



ИАНМСП

ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ ЗА
НАСЪРЧАВАНЕ НА МАЛКИТЕ
И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резултати от проведено проучване сред МСП





Проучване сред български МСП

1. Основание.

Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) е институцията, отговорна за провеждане и изпълнение на държавната политика в сферата на насърчаване на предприемачеството и иновациите в МСП, съгласно Закона за малките и средните предприятия и Националната стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия 2021-2027 г.

Агенцията инициира периодични национални количествени проучвания сред МСП в България, за получаване на информация за състоянието на предприятията, за техните проблеми и очаквания.

2. Цел на анкетното проучване:

Основната цел на проучването е да изследва мнението на ръководителите на МСП по важни за развитието на малкия и среден бизнес въпроси, като: регулаторна среда в страната, състояние на МСП и степен на интернационализацията им и др. Получените резултати ще подпомогнат ИАНМСП при разработване на мерки за стимулиране на МСП в България и при формулиране на препоръки пред съответните държавни органи.

За постигане на тази цел, проучването си поставя следните задачи:

1. Да изясни мнението на представителите на МСП за влиянието на регулаторната среда в страната върху бизнеса им;
2. Да изясни преценката на представителите на МСП за състоянието на предприятията им, в това число за технологичното им ниво и иновационната им дейност;
3. Да изясни степента на интернационализация на МСП, като средство за устойчив растеж;
4. Да изясни основните проблеми, които срещат в дейността си МСП и потребностите им от работна сила с различно образование.



3. Методически основи на проучването.

Подходът на изследването се основава на набирането, обработването и анализирането на емпирична информация от действащи МСП в България. Методът на изследване е количествено проучване чрез онлайн анкета (CAWI).

Целевата група включва представители (собственици и ръководители) на малки и средни предприятия, а покритието е национално. Извадката е $n=217$. Периодът на провеждане на проучването е октомври - декември 2025 г.

Отговорите на поставените в анкетното проучване въпроси, дават възможност за получаване на непосредствената обратна връзка, за оценката на собственици и ръководители за състоянието и действителните проблеми и потребности на МСП в страната. Те осигуряват бърза и вярна оценка за областите, в които МСП имат потребност от подкрепа и за вижданията им за начините за осъществяване на тази подкрепа от държавата.

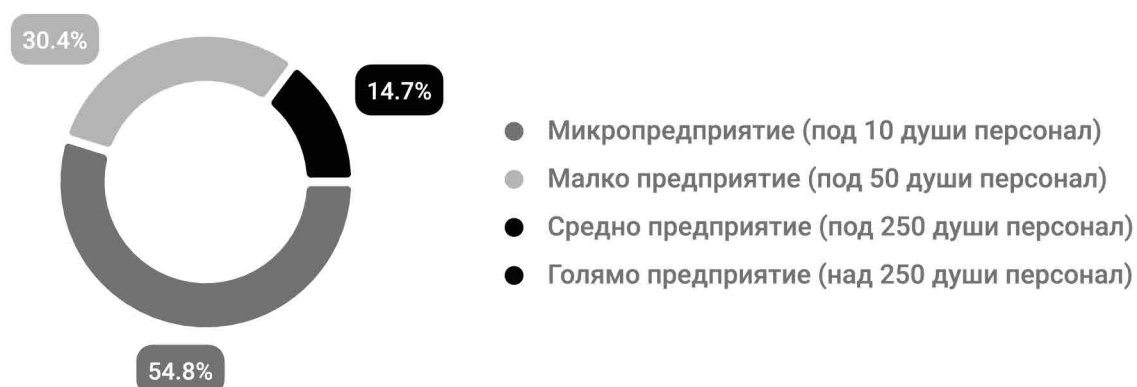
Резултатите отразяват само мнението на анкетиранияте, но дават важна и полезна информация за ИАНМСП за предприемане на ефективни мерки за подпомагане на предприятията.

Основни резултати от проучването.

1. Проучени МСП.

За участие в анкетното проучване са се отзовали 217 МСП от цялата страна. Разпределението им по размер на предприятията е показано на фигура 1. Преобладават микропредприятията с персонал до 10 души и малките предприятия с персонал до 50 души, което е очаквано, предвид големия им относителен дял в страната.

Каква е категорията на Вашето предприятие?





Фиг.1. Разпределение на проучените МСП по размер

Може да се очаква, че голямата част от основните проблеми на МСП в страната са сходни и те се нуждаят от сходна подкрепа от държавата. Но трябва да се отбележи, че разпределението на МСП от изследваната извадка по размер неминуемо е оставило отпечатък върху резултатите от проучването, поради известната специфика на проблемите в тези изследвани групи. Това ще бъде предмет на следващо проучване.

2. Бизнес среда.

2.1. Оценка на влиянието на търговското законодателство.

Силните политически противоречия в страната доведоха до забавяне на някои реформи, които можеха да улеснят бизнеса, особено на малките и средни предприятия. Бавните съдебни процедури, честите промени в регулаторните изисквания и административните пречки, продължиха да бъдат сериозна тежест за МСП.

Според 59 % от анкетираните, търговското законодателство в страната в сегашния му вид, по-скоро пречи. Само 18 % от запитаните считат, че то по-скоро благоприятства дейността им (Фигура 2).

Как оценявате влиянието на търговското законодателство в страната върху развитието на бизнеса?



Фигура 2. Оценка на анкетираните за влиянието на търговското законодателство в страната върху развитието на бизнеса



За сравнение, според проучване, проведено от ИАНМСП през 2024 г., 48,4 % от анкетираните представители на МСП са посочили, че търговското законодателство у нас по-скоро пречи на развитието на бизнеса им, а 17,6 %, че то по-скоро го благоприятства. Като главна пречка за дейността им се възприемат данъчното законодателство и системата на пенсионните осигуровки.

Видно е, че негативното отношение към законодателството се е повишило за една година, което е показателно за неговото качество и за изоставането му спрямо изискванията на времето.

2.2. Оценка на влиянието на банковата система в страната.

Достъпът на малките и средните предприятия до банково финансиране през последните години се подобри, а банковите услуги станаха значително по-разнообразни. Подобри се отношението към банките. Според 43, 3 % от анкетираните през 2025 г. банковата система по-скоро благоприятства развитието на бизнеса при 41,8 % от предходното проучване (Фигура 3). Увеличи се обаче дела на отговорилите, че тя по-скоро пречи - 33,2 % при само 27,5 % за предходната година. В същото време пред МСП все още са налице затруднения, свързани с отсъствие на кредитна история, непосилни обезпечения, сложни и дълги процедури, липса на достатъчно опит. Липсата на достатъчна финансова квалификация и опит е един от основните фактори, главно при микропредприятията, които въздържат МСП от ползване на банкови услуги. Въпреки това, проучване на ИАНМСП показва, че едва 1,7 % от МСП биха желали да се възползват от консултации по използване на кредитни финансови инструменти.

Как оценявате ролята на банковата система в страната за развитието на бизнеса?

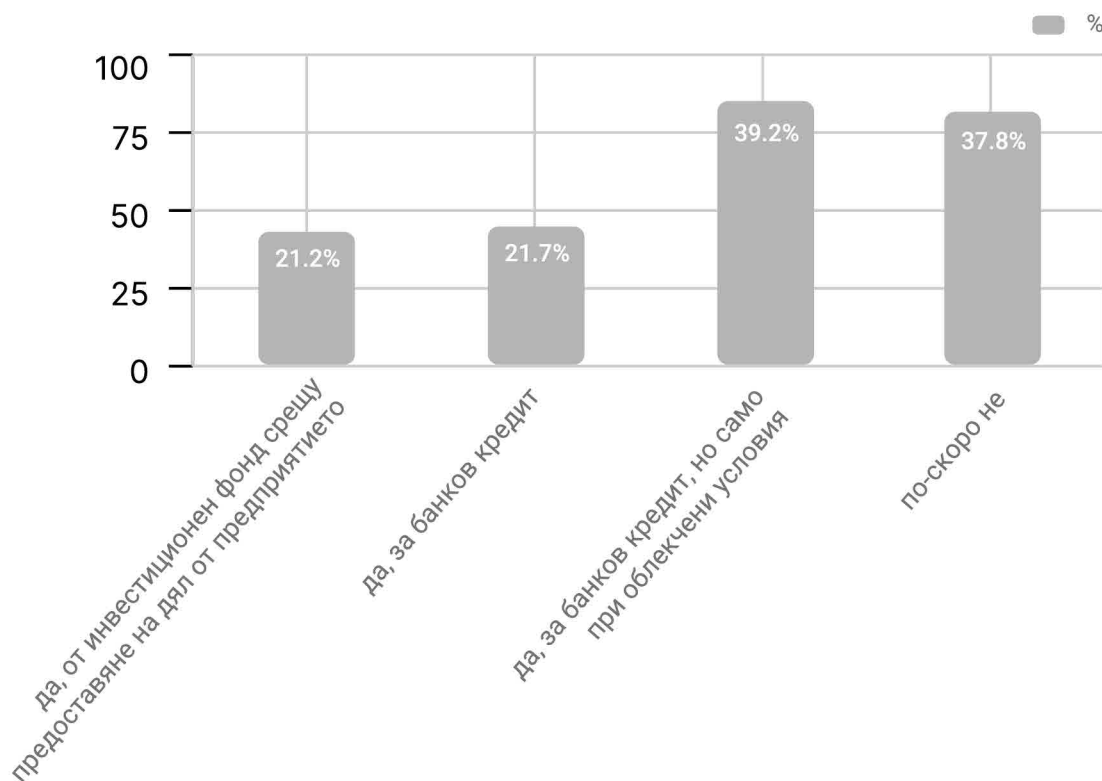




Фигура 3. Оценка на влиянието на банковата система у нас за развитие на бизнеса.

