
INNOVATIONS IN BULGARIAN ENTERPRISES

Rositsa ChobanovaInstitute for Economic Research, Bulgarian Academy of Science, Bulgaria, r-chobanova@iki.bas.bg

Abstract: The aim of this paper is to characterize innovations in the Bulgarian enterprises with more than 10 employees.

Data used is of the last official data of innovation survey – 2014, published on the website of the National Statistical Institute and provided in the frame of European innovation survey.

The methodology of the collecting and interpreting innovation data has followed the methodological guidelines of Eurostat and the Organization for Economic Cooperation and Development in Oslo Manual, as well as other methodological guides from the Frascati Methodological manuals family.

After presenting applied methodology the topics discussed in the paper concern:

- share of innovative enterprises;
- share of the enterprises realizing new products on the market;
- enterprises with different types of innovative cooperation.

The main among tasks of the study was to identify the innovativeness of enterprises regarding:

- a) their size – small, middle and big ones;
- b) regarding belonging of enterprises to services or industry - defined by NACE.

At the end conclusions are made. They could be assumed as follow:

- the analysis of the innovation of the enterprises in Bulgaria shows that the overall level is low. The share of innovative enterprises in Bulgaria is 26.1%.;
- higher innovation activity is performed by enterprises in industry;
- there is a correlation between size of enterprises and their innovativeness. With the increase in the size of the enterprise, its innovation activity is growing, and large-scale enterprises are much more innovative than small enterprises.

The paper as such is a results of an teaching experiment to include students in research incorporated into the course Innovation Management of Master's program, specialty Management of Services, of the University of Telecommunications and Post. The course is leaded by Prof. Ph.D., D.Sc. Rossitsa Chobanova.

Keywords: innovations, enterprises, Bulgaria

ИНОВАЦИИ В БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**Росица Чобанова**Институт за икономически изследвания, r-chobanova@iki.bas.bg**1. ВЪВЕДЕНИЕ**

Изследването на иновативността на българските стопански предприятия е на фокус поради факта, че една от причините България да бъде в групата на изоставащите по Индекс на иновативност в ЕС, е недостатъчните фирмените иновации. Използването на актуалната европейска методология позволява непрекъсната сравнимост и съпоставимост на резултатите за различните държави - членки и за ЕС като цяло. Проучването на иновационното представяне на предприятията със стопанска цел в България е за 2014 г. е по групи предприятия – малки, средни и големи от една страна и в областта на индустрията или услугите, от друга страна. Единици на наблюдение са предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица, осъществяващи следните икономически дейности (КИД-2008): Добивна и преработваща промишленост; Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива; Доставка на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване; Търговия на едро, без търговията с автомобили и мотоциклети; Транспорт, складиране и пощи; Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения; Финансови и застрахователни дейности; Архитектурни и инженерни дейности; технически изпитвания и анализи; Научноизследователска и развойна дейност; Рекламна дейност и проучване на пазари.

2. МЕТОДОЛОГИЧНА ОСНОВА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

2.1. Основни понятия и дефиниции

Основните понятия и определения по-долу, имащи отношение към предмета на изследване, са свързани с иновацията, свързаните с нея понятия и нейните видове.

Иновация е внедряването на нов или значително усъвършенстван продукт или процес (технологична иновация), нов маркетингов метод, нов организационен метод в бизнес практиките, в организацията на работното място или във външните отношения (нетехнологична иновация). Иновациите се основават на резултатите от нови технологични разработки, нови комбинации от съществуващи технологии или на използването на знанията, придобити от предприятието. Минималното изискване за иновация е, че продуктът (процесът) трябва да бъде **нов** или **значително подобрен** за фирмата. Иновациите могат да бъдат разработени от иновативно предприятие или от друго предприятие. Обикновената препродажба на иновации, изцяло произведени и разработени от други предприятия, не се включва в иновационната дейност. Иновациите следва да бъдат нови за съответното предприятие. За продуктовете иновации не е задължително те да бъдат нови за пазара (както и за процесовите иновации), не е задължително предприятието да бъде първото, което ги е внедрило.

