



Фондация Агенция за социално- икономически анализи – АСА

Доклад

По проучване на потенциала на територията относно въвеждане на иновационни продукти и услуги (биоенергия, енергийна ефективност, асоциации на производители, информационна система за обмен на данни за производители и продукти с възможност за поръчки по интернет и улесняване на реализацията на продукцията и др.)

Съдържание

1. Увод.....	2
2. Преглед на дефинициите, обхвата и подкрепата за иновации.....	3
2.1. Определения, видове и примери за иновации	3
2.2. Състояние и подкрепа на иновациите в България	8
3. Резултати от анкетното проучване.....	10
3.1. Профил на фирмата.....	10
3.2. Равнище на иновации	12
3.3. Планирани иновации	13
3.4. Оборудване на предприятията.....	14
3.5. Информационна система за обмен на данни	15
3.6. Бизнес асоциация / бизнес мрежа за продажби.....	16
3.7. Рекламирање	17
3.8. Квалификация на кадрите.....	17
3.9. Източници на информация за новостите в бизнеса	19
3.10. Причини, спиращи иновациите в бизнеса	21
3.11. Нагласи за кандидатстване по европейски програми	23
4. Обобщения и препоръки	26
5. Статистически разпределения.....	28

1. Увод

Този доклад има за цел да обобщи резултати от анкетно проучване върху потенциала на територията на МИГ Нови пазар - Каспичан относно въвеждане на иновационни продукти и услуги, такива като свързани с биоенергия, енергийна ефективност, асоциации на производители, информационна система за обмен на данни за производители и продукти с възможност за поръчки по интернет и улесняване на реализацията на продукцията и др.

Приложеният метод е основан на анкетно проучване сред 50 фирми на територията на МИГ-а. Извадковият подход е изчерпателен за съвкупността от фирми до 15 души персонал, които са целеви за Стратегията за местно развитие на МИГ-а. Адресирани са всички микро и МСП, активни фирми във всички икономически дейности, включително земеделие, за които има достъпна информация и са достъпни на МИГ-а чрез информация от местните власти, местни бази данни и други източници.

Данните са събрани чрез стандартизирани интервюта „лице в лице“ с представители на фирмите от анкетатори на Агенция за социално-икономически анализи. Проучванията са проведени в периода Ноември 2018 г.

Данните са изчерпателно анализирани по ключови демографски и социално-икономически показатели.

Въпросникът е структуриран спрямо основните сфери, в които се прилагат иновации, както и са засегнати факторите за иновативно развитие на предприятията, а именно:

- Иновации в продукти и технологии
- Иновации в методи за продажби, маркетинг и реклама
- Иновации по отношение на работната ръка
- Иновации, произтичащи от взаимоотношенията с научните институции
- Иновации, свързани с информационни системи и ИТ оборудване
- Трудности, свързани с иновациите
- Връзка със Стратегията за местно развитие

Структурата на доклада започва с кратък обзор върху примерите за иновации, обхвата и проблемите при въвеждане на иновационни продукти и услуги в България. След това е представено обобщение на анализирани данни, а в приложение са поместени всички данни, като всеки един от въпросите на въпросника е табулиран с ключови за темата независими променливи.

2. Преглед на дефинициите, обхвата и подкрепата за иновации.

2.1. Определения, видове и примери за иновации

По дефиниция на Националния статистически институт¹ иновация е прилагането на нов или значително усъвършенстван продукт или процес, нов маркетингов метод, нов организационен метод в бизнес практиките, в организацията на работното място или във външни отношения. Иновациите се основават на резултатите от нови технологични разработки, нови комбинации от съществуващи технологии или на използването на знанията, придобити от предприятието. В по-широк план разходите за иновации статистически влизат в разходите за НИРД - Научноизследователска и развойна дейност (НИРД). Научноизследователската и развойна дейност включва всяка творческа и систематична работа, която се провежда с цел да се увеличи обемът на знанията, включително познанието за човека, културата и обществото, както и за разработването на нови приложения на наличните знания. Научноизследователската и развойна дейност (НИРД) обхваща фундаментални и приложни изследвания и експериментални разработки.

По отношение на видовете иновации най-често се различават:

- Продуктови иновации
- Производствени, процесови или технологични иновации
- Организационни или управленски иновации, включително по отношение на работната сила
- Маркетингови или търговски иновации
- Иновации по отношение на сътрудничеството

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, вградения софтуер, в удобството за използване от потребителите или в други функционални характеристики.

От продуктовете иновации обикновено се изключват:

- незначителни изменения или подобрения;
- рутинни модернизации;
- редовни сезонни изменения (такива като в асортимента на облеклото);
- следствия от приспособяване към изискванията на отделния клиент, които не водят до съществени отлики от продукцията, произведена за останалите клиенти;
- изменения в дизайна, които не променят функционирането, предназначението или техническите характеристики на стоката или услугата;
- проста препродажба на нови стоки или услуги, придобити от други предприятия.

¹ Дефиниция за иновации, НСИ, 2018

<http://www.nsi.bg/bg/content/2710/%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82>

Примери², които се дават за продуктови иновации в стоки са :

- Смяна на изходните материали с материали с подобрени характеристики (въздухопроницаеми тъкани, леки, но здрави композити, екологично безопасни пластмаси и т. н.).
- Приемници, използващи глобалната система за позициониране (GPS) на транспортни средства.
- Фотокамери в мобилни телефони.
- Система на закопчаване в облекла.
- Битови уреди с вграден софтуер, подобряващ удобството в използването им, такива като тостери, които се изключват автоматично, когато филийките са готови.
- Софтуер за защита срещу измами, който профилира и проследява индивидуални финансови операции.
- Вградени безжични устройства за включване в мрежата на преносими компютри.
- Хранителни продукти с нови функционални характеристики (маргарин, понижаващ равнището на холестерола в кръвта, кисели млека, които се произвеждат с използване на нови видове бактериални култури, и т.н.).
- Изделия със значително намалена консумация на електроенергия (енергоспестителни хладилници и т.н.).
- Съществени изменения в продукцията за постигане съответствие с нормите за защита на околната среда.
- Програмируеми нагреватели или термостати.
- Интернет-телефони.
- Ново лекарствено средство със съществено подобро действие.

По отношение на услуги се дават за примера такива иновации като:

- Нови видове услуги, съществено подобряващи достъпа на потребителите до стоки или услуги от рода на доставка на клиента от дома до определено място в допълнение към услугата автомобил под наем.
- Служба за абонамент за DVD-дискове, с помощта на която клиентите могат срещу месечна такса да поръчват по Интернет предварително определено количество дискове с пощенска пратка до дома и с връщане в плик с предварително написан адрес.
- Видео по поръчка през широколентов Интернет.
- Интернет-услуги от рода на банкови операции или плащане на сметки.
- Нови форми на гаранция, например удължаване на гаранционните срокове на нови или вече ползвани стоки, или обединяване предоставянето на гаранции с други услуги от рода на кредитни карти, банкови сметки или карти за лоялни клиенти.
- Нови видове заеми – например, заеми с променлива лихва с фиксиран таван на лихвения процент.
- Създаване на страници в мрежите в Интернет за предлагане на потенциалните потребители на безплатни нови услуги, като например информиране за стоки и различни видове помощ на клиентите.

² Определения и пример за иновации: http://een.dobrich.net/wp-content/uploads/2016/01/opredeleniya_i_primeri_za_inovaciya.pdf

- Внедряване на смарткарти и универсални пластмасови карти.
- Нов банков офис със самообслужване.
- Предлагане на клиентите на нова „система за контрол на доставката“, позволяваща на клиентите да проверяват съответствието на съдържанието на доставката с предварителните поръчки.

Производствена или 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.

От производствените иновации обикновено се изключват:

- дребните изменения или подобрения;
- известно увеличаване възможностите на производството или обслужването за сметка на добавяне към системата за производство или логистиката на нещо много приличащо на онова, което вече се използва.

Примери за производствени иновации са свързани например с:

- Въвеждане в експлоатация на нова или подобрена технология за производство, например, система за автоматизация или датчици за регулиране на производствени процеси в реално време.
- Ново оборудване, необходимо за производството на нова или подобрена продукция.
- Лазерни режещи инструменти.
- Автоматизирана опаковка.
- Компютризирано проектиране на продукцията.
- Прехвърляне на процеса на отпечатване на цифрова основа.
- Компютризирано оборудване за контрол на качеството на производството.
- Подобрено контролно-измервателно оборудване за наблюдение и контрол на производства.

При доставки и други операции под иновации се има предвид, например:

- Портативни скенери или компютри за отчитане на стоки и водене на инвентарни списъци.
- Внедряване на баркодиране или чипова пасивна радиочестотна идентификация (RFID) за проследяване движенията на материали по веригата на доставка.
- Система за проследяване движенията на транспортните средства с използване на системата GPS за внедряване на софтуера за избор на оптимален маршрут за доставка.
- Нови или усъвършенствани софтуерни или стандартни процедури за системи на закупуване, счетоводно отчитане или техническо обслужване.
- Внедряване на електронни системи за клирингови разплащания.
- Внедряване на автоматична система, реагираща на гласови команди.

- Внедряване на електронна система за маркиране.
- Нови софтуерни средства за оптимизация на потоците за снабдяване.
- Нови или значително усъвършенствани компютърни мрежи.

Организационната иновация е нов организационен метод в бизнес практиките на предприятието (включително управление на знанието), в организацията на работното място или във външните отношения, който не е бил използван преди това от предприятието. Тя трябва да бъде резултат от стратегически решения, взети от ръководството; изключват се сливания или придобивания, дори в случаите, когато са за първи път.

От организационните иновации се изключват:

- измененията в търговската практика, организацията на работните места или външните връзки, основани на организационни методи, вече използвани във фирмата;
- изменения в управленската стратегия, ако те не се съпровождат с внедряване на нов организационен метод;
- сливане с други фирми и придобивания на други фирми.

Организационните иновации могат да се отнасят до всеки метод за организация на практиката в деловата дейност на фирмата, за организацията на работните места или външните връзки, ако се използва от тази фирма за първи път.

В деловата дейност организационните иновации могат да са свързани с:

- Организация на нова база данни, съдържаща сведения за най-добрите начини за действие, учебен материал и друга информация, която съдейства всичко това да е общодостъпно.
- Първото внедряване на система за интегрално наблюдение и контрол над дейността на фирмата (производство, финанси, стратегия, маркетинг).
- Първото внедряване на система за управление на общи производствени операции или операции, свързани със снабдяването – например, система за управление на вериги за доставки, преустройство на търговската дейност на дружеството, намаляване на производството или система за управление на качеството.
- Първото внедряване на учебни програми за създаването на ефективни и функционални колективи, обединяващи персонал с различен опит, подготовка и отговорност.