Въпреки сравнително добрата оценка на банковата система, анкетата показва, че предприятията не са много склонни да кандидатстват за финансова подкрепа чрез финансови инструменти, предоставяни от банки, инвестиционни фондове и др. Немалка част от тях (37,8 %) отговарят, че по-скоро не биха търсили такава форма на финансиране. Други 39,2 % от МСП биха кандидатствали за кредит, но само при по-облекчени условия по отношение на лихви, обезпечение и други дългови инструменти. Недостигът на финансови средства за развитие е причината 21,2 % от предприятията да изразят готовност да предоставят свои дялове на инвестиционни фондове срещу подкрепа за инвестиране (Фигура 4).

Предприятието Ви би ли кандидатствало за финансова подкрепа от банки, инвестиционни фондове и др.?
(могат да се посочат повече от един отговори)



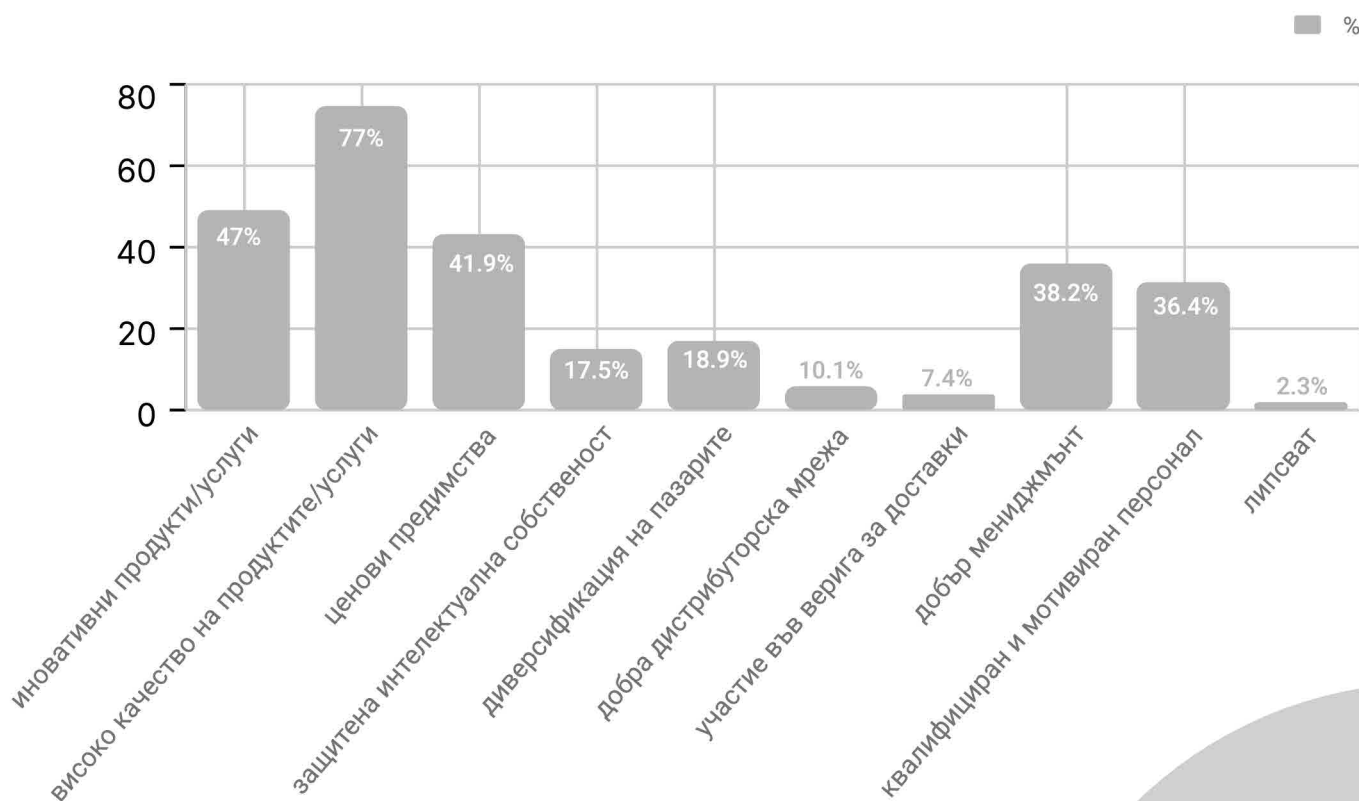
Фигура 4. Готовност на МСП да кандидатстват за финансиране от банки, инвестиционни фондове и др.



3. Конкуентоспособност на МСП.

Глобализацията, свободната търговия между страните, непрекъснатите пазарни промени и нарастващата конкуренция, усложняват изискванията към пазарното поведение на МСП. Непрестанните усилия за повишаване на тяхната конкурентоспособност се превръщат в главно условие за стопански успех. Според анкетиранияте, за постигане на тази цел, 77 % от предприятията са акцентирали на осигуряването на високо качество на продукцията и услугите, като основно конкурентно предимство. На предлагането на иновативни продукти за постигане на пазарен успех са разчитали 47 % от МСП. На трето място, като конкурентно предимство, е поставено ценово предимство 41,9 (Фигура 5). Разбира се, отговорите позволяват да се заключи, че редица предприятия са използвали съчетание едновременно от няколко конкурентни предимства, което е единственият правилен подход за дългосрочен успех.

Какви са конкурентните предимства на Вашето предприятие?
(възможни са повече от един отговори)

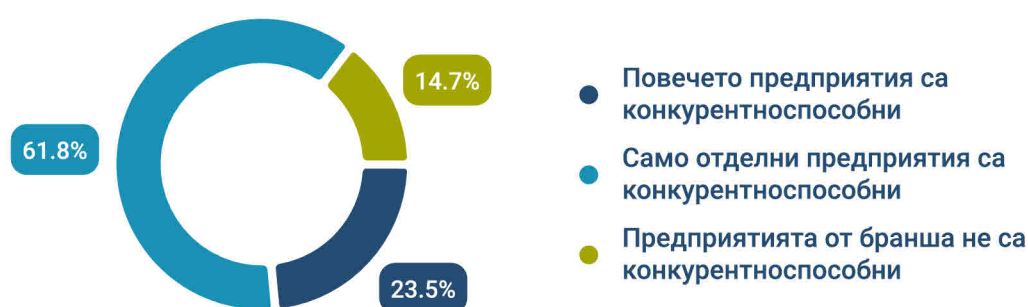


Фигура 5. Конкурентни предимства на МСП



На тези конкурентни предимства са разчитали МСП при своите продажби на външни пазари. Според 23,5 % анкетираните повечето български предприятия от техния бранш са конкурентоспособни на външния пазар. Голямата част от тях обаче считат, че само отделни предприятия са конкурентоспособни в чужбина – 61,8 %, а 14,5 % оценяват, че те не са конкурентоспособни (Фигура 6).

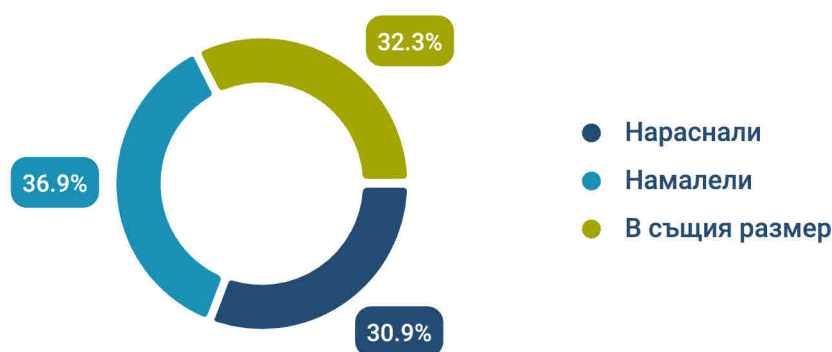
Как оценявате конкурентноспособността на българските предприятия от вашия бранш на външния пазар?



Фигура 6. Конкурентноспособност на българските МСП на външния пазар

Въпреки посочените конкурентни предимства и оценката на анкетираните за успех и на външния пазар за част от предприятията, декларираният от МСП размер на приходите за 2024 г. е сравнително нисък. Проучването показва, че годишните приходи на 36,9 % от предприятията са намалели, а на 32,3 % са останали на същия размер и то в условията на ръст на разходите (Фигура 7).

През последната година приходите на Вашето предприятие са:

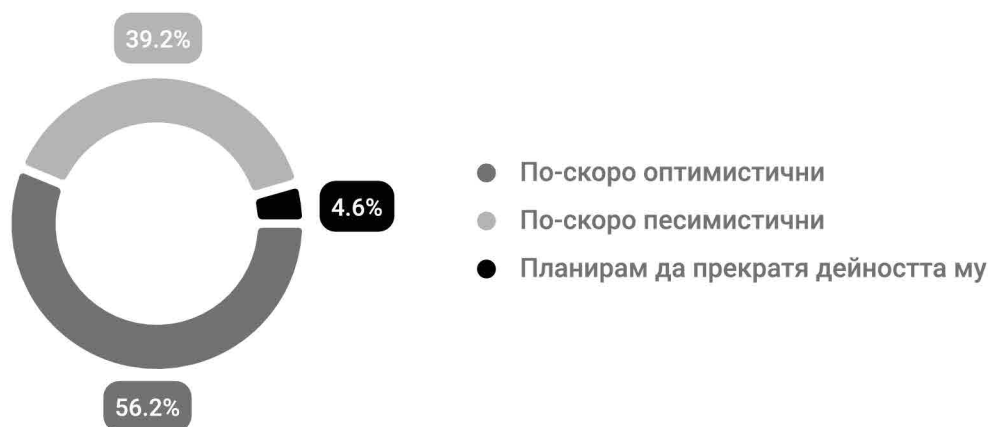


Фигура 7. Промяна на годишните приходи на МСП



Все пак, независимо от ненапълно благоприятната бизнес среда у нас и многото трудности, голямата част от представителите на МСП са оптимисти за развитието на предприятията им през следващите три години. Оптимистична оценка дават 56,2 % от анкетираните, а 4,6 % планират да прекратят бизнеса си (Фигура 8). Прави впечатление, че по-скоро песимистичните оценки са се увеличили с 9,5 п.п. спрямо предходната година, а възнамеряващите да прекратят дейността си с 0,2 п.п.

