

# Иновативните фирми – фактор за икономически растеж на националната икономика

Димитър Благоев\*,  
Радостин Бояджиев\*\*

**Резюме:** Традиционно иновативните фирми се свързват с висока добавена стойност и потенциал за експоненциален растеж. Това определя и мястото им като важен фактор за растежа на националните икономики. Наложеното мнение в съвременната икономика е, че развитието на иновациите (от там и на иновативните фирми) ще доведе до редица положителни резултати за националната икономика: конкурентоспособност, висока добавена стойност, растеж, модерни работни места, „зелена“ икономика и др. С настоящото изследване се цели да се даде отговор на въпроса дали българските иновативни фирми са фактор за икономически растеж на националната икономика с оглед на програмите и политиките за насърчаване и развитие на иновациите в България.

**Ключови думи:** иновации, растеж, фирми, икономика.

**JEL:** M21, D22, O32, D92, O4.

\* Димитър Благоев е доктор по икономика, доцент в катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС.

\*\* Радостин Бояджиев е доктор по икономика, постдокторант към катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС.

## Въведение

Иновативните фирми в България са изправени пред тежката ситуация да преодолеят редица препятствия, което често се оказва нелека задача за тях. Такива са затрудненият достъп до финансиране, особено на иновационна дейност, която се определя като високорискова и с дълъг срок на възвръщане на инвестиционните разходи, силна конкуренция от страна на фирмите от високо иновативните държави, ограниченост на вътрешния пазар, ограничеността на разходите за НИРД, както публични, така и фирмени, недоизграденост на средата за иновации и др. Това са все изключително актуални и наболели проблеми за българската икономика, водещи до понижаването на конкурентоспособността ѝ и ограничаващи икономическия растеж. Въпреки това, именно в лицето на иновативните фирми България може да търси основен потенциал за генериране на икономически растеж, който да е с изпреварващи средните нива на страните от ЕС темпове за достигане и осигуряване на по-добър стандарт на живот на населението в страната. Ето защо от голямо значение е проучването на степента на значимост на иновативните фирми за генерирането на икономическия растеж на страната и разкриване на направленията, в които трябва да се работи за стимулира-

не на подобни фирми. Чрез изследването им биха могли да бъдат очертани области от проблемни зони, да се разработят методи за тяхното ограничаване, а те да служат като индикатор при разработване и прилагане на държавната политика в сферата на иновациите. Практическото изследване, на чиято база са направени констатациите и изводите в настоящата статия, включва малка извадка от иновативни фирми (основно участници в конкурса „Иновативно предприемане на годината“ на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“). Допълнително ограничение е невъзможността за изследване на времевия лаг на проява на ефекта от иновациите на микро и макроравнище предвид сравнително краткия период на съществуване на немалка част от иновативните фирми и близостта им до момента на тяхното създаване към настоящия момент. Въпреки това, за идеята да се проследи една по-обща тенденция в темпа на растеж на микро и макроравнище считаме, че можем да се позовем и на една такава по-ограничена извадка от иновативни фирми.

Процесът на трансформация и растеж на иновативните фирми от микро, през малки, средни и достигайки до големи е сложен, труден и в немалко случаи може да бъде определен и като враждебен, в контекста на активно конкурентната среда, в която се работи, при един глобализиран свят. Процесът на растеж и трансформация на иновативните фирми може условно да бъде разграничен на два големи етапа: (1) начален, бърз растеж на фирмата и преминаването ѝ от микро и малка фирма (Стартъп етап) и (2) превръщането на иновативните фирми в средни и големи, като много често това за високо иновативните фирми става посредством използване на механизмите на т.нар. бизнес комбинации (сливания, придобивания, изкупувания и други).

Краткият преглед на литературата, свързана с иновативните фирми, показва,

че моделите на организационния жизнен цикъл и етапите на развитие често се използват като променлива за изучаване на промените и проблемите, пред които са изправени този тип фирми (Dodge & Robbins, 1992; Kimberly & Miles, 1980). Тези модели разглеждат растежа на иновативните малки и средни фирми като серия от три до пет фази или етапи на развитие, през които бизнесът може да премине в жизнения цикъл на компанията (Kazanjan, 1988).

Използвайки данни от 133 иновативни малки и средни фирми от сектора на високите технологии в САЩ, Hanks et al. (1993) извеждат модел на жизнения цикъл с четири етапа на развитие: (а) Стартване (Стартъп); (б) Разширяване; (в) Зрялост; и (г) Диверсификация. Те описват етапа на растеж като уникална конфигурация на променливи, свързани с организационните отличителни характеристики и/или структура на фирмата. Тази конфигурация от променливи включва размер и възраст на фирмата, темп на растеж и предизвикателства, пред които е изправена. Структурните измерения включват структура, централизация, вертикална диференциация и брой организационни нива. Този модел е подобен и има пресечни точки с друг такъв модел, описващ развитието на една иновативна малка, стартираща фирма, идентифициран в изследване на Kazanjan and Drazin (1989) по отношение на растежа на технологично базираните компании.