Особено важни са иновациите в организацията на работните места:

- Първото реализиране на децентрализация в разпределението на служебната отговорност сред служителите на фирмата, като например, същественото повишаване на управленските пълномощия и отговорности за работните процеси на персонала, непосредствено зает с производство, разпределение или продажби.

- Първата организация на формални или неформални работни групи за облекчаване достъпа до знания и обмен на знания между служителите от различни подразделения – да речем, маркетинговия отдел, изследователския отдел и производствения отдел.
- Първото внедряване на система за анонимно оповестяване за инциденти – за поощряване на съобщенията за всякакви видове грешки и опасности с цел идентифициране на техните причини и намаляване на повторемостта.

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. Не се включват сезонните, редовните и други рутинни промени в маркетинговите методи.

От маркетинговите иновации се изключват:

- изменения в дизайна на продукта или неговата опаковка, пласмент, реклама или похвати в ценообразуването, основани на методи, които по-рано вече са използвани в същото предприятие;
- сезонни, редовни и други рутинни изменения на маркетинговите инструменти;
- използване на вече прилагани методи в маркетинга за усвояването на нов пазар в географския смисъл или на нов сегмент от пазара (например, нова социално-демографска група клиенти).

Маркетинговите иновации могат да се отнасят към всеки вид маркетинг (дизайн и опаковка на продукцията, пласмент, ценообразуване, реклама), ако той се използва от фирмата за първи път.

При дизайна и опаковката иновациите могат да са свързани с:

- Реализиране на определено значително изменение в дизайна на мебелната линия с цел придаване на нов външен вид и повишаване на привлекателността.
- Внедряване на радикално нов дизайн във флаконите за козметичен лосион, чиято цел е да се придаде на продукта изразен оригинален облик.

При продажбите иновациите мога да са, например:

- Първото представяне на продукта след лицензиране
- Началото на преките продажби или ексклузивната търговия на дребно.
- Реализация на нова концепция за представяне на продукцията, например тематично оформяне на помещенията за продажба на мебели, даващо възможност на купувача да вижда стоката в изцяло декориран интериор.

- Внедряване на персонализирана информационна система, построена на основата на карти на лоялни клиенти, за подбор на продукти в съответствие със специфичните нужди на индивидуалните потребители.

Иновации при ценообразуване могат да са например:

- Внедряване на нов метод, позволяващ на клиентите да избират продукт по желани характеристики на страницата на фирмата в Интернет, а след това да виждат цената на избрания продукт.
- Първото използване на метода за вариране на цената на стока или услуга в съответствие с търсенето на същите.
- Първото използване на ред за вътрешно предлагане на стоки, достъпни единствено за притежатели на кредитни или поощрителни карти на магазина.

При рекламата:

- Първо използване на търговски марки.
- Първо показване на продукта във вид на клипове или телевизионни програми.
- Внедряване на фундаментално нов фирмен знак за позициониране на продукта на нов пазар.
- Първо използване на начина за популяризация на продукта чрез лидери на общественото мнение, знаменитости или обществени групи, които са законодатели в модата и предпочитанията.

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.

2.2. Състояние и подкрепа на иновациите в България

Българската стопанска камара предлага на своята страница³ информация за Годишният доклад на Съюза за иновации Scoreboard, който осигурява сравнителна оценка на научните изследвания и иновациите на държавите-членки на ЕС-27 и относителните силни и слаби страни на техните системи за изследвания и иновации. Въз основа на Обобщения иновационен индекс, държавите-членки попадат в следните четири групи страни:

- Иновационни лидери: Швеция, Германия, Дания и Финландия, са над средното ниво за ЕС.
- Иноватори: Холандия, Люксембург, Белгия, Великобритания, Австрия, Ирландия, Франция, Словения, Кипър и Естония показват изпълнение близо до средното за ЕС.
- Умерените новатори: Развитието на Италия, Испания, Португалия, Чешката република, Гърция, Словакия, Унгария, Малта и Литва е по-ниско от средното за ЕС.

³ БСК: <https://www.bia-bg.com/service/view/18112/>

- Скромни новатори: Показателите на Полша, Латвия, Румъния и България са доста под средните за ЕС.

България е в дъното на класирането, след като е вече изпреварена от Латвия, най-слабия иноватор през миналата година. Като цяло, иновационният индекс се е влошил в девет страни: с лек спад в Обединеното кралство (-0,2%) и в Полша, Чехия, Унгария, Португалия, Румъния, Гърция. Най-драматично влошаване отбелязват България (-18,7%) и Малта (-16,0%).

България адресира ниското ниво на иновации и Научноизследователска и развойна дейност (НИРД) в своите оперативни програми. След като в миналия програмен период иновациите и НИРД бяха част от ОП „Конкурентоспособност”, в текущия програмен период те са с по-голяма застъпеност, обособени в заглавието на Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност 2014-2020”.

Пряко свързани с внедряването на иновации в МСП са Приоритетна ос „Технологично развитие и иновации”, Приоритетна ос 3: „Енергийна и ресурсна ефективност”, както и донякъде Приоритетна ос 2: „Предприемачество и капацитет за растеж на МС”. Особено характерни за иновативните инвестиции са процедурите Стимулиране внедряването на иновации от съществуващи предприятия, Енергийна ефективност за малките и средни предприятия, Дигитализация на МСП, Развитие на иновационни клъстери и други.

В коментарите по предварителната оценка на Програмата се акцентира върху необходимостта от повишаване на капацитета на бенефициентите, както и по-мощно сътрудничество с всички заинтересовани страни⁴. Според оценката са предвидени механизми за насърчаване на синергично сътрудничество и взаимодействие между всички участници по отделните интервенции (в т.ч. неправителствен сектор и браншови организации, академичен сектор, научни организации и организации по НИРД, местни власти). Оценката препоръчва доразвиване и конкретизиране на мерките за повишаване капацитета на бенефициентите, включително чрез отчитане на научените уроци и добрите практики от предходния програмен период. Именно в тази посока е и възможността МИГ да прилагат многофондови СМР, в това число съфинансирани от ОПИК.

⁴ ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА “ИНОВАЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ” 2014-2020
Предварителна оценка, ОПИК 2014-2020

3. Резултати от анкетното проучване

3.1. Профил на фирмата

Резултатната извадка включва 50 фирми, сред които 40% са от сектора търговия, 24% от секторите Строителство, транспорт, услуги, които са обобщени в една група, 22% са от сектора Селско стопанство и 14% са от сектора Преработваща промишленост. Към преработващата промишленост спадат предприятия от машиностроенето, ХВП и друг подотрасли на този най-голям и разнообразен сектор в българската икономика.

Графика 1



Тези икономически дейности са представени неравномерно в селата и градовете и съответно в двете общини – Каспичан и Нови пазар. Така например Земеделието е застъпено в извадката в по голяма степен в Каспичан (33%), докато Търговията съответно в Новопазарската под-извадка (43%). Преработващата промишленост е представена със сходно относително тегло в двете общини – съответно 15% в Нови пазар и 11% в Каспичан.

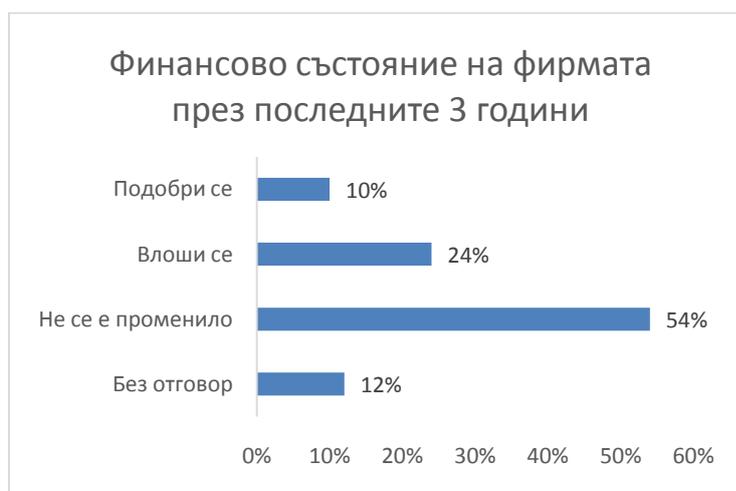
Средните аритметични показатели за заетост са 7 души за цялата извадка, като с най-много заети са фирмите в Преработващата промишленост 11 души, следвани от Земеделието и Търговията с по 6 лица и 5 души в секторите Строителство, транспорт, услуги. Изчислени като медиана⁵ обаче, фирмите имат средно по 2-ма постоянно заети. Това е характерно за всички сектори с изключение на фирмите от Преработващата промишленост, където средния брой заети, изчислени като медиана е 9. Разликата между средните аритметични стойности и медианите говори за сравнително голяма дисперсия (разнообразие) на фирмите по признака брой заети в един и същ сектор и като цяло в извадката.

Помолени да оценят финансовото си състояние мнозинството от фирмите считат, че то не се е променило през последните 3 години (54%). По-голямата част от останалата половина от

⁵ Средна стойност над и под, която в дадено разпределение има еднакъв брой случаи. Медианата е особено информативна когато разпределението е неравномерно с крайно високи или ниски стойности.

извадката обаче счита, че то се е влошило (24%), като за едва 10% то се е подобрило. Тези оценки не се влияят съществено от вида икономическа дейност, като все пак за Преработваща промишленост е характерна висока стабилност - според 86% от изследваните положението не се е променило. За фирмите от Търговията мненията са най-контрастни – там има както високи стойности за позитивна промяна, така и за негативна промяна във финансовото състояние на фирмите. Това говори за контрасти вътре в под-извадката от търговци, сред които има както голяма местна търговска верига от магазини, така и микро фирми.

Графика 2



В извадката са включени фирми регистрирани като ЕТ (32%), ЕООД (34%), ООД(24%) и физически лица – земеделски производители (6%). ООД-тата обикновено са по-големи фирми, работещи преработващия сектор, докато ЕТ и физическите лица са характерни за съответно за Търговията и Селското стопанство. Средно, фирмите са регистрирани през 2004 г., като най-стари са тези от сектора на Търговията (2003 г.), а най-млади - от секторите Строителство, транспорт, услуги (2011 г.).

Следва да се има предвид, че изводите от това проучване имат индикативна представителност. Въпреки изчерпателния извадков подход, все пак изследването стъпва върху 50 стопански единици. От друга страна за целите на МИГ-а извадката е фокусирана върху микро предприятия, а не изследва цялостната икономика пропорционално на големината на фирмите. Ето защо, профилът на извадката не отговаря задължително на структурата на икономическите дейности в двете общини поотделно. Разпределенията по общини и икономически дейности са случаен артефакт от това кои микро-фирми са се съгласили да участват в изчерпателната извадка.