Моля, посочете какви са очакванията Ви за развитието на Вашето предприятие през следващите 3 години?



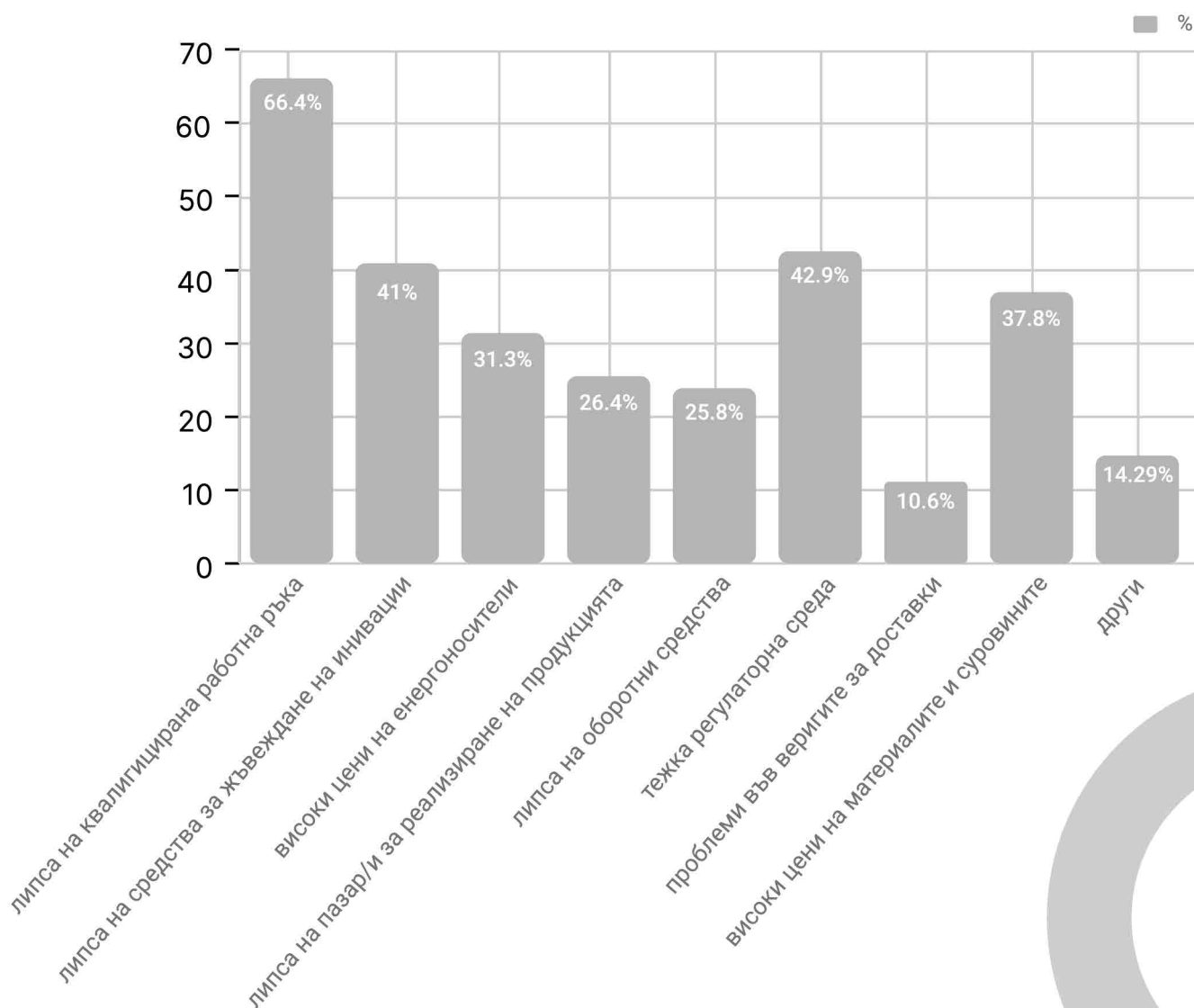
Фигура 8. Очаквания за развитие на МСП през следващите 3 години

4. Основни проблеми на МСП.

Според отговорите на анкетираните представители на МСП, основен проблем пред предприятията им е липсата на квалифицирана работна ръка. Той е посочен от 66,4 % от участвалите в проучването. На второ място по значимост, като проблем, е посочена тежката регулаторна среда (42,9 %), а на трето липсата на средства за въвеждане на иновации (41 %). Високите цени на материалите и суровините са посочени като проблем от 37,8 % от анкетираните.



Моля, посочете най-сериозните проблеми, които засягат вашия бизнес:
(възможни са повече от един отговори)



Фигура 9. Основни проблеми пред българските МСП

Получените резултати дават основание да се обобщи, че именно липсата на квалифицирана работна ръка, високите разходи и недостигът на финансови средства, са основните категории проблеми пред дейността и възможностите за развитие на МСП. Явно е, че върху тези показатели трябва да се фокусират мерките за подпомагане от страна на държавата. Тези мерки трябва да се приложат без отлагане, предвид другото важно заключение, а именно, че силата на негативно въздействие на основни проблеми пред българските МСП се е увеличила значително за периода от началото на годината.

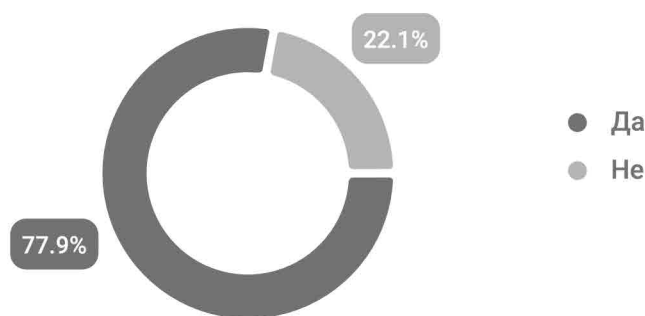


4.1. Липса на работна ръка.

През 2024 г. българският пазар на труда се характеризираше със стабилна заетост и ниска безработица, но с нарастващ структурен недостиг на квалифицирана работна сила, задълбочаван от демографските тенденции, технологичните промени и регионалните дисбаланси.

Резултатите от проучването показват, че 77,9 % от МСП у нас изпитват затруднения при наемане на необходимата им работна ръка и това е основен проблем пред дейността и развитието им (Фигура 10).

Вашето предприятие изпитва ли трудности при наемане на необходимата работна ръка?

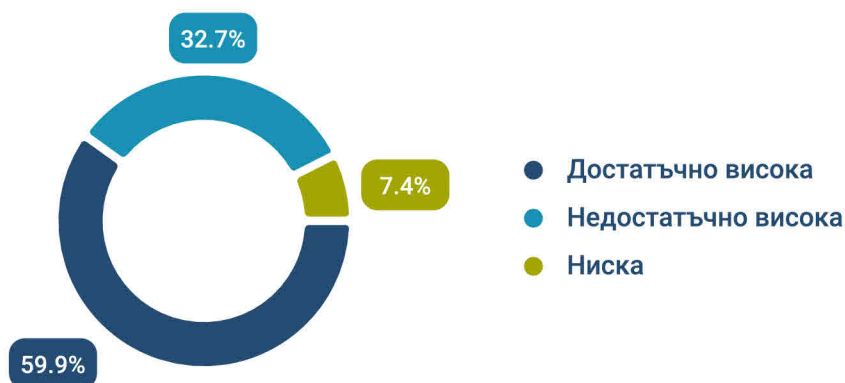


Фигура 10. Дял на МСП, изпитващи затруднения при наемане на необходимата им работна ръка

Освен недостигът на работна ръка, проблем за МСП е и недостатъчната квалификация на значителна част от персонала им. Проучването показва, че над 30 % от работната им ръка, общо за изследваната извадка, е с недостатъчна квалификация, а 7,4 % е с ниска квалификация (Фигура 11.). Делът на фирмите, които идентифицират този проблем, нараства спрямо 2023 г. и липсата на квалифицирани кадри се очертава, като водещо ограничение пред развитието си.



Как оценявате квалификацията на работната ръка във Вашето предприятие?



Фигура 11. Равнище на квалификация на работната ръка в предприятията.

В съвременните условия на развитие на бизнеса търсенето на работна ръка с по-ниско образование е малко и с тенденция за още по-голямо намаляване. Необходимостта от въвеждане и използване на нови, по-сложни техника и технологии води до завишаване на търсенето на специалисти със средно професионално и висше техническо образование (Фигури 12 и 13. Освен това предприятията предпочитат кандидати с практически опит, което затруднява навлизането на младите специалисти на пазара на труда и стимулира външната трудова миграция.

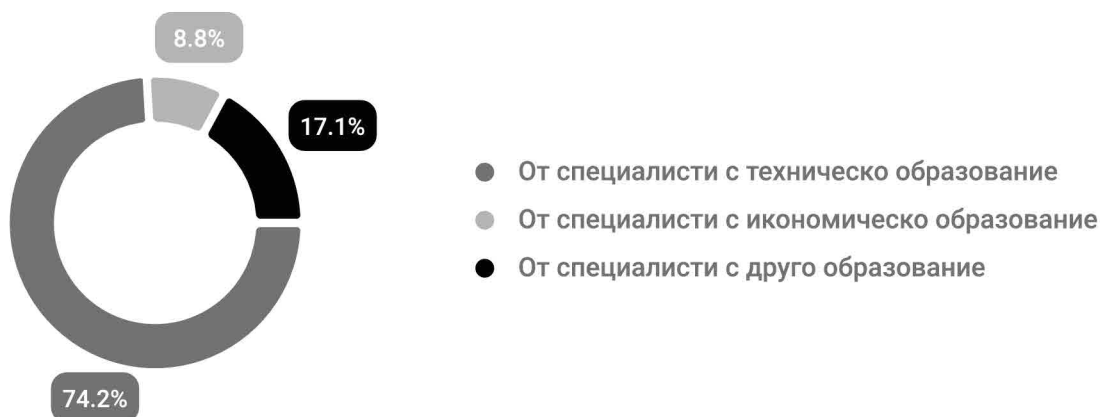
От каква работна ръка, според степента на нейното образование, има потребност Вашето предприятие?