2.2. Видовете иновации, осъществявани в предприятията са:

- **Продуктова иновация** е реализирането на пазара на стока или услуга, която е нова или значително усъвършенствана по отношение на нейните характеристики или предназначение. Това включва значителни подобрения в техническите спецификации, компонентите и материалите, вградените софтуер, в удобството за използване от потребителите или в други функционални характеристики.
- **Процесова иновация** е прилагането на нов или значително усъвършенстван метод за производство или доставка. Това включва значителни промени в техниките, оборудването и/или софтуера. Процесовите иновации могат да бъдат предназначени за намаляване на разходите за единица продукция при производството или доставката, за повишаване на качеството, или за производство или доставка на нови или значително усъвършенствани продукти
- **Организационната иновация** е нов организационен метод в бизнес практиките на предприятието, в организацията на работното място или във външните отношения, който не е бил използван преди това от предприятието.
- **Маркетинговата иновация** е прилагането на нов маркетингов метод, включващ значителни промени в дизайна на продукта или опаковката, в позиционирането, популяризирането на продукта или в ценообразуването. Маркетинговите иновации са насочени към по-добро задоволяване на потребностите на клиентите, откриване на нови пазари или ново позициониране на фирмения продукт на пазара, с цел увеличаване на продажбите на предприятието.
- **Иновационното сътрудничество** представлява активно участие в съвместни иновационни проекти, които се осъществяват заедно с други предприятия и организации. Обикновеното наемане на работна сила, без активно участие в иновационните проекти, не се счита за сътрудничество.
- **Иновативността на предприятията** отразява способността и готовността да провеждат иновационна дейност, тя е обобщаващ показател за иновационното представяне на предприятието.
- **Иновативно предприятие** е предприятие, въвело някои от посочените иновации за период от 3 г., самостоятелно или в сътрудничество с други предприятия или организации. Иновативните предприятия обхващат предприятията с технологични иновации, както и предприятията с организационни и маркетингови иновации. Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови иновации, с процесови иновации и предприятията с незавършена и преустановена иновационна дейност.
- **Иновационните дейности** на предприятията са всички творчески, финансови и други усилия, насочени към внедряване на нововъведения.

2.3. Показатели за измерване на иновационното представяне

Предприятията могат да осъществяват иновационна дейност без да я прилагат на практика. Всички дейности, включени в развитието и прилагането на иновации за период от 3 години, включително тези, планирани за прилагане в бъдеще, са иновационни дейности. През определен период от време, те могат да бъдат три вида:

- успешно довели до въвеждането на иновации;
- активна работа, която все още не е довела до въвеждането на иновации;
- иновации, изоставени преди въвеждането.

Степени на иновативност

Всички иновации, трябва да съдържат известна степен на новост:

- новост за фирмата (ниска степен на иновативност);
- новост на пазара или света (висока степен на иновативност).

Независимо от различните признаци, по които се класифицират иновациите, съответните видове имат тясна взаимовръзка. Продуктовите иновации могат да влияят на изменението на производствените процеси или организационните условия. Чрез процесните иновации едновременно могат да се създадат и необходимите технически предпоставки за продуктови иновации. Социалните иновации, например, могат да бъдат едновременно и инструмент на продуктовите иновации.

Резултатите от иновационната дейност намират израз в новите продукти/услуги, реализирани на пазара. Между тях и останалите видове иновации често има взаимовръзка и взаимозависимост. Важно е да се прави разграничаване в целите и резултатите от иновациите - докато продуктовата иновация е насочена към постигане на резултат от дейността, то процесната иновация е ориентирана към повишаване на ефективността на производствения процес.