Като цяло обаче извадката обхваща разнообразието от икономически дейност в двете общини и може да послужи за целите на проучването, без да има претенции за представителност на цялата икономическа активност на територията на МИГ-а.

3.2. Равнище на иновации

Равнището на иновации сред изследваните фирми е ниско. Едва 1/5 от фирмите са въвеждали каквито и да иновации, като най-често това са Въведени нови продукти или услуги (20%), следвани от Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството (16%) и Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (14%). Нито една от анкетираните фирми не е извършвала инвестиции в Използването на биоенергия в предприятието или стопанството, а само 4% са осъвременявали оборудване или са въвеждали друга нова технология.

Таблица 1

През последните 5 години въвеждали ли сте иновативни продукти, оборудване или технологии във фирмата ви?

Въведени	Основна дейност на фирмата				Общо
	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	42,9%		20,0%	25,0%	20,0%
Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството.		9,1%	15,0%	25,0%	14,0%
Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството.		9,1%	25,0%	16,7%	16,0%
Използване на биоенергия в предприятието или стопанството.					
Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология.			5,0%	8,3%	4,0%

Разпределението на тези иновации по отрасли и видове стопански субекти откроява по-високо ниво на иновации сред Преработващата промишленост (42,9%). Докато фирмите от Преработващата промишленост инвестират повече в нови продукти, то Новостите в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер са характерни повече за фирмите от строителството (25%), търговията (15%) и дори за земеделските производители (9,1%), където също се използват GPS технологиите. От своя страна Подобренията на енергийната ефективност на предприятието или стопанството се прилагат най-вече в търговските предприятия. Иновациите в енергийна ефективност се прилагат по-често от фирмите в Каспичан, докато останалите продуктови и софтуерни иновации са характерни за интервюираните предприемачи от Нови пазар.

Разбираемо, фирмите с по-добро финансово състояние отчитат повече иновации. Така например 40% от фирмите, които споделят, че тяхното финансово състояние се е подобрило през последните 3 години са въвеждали Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството в сравнение със само 25% от тези с влошено финансово състояние. Макар, че всички интервюирани фирми са микро, има любопитни разпределения по брой постоянно нает персонал. По-големите фирми са въвеждали повече нови продукти и ИТ технологии, докато по-малките фирми с персонал под 2-ма души имат иновации в Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството.

3.3. Планирани иновации

Най-често се планират иновации в Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството (12%), докато както вече бе споменато най-често се въвеждат иновации в продукти и услуги (планирани 10%). На трето място по планирани са Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (8%). Тези разминавания могат да бъдат обяснени с по-голямата достъпност и яснота на иновациите в енергийна ефективност, където има и по-добре развито програмно финансиране.

Любопитно е, че фирмите, които планират каквито и да е иновации са по-малко от тези, които вече са въвели такива. Така например, Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството планират 12%, докато са въвели такива 16%. По подобен начин въвелите нови продукти и услуги от извадката са 20%, докато планират такива едва 10%. Това може да означава, че повечето от фирмите, които имат потенциал да направят каквато и да е инвестиция в иновации, вече са я направили.

Иначе разпределенията по сектори, показват, че фирмите от Преработващата промишленост планират най-често иновации по всички видове. Така например 28,6% от тях планират иновации в нови продукти и услуги в сравнение с едва 5% от търговските предприятия и 9,1% от земеделските фирми. Подобни са разпределенията по Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството и по отношенията на инвестициите в ИТ технологии. Разбираемо, тук корелацията с нивото на оборудването на фирмите е отрицателно – тези с по-старо оборудване планират повече иновации (33,3%) в сравнение с тези, които вече считат, че имат модерно оборудване.

Таблица 2

Планирате ли да въведете иновативни продукти през следващите 5 години?

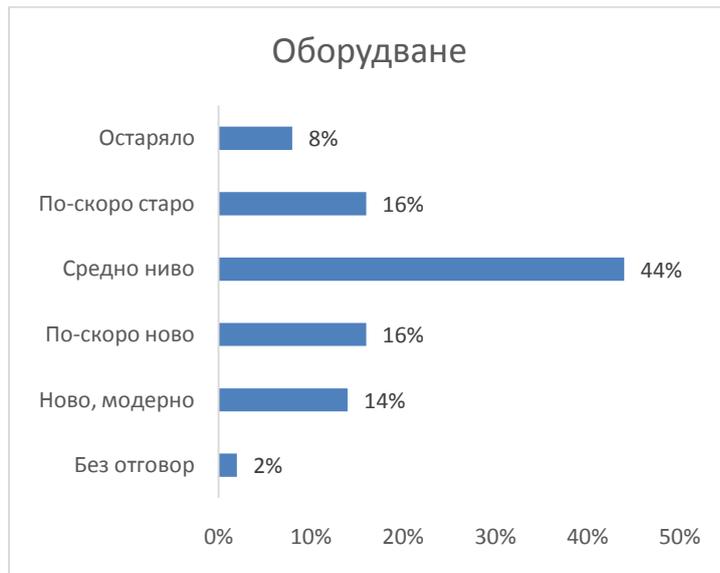
Планирани	Основна дейност на фирмата				Общо
	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	28,6%	9,1%	5,0%	8,3%	10,0%
Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството.	28,6%			16,7%	8,0%
Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството.	28,6%	9,1%	10,0%	8,3%	12,0%
Използване на биоенергия в предприятието или стопанството.					
Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология.					

Като цяло, данните говорят за това, че повечето от фирмите от земеделския и търговския сектор, които са имали капацитет да направят инвестиции в иновации вече са ги направили, макар и това да са по-малко от 20% от анкетираните предприятия. Ако има други фирми, които все още искат да инвестират, това са предимно фирмите от Преработващата индустрия.

3.4. Оборудване на предприятията

По-горе бе споменато, че остарялото оборудване може да бъде мотив за инвестиции в иновации. Според данните нивото на оборудване все още има нужда от обновление, като 8% го определят като старо, 16% като по-скоро старо, близо 44% го определят като средно, други 16% като по-скоро ново и едва 14% като ново. Особено негативна е самооценката за оборудването в преработващите предприятия, където 28,6% определят оборудването си за по-скоро старо в сравнение с едва 10% от търговските фирми. Обратно, 36,4% от земеделските фирми категоризират оборудването си като ново.

Графика 3



Като цяло данните потвърждават по-високия потенциал за инвестиции в иновации сред фирмите от преработващата промишленост. Голяма част от анкетираните земеделци вече са успели да обновят техниката си, като нито един от анкетираните на определя оборудването си като старо и едва 18% като по-скоро старо. Това не може да се каже за преработващите предприятия, където 28,6% от предприятията са със старо оборудване и други 28,6% са по-скоро старо оборудване.

3.5. Информационна система за обмен на данни

Отделен въпрос адресира готовността за инвестиции в специфичен тип иновация, Информационна система за обмен на данни. На въпроса *Бихте ли се включили в информационна система за обмен на данни, чрез която да продавате продуктите си чрез интернет сайтове или чрез която да се улесняват продажбите ви*, 62% отговарят, че още не са продавали по този начин и биха искали да узнаят повече. Едва 14% нямат желание за това, а 20% считат, че продуктите им не са подходящи за такъв вид маркетинг. Готовността за такива инвестиции в система за обмен на данни е особено характерна за фирмите от преработващата промишленост (85,7%) и за земеделски фирми, 72,7%, но нагласите са високи и сред фирмите от търговията (50%) и дори строителството и транспорта (58,3%). Особено позитивни са фирмите разположени в селата (100%), където транспорта оскъпява себестойността на продуктите и ИТ платформите за продажби биха помогнали. Отново, по-старото оборудване тук изглежда е по-скоро мотив (66,7%), който би дал тласък за такива иновации, отколкото недостатък.

Таблица 3

Бихте ли се включили в информационна система за обмен на данни, чрез която да продавате продуктите си чрез интернет сайтове или чрез която да се улесняват продажбите ви?

	Населено място		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да, вече сме включени	4,7%		14,3%		5,0%		4,0%
Не, но бихме искали	55,8%	100,0%	85,7%	72,7%	50,0%	58,3%	62,0%
Не, нямаме желание	16,3%			18,2%	15,0%	16,7%	14,0%
Бихме искали, но продуктите ни не са подходящи за това	23,3%			9,1%	30,0%	25,0%	20,0%

Като цяло данните говорят за висока готовност на предприятията за инвестиции в нови видове маркетинг, основани на ИТ технологии. Това е особено характерно за предприятията от преработващия сектор и земеделските фирми.

3.6. Бизнес асоциация / бизнес мрежа за продажби

Подобни, макар и малко по-скептични са нагласите за включване в бизнес асоциация или бизнес мрежа, чрез която да се продава продуктите или чрез която да се улесняват продажбите на предприятията. Едва 2% са вече включени в такава асоциация/бизнес мрежа, като 52% биха искали това. За сравнение фирмите, които искаха да продават директно чрез ИТ платформа бяха с 10 процентни пункта повече – 62%. Все пак, и тук едва 16% са категорични, че нямат желани за включване в бизнес мрежа, а 28% считат, че продуктите им не са подходящи за това. Докато за директен маркетинг най-големите ентусиасти са от преработващите предприятия, тук преобладават фирмите от транспорта и строителството (66,7%) земеделските фирми (63,6%), а фирмите от търговията са отново най-малко заинтересувани (40%).

Графика 4

Изглежда, че асоциирането за маркетинг цели е особено обещаващо за малките фирми от строителния и земеделския сектор, където кооперирането може да допринесе за по-голяма рентабилност чрез икономии от мащаба и по-добро договаряне с клиента или посредниците.

3.7. Рекламирање

Необходимостта от усилия за подобряване на маркетинга личи и от начините, по които фирмите рекламират своите продукти и услуги. Половината от тях не правят практически нищо по въпроса – 50% отговарят, че клиентите идват сами; 28% продават, чрез познати и колеги, докато едва 14% рекламират по интернет. Начинът на рекламирање зависи, разбира се, от вида на фирмената дейност. За фирмите, които развиват търговия на местно ниво е разбираемо, клиентите да идват сами (65%), въпреки че тук също не биха попречили, например, външни реклами или листовки за промоции. При земеделското рекламирање също се счита от анкетираните фирми за излишен разход (63,6%), като земеделците продават най-често чрез познати и колеги (27,3%). Ако има някакъв потенциал за развитие на рекламата, той е отново във фирмите от преработващата промишленост като 28,6% рекламират по Интернет, и други 28,6% - по друг начин (*директен маркетинг, промоции; директна дистрибуция; директни продажби-разнос; директно с фирми изкупвачи*). Известни шансове в тази посока имат и търговските фирми, където 15% рекламират по Интернет. Любопитно е, че финансовото състояние на фирмите, при които „клиентите идват сами без реклама“ е по-добро от това на фирмите които рекламират.