Въпреки че голяма част от изследователите използват моделите на етапност за проследяване на растежа и развитието в жизнения цикъл на иновативните фирми (от МСП до голям и транснационален бизнес), не са без основание и други автори, които посочват определени слабости в този тип модели. В свое изследване O'Farrell и Hitchens (1988) очертават слабостите на моделите на етапността на растежа и развитието на иновативните фирми с потенциал за растеж като:

## Икономическо развитие

- моделите, базирани на обособени етапи, са склонни да адресират симптомите на растеж, вместо да разкриват основните процеси на явлението;
- склонни са да приемат, че всички иновативни фирми преминават през всеки етап на растеж или не се опитват да направят това;
- моделите, базирани на обособени етапи, обикновено не успяват да обхванат важни ранни етапи в започването на малките иновативни предприятия, включително преди стартиране (prior start-up етап).

С други думи, може да се каже, че въпреки наличието на немалкото теоретични и приложни модели, описващи принципите, закономерностите, етапите на растеж и развитие на иновативните (а и не само на тях) фирми, не съществува универсален модел, който да се използва като еталон, шаблон за описание и изучаване на тези бизнес процеси във фирмата. Gibb and Dyson (1984) твърдят, че растежът на много малки и средни фирми е по-силен и е реактивен, а не проактивен. Процесът на растеж на една фирма включва различни модели на решения и стратегии. Именно това определя ненамаляващата актуалност на изследваната проблематика.

### Методика на изследването

За да се проучат моделите на растеж и развитие на иновативните фирми, основаващи своята дейност (и произвеждащи продукти) на високи технологии и стремящи се към висока добавена стойност, изследването възприема индуктивния подход (Hui-Hong & Kim, 2004).

За целите на настоящото изследване и съпоставяне на темповете на растеж на фирмено равнище с темповете на растеж на националната икономика ще бъдат използвани данни от ГФО на някои български иновативни фирми, публикувани в Търговския регистър, и данни за общия икономически растеж на национално равнище, оповестени от НСИ и Евростат.

При определяне на броя и състава на иновативните фирми, обект на проучването, се използва информация от провеждащия се вече над 10 години ежегоден Национален конкурс „Иновативно предприятие“. Участници в него са български предприятия, които са приложили успешно в практиката си иновации или български научни постижения, трансформирайки дейността си и постигайки траен икономически ефект (За целите на настоящото изследване авторите възприемат за синонимни думи фирма, предприятие и бизнес организация, така както в много случаи те се възприемат за синонимни понятия в практиката. Това възприемане е направено с цел определено избягване на повторения в текста, въпреки осъзнатата от тях същностна разлика между понятията от етимологична гледна точка – б.а.).

Иновативните фирми, участници в конкурса, се оценяват по специална методология от експертна група и външно жури в следните категории: (1) Пазарно лидерство; (2) Качество на живот; (3) Зелена иновация; (4) Иновационен мениджмънт; (5) Социална иновация; (6) Иновация в креативните индустрии; (7) Иновативно новостартирало предприятие; (8) Иновации за развитие на таланти. От така дефинираните категории личи широтата на иновационния диапазон на участниците и отличените в конкурса и е гаранция за определена представителност в представените резултати и направените от тях изводи.

За целите на настоящата статия са подбрани само отличените в различните категории иновативни фирми, а не всички участници, тъй като се предполага, че именно те би трябвало (по експертно мнение на оценяващата комисия) да са с най-висока степен на иновативност. В допълнение може да се каже, че за целите на практическото изследване са включени иновативни (всички фирми, които са разработили и/или внедрили на базата на технологичния трансфер някакъв вид иновация),

а не само иновационни фирми (т.е. такива, които сами разработват иновации). Това е направено с оглед разширяване на обхвата на понятието за иновативност. Индикаторите, които се наблюдават в динамика и в съпоставителен план за период от три и повече последователни години на микро (фирмено) и на макро (национално) равнище, са:

- **На макро равнище** – Брутен вътрешен продукт (БВП); Брутна добавена стойност (БДС); Средногодишна патентна; Разходи за НИРД.
- **На микро (фирмено) равнище** – Годишен оборот; Печалба; Стойност на акциите; Капиталови разходи (инвестиционни разходи); Възвръщаемост на инвестирания капитал (ROIC).

Извадка на изследваната съвкупност от фирми за проследяваните показатели се характеризира със значителни стойностни диспропорции и поради тази причина е трудно постигането на съпоставимост в количествено отношение. Затова се прилага методът на трендовете и проследяване на посоката на изменение на стойностите, на базата на избрана функционална зависимост на изглаждане.

