость (58% в ЕС). С 2002 по 2011 годы МСП в Болгарии увеличили свой вклад в добавленную стоимость более чем в 4 раза.

МСП характеризуется уменьшением сотрудников в почти всех видах экономической деятельности в результате влияния строительства (23%) .

Болгарские МСП в секторе высокотехнологичных и среднего отраслей промышленности только 0,8 % (2 % в ЕС), и только 16% в секторе наукоемких услуг (28% в ЕС). Это признак присутствия низко квалифицированной рабочей силы, которая не в состоянии создать добавленную стоимость в области высокотехнологичного производства и услуг. Это связано с отсутствием программ у малых и средних предприятий и перехода на более высокий технологический уровень занятости и производства.

Низкая активность на рынке технологий в Болгарии является прямым следствием низкопрофильной болгарской экономики и отсутствие мотивации в компаниях, которые создают и реализуют новые технологические решения.

В соответствии с глобальными тенденциями, которые показывают, что малые и средние предприятия испытывают большие финансовые трудности при регистрации интеллектуальной собственности, чем крупные компании Болгарские МСП также не хватает финансовых ресурсов для этой деятельности. В 2010 году только 7% из них достаточно средств для регистрации товарного знака, и 5 процентов - патента. В 2011 году было некоторое улучшение этого показателя - в среднем по отрасли 18% считают, что у них есть достаточные финансовые ресурсы для такой регистрации.

Основным источником финансирования для поддержки МСП в семилетний период является Оперативная программа «Конкурентоспособность» Министерства экономики, энергетики и туризма. Редакция завершения переговоров стратегии в рамках программы составила 1019 млн. левов, или 45% от имеющейся суммы. Реальные средства поглощается 25,13%. Очевидно упрощение процедуры подачи заявок будет одной из самых важных задач на следующий период программирования. Помимо программы по контракту средств JEREMIE, крупнейшие финансовые схемы для технологических инноваций - всего 515 контрактов на сумму более 370 млн. левов, а другой - 659 контрактов на внедрение стандартов международного признания на сумму 65 миллионов левов.

Хотя Болгария занимает 27 место в разделе "Навыки и инновации", в 2010-2012 годы, страна показала ускорение роста: наиболее интенсивный рост для страны среди всех девяти областей (приоритетные области в соответствии с «Национальной стратегией по содействию развития малых и средних предприятий 2013-2020») один из самых высоких темпов в ЕС, что не достаточно, чтобы "оторвать" Болгарию от последнего места. При этом наиболее отстающей в ЕС в приоритетных областях "Навыки и инновации". Стремление Болгарии достичь средний уровень ЕС для определенных показателей является наиболее реалистичной целью. Болгария должна улучшить навыки в МСП во всех формах инноваций. Болгария должна стимулировать инвестиции в исследования по МСП и их участие в программах по поддержке научных исследований и разработок, исследования в области кластеризации и активное управление интеллектуальной собственности малыми и средними предприятиями.

Инновация как фактор повышения конкурентоспособности МСП. Особое значение для малых и средних предприятий имеет поддержание высокого уровня конкурентоспособности. Они должны иметь и поддерживать оптимальную структуру производства в адекватной форме организации, высококвалифицированные трудовые ресурсы, высокотехнологичные и наукоемкие технологии и современные технологии производства, но как конечный результат комплекса «бизнес» - для создания высокого его качества. Это конечный результат производственной деятельности является связующим звеном между предприятия как реальной структуры производства и рынка как места реализации. Он был тем, что обеспечивает противоположное движение денежных потоков и обеспечивает доход для будущего бизнеса. Эффективным продуктом является тот, который в настоящее время представляет интерес для общественности, и его поиск является индикатором имиджа бизнес-единицы. Таким образом, создание и внедрение высококачественных актуальных и востребованных продуктов является одним из самых важных, если не самое важное условие для обеспечения будущего процветания и повышения конкурентоспособности предприятия. В этом смысле, любой бизнес обязан принять и сохранить активность в инновациях - искать, развивать и внедрять современные формы организации, новые методы и технологии, новые или улучшенные продукты. По этой причине портфель продуктов инновационного менеджмента (с акцентом на разработку новых и усовершенствованных продуктов и услуг) должны служить средством объединения успешного развития бизнеса с устойчивым экономическим ростом. Успехом малого и среднего бизнеса в инновационной сфере являются:

✓ Создание результата растущей специализации в области научных разработок благоприятной среды для малых и средних предприятий, чтобы эффективно конкурировать с большим бизнесом.

✓ Возможность принять участие в разработке и реализации инноваций в областях, которые являются в конечном счете бесполезными и обладают высоким риском для крупных предприятий.

✓ В отличие от большого, малый бизнес с энтузиазмом может начать разработку оригинальных инноваций.

✓ На крупных предприятиях по разработке, внедрения, производства и внедрения новых наукоемких производств сделки специализированных подразделений, ответственность последовательно проходит различные стадии в разных отделах. Для малых и средних предприятий, эти этапы инновационного

процесса объединены под руководством одного человека. Это приводит к сокращению периода времени реализации инновации - от идеи до маркетинга.

✓ Производственная деятельность малых и средних предприятий характеризуется узкой предметной специализацией, предполагая концентрацию усилий и ресурсов в заключительных этапах создания изобретения в первых этапах его распространения. Это означает, что на самом деле компания начала производство и научную деятельность в ближайшее время развития, цель которого заключается в достижении высоких технологий устройства и быстро организовать его промышленное производство.

✓ Относительная стоимость R&D в небольшом высокотехнологическом предприятии часто превышает в несколько раз аналогичный показатель крупных предприятий, которые способствуют их быстрой и эффективной инновации.