Фигура 12. Потребност от работна ръка според степента на образованието й



От каква работна ръка, според професионалната ѝ насоченост се нуждаете?



Фигура 13. Потребност от работна ръка според професионалната ѝ насоченост

Бързото технологично развитие и недостигът на умения засилват необходимостта от обучение и преквалификация на заетите. В тази връзка ролята на институции за подкрепа на бизнеса, включително ИАНМСП, остава ключова за повишаване на квалификацията на персонала и управленските компетентности в МСП. Обученията и консултантските услуги в области като дигитализация, иновации, финансиране, интернационализация и други, съдействат за повишаване на ефективността на използваните човешки ресурси.

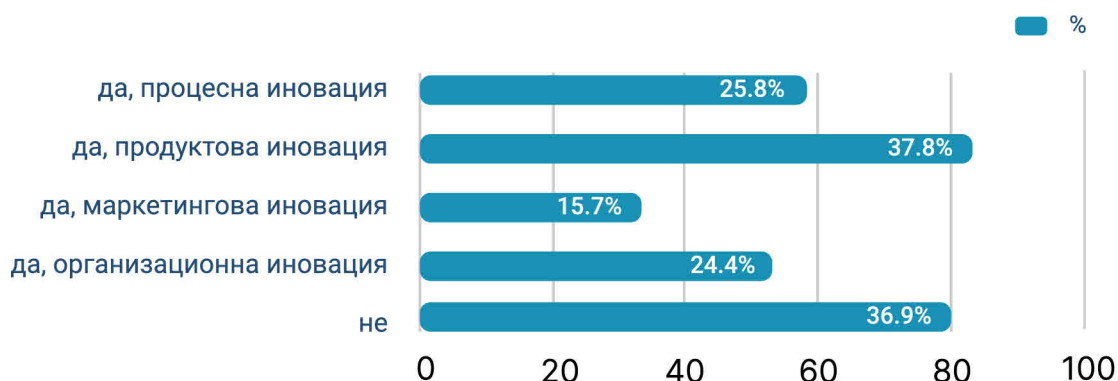
4.2 Иновации и технологии

Развиващите се технологии, променящите се изисквания на потребителите и нарастващият конкурентен натиск поставят МСП пред необходимостта непрекъснато да се обновяват, въвеждайки иновации във всички сфери на своята дейност.

Недобре развитата иновационната среда у нас, липсата на квалифицирани специалисти, както и недостигът на финансови средства са сложили отпечатък върху иновационната активност на МСП през последните две години. Тя не е била висока, а значителна част от иновациите са били малки и на ниска стойност. Не са въвели иновации 36,9 % от предприятията (42,9 % при проучване през 2024 г.) (Фигура 14).



**Въвели ли сте някаква иновация през последната година?
(възможни са повече от един отговори)**



Фигура 14. Иновационна активност на МСП през последните две години.

От Фигура 14 е видно, че основните иновационните усилия на МСП са били насочени към продуктите иновации (37,8 %), а само 25,8 % от тях са извършили процесни иновации. Това може би се дължи не само на липсата на достатъчни средства за инвестиции в нови технологии, но и на, в известна степен неочакваната оценка на представителите на предприятията, че състоянието на технологичното оборудване на МСП е сравнително добро и не се нуждае от модернизация. Само 8,3 % от анкетираните считат, че технологичното им оборудване е морално остаряло, а болшинството от тях са посочили, че то е на приемливо ниво (46,5 %), а 45,2 %, че то е на съвременно ниво (Фигура 15).

Какво е състоянието а технологичното оборудване във Вашето предприятие спрямо европейските стандарти?



Фигура 15. Оценка за състоянието на технологичното оборудване на МСП.

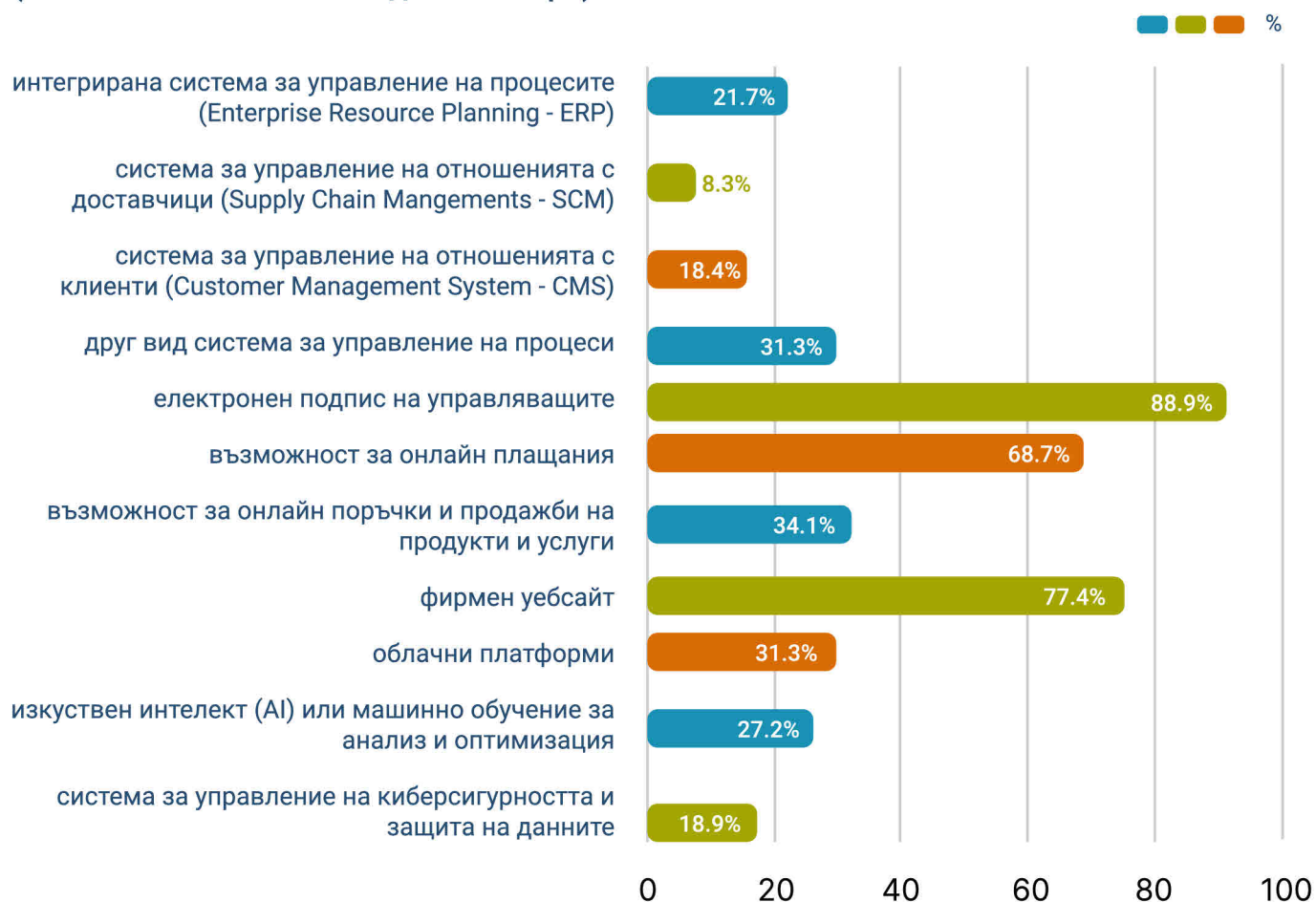


Голямо предизвикателство пред българските МСП е дигиталната им трансформация, като процес на въвеждане и използване на нови технологии и цифрови инструменти, онлайн платформи, цифрови данни за автоматизация и за вземане на решения. Тя играе ключова роля за развитието на МСП и за повишаването на конкурентоспособността им в резултат на коренната промена на бизнес процесите, моделите на работа, услугите и продуктите. За съжаление България, като цяло, а и МСБ изостават значително спрямо средните нива за ЕС и водещите страни по почти всички показатели за дигитализация.

Проучването потвърди констатацията, че българските МСП имат ниско ниво на дигитализация и изостават в приемането и използването на цифрови технологии. Дигитализирани са преди всичко някои административни и счетоводни дейности. Голямата част от МСП имат електронен подпис на своите ръководители (88,9 %), както и фирмен уеб сайт (77,4 %). Онлайн парични трансакции използват 68,7 %) от предприятията – Фигура 20.

Във Вашето предприятие използвате ли следните системи за управление/интернет приложения?