### Резултати и дискусия по изследването

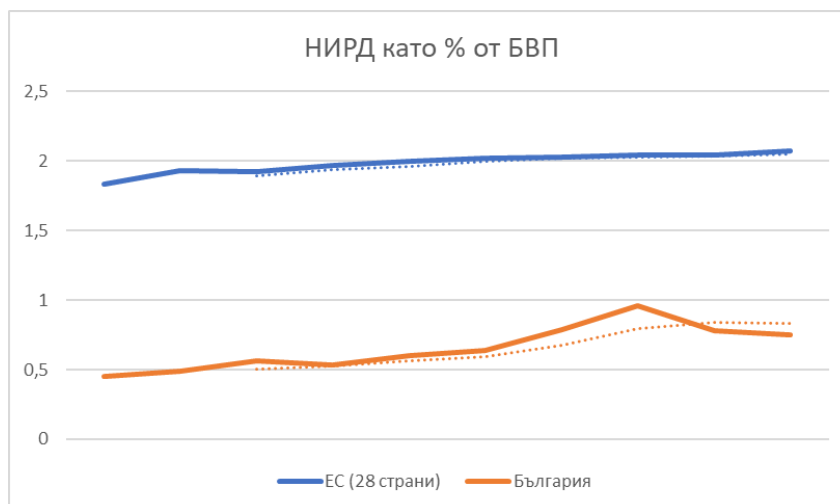
Самооценката на българските мениджъри за общия дял на иновативните предприятия в страната е 71%. Значителният ръст от 65% на годишна база се дължи предимно на предприятия, които са внедрили организационни (30%) и маркетингови иновации (42%), насочени към оптимизиране на дейността в отговор на влиянието на икономическата криза (олекотяване на организационни звена, реструктуриране на продуктовото портфолио, предефиниране на взаимоотношения с партньорите, промени в представянето на продуктите и др.). Макар тази тенденция да е още в зародиш в България, като цяло иновативните фирми

по-трудно се поддават на отрицателното влияние на външни фактори и по-успешно мобилизират вътрешен потенциал, с който да им противодействат – нови продукти, които изграждат потребителска лоялност и осигуряват стабилно пазарно присъствие, предприемаческа ориентация и готовност за поемане на риск.

Българските индустриални фирми изостават значително в интернационализацията на дейността си чрез по-висши форми като продажби в чужбина чрез филиали, лицензионна дейност и производство в чужбина чрез производствени филиали. Ако все пак има инвестиции в тези направления, оценяването на проектите трябва да бъде съобразено с по-високия риск, по-високите изисквания към нормата на възвръщаемост на инвестициите, по-високото равнище на конкуренция в развитите страни и др.

Разходите за НИРД и иновации, като процент от БВП имат определен темп на растеж (каквато тенденция се наблюдава на фигура 1), но през последните години той намалява, което на фона на изостаналостта на България в иновационно отношение (това показва класацията на страната в ежегодния индекс European Innovation Scoreboard) е много малко и не може да повиши значително и изпреварващо иновативността и конкурентоспособността на националната икономика за достигане на средноевропейските равнища.

Обявените от българските фирми иновации имат предимно фирмен и национален характер – те не са новост на световния пазар, макар немалка част от мениджърите да са ги определили като такива. Резултатите от патентната и лицензионната активност на фирмите показват, че на практика в България почти липсват процесни и продуктови иновации на световно равнище. Резултатите за последните близо десет години се измерват със средно 100-тина издадени защитни документа годишно от Българското патентно ведомство (два



Фигура 1. Разходи за НИРД в България (% от БВП) за 10-годишен период

Източник: Eurostat



Фигура 2. Изменение и тренд на иновативните фирми в % за петгодишен период (Иновативните фирми обхващат такива с продуктови, процесни, организационни и маркетингови иновации)

Източник: НСИ

пъти по-малко от подадените заявки), преобладаваща заявителска активност от страна на физическите лица за сметка на изследователските институти и малките и средните фирми.

Въпреки увеличаващите се разходи за НИРД, както от страна на държавата (пуб-

лични средства), така и от страна на фирмите (бизнес разходи за НИРД), темпът на изменение на процента на иновативните фирми от всички функциониращи в националната икономика е намаляващ (фигура 2).

Определено някои сектори в националната икономика се отличават с по-висок обем

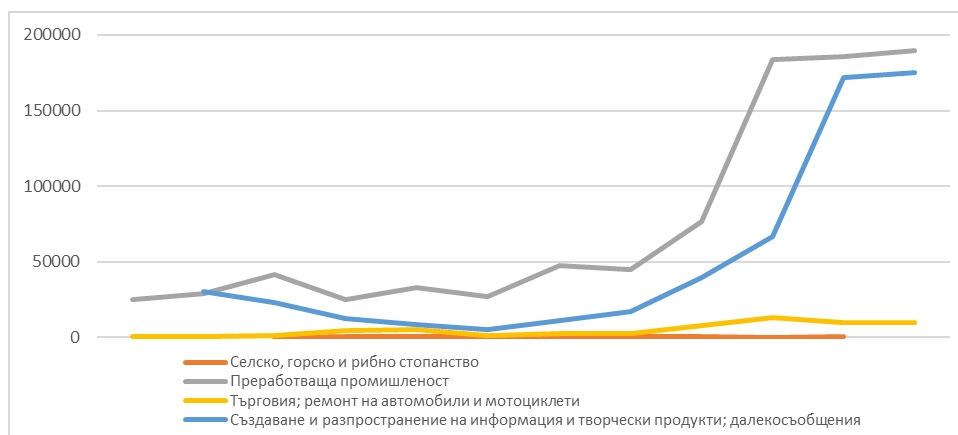
## Икономическо развитие

от разходи за НИРД и иновации и в това направление се дефинират като по-високо иновативни и съответно конкурентоспособни (фигура 3). Именно в тези сектори би трябвало да се търсят (респ. да се очаква) наличие на високо иновативни фирми, които да имат изпреварващ темп на растеж и които да бъдат двигател на общия икономически растеж на национално равнище. За да идентифицираме тези структуроопределящи сектори на националната икономика е необходимо да направим ретроспективен преглед на развитието на българската икономика (и по-конкретно, в частност на българската индустрия), за да бъдат идентифицирани секторите, в които страната

## Иновативни фирми

фирмата се преследват цели от други сфери на дейност – като иновационната.