Данните потвърждават стереотипа, че за утвърдената марка няма нужда от реклама, защото „тя сама продава“. От друга страна обаче фирмите с по-модерно оборудване рекламират повече по Интернет – 20% от фирмите, които считат оборудването си за модерно рекламират по Интернет в сравнение с едва 8,3% от фирмите с остаряло оборудване.

3.8. Квалификация на кадрите

Друга специфична област, в която могат да се прилагат иновации са методите за квалификация на кадри, например, чрез въвеждане на обучение на работното място (дуално обучение).

Като начало, едва 30% от фирмите регулярно обучават кадрите си, други 38% правят това само при постъпване на нови служители или при въвеждане на ново оборудване. Любопитно е, че 26% от анкетираните открито споделят, че не извършват никаква квалификация на кадрите си. **При преработващата промишленост, обаче 57% от анкетираните извършват квалификация при постъпване на нови служители или на ново оборудване. При търговията този процент е също сравнително висок (50%).**

Ниското ниво на квалификационни дейности е разбираемо като се има предвид, че това са предимно микро предприятия с няколко служителя, където квалификацията върви по естествен път чрез пряко предаване на опит и умения от по-старите на по-новите служители и работници. От друга страна обаче, анкетираните фирми, които полагат повече усилия за

квалификация показват по-добри финансови резултати, въпреки, че това зависи както от сектора, така и от спецификата на производството. Все пак, 40% от фирмите, които регулярно обучават кадрите си считат финансовите си резултати за подобрени докато едва за 25% от тези фирми финансовото състояние се влошава. И обратно нито от фирмите които не извършват никаква квалификация не подобряват финансовото си състояние, а 1/3 от тях го намират за влошено.

Едва 8,1% от тези, които извършват каквато и да е квалификация на кадрите си считат, че използват някакви иновативни методи, но запитани какви, за иновативни се считат семинарите.

Отделен въпрос адресира готовността за приемане на стажанти за обучение на работното място (дуална форма на обучение). Отговорите на въпроса *Бихте ли приели във вашата фирма стажант от професионална гимназия на трудов договор, който да работи няколко дни в седмицата, а в останалите 2-3 дни да е на училище (дуално обучение)* разкрива позитивни нагласи. Готови за такъв тип обучение на територията са 23,4% като 53,4% са също склонни да приемат стажанти, след като се запознаят с условията. Едва 17% са против още сега. Най-позитивни са нагласите сред преработващите фирми (57,1%), където необходимостта от кадри е най-висока и където както стана ясно все пак има опит и очевидно най-голяма необходимост от квалификация на кадрите. На второ място стажанти по дуално обучение биха приели фирмите от земеделието (44,4%), а най-ниска е готовността за това сред търговските предприятия (15%). Фирмите от строителството/транспорта се колебаят, като над 80% биха се съгласили да приемат стажанти след като научат повече за дуалното обучение. Разбираемо, фирмите с по-голям персонал са по-позитивни към този вид обучение на работното място.

Като цяло фирмите са позитивни към приемането на стажанти в дуална форма на обучение, което говори за това че кризата с кадрите в бизнеса не прави изключение за територията на МИГ-а и е достигнала микро предприятията с най-малък на брой персонал. **Въвеждането на дуалното обучение обаче зависи и от капацитета на професионалните училища и гимназии да предлагат необходимите специалности за пазара и то с адекватната степен на професионална квалификация.** Според някои от коментарите на анкетираните те не биха приели стажанти просто защото съответната професия не се изучава в района.

Липсата на подкрепяща научна среда за въвеждане на иновации личи още по-добре от отговорите на въпроса *Поддържате ли връзка с научни институции.* Нито една от интервюираните фирми не е имала контакт с каквато и да е развойна или изследователска организация. А само 2% са имали контакт с Висши училища и университети. Една десета са поддържали връзка с професионални училища, а други 10% - с обучителни центрове.

Графика 5



Разпределението по икономически дейности показва, че предприятията от преработващата промишленост (14,3%) най-често поддържат контакт с професионалните гимназии, сред които очевидно е Професионална гимназия по химични технологии и дизайн в Нови пазар. От своя страна, фирмите от земеделието поддържат връзка по-често с обучителните центрове (18,2%), отколкото с професионалните училища, въпреки Професионалната гимназия по селско стопанство в Нови пазар също е посочена като училище, с което фирмите си взаимодействат. Тази данни, издигат хипотезата за слаба връзка на професионалното образование с нуждите на бизнеса.

Данните обаче показват, че взаимодействията с образователните институции зависят и от капацитета на фирмите. Фирмите с по-добро финансово състояние много по-често влизат във взаимодействие както с професионалните училища, така и с обучителните центрове. Така например, 20% от фирмите с подобряващо се финансово състояние поддържат връзка с професионалните училища в сравнение на едва 16,7% от фирмите, чието финансово състояние се е влошило. Още по контрастни са тези данни за обучителните центрове – 20% в добро финансово състояние срещу 8,3% във влошаващо се финансово състояние. Важността на капацитета на бизнеса се потвърждава и от данните на броя на заетите във фирмите. Предприятията с по-голям брой персонал по-често поддържат връзка с професионалните училища и обучителните центрове, очевидно за да търсят нови работници или за да поддържат квалификацията на наличния персонал.

Като цяло обаче фирмите поддържат слаби взаимоотношения с научните среди – с висшите училища и развойните институции такива връзки изцяло липсват, а със средните училища те са слаби, предимно характерни за по-големите фирмите от преработвателния и земеделския сектори.

3.9. Източници на информация за новостите в бизнеса

При неразвита институционална среда за иновации е естествено фирмите да научават за новостите в бизнеса (нови технологии, нови методи за продажби, нови продукти) най-често от

свои колеги, партньори, браншови асоциации (70%) или от Интернет (70%). Разбираемо, едва 2% черпят такава информация от научни институции. Прави впечатление, че медиите също не са източник на професионални новини, като клиентите на фирмите по-често предоставят такава информация (16%) от медиите (12%). Сравнително голяма част от фирмите (36%) са посещавали бизнес изложения, семинари, конференции, където също научават за нови технологии, нови методи за продажби или за нови продукти в своя бизнес. Разпределението по сектори показва, че търговските фирми сравнително по-често научават за новостите в бизнеса от търговците и доставчиците (75%), с които очевидно се срещат регулярно, докато фирмите от услугите/транспорт/строителство (83,3%) и земеделието (81,8%) научават новостите в бизнеса по-често в Интернет. От своя страна фирмите в преработващата промишленост разбират за технологичните новости най-често от колеги, партньори, браншови асоциации.

Таблица 4

Как най-често научавате за новостите във вашия бизнес - нови технологии, нови методи за продажби, нови продукти?

ДА	Основна дейност на фирмата				Общо
	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
От контакти с научни институции		9,1%			2,0%
От Интернет	57,1%	81,8%	60,0%	83,3%	70,0%
От медиите (ТВ, радио, печатни издания)		18,2%	15,0%	8,3%	12,0%
От доставчици и търговци	71,4%	72,7%	75,0%	33,3%	64,0%
От клиенти		9,1%	25,0%	16,7%	16,0%
От колеги, партньори, браншови асоциации	100,0%	72,7%	60,0%	66,7%	70,0%
От държавни институции и ведомства				8,3%	2,0%
От бизнес изложения, семинари, конференции	14,3%	45,5%	25,0%	58,3%	36,0%

Голямото значение на новите ИТ технологии за информираността на фирмите личи от това, че 86% от анкетираните ползват Интернет. Особено висок е относителния дял на ползвачи Интернет в сектора на услуги/транспорт/строителство, където той достига 91,7%, в сравнение с 81,8% в земеделието и 85% в търговията, и почти толкова в преработващата промишленост (85,7%). Информационни система ползват обаче единствено в сектора Строителство, транспорт, услуги и Търговия. Общо за извадката такива системи ползват едва 10,9%.

Графика 6



3.10. Причини, спиращи иновациите в бизнеса

Първите три причини, които ограничават въвеждането на иновации в бизнеса според интервюираните фирми са Високи разходи за въвеждане на нови продукти и технологии (56%), Ниско търсене, липса на пазари за нови продукти (44%) и Липса на квалифициран персонал (42%). Тези причини са с високи стойности сред фирмите от всички сектори като те са особено характерни за Преработващата промишленост (71,4%) и Селското стопанство (72,7%). Преработвателните предприятия са особено притеснени от Липсата на квалифициран персонал (85,7%), което е също водеща причина за липсата на иновации.

След тези три основни причини следват такива традиционни бариери пред развитието на бизнеса, които се споменават често във всички бизнес проучвания, каквито са Високи данъци и осигуровки (40%), Високи административни разходи за въвеждане на нови продукти и технологии (38%), Нездрава пазарна среда (34%) и Трудно и скъпо кредитиране (26%). Високите разходи и осигуровки от своя страна се споменават най-често от фирмите в преработващата промишленост (57,1%) и търговията и съответно най-рядко от земеделските производители, за които данъците очевидно са по-малък проблем (27,3%).

Графика 7



Високи административни разходи за въвеждане на нови продукти и технологии, включително разрешителни, разходи за екология, охрана на труда, сертифициране и други изисквания на ЕС са характерни предимно за фирмите от услугите/транспорт/строителство (66,7%) и преработващата промишленост (42,9%) и са най-ниски за земеделието (18,2%). Нездравата пазарна среда, описана като нелоялна конкуренция, монополи, сенчеста икономика, корупция при доставки и пазари, мудна съдебна система; лицензи, разрешителни е отново пречка пред иновациите предимно в сектора на услуги/транспорт/строителство (50%) и за фирмите от преработващата промишленост (42,9%).

Сравнително по-рядко споменавани са трудностите, свързани с Труден достъп до европейски и донорски програми (12%), Липса на информация (8%), Липса на доставки, необходими за нови продукти и технологии (6%). Впечатляващо е, че Липсата на научни и развойни институции в близост се споменава на последно място от едва 2%. А именно преодоляването на този дефицит е приоритет на Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност 2014-2020“ и теоретично се счита за основна предпоставка за възникването на иновации.

Тези данни говорят за това, че причините за липсата на иновации се интерпретират от бизнеса като част от общата институционална и пазарна среда. Особено критични към тази среда са фирмите от услуги/транспорт/строителство и фирмите от преработващата промишленост.