(възможни са повече от един отговори)





Фигура 16. Оценка за степента на дигитализация на управлението на МСП - използвани системи за управление/интернет приложения (процент от предприятията)

4.3. Достъп до финансиране

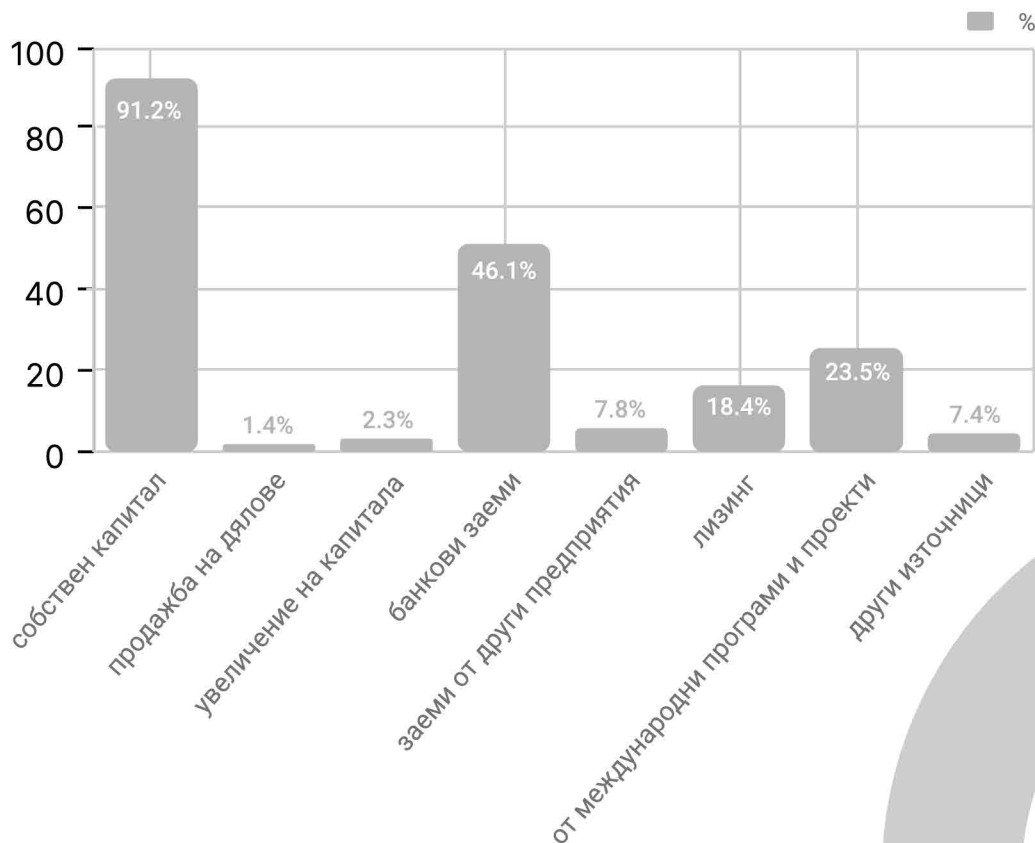
Недостигът на финансови средства е проблем не само за българските МСП, а и за предприятията в ЕС. Най-големи финансови затруднения изпитват новосъздадените предприятия, както и микро и малките предприятия, които обикновено разчитат на ресурси на собственика, семейството и близките му. Недостигът на средства затруднява дейността и развитието им и е ключов фактор за занижените конкурентоспособност, иновационна активност и устойчив растеж. Той ограничава възможностите им за модернизация, внедряване на нови технологии, дигитализация и интернационализация. Това е една от причините българските МСП да изостават спрямо средноевропейските равнища по производителност и технологична интензивност. Три поредни проучвания, проведени от ИАНМСП, съответно през 2024 и 2025 г., недвусмислено потвърдиха, че липсата на достатъчно финансови средства е основен проблем за МСП у нас.

Резултатите от проучването през 2025 г. показаха, че анкетираните открояват липсата на финансови средства, като основен проблем пред бизнеса си. Липсата на средства за въвеждане на иновации е посочена от 41 %, а на оборотни средства от 25,8 %. Високите цени на материалите и суровините, които засилват недостига на финансови средства, са определени като основни проблеми от – 37,8 % от анкетираните, а на енергоносителите – 31,3 %. Недостигът на финансиране проличава особено осезаемо в контекста на повишените разходи за енергия и суровини, необходимостта от зелена и цифрова трансформация, засилващата се конкуренция на европейския пазар и ограничения вътрешен капиталов ресурс на предприятията.

Потенциалните източници на финансиране на МСП, констатирани в резултат на проучването, са банковите инструменти, финансирането по международни програми и използването на ресурси на собственика, семейството и близките му (Фигура 21)



**Какви източници на финансиране използва Вашето предприятие?
(възможни са повече от един отговори)**

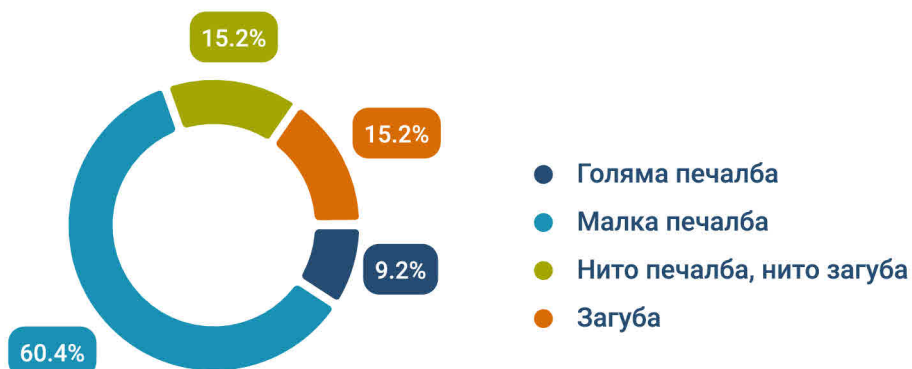


Фигура 17. Източници на финансиране, използвани от МСП.

Резултатите от проучването показаха, че недостатъчните финансови резултати на голяма част от МСП ограничават значително потенциала им за самофинансиране. През 2024 г. преобладаващата част от предприятията са реализирали малка печалба, а значителен дял от тях са работели на границата на рентабилността или със загуба. Проведеното проучване показва, че само 9,2 % от МСП са постигнали голяма печалба (при 9,9 % за 2023 г.), докато 15,2 % са имали загуба (при 11 % за 2023 г.). С малка печалба са завършили 60,4% от МСП, а с нито печалба, нито загуба – 15,2 % (Фигура 22). Тези ниски резултати се дължат главно на високите разходи и необходимостта да се продава на ниски цени, което е признак на занижена конкурентоспособност. От своя страна ограничените възможности на МСП за самофинансиране водят до ниска инвестиционна активност, ограничени вътрешни ресурси за иновации, зависимост от краткосрочни оборотни средства и отлагане на модернизацията на производството.



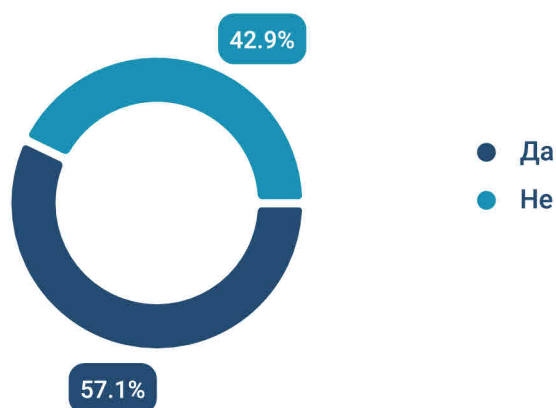
През последната година Вашето предприятие е реализирало:



Фигура 18. Реализирана годишна печалба от МСП.

Недостигът на финансови средства е свързан и с просрочените вземания от клиенти. Констатирано бе, че делът на предприятията с просрочени вземания е твърде висок (посочен от 57,1 % от анкетираните). Той се дължи главно на липсата на дисциплина и коректност в разплащанията между МСП, но и на недостиг на финансови средства (Фигура 23)

Вашето предприятие има ли просрочени вземания от клиенти?

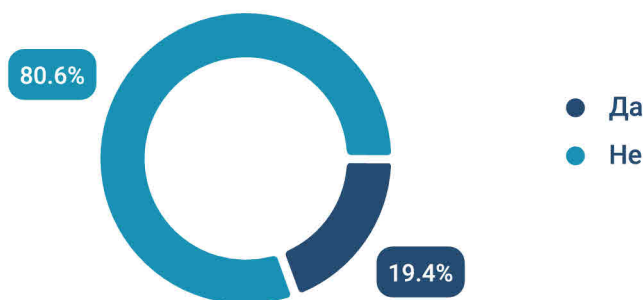


Фигура 19. Предприятия с просрочени вземания от клиенти

Липсата на достатъчно финансови средства може би е основната причина 19,4 % от анкетираните да отговарят, че техните предприятия имат просрочени плащания към клиенти (Фигура 24).



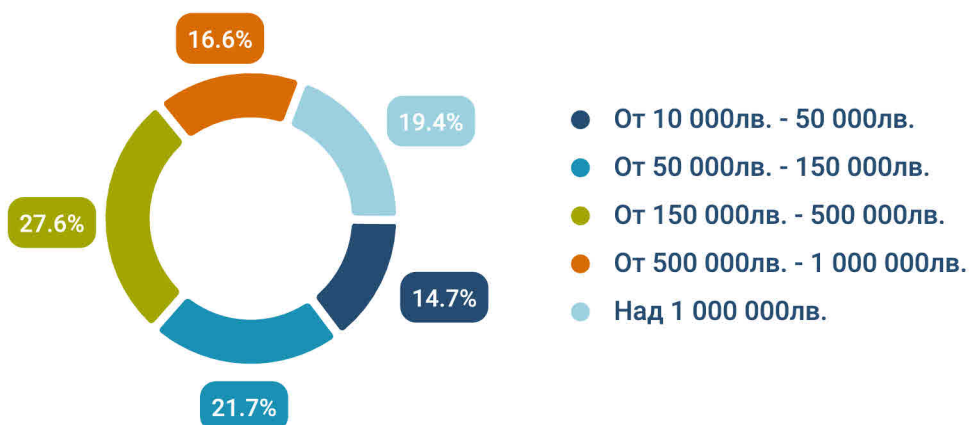
Вашето предприятие има ли просрочени плащания към доставчици?



Фигура 20. Предприятия с просрочени плащания към клиенти

Особено осезаема е липсата на средства за въвеждане на иновации и за развитие. В същото време представителите на МСП изразяват ясно разбирането си за необходимостта от влагане на нови инвестиции и извършване на иновации, като важни условия за постигане на конкурентоспособност и устойчив растеж на бизнеса им. От анкетираните 19,4 % посочват, че техните предприятия имат желание да инвестират над 1000 х. лв. през следващите 3 години, а 16,6 % - от 500 х.лв. до 1000 х.лв. (Фигура 25).