Резултатите от изследванията са основният източник на данни за измерване на иновациите в Европа. Събраната информация се разпространяват на интернет страницата на **Евростат**. Таблиците съдържат основна информация за предприятието, раздели по видове иновации, иновационна дейност и разходи за нея, резултати от иновационната дейност, източници на информация за иновационни идеи, иновационно сътрудничество и др.

НСИ предоставя данни за българските предприятия, следвайки съвременната европейска методология. Провежданите наблюдения и публикуваните резултати на сайта на НСИ относно иновационните дейности на предприятия-ята в България за различните тригодишни периоди са обособени в две групи: Индустрия и Услуги по размер – малки, средни и големи предприятия. Микро предприятията не са обект на изследване.

Показателите, използвани за оценката на иновативността на предприятията, са: (НСИ, 2018)

- Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия;
- Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия;
- Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот на предприятията;
- Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара, от общия оборот на предприятията;
- Дял на предприятията с иновационно сътрудничество от общия брой предприятия с технологични иновации.

3. ДЯЛОВЕ НА ИНОВАТИВНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

3.1. Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия

таб.1. Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014		
	Иновативни предприятия 3)	Предприятия технологични иновации 4)	Предприятия нетехнологични иновации 5)
Общо	26,1	17,1	16,3
Индустрия 1)	29,7	21,6	16,1
Услуги 2)	21,9	11,7	16,5
10 - 49 наети	20,6	13,1	12,5
50 - 249 наети	38,8	27,7	23,9
250 и повече наети	78,3	46,4	57,5

Източник: НСИ, 2018-04-12

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

³⁾ Иновативните предприятия обхващат предприятията с технологични и нетехнологични иновации.

⁴⁾ Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

⁵⁾ Предприятията с нетехнологични иновации обхващат предприятията с организационни и маркетингови иновации (независимо дали имат продуктови и процесови иновации).

3.1.1. Анализ на данните

Проучването на иновативността на предприятията в България е за периода 2012 – 2014 г., на базата на официално публикувани данни от НСИ. **Единици на настоящото наблюдение** са предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица.

Разглежданият период се характеризира с нови икономически условия, засягащи както България, така и останалите държави в ЕС. Редица икономисти определят кризисните условия като възможност за преразглеждане на фирмената стратегия и насочване на усилията към нови конкурентни предимства, в т.ч. иновационни предимства.

По данни на НСИ за България резултатът е виден от табл.1. – иновативни са 29.7 % от индустриалните предприятия и 21.9 % на предприятията в нематериалната сфера. С размера на предприятието нараства и неговата иновативност и големите по размер предприятия са около 3 пъти по-иновативни от малките по размер предприятия като цяло и по отношение на технологичните иновации. С около 10% по-иновативни са предприятията от индустрията, спрямо тези в сектора на услугите.

3.1.2. Изводи

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.2. Предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти за пазара

3.2.1. Определения

Дефинирането на понятието нов продукт изисква дефиниране на по-широкото понятие иновация. Икономистът Йозеф Шумпетер разглежда иновацията в широк смисъл като създаване на нови „комбинации“ от производители и начини на производство, които включват нови продукти, нови методи за производство, създаване на нови пазари, използване на нови суровини и дори реорганизация на цял сектор от националното стопанство. Питър Дракър поставя ударението върху това, че иновацията не е изобретение. Иновацията е по-скоро понятие на икономическата наука, отколкото понятие, отнасящо се до технологиите. Иновацията може да се изрази в по-ниска цена, в нов и по-добър продукт, в нов начин за разпространение на продукта или в осъзнаването от страна на потребителя на нова нужда. Иновацията, също така, може да е свързана с откриването на ново приложение за стари продукти. Дракър смята, че най-продуктивната иновация е разработването на различен от съществуващите продукт или услуга, които създават нови възможности за удовлетворяване на потребителите, а не само усъвършенстват тези възможности. Обикновено този нов и различен продукт е по-скъп, но като цяло въздействието му е, че прави икономиката по-продуктивна.