Основната цел на инвестиционната дейност на фирмите е увеличаване на тяхното благосъстояние и следователно подобри финансови показатели. Това увеличава възможността да се финансират иновационни проекти. Традиционните източници на финансиране са вътрешни (неразпределена печалба, амортизационни отчисления, девинвестиране) и външни (акционерен капитал, заеман капитал). При добра инвестиционна дейност може да очакваме наличието на по-големи вътрешни източници на финансиране и възможности за привличането на повече външни инвеститори.



**Фигура 3.** Разходи за НИРД и иновации (в хил.лв.) по някои сектори на националната икономика за петгодишен период

Източник: НСИ

има традиции, има определени количествени натрупвания, които мултиплицирано и стимулирано да доведат до качествени изменения на структурата и съдържанието на индустриалния и общоикономическия растеж.

Инвестиционната и иновационната стратегия представляват частни стратегии и като такива произтичат от общата стратегия на фирмата, като допълнително обвързване произлиза от факта, че често чрез инвестиционната дейност на

Друг вариант за финансиране на иновационните проекти е чрез рисков капитал. Световната практика показва, че фондовете за рисков капитал са значителни и важни източници за финансиране на иновационната дейност на фирмата. В България практиката показва наличието на ограничени възможности за финансиране чрез рисков капитал и това определя по-голямата важност на традиционните източници на финансиране.

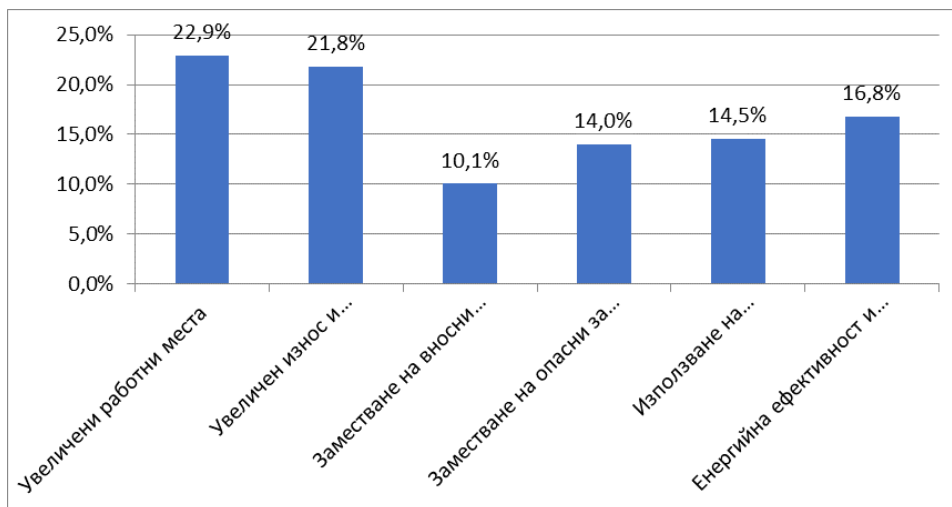
## Икономическо развитие

Най-използваният източник на финансиране на инвестициите в иновации са доходите от текущата дейност – за 27% от фирмите, занимаващи се с някакъв вид иновационна дейност. По-ниско е банковият заем с 16%.

Резултатите от проучването показват преобладаващо използване на вътрешните източници на финансиране. Лизингът и банковият заем също са използвани средства за финансиране на инвестициите. Практически използването на предимно вътрешни източници на финансиране в повечето фирми определя и областите, в които се инвестира. Малките фирми имат сравнително ограничени средства за инвестиране, следователно те ги насочват към съществуващи сфери на дейност. Това най-често е поддържане, обновяване и разширяване на активите на фирмата.

По-големите фирми имат достъп до повече източници на финансиране. Това

съществуват различни ефекти, които могат да бъдат търсени от реализирането на иновациите във фирмите. Такива могат да бъдат: увеличени работни места; увеличен износ и интернационализация на дейността на фирмата; заместване на вносни суровини, материали и продукти и съответно намаляване на вноса; заместване на опасни за здравето материали и продукти; използване на рециклирани материали и рециклируемост на продукта; енергийна ефективност и енергоспестяващи технологии. Първите два от по-горе изброените ефекти са с най-голяма значимост за българските фирми – съответно 22.9% и 21.8%. Останалите ефекти получават сравнително близки дялове, с изключение на намаляването на вноса. Този резултат може да се обясни с все по-голямата глобализация на икономиката и възможностите българските фирми да участват в нея (фигура 4).