Какъв е размерът на инвестициите, които бихте желали да вложите за развитие на Вашето предприятие в средносрочен план (до 3 години)?

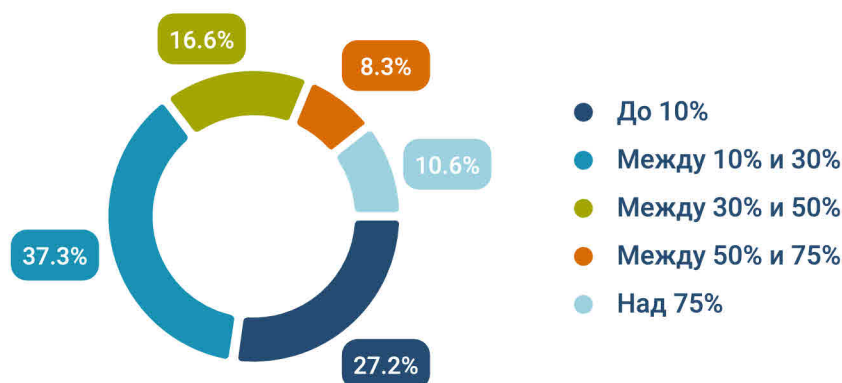


Фигура 21. Размер на инвестициите развитие, които биха вложили МСП до 3 години.



Анкетираните обаче посочват, че тези инвестиционните намерения могат да се реализират при условие, че са налице необходимите финансови възможности за това. Отговорите на поставените в анкетата въпроси показват, че в действителност финансовите възможности на МСП за осъществяване на необходимите им инвестиции не са достатъчни. Така например резултатите от проведеното проучване сочат, че едва 10,6 % от тях биха могли да осигурят над 75 % от необходимите инвестиции със собствени средства. Голямата част от предприятията могат да осигурят до 30 % от необходимото (64,5 %).

Каква част от необходимите инвестиции бихте могли да покриете със собствени средства?



Фигура 22. Възможности на МСП да осигурят необходимите инвестиции със собствени средства.

Недостигът на финансови средства е сложил отпечатък и върху иновационната активност на МСП през последната година. Тя не е била висока, а значителна част от иновациите са били малки и на ниска стойност. Въобще не са осъществили иновации 36,9 % от предприятията, което е с 2 п.п. повече от резултата от предходната година (34,9 %).

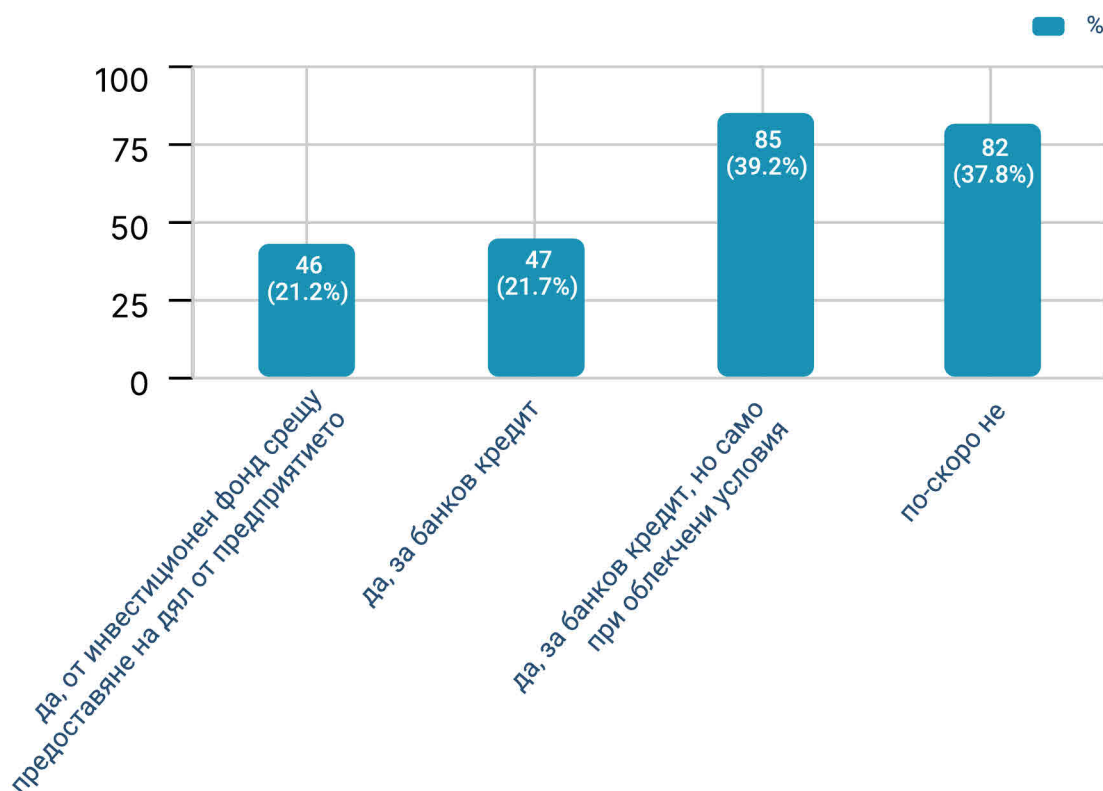
Може да се направи заключението, че без външно финансиране, както за инвестиционната и иновационната си дейност, така и за текущата си дейност, МСП не биха били в състояние да постигнат висока конкурентоспособност и да се развиват.



Достъпът на малките и средните предприятия до банково финансиране през последните години се подобри, а банковите услуги станаха значително по-разнообразни. Подобри се отношението към банките. Въпреки сравнително добрата оценка на банковата система, анкетата показва, че предприятията не са много склонни да кандидатстват за финансова подкрепа чрез финансови инструменти, предоставяни от банки, инвестиционни фондове и др. Немалка част от тях (37,8 %) отговарят, че по-скоро не биха търсили такава форма на финансиране. Други 39,2 % от МСП биха кандидатствали за кредит, но само при облекчени условия по отношение на лихви, обезпечение и други дългови инструменти. Недостигът на финансови средства за развитие е причината 21,2 % от предприятията да изразят готовност да предоставят свои дялове на инвестиционни фондове срещу подкрепа за инвестиране (Фигура 27).

Предприятието Ви би ли кандидатствало за финансова подкрепа от банки, инвестиционни фондове и др.?

(могат да се посочат повече от един отговори)

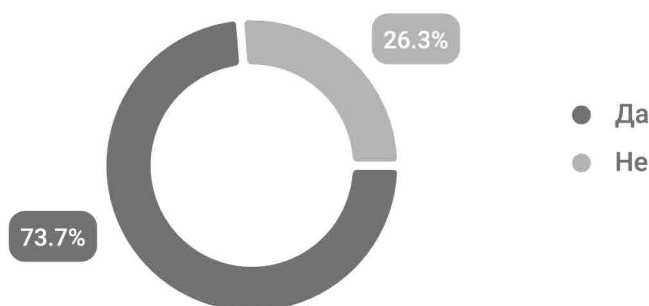


Фигура 23. Готовност на МСП да кандидатстват за финансиране от банки, инвестиционни фондове и др.



През годините нарастна търсенето от МСП на безвъзмездно финансиране по национални и европейски програми за покриване на своите потребности. Те придобиха и повече опит за кандидатстване за такова финансиране. Проучването показва, че значителна част от МСП биха кандидатствали за безвъзмездно финансиране за въвеждане на нова или значително подобрена стока или услуга или за въвеждане на нов или значително подобрен бизнес процес. Почти 73,7 % от анкетираните са потвърдили това (Фигура 28).

Предприятието Ви би ли кандидатствало за безвъзмездна финансова помощ по европейските структурни и инвестиционни фондове?



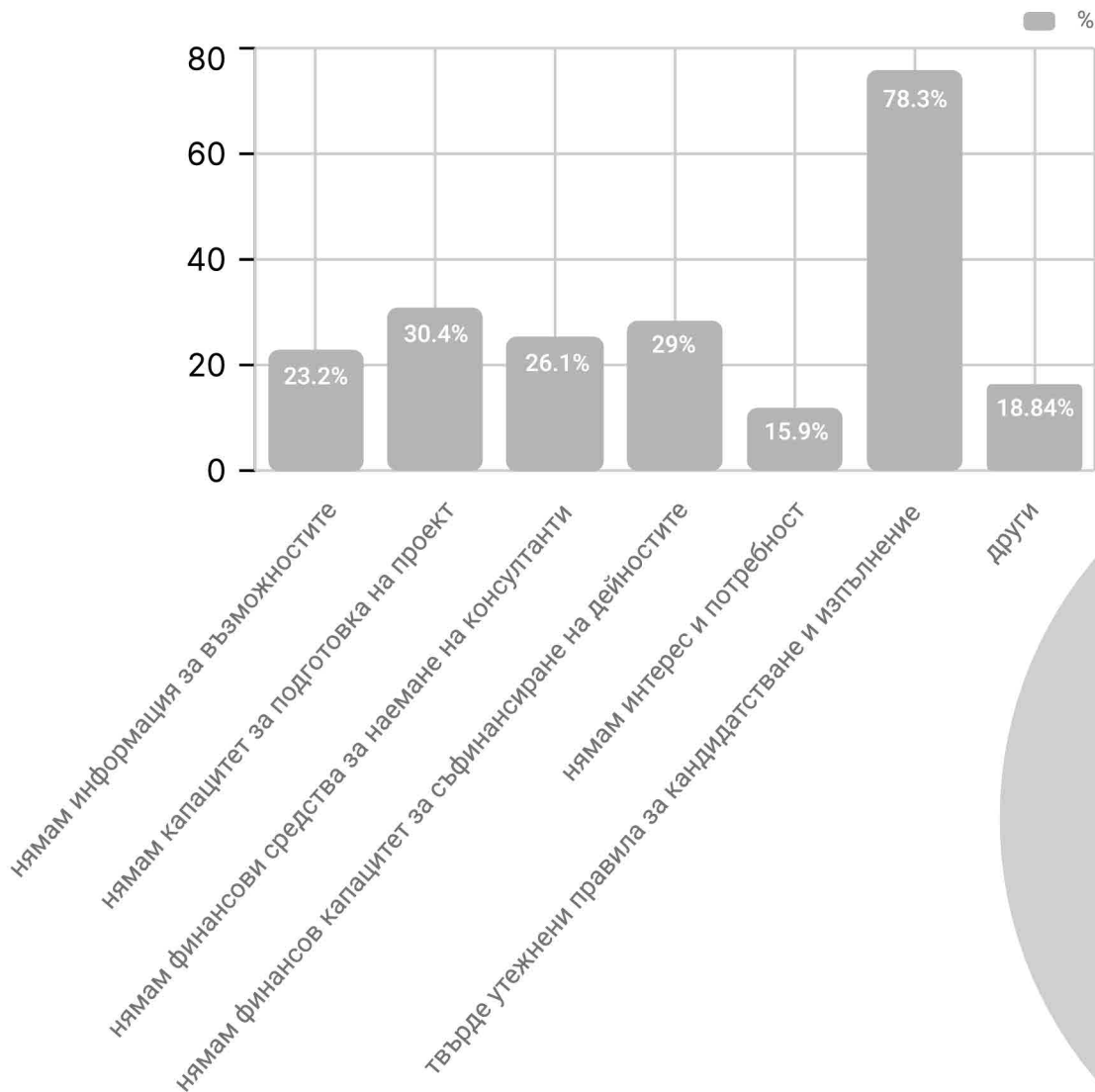
Фигура 24. Готовност за кандидатстване за безвъзмездна финансова помощ по европейските фондове