Иновациите за анкетираните са част от общия инвестиционен климат, за който по важни са ограничаването на разходите, гарантирането на продажбите и наличието на персонал. Наред с това изпъкват очакванията за пазарна среда, в която няма нелоялна конкуренция, монополи, сенчеста икономика, корупция при доставки и пазари, мудна съдебна система, а лицензите и разрешителните са ограничени. Според тези възприятия увеличаването на достъпа до програми, предоставянето на информация и изграждането на научна инфраструктура едва ли ще промени коренно инвестицията в иновации, ако не се променят първо ключовите, основополагащите параметри на пазарната и институционалната среда.

Липсва възприятието, че именно иновациите могат да подобрят търсенето и продажбите на бизнеса и да увеличат възможностите за наемане на по-скъпо струващ персонал. В този смисъл, възприятията говорят за бизнес среда и предприемаческа философия, които са доминирани от стремежа за ограничаване на разходите, а не от стремежа за инвестиции и за растеж.

3.11. Нагласи за кандидатстване по европейски програми

Концентрацията на вниманието на бизнеса върху разходите, а не върху растежа е характерно за циклите на стагнация и особено за микро фирмите в затруднено финансово положение. От тази гледна точка всяка финансова помощ по европейски или други програми би била добре дошла. От друга страна обаче програмите изискват съфинансиране и изчакване за възстановяване на направените разходи. Ето защо микро фирмите са донякъде разколебани дали да кандидатстват по европейски програми – 34% са категорични, че биха кандидатствали, за 22% това не е необходимо, а мнозинството от 44% се колебаят, отговаряйки че това зависи от условията.

Таблица 5

По принцип бихте ли кандидатствали по европейски програми за подкрепа на вашия бизнес?

	Основна дейност на фирмата				Общо
	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да	71,4%	45,5%	20,0%	25,0%	34,0%
Зависи от условията	14,3%	27,3%	55,0%	58,3%	44,0%
Не	14,3%	27,3%	25,0%	16,7%	22,0%

Най-високи са нагласите за кандидатстване сред фирмите от Преработваща промишленост (71,4%) и Селското стопанство (45,5%), въпреки, че те донякъде вече са модернизирани оборудването си. Съответно най-ниски са нагласите за кандидатстване сред търговските

фирми, за които очевидно проектите не са приоритет. Любопитно е, че фирмите с подобро финансово положение по-често изразяват готовност за кандидатстване по европейски програми (20%) в сравнение с фирмите във влошено финансово положение (8,3%). Тези данни потвърждават наблюденията от други проучвания на Агенция АСА по ЛИДЕР, според които нагласите за кандидатстване изискват капацитет и финансов ресурс, който не е характерен за фирмите в затруднено положение. Това е свързано най-вече с условията за изчакване за възстановяване на средствата и съфинансирането на проектите, за които се изисква финансов капацитет, дори и ако съфинансирането е чрез привлечени от банки външни средства. Тези наблюдения се потвърждават и от данните за по-високите нагласи за кандидатстване сред фирмите с по-голям брой постоянно заети.

Както личи от списъка по-долу, налице са намерения за инвестиции в разнообразни направления, които се покриват от различни оперативни програми, както и от ПРСР. Като цяло, интервюираните не знаят коя програма точно би отговорила на техните търсения. На въпроса по коя ОП биха кандидатствали отговорът често е „където е най-подходящо“. Някои от идеите са доста незрели, докато други са твърде конкретни:

- производство на био-култури
- енергийна ефективност
- закупуване на земеделска техника и ремонт на складова база
- закупуване на нова техника
- закупуване на оборудване
- закупуване на техника
- изграждане на кафе сладкарница с детски кът
- изграждане на туристически инфо-център, предоставящ комплексни услуги за туристите
- иновации, модернизирани бази
- модернизирани и въвеждане на нови технологии
- модернизирани на оборудването, реклама, разширяване дейността на фирмата
- място за къмпингуване
- пристройка към съществуваща сграда
- проект, свързан със заетостта и професионалното обучение, голям проблем на бизнеса е липсата на квалифицирани кадри от средно ниво
- развитие на бизнеса
- разширяване на дейността като къща за гости
- разширяване на дейността с включване и на обучение за работа с роботизирани и автоматизирани системи като услуга
- ремонт на помещение
- ремонт на сграда
- социални услуги
- строителна дейност и оборудване
- център за спорт и отдих
- цех за пакетиране
- цялостно обновяване на сгради и машини
- шивашки цех

Категоризацията на тези идеи по видове инвестиции показва, че намеренията най-често са за инвестиране в Закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения (54%) и Строителни дейности и ремонти (36%). Закупуването на машини е най-характерно за Преработващата промишленост (85,7%) и Селското стопанство (72,7%), докато строителните дейности ремонтите преобладават сред намеренията на фирмите от секторите на Строителство, транспорт, услуги (41,7%) и търговия (40%).

След тези основни видове инвестиции следват намеренията за кандидатстване за финансиране на Консултантски услуги (12%). Тези идеи идват предимно от фирми, ангажирани с услуги (25%), макар, че не са малко и за фирмите от преработвателната промишленост, където очевидно също има разходи за консултантски услуги, които могат да бъдат покрити от европейско финансиране (14,3%). С още по ниски относителни дялове са проектните идеи за Провеждане на обучения, конференции и семинари и други събития (8%) и Административни разходи и разходи за управление (6%). Докато обученията са отново характерни за фирмите от сектора на услугите (16,7%), то към разходите за управление проявяват интерес най-вече фирмите от сектора на търговията (10%).

Таблица 6

За какъв вид дейности бихте искали финансиране по този проект?

	Основна дейност на фирмата				Общо
	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Строителни дейности и ремонти	28,6%	27,3%	40,0%	41,7%	36,0%
Закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения	85,7%	72,7%	30,0%	58,3%	54,0%
Провеждане на обучения, конференции и семинари и други събития	14,3%		5,0%	16,7%	8,0%
Консултантски услуги	14,3%	9,1%	5,0%	25,0%	12,0%
Административни разходи и разходи за управление			10,0%	8,3%	6,0%

Данните показват, че фирмите които искат да кандидатстват за Строителни дейности и ремонти разчитат на програмите да подобрят финансовото им положение. Тук фирмите с влошени финансови резултати по-често проявяват желание за кандидатстване по проекти. Налице е обаче обратната зависимост при намеренията за закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения – тук фирмите, които проявяват интерес за кандидатстване са с по-добро финансово състояние. В този смисъл са налице и двете закономерности – недоброто финансово състояние може да е и спирачка и мотив във вземането на решение за кандидатстване.

4. Обобщения и препоръки

Най-често се планират иновации в подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството, докато най-често въведените досега иновации са в продукти и услуги. На трето място по планирани иновации са в ИТ сферата и ползването на Интернет. Повечето от фирмите от земеделския и търговския сектор, които са имали капацитет да направят инвестиции в иновации вече са ги направили. Капацитет за още инвестиции в иновации обаче има сред фирмите от преработващата индустрия.

Налице е висока готовност на предприятията за инвестиции в нови видове маркетинг, основани на ИТ технологии и по-конкретно за продажби чрез ИТ платформа. Това е особено характерно за предприятията от преработващия сектор и земеделските фирми. Асоциирането между фирмите с цел маркетинг е особено обещаващо за малките фирми от строителния и земеделския сектор. Почти никоя от фирмите досега не е включена в такава асоциация/бизнес мрежа, но повече от половината биха искали това. Повечето фирми не ползват реклама за маркетинг. Ако има някакъв потенциал за развитие на рекламата, той е сред фирмите от преработващата промишленост и то особено по Интернет.

Налице са малко дейности по квалификация на кадрите, като потенциал за иновации в тази посока има отново сред преработващата промишленост и донякъде в търговията. Като цяло фирмите са позитивни към приемането на стажанти в дуална форма на обучение. Въвеждането на дуалното обучение обаче зависи и от капацитета на професионалните училища и гимназии да предлагат необходимите специалности за пазара.

Нито една от интервюираните фирми не е имала контакт с каквато и да е развойна или изследователска организация. Като цяло фирмите поддържат слаби взаимоотношения с научните среди. С висшите училища и развойните институции такива връзки изцяло липсват, а със средните професионални училища те са слаби, предимно характерни за по-големите фирми от преработвателния и земеделския сектори.

Първите три причини, които ограничават въвеждането на иновации в бизнеса според интервюираните фирми са високите разходи за въвеждане на нови продукти и технологии, ниското търсене и липсата на пазари за нови продукти, и липсата на квалифициран персонал. Липсва възприятието, че именно иновациите могат да подобрят търсенето и продажбите на бизнеса и да увеличат възможностите за наемане на по-скъпо струващ персонал. Анкетираните микро фирми са разколебани дали да кандидатстват по европейски програми, но потенциал за това има. Все пак, тези които проявяват интерес за кандидатстване имат намерения най-често да инвестират в закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения и строителни дейности и ремонти.

Повечето от причините, които ограничават инвестициите в иновации могат да бъдат адресирани на национално или областно ниво, а не на ниво територия на МИГ. Тези причини са свързани предимно с решителното продължаване на реформата в професионалното образование, стесняването на входа към висшето образование, което не обслужва бизнеса, изграждането на развойни центрове и цялостното подобряване на бизнес средата в страната.

Все пак, препоръките на местно ниво в рамките на капацитета на МИГ могат да бъдат в следните посоки:

- Подкрепа на инвестиции в енергийната ефективност на предприятието или стопанството, в нови продукти и услуги и в ИТ технологии. Сравнително по-висок потенциал за това имат фирмите от преработващия сектор.
- Подкрепа на инвестиции в ИТ платформи за директен маркетинг, особено за фирмите от преработващия сектор и земеделските фирми.
- Подкрепа на асоциирането между малките фирми с цел маркетинг, особено за малките фирми от строителния и земеделския сектор.
- Подкрепа за иновации в квалификацията на кадри, които да подобрят връзката между професионалното образование и бизнеса, каквато е дуалната форма на обучение.
- Ориентиране на програмата към подобряване на продажбите, маркетинга и непосредствените финансови резултати на предприятията.

5. Статистически разпределения

В1. През последните 5 години въвеждали ли сте ИНОВАТИВНИ продукти, оборудване или технологии във фирмата ви? Планирате ли такива за следващите 5 години?