Таб. 2. Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014
Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	
Общо	5.7
Индустрия 1)	6.4
Услуги 2)	4.9
10 - 49 наети	4.4
50 - 249 наети	8.7
250 и повече наети	18.4

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори H, J и K, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.2.2. Анализ на данните

Наблюдават се ниски резултати общо – 5.7 %, както в отделните групи предприятия по размери, така и по отношение на Индустрия (6,5%) и Услуги (4,9%). По големина на пазара се счита, че нови за пазара са 250 или повече с 18,4%. На второ място са средните със 8,7%, на трето място са малките с 4,4%.

3.2.3. Изводи

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Делът на оборота от нови продукти за пазара е по-висок от дела на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие, като в сферата на услугите, както и за малките и големите предприятия резултатите са по-високи. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.3. Дял на оборота, реализиран от нови продукти на пазара

3.3.1. Определения

Оборот - включва всички нетни приходи от продажби на продукция, стоки и услуги, вкл. и продажбата на суровини и материали на наблюдаваните предприятия, фактурирани през отчетния период (не се включват ДДС и други приспадащи се данъци). Индексите на оборота измерват изменението в приходите от продажби на предприятията по текущи цени.

Делът от оборота от новите за пазара продукти е показател, отразяващ резултата от иновативни продукти от реализацията. Той се определя като съотношение на оборота от нови продукти, спрямо общия оборот на всички изследвани предприятия. В Индустрията активността е двойно по-висока от тази в Услуги, а за големите предприятия почти 5 пъти по-висока от тази на малките предприятия.

Таб. 2. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот на предприятията, %

Икономически дейности (КИД - 2008) Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2014
Общо	2.2
Индустрия ¹⁾	2.9
Услуги ²⁾	1.6
10 - 49 наети	1.8
50 - 249 наети	1.5
250 и повече наети	3.0

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.3.2. Анализ на данните

Иновативната дейност, която има за резултат за разработване на иновативни продукти е представена в табл. 3.

Средно 2.2% от оборотите на всички пазари в страната за 2014 год. е резултат от реализирани на пазара нови продукти (нови за пазара). Средно 2.9% от оборота, реализиран от индустрията се дължи на реализирани нови за пазара продукти. Средно 1.6% от оборота, реализиран от услугите се дължи на реализирани нови за пазара продукти.

3.3.3. Изводи

От анализа могат да се направят следните изводи:

1. Равнището на новите продажби в оборота на предприятията в страната е нисък – средно 2.2%.
2. Индустрията реализира по-висок дял на оборота в сравнение с услугите, съответно 1.9% и 1.6%.
3. В общия оборот на големите предприятия, делът на новите продукти е 3%, а делът на оборота на малките предприятия в резултат на обновяване е 1.8%. Делът на оборота в средните предприятия, делът на новите продукти е 1.5%.

3.4. Дял на оборота, реализиран от нови за предприятието продукти

таб.4. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара, от общия оборот на предприятията, %

Икономически дейности (КИД - 2008) Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2014
Общо	2.6
Индустрия ¹⁾	3.7

Услуги ²⁾	1.5
10 - 49 наети	1.3
50 - 249 наети	2.5
250 и повече наети	3.4

Източник: НСИ

- 1) Включва сектори В, С, D и Е.
 2) Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.4.1. Анализ на данните

От общия оборот, оборотът който се реализира от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара е 2,6 %, което е много малък процент. Това показва, че иновациите все още не са широко застъпени в икономиката. Оборотът за тези продукти, произвеждани в предприятия от индустрията е 3,7 %, което е доста по - висока цифра от тази за всички сектори, както и по - висока от тази в сектор Услуги. В графа Индустрия се включват секторите В – Добивна промишленост; С – Преработваща промишленост; D – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива и Е - Доставка на води, канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване, а това са структуроопределящи сектори на икономиката и в тях се създава голяма част от Брутния вътрешен продукт. Най - нисък е дялът на оборота от нови за предприятието продукти в сектор Услуги – 1,5 %.