Фигура 4. Ефектите, които се търсят от реализирането на иновациите във фирмите

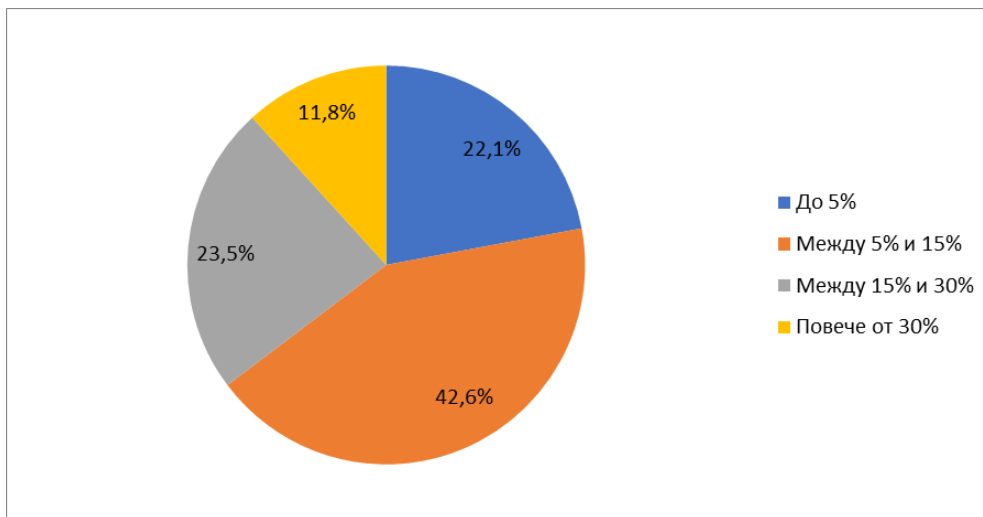
предоставя пред тях възможността да инвестират освен в съществуващи сфери на дейности, така и към нови сфери. При тях се наблюдава и по-голям процент на инвестициите в нематериални активи – патенти, търговски марки, ноу-хау и др.

Фирмите трябва да се стремят да включват възможно най-голяма част от персонала си в иновационния процес, както и от различни нива в управленската йерархия. Данните от проучването показват, че има значително разнообразие по отношение на



частта персонал, участващ в иновационния процес за различните фирми. За 42.6% от фирмите този дял е между 5% и 15%. Доста по-ниски са процентите на фирмите, които включват между 15% и 30% от персонала си в иновационния процес (23,5% от фирмите) и до 5% от персонала (22.1% от фирмите). Над 30% от персонала да участва в иновационния процес има само в 11.8% от проучените фирми. Резултатите показват, че като цяло малка част от персонала на фирмите участва в иновационния процес, което води и до не дотам добри резултати в иновационно отношение (фигура 5).

Участието в международни и национални мрежи и проекти може да доведе до множества предимства за фирмите. Те позволяват обединяване на усилията и ресурсите, възползване от знания, опит и добри иновационни практики на другите партньори, намаляване на риска. Трябва да се отбележи, че участието в подобни мрежи и проекти е широко разпространено в много фирми от ЕС. В България този процес не е толкова широко разпространен, но се наблюдава промяна в нагласите на фирмите, които все повече разбират от ползите от подобни сътрудничества. Изследването потвърждава тези изводи.



Фигура 5. Дял от персонала на фирмата, който участва в иновационния процес

Таблица 1. Средни стойности на дял от персонала, участващ в иновационния процес

Вид на фирмата	Mean	N	Std. Deviation
Микро	2.3333	9	1.22474
Малка	1.8333	18	.78591
Средна	2.0000	13	.40825
Голяма	2.3333	15	1.11270
ТНК	2.6154	13	.76795
Общо	2.1912	68	.90203



## Икономическо развитие

В процеса на изследването беше идентифицирано, че фирмите се различават по средните стойности на дела от персонала, участващ в иновационния процес. Диференциацията по големина на фирмите, представена в таблица 1, показва, че средната стойност е 2.19. Вижда се, че средните стойности се повишават с увеличаване на големината на фирмата. Изключение правят

само микрофирмите, които имат сравнително висока стойност на средната – 2,33.

Анализът показва, че е налице статистически значима връзка между величините. Това е така, защото коефициентът на Пърсън е статистически значим (по-малък или равен на 0.05). Силата на връзката е равна на 0.321, което показва не много силна връзка между двете величини.