✓ Группам изобретателей часто приходится работать в областях, в которых они не являются специалистами, что иногда приводит к появлению новых оригинальных идей и нового подхода к решению проблемы.

Анализируя деятельность предприятия в сложных условиях кризиса, можно сделать следующие выводы:

✚ Результаты компании в условиях финансовых ограничений зависят от адекватности и уровня качества принятой программы антикризисовых действий;

✚ Негативные последствия влияния внутренней среды меньше для предприятий органического типа;

✚ Сложные условия экономического кризиса могут стать мощным стимулом (катализатором) инновационного развития компании;

✚ Основным направлением управленческих решений, даже в условиях жестких ограничений, должно быть в направлении увеличения развития и инноваций во всех сферах деятельности;

✚ Конечный результат работы в период кризиса пропорционален усилиям организации служебной деятельности, системы управления, обработки и выбора правильной стратегии.

Выводы

Привлечение продуктовых инноваций, производство новых значительно улучшенных продуктов демонстрирует готовность к изменениям, эффективному взаимодействию с внешней средой, привлечению человеческих ресурсов с высокой инновационной способностью, созданию креативной атмосферы работы, умению развиваться и обучаться, ориентированию на рынок, учитыванию критериев формирования потребительского поведения и достижению результатов с долгосрочным эффектом. Вопреки затянувшемуся финансово-экономическому кризису малые и средние предприятия остаются движущей силой экономического роста в Болгарии.

Литература

1. Георгиев И., Цветков Цв. Менеджмент на фирмените иновации и Инвестиции. - УИ „Стопанство”, 1999. - с.37-39.
2. Дулевски Л. Глобалната криза и предизвикателствата пред трудовите Пазари. Годишник на УНСС, София. – 2009.

3. Иновации БГ – Иновационната политика на България – възможности за следващото десетилетие, Фондация „Приложни изследвания и комуникации”, София. - 2010.
4. Икономическо възстановяване и конкурентоспособност, НПП 2012-2020 (първи, предварителен вариант). - 2011. - с. 38.
5. Тодоров К. Българското предприемачество по време на кризата и като двигател на следкризисното развитие”, УНСС, София. – 2011.
6. Кънев О, Пантелеева О. Продуктовите иновации в малките и средни предприятия. - Икономически университет „Д.Ценов”, Свищов. - 2004.
7. Andrew Atherton. A future for small business? Prospective scenarios for the development of the economy based on current policy thinking and counterfactual reasoning / *Futures*, 2005. - Vol. 37, Is. 8. - Pp. 777-794.
8. Jayanth Jayaram, Mita Dixit, Jaideep Motwani. Supply chain management capability of small and medium sized family businesses in India: A multiple case study approach / *International Journal of Production Economics*. – 2014. – Vol. 147, Part B. – Pp. 472-485.
9. Wade M. Danis, Dirk De Clercq, Olga Petricevic. Are social networks more important for new business activity in emerging than developed economies? An empirical extension / *International Business Review*. – 2011, Vol. 20, Is. 4. – Pp. 394-408.
10. Telichkun Yu., Telichkun V., Desik M., Kravchenko O., Marchenko A., Birca A., Stefanov S. Perspective direction of complex improvement of rusk wares / *Food and packaging science, technique and technologies*. – 2013. –Vol. 1, Is. 2. - Pp. 67-70.
11. Sugato Chakravarty, Meifang Xiang. The international evidence on discouraged small businesses / *Journal of Empirical Finance*. - 2013. - Vol. 20. - Pp. 63-82

References

1. Georgiev I., Tsvetkov Tsv. (1999), *Menidzhm"nt na firmenite inovatsii i Investitsii, UI „Stopanstvo”*, pp. 37-39.
2. Dulevski L. (2009), *Globalnata kriza i predizvikatelstvata pred trudovite Pazari, Godishnik na UNSS*, Sofia.
3. (2010), *Inovatsii BG – Inovatsionnata politika na Bulgariya – vazmozhnosti za sledvashchoto desetiletie*, Fondatsiya „Prilozhni izsledvaniya i komunikatsii”, Sofia.
4. (2011), *Ikonomichesko vazstanoviyavane i konkurentosposobnost, NPR 2012-2020*, p. 38.
5. Todorov K. (2011), *Bulgarskoto predpriemachestvo po vreme na krizata i kato dvigatel na sledkrizisnoto razvitie*, UNSS, Sofia.
6. Kanev O, Panteleeva O, (2004), *Produktovite inovatsii v malkite i sredni predpriyatiya*, Ikonomicheski universitet „D.Tsenov”, Svishchov.
7. Andrew Atherton (2005), A future for small business? Prospective scenarios for the development of the economy based on current policy thinking and counterfactual reasoning, *Futures*, 37(8), pp. 777-794
8. Jayanth Jayaram, Mita Dixit, Jaideep Motwani (2013), Supply chain management capability of small and medium sized family businesses in India: A multiple case study approach, *International Journal of Production Economics*, 147(B), pp. 472-485
9. Wade M. Danis, Dirk De Clercq, Olga Petricevic (2011), Are social networks more important for new business activity in emerging than developed economies? An empirical extension, *International Business Review*, 20(4), pp. 394-408
10. Telichkun Yu., Telichkun V., Desik M., Kravchenko O., Marchenko A., Birca A., Stefanov S. (2013), Perspective direction of complex improvement of rusk wares, *Food and packaging science, technique and technologies*, 1(2), pp. 67-70.
11. Sugato Chakravarty, Meifang Xiang (2013), The international evidence on discouraged small businesses, *Journal of Empirical Finance*, 20, pp. 63-82.