Дялът на оборота на малките предприятия, които е реализиран от продажба на нови за предприятието, но не и за пазара, продукти е 1,3%. Дялът на оборота на средните предприятия, които реализират продажба на нови за предприятието продукти е 2,5% от всички средни предприятия. Дялът на оборота на големите предприятия, в резултат от внедряване на нови продукти за предприятието е 3.4% от оборота на всички големи предприятия.

Налага се мнението, че иновациите са скъпоструващи дейности и могат да си ги позволят големи предприятия, които могат да заделят от средствата за консултации и образование, наемане на таланти хора с високо заплащане, по-голям достъп до интелектуална собственост и др., необходими за развитие на иновационната дейност. Може да се направи заключението, че предприятията, реализирали нови продукти и относителният дял на реализирания оборот от такива продукти е незадоволителен. Може да се обобщи, че е налице по-скоро недостатъчно добре развита иновационна среда. Липсват връзки и тесни контакти между бизнеса и университетските структури; трудно се намират инвеститори, които да подпомагат работата на научноизследователските звена; твърде малко все още и недостатъчно добре отговарящи на потребностите са консултантските центрове, въпреки че основите им са поставени. От статистическите данни може да се види, че предприятията, които осъществяват иновационна дейност намаляват до 26,1 % през 2012 – 2014 г. в сравнение с периода 2010 – 2012 г. и 2008 – 2010 г.

3.4.2. Изводи

Изследването на иновациите на предприятията като цяло и от различни сектори на икономиката изисква използване на единна методика, която да позволява сравнимост на резултатите и открояване на силните и слаби страни в областта на иновациите. Основният икономически показател за измерване и оценка на иновативността на предприятията е относителният дял на оборота от реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието или нови за пазара от общия оборот на предприятията.

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Дялът на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие е по-висок в сравнение с оборота от нови продукти за пазара като се запазва превес на предприятията от Индустрията над тези от Услугите. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.5. Дял на предприятията с иновационно сътрудничество

3.5.1. Определения

Иновационно сътрудничество - представлява активно участие в съвместни иновационни проекти, които се осъществяват заедно с други предприятия и организации. Обикновеното наемане на работна сила, без активно участие в иновационните проекти, не се счита за сътрудничество.

Предприятия с технологични иновации - обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

таб.5. Дял на предприятията с иновационно сътрудничество от общия брой предприятия с технологични иновации, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014
Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	
Общо	20.6
Индустрия ¹⁾	18.3
Услуги ²⁾	25.7
10 - 49 наети	17.8
50 - 249 наети	22.4
250 и повече наети	32.3

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

⁴⁾ Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

3.5.2. Анализ на данните

Изчерпателно изследване на предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица. Данните се събират с помощта на единен хартиен и електронен (on-line) въпросник, включен в годишните отчети за дейността на предприятията. Валидирането на данните се извършва чрез аритметически и логически контрол на входните данни и съпоставяне на изходните данни с резултатите от предходните изследвания и с данни от административни източници.

В таблицата 20.6 % от предприятията в България са наети над 10 души и са осъществили иновационно сътрудничество за внедряване на технически иновации. Предприятията от сектора на услугите осъществяват по-често такова сътрудничество във връзка със сектора на индустрията.

Най-често иновационното сътрудничество осъществяват големите предприятия с наети 250 и повече души.

18,3 % от всички предприятия в Индустрията са осъществили иновационно сътрудничество.

По същество разликата не е много голяма, около 7,4 % като се има предвид, че пазарния дял на предприятията в България не е много голям. Може би, по-съществена разлика и по-добър анализ би се доловил, ако в изследването се осъществи с участието на международни фирми, извършващи дейност на територията на страната. 1/5 от предприятията в България са осъществили технологични иновации в рамките на съвместни проекти. Това означава, че 80 % от тези, които осъществяват технологични иновации работят самостоятелно. От това следва, че тези иновации не са с най-високо равнище на новост. От гледна точка между съотношението Индустрия и Услуги се забелязва, че технологичните иновации в услугите са по-често срещани в сравнение със сектора на Индустрията.