ДА	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Въведени: Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	16,3%	42,9%	22,0%	11,1%	42,9%		20,0%	25,0%	20,0%
Планирани: Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	11,6%		12,2%		28,6%	9,1%	5,0%	8,3%	10,0%
Въведени: Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството.	11,6%	28,6%	14,6%	11,1%		9,1%	15,0%	25,0%	14,0%

Планирани: Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството.	9,3%		9,8%		28,6%			16,7%	8,0%
Въведени: Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството.	14,0%	28,6%	14,6%	22,2%		9,1%	25,0%	16,7%	16,0%
Планирани: Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството.	11,6%	14,3%	14,6%		28,6%	9,1%	10,0%	8,3%	12,0%
Въведени: Използване на биоенергия в предприятието или стопанството.									
Планирани: Използване на биоенергия в предприятието или стопанството.									
Въведени: Използване на	4,7%		4,9%				5,0%	8,3%	4,0%

друго ново /осъвременено оборудване или нова технология.									
Планирани: Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология.									

ДА	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Въведени: Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	20,0%	25,0%	14,8%	17,9%	25,0%	16,7%	18,2%	26,7%	20,0%
Планирани: Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството		8,3%	7,4%	3,6%	10,0%	33,3%			10,0%
Въведени: Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS)	20,0%	16,7%	11,1%	14,3%	15,0%	8,3%	9,1%	26,7%	14,0%

системи, роботи) в предприятието или стопанството									
Планирани: Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството		8,3%	7,4%	3,6%	10,0%	25,0%	4,5%		8,0%
Въведени: Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството	40,0%	25,0%	11,1%	21,4%	10,0%	8,3%	13,6%	26,7%	16,0%
Планирани: Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството		8,3%	11,1%	3,6%	20,0%	33,3%		6,7%	12,0%
Въведени: Използване на биоенергия в предприятието или стопанството									
Планирани: Използване на биоенергия в предприятието или									

стопанството									
Въведени: Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология			7,4%	3,6%	5,0%		4,5%	6,7%	4,0%
Планирани: Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология									

Планирани:

Нови (за региона) продукти или услуги в предприятието или стопанството	<ul style="list-style-type: none"> • детски кът към кафе сладкарница • клиентски карти, нова услуга • лазерна епилация диодна • машинни съоръжения • нови продукти • нови хранителни стоки • почистване на DPF филтър • роботизирани на автоматизирани системи за бизнеса • централен млекопровод • център за професионално обучение
Новости в ползването на Интернет, компютърна техника, информационни системи и софтуер (например GPS системи, роботи) в предприятието или стопанството	<ul style="list-style-type: none"> • GPS система за камионите • GPS със софтуер • въвеждане на софтуер за производство, склад и фактуриране • интернет поръчки • интернет реклама • информационни системи • компютърен учебен кабинет с най-модерна техника • работи за бизнеса

	<ul style="list-style-type: none"> • техника
Подобрения на енергийната ефективност на предприятието или стопанството	<ul style="list-style-type: none"> • енергийно ефективна сграда • изолация • изолация, техника • климатик, изолация • ледосветление • напояване • осветление • ремонти • склад • соларни панели и нова техника • строително-ремонтни дейности за подобрение на енергийната ефективност • топлоизолация
Използване на биоенергия в предприятието или стопанството	
Използване на друго ново /осъвременено оборудване или нова технология	<ul style="list-style-type: none"> • липолазерна- за прмахване на мазнини • напълно обновен магазин

B2. Как оценявате оборудването на фирмата ви?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Остаряло	9,3%		7,3%	11,1%	28,6%		10,0%		8,0%
По-скоро старо	16,3%	14,3%	19,5%		28,6%	18,2%	10,0%	16,7%	16,0%
Средно ниво	46,5%	28,6%	46,3%	33,3%	28,6%	27,3%	65,0%	33,3%	44,0%
По-скоро ново	14,0%	28,6%	9,8%	44,4%		36,4%	5,0%	25,0%	16,0%
Ново, модерно	11,6%	28,6%	14,6%	11,1%	14,3%	18,2%	5,0%	25,0%	14,0%
Без отговор	2,3%		2,4%				5,0%		2,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Остаряло		8,3%	11,1%		20,0%	33,3%			8,0%
По-скоро старо		25,0%	14,8%	10,7%	15,0%	66,7%			16,0%
Средно ниво	60,0%	58,3%	40,7%	46,4%	45,0%		100,0%		44,0%
По-скоро ново	20,0%		18,5%	21,4%	10,0%			53,3%	16,0%
Ново, модерно	20,0%	8,3%	14,8%	17,9%	10,0%			46,7%	14,0%
Без отговор				3,6%					2,0%

В3. Бихте ли се включили в информационна система за обмен на данни, чрез която да продавате продуктите си чрез интернет сайтове или чрез която да се улесняват продажбите ви?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да, вече сме включени	4,7%		4,9%		14,3%		5,0%		4,0%
Не, но бихме искали	55,8%	100,0%	56,1%	88,9%	85,7%	72,7%	50,0%	58,3%	62,0%
Не, нямаме желание	16,3%		17,1%			18,2%	15,0%	16,7%	14,0%
Бихме искали, но продуктите ни не са подходящи за това	23,3%		22,0%	11,1%		9,1%	30,0%	25,0%	20,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри	Влоши	Не се е	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	

	се	се	променило						
Да, вече сме включени			7,4%	3,6%	5,0%	8,3%	4,5%		4,0%
Не, но бихме искали	40,0%	66,7%	63,0%	64,3%	55,0%	66,7%	54,5%	73,3%	62,0%
Не, нямаме желание	40,0%	16,7%	11,1%	7,1%	25,0%	16,7%	18,2%	6,7%	14,0%
Бихме искали, но продуктите ни не са подходящи за това	20,0%	16,7%	18,5%	25,0%	15,0%	8,3%	22,7%	20,0%	20,0%

V4. Бихте ли се включили в бизнес асоциация или бизнес мрежа, чрез която да продавате продуктите или чрез която да се улесняват продажбите ви?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да, вече сме включени	2,3%		2,4%		14,3%				2,0%
Не, но бихме искали	51,2%	57,1%	43,9%	88,9%	42,9%	63,6%	40,0%	66,7%	52,0%
Не, нямаме желание	14,0%	28,6%	19,5%		14,3%	18,2%	25,0%		16,0%
Бихме искали, но продуктите ни не са подходящи за това	32,6%		31,7%	11,1%	28,6%	9,1%	35,0%	33,3%	28,0%
<i>Друго- продукта (мед) е особен и ако се продава съвместно се притеснявам за качеството на другите</i>		14,3%	2,4%			9,1%			2,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Да, вече сме включени			3,7%		5,0%	8,3%			2,0%
Не, но бихме искали	40,0%	66,7%	44,4%	50,0%	50,0%	50,0%	45,5%	66,7%	52,0%
Не, нямаме желание	40,0%	16,7%	14,8%	14,3%	20,0%	8,3%	22,7%	13,3%	16,0%
Бихме искали, но продуктите ни не са подходящи за това	20,0%	16,7%	33,3%	32,1%	25,0%	25,0%	31,8%	20,0%	28,0%
Друго			3,7%	3,6%		8,3%			2,0%

В5. Как рекламирате продуктите или услугите си досега?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Никак - клиентите идват сами	58,1%		53,7%	33,3%	28,6%	63,6%	65,0%	25,0%	50,0%
Чрез познати и колеги	25,6%	42,9%	26,8%	33,3%	14,3%	27,3%	15,0%	58,3%	28,0%
По Интернет	11,6%	28,6%	9,8%	33,3%	28,6%		15,0%	16,7%	14,0%
Друго- директен маркетинг, промоции; директна дистрибуция; директни продажби-разнос; директно с фирми	4,7%	28,6%	9,8%		28,6%	9,1%	5,0%		8,0%

изкупвачи									
-----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Никак - клиентите идват сами	60,0%	58,3%	48,1%	42,9%	60,0%	58,3%	50,0%	40,0%	50,0%
Чрез познати и колеги	20,0%	41,7%	22,2%	32,1%	20,0%	16,7%	31,8%	33,3%	28,0%
По Интернет	20,0%		18,5%	14,3%	15,0%	8,3%	13,6%	20,0%	14,0%
Друго			11,1%	10,7%	5,0%	16,7%	4,5%	6,7%	8,0%

В6. Извършвате ли дейности по повишаване квалификацията на вашите кадри?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да, регулярно	27,9%	42,9%	34,1%	11,1%	28,6%	36,4%	15,0%	50,0%	30,0%
Да, но само при постъпване на нови служители или на ново обо	39,5%	28,6%	34,1%	55,6%	57,1%	36,4%	50,0%	8,3%	38,0%
Не	25,6%	28,6%	26,8%	22,2%	14,3%	27,3%	25,0%	33,3%	26,0%
Без отговор	7,0%		4,9%	11,1%			10,0%	8,3%	6,0%

	Финансово положение на	Брой постоянно заети	Оборудване на фирмата	Общо
--	------------------------	----------------------	-----------------------	------

	фирмата през последните 3 години			До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило						
Да, регулярно	40,0%	25,0%	25,9%	28,6%	25,0%	50,0%	18,2%	33,3%	30,0%
Да, но само при постъпване на нови служители или на ново обо	60,0%	33,3%	37,0%	21,4%	65,0%	33,3%	36,4%	46,7%	38,0%
Не		33,3%	33,3%	39,3%	10,0%	16,7%	36,4%	20,0%	26,0%
Без отговор		8,3%	3,7%	10,7%			9,1%		6,0%

В7. АКО ДА НА ПРЕДХОДНИЯ ВЪПРОС, В обучението използвате ли нови методи, които не са използвани от вашите колеги досега по ваша информация?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да	9,4%		9,7%				6,3%	28,6%	8,1%
Не	71,9%	100,0%	71,0%	100,0%	83,3%	100,0%	68,8%	57,1%	75,7%
Без отговор	18,8%		19,4%		16,7%		25,0%	14,3%	16,2%
Какви? - <i>Семинари</i>									

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Да		12,5%	5,6%	5,9%	5,6%	10,0%	7,1%	8,3%	8,1%
Не	100,0%	62,5%	77,8%	70,6%	83,3%	80,0%	71,4%	83,3%	75,7%
Без отговор		25,0%	16,7%	23,5%	11,1%	10,0%	21,4%	8,3%	16,2%

В8. Бихте ли приели във вашата фирма стажант от професионална гимназия на трудов договор, който да работи няколко дни в седмицата, а в останалите 2-3 дни да е на училище (дуално обучение)?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да	24,4%	16,7%	21,1%	33,3%	57,1%	44,4%	15,0%		23,4%
Зависи от условията	53,7%	66,7%	55,3%	55,6%	28,6%	55,6%	50,0%	81,8%	55,3%
Не	19,5%		21,1%				35,0%	9,1%	17,0%
Без отговор	2,4%	16,7%	2,6%	11,1%	14,3%			9,1%	4,3%
Свободен отговор: <i>Не, защото никъде не се обучава тази професия</i>									

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Да		8,3%	41,7%	12,0%	35,0%	36,4%	14,3%	28,6%	23,4%
Зависи от условията	60,0%	58,3%	50,0%	60,0%	50,0%	54,5%	52,4%	57,1%	55,3%
Не	40,0%	33,3%	8,3%	20,0%	15,0%	9,1%	28,6%	7,1%	17,0%
Без отговор				8,0%			4,8%	7,1%	4,3%

В9. Поддържате ли връзка с някои от следните научни институции?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
<i>ДА</i>									
Развойни или изследователски организации									
Професионални	11,6%		7,3%	22,2%	14,3%	9,1%	5,0%	16,7%	10,0%

училища									
Висши училища и университети		14,3%	2,5%					8,3%	2,0%
Обучителни центрове	9,5%	14,3%	12,5%			18,2%	5,0%	16,7%	10,2%
Други научни институции	2,4%		2,5%				5,0%		2,0%

ДА	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Развойни или изследователски организации									
Професионални училища	20,0%	16,7%	3,7%	7,1%	15,0%	16,7%	4,5%	13,3%	10,0%
Висши училища и университети					5,3%			6,7%	2,0%
Обучителни центрове	20,0%	8,3%	11,5%	10,7%	10,5%	9,1%	4,5%	20,0%	10,2%
Други научни институции			3,8%	3,6%				6,7%	2,0%

АКО Да, кои?