**Таблица 2.** Среден ръст на печалба в зависимост от средства за НИРД

НИРД	Mean	N	Std. Deviation
Не се осъществява подобна дейност в бизнес организацията	2.0000	9	1.22474
До 5%	2.5714	21	.67612
Между 5% и 15%	2.8182	22	.85280
Между 15% и 30%	2.9231	13	.64051
Повече от 30%	2.6667	3	.57735
Общо	2.6471	68	.84226

**Таблица 3.** Среден ръст на печалба в зависимост от средства, отделени за технологичен трансфер

Трансфер на технологии	Mean	N	Std. Deviation
В бизнес организацията не се инвестира в иновации	1.0000	2	1.41421
До 5%	2.0000	7	.57735
Между 5% и 15%	2.5938	32	.83702
Между 15% и 30%	3.0000	21	.63246
Повече от 30%	3.0000	6	.63246
Общо	2.6471	68	.84226

**Таблица 4.** Среден ръст на печалба в зависимост от разработени и/или внедрени иновативни решения

Разработени и/или внедрени иновативни решения	Mean	N	Std. Deviation
Няма разработени и/или внедрени иновативни решения в този период	1.6000	5	1.14018
До 5 броя	2.4815	27	.80242
Между 5 и 15 броя	2.8333	24	.70196
Между 15 и 30 броя	3.0000	9	.70711
Повече от 30 броя	3.3333	3	.57735
Общо	2.6471	68	.84226

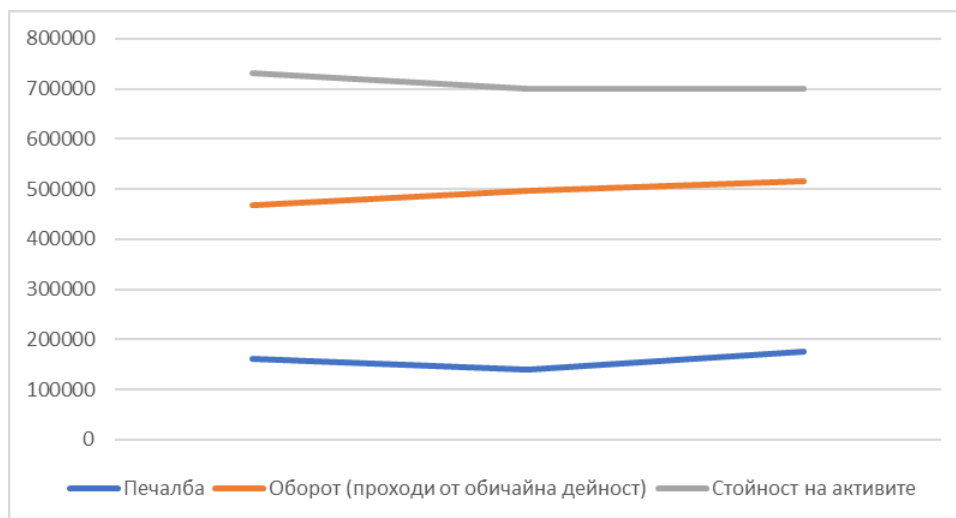
Интерес представляват резултатите на микрофирмите. Те имат висок процент на участие на персонала в иновационния процес, но трябва да отбележим по-малко данни за този вид фирми в извадката от респонденти, участвали в изследването. Въпреки това, може да предположим, че микрофирмите може да са по-иновационни (с по-голям дял на персонала, участващ в иновационния процес) от много малки и средни бизнес организации.

Сравнителният анализ за средните стойности на среден ръст на печалбата в зависимост от трите променливи: средства отделени за НИРД; средства, отделени за трансфер на технологии, и брой на разработени и/или внедрени иновативни решения са представени в таблици 2, 3, и 4. От данните се вижда, че средните стойности на средния ръст на печалбата се увеличават с увеличаване на независимите променливи.

За да установим дали има налице статистическа значима връзка ще използваме статистически анализ. При трите двойки има статистическа значима връзка (Pearson Correlation  $\leq 0.05$ ). По отношение

на силата на тези връзки получаваме, че най-силна е тя при средствата, отделени за технологичен трансфер, и броя на разработените и/или внедрени иновативни решения, съответно 0.454 и 0.413. Тези връзки са средни по сила. Процентът на отделените средства за НИРД има слаба по сила връзка със средния ръст на печалбата – 0.282. Тези резултати потвърждават мнението, че технологичните трансфери са основно средство за повишаване на конкурентоспособността на предприятието и постигане на високи резултати (Терзиева, 2021), като според Карев (2013) то може да е свързано с подмяна на остарели продукти, повишаване на ефективността чрез въвеждане на подобрени технологични методи, нова техника и др.

От всички фирми, участващи в конкурса за иновативно предприятие, само две имат т.нар. устойчивост и са участвали и респ. отличени за иновативни в две конкурсни години. Над 30% от иновативните фирми са новосъздадени или през разглеждания период нямат съществена икономическа дейност по данни от ГФО. За немалка част от фир-