3.5.3. Изводи

Изводите, които могат да се направят от направения по-горе анализ е, че ¼ от предприятията осъществили технологични иновации са реализирани чрез сътрудничество в сферата на услугите. Малките предприятия по-рядко осъществяват технологични иновации, в сравнение с големите предприятия.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Направеният анализ на иновативността на предприятията в България показва, че общото равнище е ниско.

Делът на иновативните предприятия в България е 26,1%. Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

При предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара се наблюдават ниски резултати общо – 5.7 %, както в отделните групи предприятия по размери, така и по отношение на Индустрия (6,5%) и Услуги (4,9%). По големина на пазара се счита, че нови за пазара са 250 или повече с 18,4%. На второ място са средните със 8,7%, на трето място са малките с 4,4%. Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Делът на оборота от нови продукти за пазара е по-висок от дела на оборота от реализирани

продукти, нови само за съответното предприятие, като в сферата на услугите, както и за малките и големите предприятия резултатите са по-високи. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

Дялът на оборота, реализиран от нови продукти на пазара е средно 2.2% от оборотите на всички пазари в страната за 2014 год. Това е резултат от реализирани на пазара нови продукти (нови за пазара). Средно 2.9% от оборота, реализиран от индустрията се дължи на реализирани нови за пазара продукти. Средно 1.6% от оборота, реализиран от услугите се дължи на реализирани нови за пазара продукти.

От анализа могат да се направят следните изводи:

1. Равнището на новите продажби в оборота на предприятията в страната е нисък – средно 2.2%.
2. Индустрията реализира по - висок дял на оборота в сравнение с услугите, съответно 1.9% и 1.6%.
3. В общия оборот на големите предприятия, дялът на новите продукти е 3%, а дялът оборота на малките предприятия в резултат на обновяване е 1.8%. Дялът на оборота в средните предприятия, дялът на новите продукти е 1.5%.

Дял на оборота, който се реализира от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара е 2,6 %, което е много малък процент. Това показва, че иновациите все още не са широко застъпени в икономиката. Оборътът за тези продукти, произвеждани в предприятията от индустрията е 3,7 %, което е доста по - висока цифра от тази за всички сектори, както и по - висока от тази в сектор Услуги. В графа Индустрия се включват секторите В – Добивна промишленост; С – Преработваща промишленост; D – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива и E - Доставка на води, канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване, а това са структуроопределящи сектори на икономиката и в тях се създава голяма част от Брутния вътрешен продукт. Най - нисък е дялът на оборота от нови за предприятието продукти в сектор Услуги – 1,5 %.

Дялът на оборота на малките предприятия, които е реализиран от продажба на нови за предприятието, но не и за пазара, продукти е 1,3%. Дялът на оборота на средните предприятия, които реализират продажба на нови за предприятието продукти е 2,5% от всички средни предприятия. Дялът на оборота на големите предприятия, в резултат от внедряване на нови продукти за предприятието е 3.4% от оборота на всички големи предприятия.

Налага се мнението, че иновациите са скъпоструващи дейности и могат да си ги позволят големи предприятия, които могат да заделят от средствата за консултации и образование, наемане на таланти хора с високо заплащане, по-голям достъп до интелектуална собственост и др., необходими за развитие на иновационната дейност. Може да се направи заключението, че предприятията, реализирали нови продукти и относителният дял на реализирания оборот от такива продукти е незадоволителен. Може да се обобщи, че е налице по-скоро недостатъчно добре развита иновационна среда. Липсват връзки и тесни контакти между бизнеса и университетските структури; трудно се намират инвеститори, които да подпомагат работата на научноизследователските звена; твърде малко все още и недостатъчно добре отговарящи на потребностите са консултантските центрове, въпреки че основите им са поставени. От статистическите данни може да се види, че предприятията, които осъществяват иновационна дейност намаляват до 26,1 % през 2012 – 2014 г. в сравнение с периода 2010 – 2012 г. и 2008 – 2010 г.