Много показателни са причините, поради които 26,3 % от МСП биха се въздържали да кандидатстват за безвъзмездна финансова помощ по европейските фондове. На първо място, като такава причина са посочени твърде утежняващите правила за кандидатстване и изпълнение (посочени от 78,3 от анкетираните)

(Фигура 29). Следват липсата на достатъчен капацитет за подготовка на проект и/или финансови средства за наемане на консултанти; недостатъчен финансов капацитет за съфинансиране на дейностите и липса на информация за възможностите. Тези причини са известни от дълго време и са във фокуса на усилията на ИАНМСП за тяхното постепенно преодоляване.



Ако отговорът е НЕ, моля да посочите причините за това:
(възможни са повече от един отговори)



Фигура 25. Основни причини, въздържащи МСП да кандидатстват за безвъзмездна финансова помощ по европейските фондове.

5. Интернационализация на МСП.

В условията на глобализация и свободна търговия между държавите МСП непрекъснато търсят пътища за експорт на своите продукти и услуги. Те разбират, че това е начин за постигане на по-висока възвращаемост на вложените средства и за осигуряване на фирмен растеж. В това си желание те срещат редица трудности, за преодоляването на които държавата и в частност ИАНМСПБ имат важна роля.

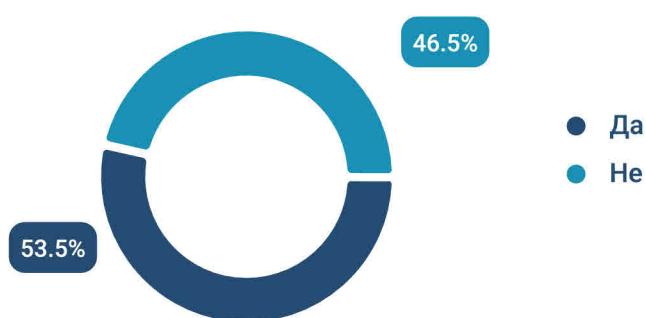


Но интернационализацията трябва да се разглежда по-широко от осъществяване само на експорт на стоки и услуги. Тя е процес на възползване от глобалните икономически ресурси в редица форми - пазари, капитал, суровини, труд, технологии, информация, знания, опит, управление. Той включва внос и износ на продукти и услуги, бизнес отношения с чуждестранни партньори по повод съвместни начинания, преки инвестиции и участие в капитала, техническо сътрудничество, използване на чуждестранен опит, участия в специализирани международни събития за промоция на продукцията и за намиране на бизнес партньори и др.

За българските МСП, най-използваните форми за интернационализация са износът на продукти и услуги и вносът на суровини, материали, части, техника и цели технологични линии. Това е разбираемо, предвид сегашното ниво на развитие на значителната част от предприятията, техния опит и финансово състояние.

Резултатите от анкетата показаха, че 53,5 % от МСП са осъществили износ през последните 12 месеца, което е сравнително добро постижение (Фигура 30), но по ниско от констатираното при проучване от 2024 г. - 65,9 %. Разбира се, трябва да се има предвид, че реализирания износ често е еднократен или на твърде малка стойност.

Вашето предприятие реализирало ли е износ на продукти/услуги през последните 12 месеца?



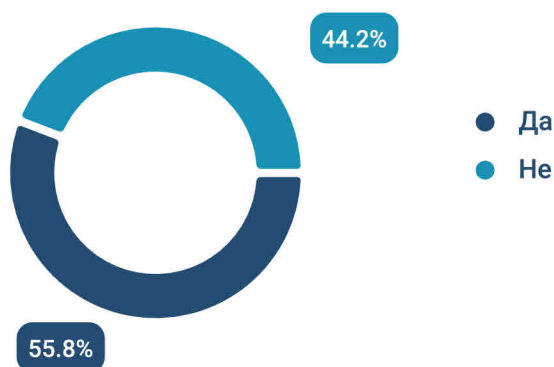
Фигура 26. Дял на МСП, реализирали износ на продукти/услуги през последните 12 месеца.

Голямата част от МСП у нас (55,8 %) реализират внос на суровини, материали и продукти (Фигура 31). Положителна тенденция е, че се увеличава дялът на внасяните съвременни техника и технологии. При проучване от 2024 г.



51,6 % от предприятията посочват, че вече са въвели чуждестранна технология. Това е важен фактор за увеличаване на производителността на труда и за подобряване на качеството на продукцията им – условия за активизиране на участието на МСП на международните пазари.

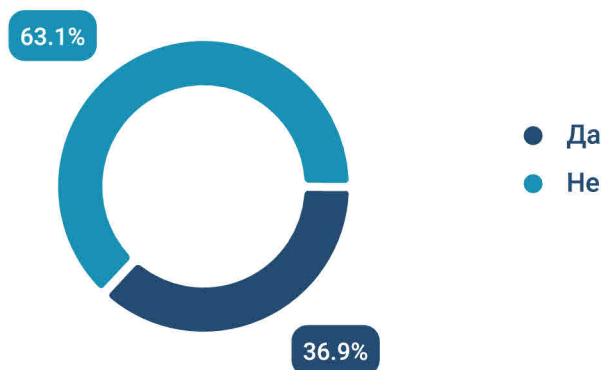
Вашето предприятие реализирало ли е внос на суровини/материали/продукти през последните 12 месеца?



Фигура 27. Реализиран внос на суровини, материали/ продукти през последните 12 месеца.

За възприемането на международните изисквания за качество на дейността и продуктите свидетелства и немалкия процент на наши МСП, които вече са въвели международни стандарти – 36,9 % (Фигура 32). Това е обнадеждаващо за тяхното бъдещо равнопоставено участие в международната търговия и за цялостното развитие на бизнес отношенията им с чуждестранни партньори.

Вашето предприятие има ли въведен международен стандарт?





Фигура 28. Дял на МСП с въведени международни пазари.

По данни на НСИ основни търговски партньори на страната ни са страните от ЕС. През 2024 г. към тях е реализиран 64,59 % от износа и той се е увеличил 1,5 % спрямо 2023 г. От ЕС е реализиран и 58,22 % от вноса ни, но е намалял с 0,3 %. Износът към трети страни е намалял с 3,3 % - главно поради намалялата търговска активност със страните от ОНД, Украйна, Република Южна Африка и др. Вносът към трети страни се е увеличил 6,8 %. Основни търговски партньори на България от ЕС си остава Италия, Германия и Румъния. Тревожна е перспективата за следващите години, предвид засилващите се икономически трудности на Германия.

Резултатите от проучването също показват, че страните от ЕС са основния търговски партньор на МСП у нас. Към тях е насочен 89,9 % от експорта им. На второ място по активност на износа са други европейски страни, извън ЕС – Сърбия, Северна Македония, Турция и др. (Фигура 33).

**Ако Вашето предприятие е реализирало експорт, то към кои от посочените чужди пазари?
(възможни са повече от един отговори)**



Фигура 29. Чужди пазари, на които МСП са реализирали експорт.



Разширяваща се практика на бизнес отношения с чуждестранни партньори в световен мащаб е участието в капитала на предприятията. Като форма на интернационализация тя позволява набиране на средства и увеличаване на капитала на МСП, ръст на бизнес потенциала им, достъп до нови пазари, нови технологии и ноу-хау и др. Някои български МСП се възползват от тази възможност. Чуждестранно участие в капитала си имат 6,6 % от анкетираните (проучване от 2024 г.), а такива, които имат свое участие в капитала на чуждестранно предприятие – 3,3 %.

Важна част от интернационализацията на МСП е придобиването и използването на чуждестранен опит в областта на мениджмънта и търговията. Така те усвояват съвременните методи за управление на производството, персонала, маркетинга и др., както и за успешна работа на международните пазари. Това е условие за усъвършенстване на цялостната дейност на предприятията и за повишаване на тяхната ефективност ефикасност. Според отговорите на анкетираните от 2024 г., 39,6 % от МСП вече използват чуждестранен опит в областта на мениджмънта и търговията.