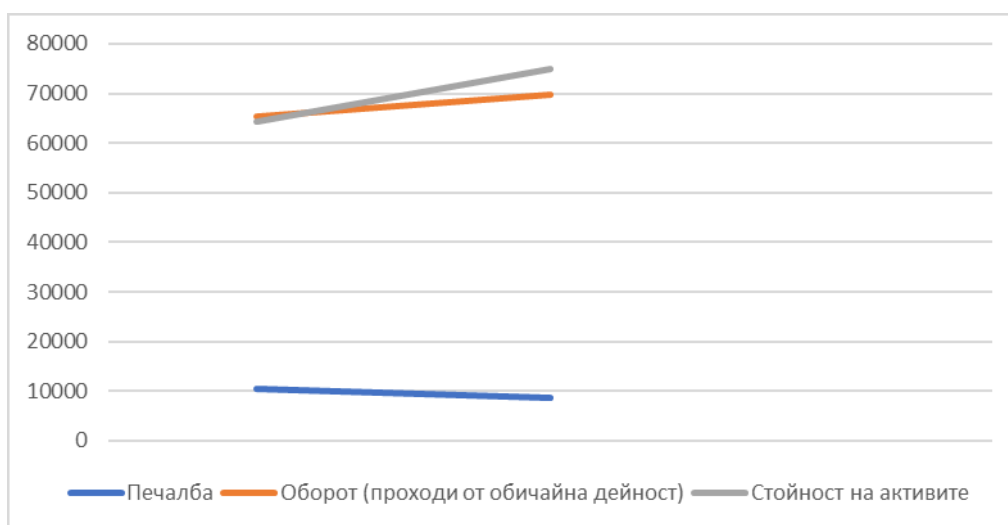
Фигура 6. Предприятия с данни за три последователни години (в хил.лв.)

Източник: Собствени изчисления и информация, оповестена в ГФО в Търговския регистър

## Икономическо развитие

мите липсват данни за конкретни години поради бавната обработка и публикуване на отчетите или поради непубликуването им от страна на фирмите, което в определена степен затруднява анализа и изводите. Поради тази причина е направена диференциация на две нива: (1) такива, за които има данни и за трите години от периода (фигура 6), и (2) такива, за които има данни само за две от годините от периода (фигура 7). От обобщените резултати са изключени тези

тивите, но от друга страна е индикатор за това, че дори и иновативните фирми нямат устойчивост при инвестирането в модернизация (закупуване на нови или модернизация на стари) на ДМА. От друга страна, това е показателно и за ниската патентна и лицензна активност на българските фирми в съпоставителен план с иновативните фирми от Западна Европа и особено със страни като САЩ, Южна Корея и други високоинновативни държави.



**Фигура 7.** Предприятия с данни за две последователни години (в хил.лв.)

**Източник:** Собствени изчисления и информация, оповестена в ГФО в Търговския регистър

фирми, за които има данни само за една от годините от периода, но те представляват 7% от изследваната съвкупност.

Анализът на агрегираните данни показва, че иновативните фирми отчитат малък и минимален възходящ темп на растеж на оборот и печалба, който обаче може да се каже не е достатъчен да бъде определен като значително изпреварващ темпа на нарастване на националната икономика. По отношение на стойността на активите трендът е намаляващ, което от една страна произтича от начисляваните годишни амортизационни отчисления на ак-

Противно на твърдението и констатациите, че големите фирми са генераторите на иновации и се характеризират с по-висока степен на разходи за иновации (като процент от генерираните обороти и печалби) от отличените иновативни фирми в България само 5% попадат в категорията на големите на база критерия генериран оборот и стойност на активите. Последните заключения обаче се базират на информацията от оповестените ГФО за съответните години, като трябва да се отбележи фактът, че част от фирмите нямат публикувани ГФО-та за последната или за последните две го-

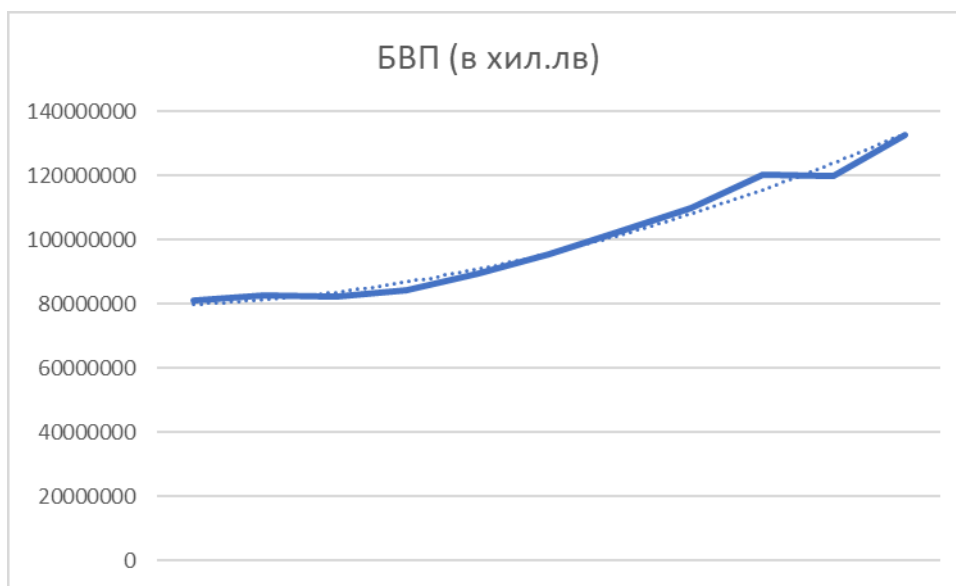
## Икономическо развитие

дини, а други са с регистрация от едва 1-2 години и нямат оповестени публични финансови отчети. Въпреки това, тази негативна тенденция си е тенденция и тя не може да бъде пренебрежната.