Професионални училища	<ul style="list-style-type: none"> • ПГХТД Асен Златаров, Нови пазар • Проф. гимназия по селско стопанство • Професионална гимназия по икономика Шумен • Професионална гимназия по селско стопанство, Нови пазар
Висши училища и университети	<ul style="list-style-type: none"> • Русенски технически университет

Обучителни центрове	• Фотокурсове
Други научни институции	• Институт по хранителна промишленост

В10. Как най-често научавате за новостите във вашия бизнес - нови технологии, нови методи за продажби, нови продукти?

ДА	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
От контакти с научни институции		14,3%		11,1%		9,1%			2,0%
От Интернет	67,4%	85,7%	68,3%	77,8%	57,1%	81,8%	60,0%	83,3%	70,0%
От медиите (ТВ, радио, печатни издания)	14,0%		12,2%	11,1%		18,2%	15,0%	8,3%	12,0%
От доставчици и търговци	69,8%	28,6%	61,0%	77,8%	71,4%	72,7%	75,0%	33,3%	64,0%
От клиенти	18,6%		17,1%	11,1%		9,1%	25,0%	16,7%	16,0%
От колеги, партньори, браншови асоциации	69,8%	71,4%	68,3%	77,8%	100,0%	72,7%	60,0%	66,7%	70,0%
От държавни институции и ведомства	2,3%			11,1%				8,3%	2,0%
От бизнес изложения, семинари, конференции	32,6%	57,1%	39,0%	22,2%	14,3%	45,5%	25,0%	58,3%	36,0%

	Финансово положение на	Брой постоянно заети	Оборудване на фирмата	Общо
--	------------------------	----------------------	-----------------------	------

ДА	фирмата през последните 3 години								
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
От контакти с научни институции			3,7%		5,0%			6,7%	2,0%
От Интернет	100,0%	58,3%	63,0%	75,0%	60,0%	66,7%	72,7%	66,7%	70,0%
От медиите (ТВ, радио, печатни издания)	20,0%	16,7%	3,7%	14,3%	5,0%	8,3%	13,6%	6,7%	12,0%
От доставчици и търговци	40,0%	50,0%	74,1%	50,0%	80,0%	66,7%	59,1%	66,7%	64,0%
От клиенти		33,3%	7,4%	21,4%	10,0%	16,7%	18,2%	13,3%	16,0%
От колеги, партньори, браншови асоциации	60,0%	75,0%	74,1%	75,0%	70,0%	66,7%	68,2%	80,0%	70,0%
От държавни институции и ведомства			3,7%	3,6%			4,5%		2,0%
От бизнес изложения, семинари, конференции	60,0%	33,3%	25,9%	39,3%	30,0%	41,7%	22,7%	53,3%	36,0%

В11. Ползвате ли в работата си:

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Интернет	88,4%	71,4%	82,9%	100,0%	85,7%	81,8%	85,0%	91,7%	86,0%
Информационна система	12,8%		13,5%				16,7%	16,7%	10,9%

Друго ИТ / дигитално оборудване	10,5%		11,1%			20,0%	5,6%	9,1%	8,9%
Без отговор	2,6%			11,1%				9,1%	2,2%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Интернет	100,0%	75,0%	88,9%	78,6%	95,0%	75,0%	90,9%	86,7%	86,0%
Информационна система	50,0%	9,1%	8,0%	11,1%	11,1%		10,0%	20,0%	10,9%
Друго ИТ / дигитално оборудване		10,0%	12,0%	3,8%	16,7%	20,0%	5,0%	7,1%	8,9%
Без отговор			4,0%	3,8%			5,0%		2,2%

Ако Да, за какво:

Интернет	<ul style="list-style-type: none"> • ел. подпис, ел. банкиране и други приложения • за всичко • за информации, реклама • за информация, за контакт с държавни институции • за информация, за контакти • за новостите в общината • за поръчки • за програма • за работа • за реклама и като услуга • информация за нас и продажба на продукти • информирам се за новостите в областта на развитие • като услуга за клиентите и системата за отчитане • комуникация, заявяване на доставки
----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • пазарно проучване • покупка на части, информация • покупки и продажби • реклама • счетоводство, информация за нови селскостопански машини
Информационна система	<ul style="list-style-type: none"> • за отчитане • за работа • заработка • информационна система на НАПОО
Друго ИТ / дигитално оборудване	<ul style="list-style-type: none"> • GPS оборудване на земеделска техника • видеонаблюдение • камери за наблюдение

V12. Кои от следните причини спират въвеждане на НОВИ ПРОДУКТИ И ТЕХНОЛОГИИ в бизнеса ви?

ДА	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Липса на информация	9,3%		9,8%		14,3%		10,0%	8,3%	8,0%
Липса на научни и развойни институции в близост		14,3%		11,1%		9,1%			2,0%
Високи разходи за въвеждане на нови продукти и технологии	53,5%	71,4%	53,7%	66,7%	71,4%	72,7%	50,0%	41,7%	56,0%
Ниско търсене, липса на пазари за нови продукти	46,5%	28,6%	51,2%	11,1%	71,4%	9,1%	60,0%	33,3%	44,0%
Липса на доставки,	2,3%	28,6%	4,9%	11,1%	14,3%	9,1%	5,0%		6,0%

необходими за нови продукти и технологии									
Липса на квалифициран персонал	44,2%	28,6%	41,5%	44,4%	85,7%	18,2%	40,0%	41,7%	42,0%
Трудно и скъпо кредитиране	27,9%	14,3%	22,0%	44,4%	28,6%	27,3%	25,0%	25,0%	26,0%
Високи данъци и осигуровки	39,5%	42,9%	43,9%	22,2%	57,1%	27,3%	45,0%	33,3%	40,0%
Високи административни разходи за въвеждане на нови продукти и технологии: разрешителни, разходи за екология, охрана на труда, сертифициране и други изисквания на ЕС	34,9%	57,1%	39,0%	33,3%	42,9%	18,2%	30,0%	66,7%	38,0%
Труден достъп до европейски и донорски програми	11,6%	14,3%	9,8%	22,2%	28,6%		10,0%	16,7%	12,0%
Нездрава пазарна среда: нелоялна конкуренция, монополи, сенчеста икономика, корупция при доставки и пазари, мудна съдебна система; лицензи, разрешителни	27,9%	71,4%	34,1%	33,3%	42,9%	36,4%	20,0%	50,0%	34,0%

ДА	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Липса на информация	20,0%	8,3%	7,4%	7,1%	10,0%	8,3%	13,6%		8,0%
Липса на научни и развойни институции в близост			3,7%		5,0%			6,7%	2,0%
Високи разходи за въвеждане на нови продукти и технологии	60,0%	50,0%	51,9%	50,0%	60,0%	66,7%	40,9%	73,3%	56,0%
Ниско търсене, липса на пазари за нови продукти	20,0%	66,7%	40,7%	53,6%	30,0%	41,7%	50,0%	33,3%	44,0%
Липса на доставки, необходими за нови продукти и технологии	20,0%		7,4%	3,6%	10,0%		4,5%	13,3%	6,0%
Липса на квалифициран персонал	80,0%	16,7%	51,9%	21,4%	70,0%	66,7%	36,4%	33,3%	42,0%
Трудно и скъпо кредитиране	40,0%	25,0%	22,2%	17,9%	30,0%	33,3%	22,7%	20,0%	26,0%
Високи данъци и осигуровки	20,0%	41,7%	37,0%	46,4%	30,0%	50,0%	40,9%	33,3%	40,0%
Високи административни разходи за въвеждане на нови продукти и	20,0%	41,7%	25,9%	32,1%	45,0%	33,3%	31,8%	46,7%	38,0%

технологии: разрешителни, разходи за екология, охрана на труда, сертифициране и други изисквания на ЕС									
Труден достъп до европейски и донорски програми		8,3%	11,1%	3,6%	20,0%	33,3%	4,5%	6,7%	12,0%
Нездрава пазарна среда: нелоялна конкуренция, монополи, сенчеста икономика, корупция при доставки и пазари, мудна съдебна система; лицензи, разрешителни	20,0%	50,0%	29,6%	32,1%	35,0%	41,7%	22,7%	46,7%	34,0%

В13. По принцип бихте ли кандидатствали по европейски програми за подкрепа на вашия бизнес?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Да	39,5%		29,3%	55,6%	71,4%	45,5%	20,0%	25,0%	34,0%
Зависи от условията	37,2%	85,7%	43,9%	44,4%	14,3%	27,3%	55,0%	58,3%	44,0%
Не	23,3%	14,3%	26,8%		14,3%	27,3%	25,0%	16,7%	22,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3	Брой постоянно заети	Оборудване на фирмата	Общо
--	---	----------------------	-----------------------	------

	години								
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Да	20,0%	8,3%	40,7%	17,9%	50,0%	50,0%	22,7%	33,3%	34,0%
Зависи от условията	40,0%	58,3%	44,4%	57,1%	30,0%	33,3%	45,5%	53,3%	44,0%
Не	40,0%	33,3%	14,8%	25,0%	20,0%	16,7%	31,8%	13,3%	22,0%

V14. Каква е идеята ви за проект?