Изследването на иновациите на предприятията като цяло и от различни сектори на икономиката изисква използване на единна методика, която да позволява сравнимост на резултатите и открояване на силните и слаби страни в областта на иновациите. Основният икономически показател за измерване и оценка на иновативността на предприятията е относителният дял на оборота от реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието или нови за пазара от общия оборот на предприятията.

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Дялът на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие е по-висок в сравнение с оборота от нови продукти за пазара като се запазва превес на предприятията от Индустрията над тези от Услугите.

С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

Дялът на предприятията с иновационно сътрудничество е 20.6 % от предприятията в България са наети над 10 души и са осъществили иновационно сътрудничество за внедряване на технически иновации.

Предприятията от сектора на услугите осъществяват по-често такова сътрудничество във връзка със сектора на индустрията. Най-често иновационното сътрудничество осъществяват големите предприятия с наети 250 и повече души. 18,3 % от всички предприятия в Индустрията са осъществили иновационно сътрудничество.

По същество разликата не е много голяма, около 7,4 % като се има предвид, че пазарния дял на предприятията в България не е много голям. Може би, по-съществена разлика и по-добър анализ би се доловил, ако в изследването се осъществи с участието на международни фирми, извършващи дейност на територията на страната.

1/5 от предприятията в България са осъществили технологични иновации в рамките на съвместни проекти. Това означава, че 80 % от тези, които осъществяват технологични иновации работят самостоятелно. От това следва, че тези иновации не са с най-високо равнище на новост. От гледна точка между съотношението Индустрия и Услуги се забелязва, че технологичните иновации в услугите са по-често срещани в сравнение със сектора на Индустрията.

Изводите, които могат да се направят от направения по-горе анализ е, че 1/4 от предприятията осъществили технологични иновации са реализирани чрез сътрудничество в сферата на услугите. Малките предприятия по-рядко осъществяват технологични иновации, в сравнение с големите предприятия.

БЛАГОДАРНОСТИ

Материалът е резултат от включване на студенти в изследователска работа в процеса на тяхното обучение. Разработен е в рамките на Споразумението за сътрудничество между Института за икономически изследвания при БАН и Висшето училище по телекомуникации и пощи, проект „Дигитализация на българската икономика“, както и на съвместния научен проект между ИИИ при БАН и Македонската академия на науките и изкуствата на тема: „Българо-македонското икономическо и иновационно сътрудничество: влияние на ИКТ за европейските перспективи“. Специални благодарности на студент Десислава Янгънова от Висше училище по телекомуникации и пощи, която асистирала работата по материала.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Национален статистически институт, www.nsi.bg

[2] Чобанова Р., 2012, Иновативност на националната икономика, С.:Изд-во М.Дринов

БЕЛЕЖКИ:

- **СЕКТОР В** – Добивна промишленост
- **СЕКТОР С** - Преработваща промишленост
- **СЕКТОР D** – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива
- **СЕКТОР E** – Доставка на води; Канализационни услуги, Управление на отпадъци и възстановяване
- **СЕКТОР H** - Транспорт, складиране и пощи
- **СЕКТОР J** - Създаване и разпространяване на информация и творчески продукти; Далекосъобщения
- **СЕКТОР K** – Финансови и застрахователни дейности

Код	Наименование
46	Търговия на едро, без търговията с автомобили и мотоциклети
71	Архитектурни и инженерни дейности; технически изпитвания и анализи
72	Научноизследователска и развойна дейност
73	Рекламна дейност и проучване на пазари