За разлика от неустойчивостта в постигането на добри резултати от страна на иновативните фирми, макроикономическите показатели (БВП и БДС) за периода

## Иновативни фирми

ми отчитат ръст два пъти по-малък от общия растеж на националната икономика. Те неминуемо подпомагат общия икономически растеж на страната, но имайки предвид, че не отчитат изпреварващ такъв, няма как да се превърнат в негов двигател и да бъдат основен фактор за развитие на националната икономика в краткосрочен и средносрочен план.



Фигура 8. Размер на генерирания БВП в страната за десетгодишен период

Източник: НСИ

са сравнително устойчиви и с лек, но все пак възходящ тренд за растеж, при това изпреварващ темпа на растеж на общата съвкупност от иновативни фирми.

Данните и базираните на тях графики за изменението на БВП показват кумулативен растеж на националната икономика в размер на над 50% за последните 10 последователни години (фигура 8). В съпоставителен план, за същия период иновативните фирми са генерирали растеж, на база индикаторите печалба и оборот едва около 20-25%. В това направление може да се направи констатацията, че иновативните фир-

## Заклучение

Отчетените по-горе в анализа констатации показват една много неблагоприятна тенденция, която се потвърждава и от изследванията, които се провеждат на общо европейско и световно равнище, по отношение на степента на иновативност на националните икономики. Българската икономика и изграждащите я фирми все още (въпреки и немалкия период на функционирането ѝ в условията на призната пазарна икономика) е скромна иноватор, с относително малък дял на иновативните фирми в страната (около

## Икономическо развитие

20-25%). Генерираните иновации са от типа инкрементални, с ниска степен на новост и с незначителна добавена стойност. Това произлиза и от структурата на националната ни икономика, където водещи са секторите на туризма и услугите, които от своя страна и в световен мащаб не „блестят“ с висока степен на иновативност. Иновативните фирми в страната са по-скоро микро и малки, със скромни иновационни възможности, сравнително кратък жизнен цикъл. Те много трудно могат да бъдат определени като генериращи изпреварващ растеж и по-скоро следват общото икономическо развитие на страната.

### Цитирани източници:

Карев, Н., 2013. Резултати от технико-технологичното и организационно обновяване на обувното производство, XIV научно-практическа конференция – Предпоставки и възможности за индустриален растеж в България, посветена на 65-годишнината на катедра „Индустриален бизнес“ УНСС, 194-202.

(Karev, N., 2013. Rezultati ot tehniko-tehnologichnoto i organizatsionno obnovyavane na obuvnoto proizvodstvo, XIV nauchno-prakticheska konferentsia – Predpostavki i vazmozhnosti za industrialen rastezh v Bulgaria, posvetena na 65-godishninata na katedra „Industrialen biznes“ UNSS, 194-202)

Терзиева, А., 2021. Еврофинансирането като средство за повишаване конкурентоспособността на предприятията от сектор „Производство на облекло от текстил“, Международна научно-практическа конференция, Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства, Свищов, 8 – 9 ноември, 2021 г., с. 266-273, Посветена на 85 години от създаването на Стопанска академия „Димитър А. Ценов“.

(Terzieva, A., 2021. Evrofinansiraneto kato sredstvo za povishavane konkurentosposobnostta na predpriyatiyata ot sektor „Proizvodstvo na obleklo

ot tekstil“, Mezhdunarodna nauchno-prakticheska konferentsia, Ustoychivo razvitie i sotsialno-ikonoomicheska kohezia prez XXI vek – tendentsii i predizvikatelstva, Svishtov, 8 – 9 noemvri, 2021 g., s. 266-273, Posvetena na 85 godini ot sazdavaneto na Stopanska akademia „Dimitar A. Tsenov“)

Dodge, H.R. and Robbins, J.E., 1992. An empirical investigation of the organizational life cycle model for small business development and survival. *Journal of Small Business Management*, Vol. 30, No. 1, pp. 27–37.

Gibb, A.A. and Dyson, J., 1984. Stimulating the growth of owner managed firms, in Lewis, J., Stanworth, J. and Gibb, A. (Eds): *Success and Failure in Small Business*, Gower Publishing, Aldershot, England, pp. 249–275.

Hanks, S.H., Watson, C.J., Jansen, E. and Chandler, G.N., 1993. Tightening the life-cycle construct: a taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organisations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 2, pp. 5–29.

Hui-Hong, L. & Kim, H., 2004. SMEs business growth model: a medium to big effort. *Int. J. Management and Enterprise Development*, Vol. 1, No. 3.

Kazanjian, R.K., 1988. Relation of dominant problems to stages of growth in technology based new ventures. *Academy of Management Journal*, Vol. 31, No. 2, pp. 257–279.

Kimberly, J.R. and Miles, R.H., 1980. Preface, in Kimberly, J.R., Miles, R.H. and associates (Eds): *The Organizational Life Cycle: Issues in the Creation, Transformation, and Decline of Organizations*, Kossy-Bass', San Francisco, California, pp. ix–xiii.

O'Farrell, P.N. and Hitchens, D.M.W.N., 1988. Alternative theories of small-firm growth: a critical review. *Environment and Planning A*, Vol. 20, No. 2, pp. 1365–1383.