екокултури
 за енергийна ефективност
 закупуване на земеделска техника и ремонт на складова база
 закупуване на нова техника
 закупуване на оборудване
 закупуване на техника
 изграждане на кафе сладкарница с детски кът
 изграждане на туристически инфо-център, предоставящ комплексни услуги за туристите
 иновации, модернизирани на базата
 модернизирани и въвеждане на нови технологии
 модернизирани на оборудването, реклама, разширяване дейността на фирмата
 място за къмпингуване
 пристройка към съществуваща сграда
 проект, свързан със заетостта и професионалното обучение, голям проблем на бизнеса е липсата на квалифицирани кадри от средно ниво
 развитие на бизнеса
 разширяване на дейността като къща за гости
 разширяване на дейността с вкл. и на обучение за работа с роботизирани и автоматизирани системи като услуга
 ремонт на помещение
 ремонт на сграда
 социални услуги
 строителна дейност и оборудване
 център за спорт и отдих
 цех за пакетиране
 цялостно обновяване на сгради и машини
 шивашки цех

V15. По коя Оперативна програма?

където е подходящо
мярка 6.41 ПРСР 2014-2020, МИГ Нови пазар-Каспичан
най-подходящата
национална програма по пчеларство

V16. За какъв вид дейности бихте искали финансиране по този проект?

ДА	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Строителни дейности и ремонти	32,6%	57,1%	31,7%	55,6%	28,6%	27,3%	40,0%	41,7%	36,0%
Закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения	48,8%	85,7%	46,3%	88,9%	85,7%	72,7%	30,0%	58,3%	54,0%
Провеждане на обучения, конференции и семинари и други събития	9,3%		4,9%	22,2%	14,3%		5,0%	16,7%	8,0%
Консултантски услуги	14,0%		9,8%	22,2%	14,3%	9,1%	5,0%	25,0%	12,0%
Административни разходи и разходи за управление	7,0%		7,3%				10,0%	8,3%	6,0%

ДА	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Строителни дейности и ремонти		16,7%	44,4%	32,1%	40,0%	33,3%	31,8%	40,0%	36,0%
Закупуване на машини, оборудване, техника и съоръжения	60,0%	33,3%	59,3%	46,4%	60,0%	66,7%	36,4%	73,3%	54,0%
Провеждане на обучения, конференции и семинари и други събития		16,7%	3,7%	7,1%	10,0%	16,7%		13,3%	8,0%
Консултантски услуги			11,1%	14,3%	5,0%	16,7%	4,5%	20,0%	12,0%
Административни разходи и разходи за управление		16,7%	3,7%	10,7%			9,1%	6,7%	6,0%

В17. Основната дейност на вашата фирма е:

аптека
 други форми на предоставяне на кредит
 животновъдство, зърнопроизводство
 здравеопазване
 земеделие
 зърнопроизводство
 зърнопроизводство, ремонт на автомобили
 ключарство
 козметични услуги и транспорт

консултантски услуги
 парични преводи
 продажба на авточасти и аксесоари
 прозводство на зърно и отглеждане на овце
 производство
 производство на дървени пелети
 производство на керамика
 производство на техническо оборудване
 пчеларство
 ремонт на автомобили и диагностика
 ремонтни дейности
 ресторантьорство
 селски туризъм
 селско стопанство
 селскостопанско производство
 строителство
 счетоводни услуги
 търговия на дребно
 търговия на строителни материали
 търговия с козметични продукти
 услуги
 фотографски услуги
 хлебопроизводство и туризъм
 център за професионално обучение, лицензиран от НАПОО

V18. Посочете преобладаващия отрасъл на вашата фирма

	Населено място		Община		Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	
Преработваща промишленост	11,6%	28,6%	14,6%	11,1%	14,0%
Селско стопанство	18,6%	42,9%	19,5%	33,3%	22,0%
Търговия	46,5%		43,9%	22,2%	40,0%
Строителство, транспорт, услуги и други	23,3%	28,6%	22,0%	33,3%	24,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Преработваща промишленост			22,2%	3,6%	30,0%	33,3%	9,1%	6,7%	14,0%
Селско стопанство	20,0%	16,7%	25,9%	17,9%	25,0%	16,7%	13,6%	40,0%	22,0%
Търговия	60,0%	58,3%	33,3%	46,4%	35,0%	33,3%	59,1%	13,3%	40,0%
Строителство, транспорт, услуги и други	20,0%	25,0%	18,5%	32,1%	10,0%	16,7%	18,2%	40,0%	24,0%

В19. Форма на регистрация

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
ЕТ	34,9%	14,3%	34,1%	22,2%	14,3%	18,2%	60,0%	8,3%	32,0%
ЕООД	39,5%		36,6%	22,2%	28,6%	36,4%	15,0%	66,7%	34,0%
ООД	20,9%	42,9%	22,0%	33,3%	42,9%	18,2%	25,0%	16,7%	24,0%
Физическо лице - Земеделски производител		42,9%	7,3%		14,3%	18,2%			6,0%
Друга: кооперация	4,7%			22,2%		9,1%		8,3%	4,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
ЕТ	20,0%	58,3%	29,6%	39,3%	20,0%	41,7%	36,4%	20,0%	32,0%
ЕООД	40,0%	25,0%	33,3%	39,3%	25,0%	16,7%	31,8%	46,7%	34,0%

ООД	40,0%	16,7%	22,2%	10,7%	45,0%	33,3%	22,7%	20,0%	24,0%
Физическо лице - Земеделски производител			11,1%	7,1%	5,0%	8,3%	4,5%	6,7%	6,0%
Друга			3,7%	3,6%	5,0%		4,5%	6,7%	4,0%

В20. Година на начало на дейността на фирмата

Медиана	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Година	2006,00	2003,00	2006,50	1997,50	2004,00	2004,00	2003,00	2011,00	2004,50

Медиана	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Година	2006,50	2001,00	2004,00	2008,50	2002,00	2003,00	2007,50	2005,50	2004,50

В21. Приблизително колко лица са заети във фирмата ви?

Медиана	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Постоянно заети	2,00	2,00	1,00	11,00	9,00	2,00	2,00	1,00	2,00
Сезонни работници / временно наети	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00

Средна стойност	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Постоянно заети	7,07	4,29	5,87	10,11	11,43	6,20	6,15	5,00	6,67
Сезонни работници / временно наети	,91	,75	,92	,00	1,00	2,43	,00	,67	,89

Медиана	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Постоянно заети	2,00	1,00	4,00	1,00	10,00	7,00	2,00	1,00	2,00
Сезонни работници / временно наети	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00

Средна стойност	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Постоянно заети	3,20	2,27	10,00	1,14	14,40	10,90	6,00	5,20	6,67
Сезонни работници / временно наети	5,00	,38	,43	,06	2,33	,71	1,64	,11	,89

В22. Като цяло, влоши ли се или се подобри финансовото положение на фирмата ви през последните 3 години?

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	

Подобри се	11,6%		9,8%	11,1%		9,1%	15,0%	8,3%	10,0%
Влоши се	27,9%		26,8%	11,1%		18,2%	35,0%	25,0%	24,0%
Не се е променило	51,2%	71,4%	51,2%	66,7%	85,7%	63,6%	45,0%	41,7%	54,0%
Без отговор	9,3%	28,6%	12,2%	11,1%	14,3%	9,1%	5,0%	25,0%	12,0%

	Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Подобри се	10,7%	10,0%		13,6%	13,3%	10,0%
Влоши се	28,6%	15,0%	33,3%	31,8%	6,7%	24,0%
Не се е променило	46,4%	70,0%	58,3%	50,0%	60,0%	54,0%
Без отговор	14,3%	5,0%	8,3%	4,5%	20,0%	12,0%

В23. Длъжност на респондента

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Собственик/Съсобственик	76,7%	71,4%	80,5%	55,6%	71,4%	81,8%	70,0%	83,3%	76,0%
Управител/Директор/Главен мениджър	58,1%	42,9%	58,5%	44,4%	42,9%	54,5%	55,0%	66,7%	56,0%
Заместник директор/Финансов директор/Заместник управител									
Главен счетоводител	4,7%	14,3%	2,4%	22,2%		18,2%		8,3%	6,0%
Друго: търговски представител; пълномощник; работник	9,3%	14,3%	9,8%	11,1%	14,3%		15,0%	8,3%	10,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Собственик/Съсобственик	80,0%	66,7%	81,5%	82,1%	65,0%	75,0%	81,8%	66,7%	76,0%
Управител/Директор/Главен мениджър	80,0%	75,0%	40,7%	67,9%	35,0%	75,0%	50,0%	53,3%	56,0%
Заместник директор/Финансов директор/Заместник управител									
Главен счетоводител		8,3%	7,4%	3,6%	10,0%		9,1%	6,7%	6,0%
Друго: търговски представител; пълномощник; работник		16,7%	7,4%	3,6%	20,0%		13,6%	13,3%	10,0%

B24. Пол на респондента

	Населено място		Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Мъж	51,2%	42,9%	53,7%	33,3%	85,7%	54,5%	35,0%	50,0%	50,0%
Жена	48,8%	57,1%	46,3%	66,7%	14,3%	45,5%	65,0%	50,0%	50,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Мъж	60,0%	41,7%	44,4%	39,3%	60,0%	75,0%	40,9%	40,0%	50,0%

Жена	40,0%	58,3%	55,6%	60,7%	40,0%	25,0%	59,1%	60,0%	50,0%
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

В25. Населено място

	Община		Основна дейност на фирмата				Общо
	Нови Пазар	Каспичан	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Град	87,8%	77,8%	71,4%	72,7%	100,0%	83,3%	86,0%
Село	12,2%	22,2%	28,6%	27,3%		16,7%	14,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Град	100,0%	100,0%	81,5%	85,7%	85,0%	91,7%	90,9%	73,3%	86,0%
Село			18,5%	14,3%	15,0%	8,3%	9,1%	26,7%	14,0%

В26. Община

	Населено място		Основна дейност на фирмата				Общо
	Град	Село	Преработваща промишленост	Селско стопанство	Търговия	Строителство, транспорт, услуги и други	
Нови Пазар	83,7%	71,4%	85,7%	72,7%	90,0%	75,0%	82,0%
Каспичан	16,3%	28,6%	14,3%	27,3%	10,0%	25,0%	18,0%

	Финансово положение на фирмата през последните 3 години			Брой постоянно заети		Оборудване на фирмата			Общо
	Подобри се	Влоши се	Не се е променило	До 2 души	Над 2 души	Остаряло	Средно ниво	Ново, модерно	
Нови Пазар	80,0%	91,7%	77,8%	85,7%	75,0%	91,7%	86,4%	66,7%	82,0%