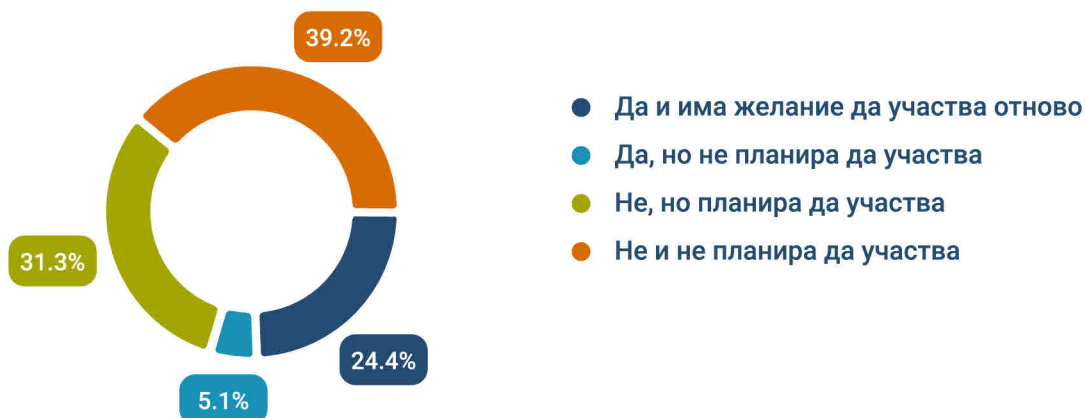
Значима крачка от страна на МСП за активизиране на процесите на интернационализацията си е участието им на панаири и изложения в чужбина. Тези форуми им дават възможност не само да се запознаят с постиженията в съответната област, но и да покажат своите постижения, да демонстрират качеството на продуктите и услугите си, да предизвикат интерес. Освен това на панаирите и изложенията те могат да намерят купувачи, да сключат сделки, договори за сътрудничество, да влезнат в контакти с потенциални бъдещи бизнес партньори.

Не случайно важна част от дейността на ИАНМСП е да организира и подпомага участието на МСП в международни панаири, изложби и други промоционални дейности и прояви в страната и в чужбина. При участие в изложби тя финансира наема на изложбената площ и/или наема на залата, изграждането на изложбената конструкция, оборудването и обзавеждането на щанда и/или залата, комуникациите (водна връзка, електрозахранване, интернет), комуналните услуги (почистване, сметосъбиране, охрана и др.), регистрационните и/или медийните такси и други.

За съжаление делът на МСП, които участват в панаири и изложения в чужбина все още не е голям. Според анкетираните само 29,4 % от МСП са имали такова участие през последните 12 месеца (Фигура 34), а 55,7 % планират да участват.



Вашето предприятие участвало ли е в изложение/панаир в чужбина през последните 12 месеца и има ли желание да участва отново през следващата година?

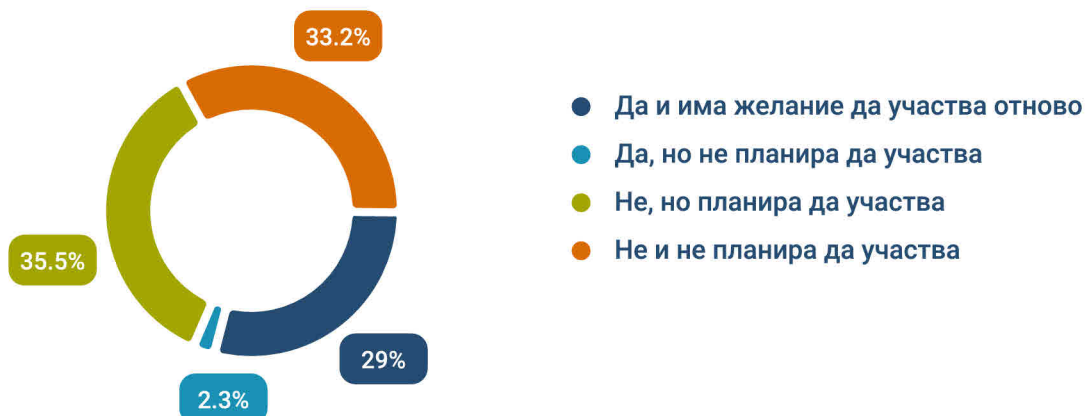


Фигура 30. Процент на МСП, участвали и планиращи да участват в панаири и изложения в чужбина през последните 12 месеца.

Друга важна задача на ИАНМСП за насърчаването на интернационализацията на българските МСП е организирането на международни прояви, като търговски мисии, бизнес форуми, конференции, двустранни срещи и други. Те целят да подпомогнат предприятията, притежаващи експортни възможности, в установяването на преки контакти с потенциални чуждестранни партньори и създаване или разширяване на търговското и производственото сътрудничество.

Резултатите от проучването показват, че едва 31,3 % от предприятията са се възползвали от тази възможност, предлагана им от ИАНМСП, през последните 12 месеца (Фигура 35). Планиращите да участват в международни прояви са 64,5 %.

Вашето предприятие участвало ли е в международен форум с B2B контакти през последните 12 месеца и има ли желание да участва отново през следващата година?





Фигура 31. Процент на МСП, участвали и планиращи да участват в международни форуми с B2B контакти през последните 12 месеца.

При проучване на ИАНМП, проведено през 2025 г., анкетираниите посочват липсата на достатъчна информация, относно условията за износ/внос, като най-голямо препятствие пред интернационализацията на МСП, (37,8 % от отговорилите). На второ място те поставят недостатъчната конкурентоспособност на собствените предприятия (36,4 %), а на трето регулаторната тежест (30,9 %). Липсата на квалифицирана работна ръка също е посочена, като препятствие пред експортната активност на МСП.

**Кои са най-големите препятствия пред Вашия бизнес, свързани с екпорта?
(възможни са повече от един отговори)**



Фигура 32. Основни препятствия пред експортната активност на МСП

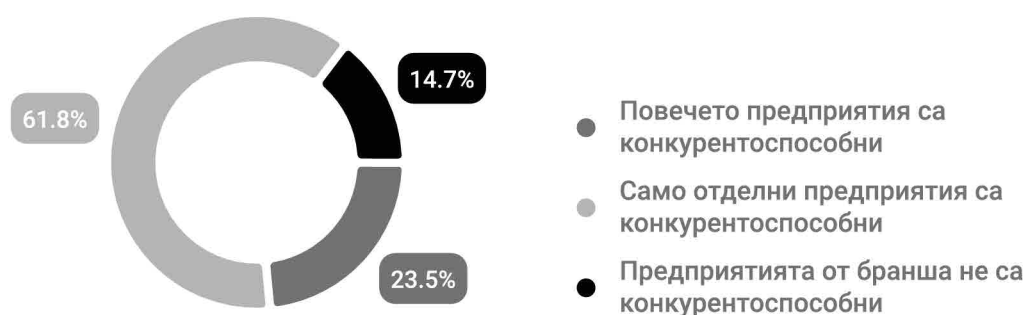
Ясно е, че непрестанните усилия на МСП за повишаване конкурентоспособността си се превръщат в главно условие за успех, защото международните пазари поставят високи изисквания към пазарното им поведение. Това се дължи на бързо променящите се изисквания на потребителите и на засилващата се конкуренция в условията на глобализация. Както вече бе



посочено, за постигане на тази цел предприятията са акцентирали на осигуряването на високо качество на продукцията и услугите, на предлагането на иновативни продукти/услуги и на ценово предимство.

Въпреки усилията им, като цяло, българските МСП, все още не са достатъчно конкурентоспособни на външния пазар. От анкетираните в рамките на проучването на ИАНМСП през 2025 г., само 23,5 % оценяват, че МСП от техния бранш са неконкурентоспособни на външния пазар. Голямата част от тях считат, че само отделни предприятия са конкурентоспособни в чужбина – 61,8 %, а 14,8 % оценяват, че те са конкурентоспособни (Фигура 37).

Как оценявате конкурентоспособността на българските предприятия от вашия бранш на външния пазар?



Фигура 33. Конкурентоспособност на българските МСП на външния пазар.

Вече бе посочено, че според анкетираните, липсата на квалифицирана работна ръка е едно от главните препятствия пред експортната активност на МСП. Явно предприятията се нуждаят от допълнително обучение в тази област. МСП се нуждаят и от предоставянето на информация за достъп до финансиране, от услуги, свързани с възможности за ориентиране към международни пазари от услуги, свързани с изготвяне на маркетингови стратегии и бизнес планове и др.

6. Основни изводи

Резултатите от проведеното национално проучване осигуряват обратна връзка за проблемите и състоянието на МСП, за оценката им за влиянието на регулаторната среда в страната, за степен на тяхната интернационализация, за потребностите им от работна ръка и подкрепа и др. Те ще подпомогнат ИАНМСП при разработване на мерки за стимулиране на МСП в България и при формулиране на препоръки пред съответните държавни органи.

Влияние на регулаторната среда в страната върху МСП.

Получените резултати дават основание да се обобщи, че влиянието на регулаторната среда в страната върху МСП е по-скоро негативно.

Над 59 % от анкетиранияте отговарят, че търговското законодателство в страната в сегашния му вид, по-скоро пречи, а само 18 % от запитаните считат, че то по-скоро благоприятства дейността им. Те считат, че продължаващата политическата криза в страната и липсата на устойчиво правителство е довело до забавяне на ключови реформи, които биха могли да улеснят бизнеса на малките и средни предприятия. Бавните съдебни процедури, честите промени в регулаторните изисквания и административните пречки са сериозна тежест за МСП.

Достъпът на малките и средните предприятия до банково финансиране през последните години се подобри, а банковите услуги станаха значително по-разнообразни. Подобри се отношението към банките. Според 43,3 % от анкетиранияте през 2025 г. банковата система по-скоро благоприятства развитието на бизнеса. Увеличил се е спрямо предходната година обаче дела на отговорилите, че тя по-скоро пречи - 33,2 %. В същото време пред МСП все още са налице затруднения, свързани с отсъствие на кредитна история, непосилни обезпечения, сложни и дълги процедури, липса на достатъчно опит. Липсата на достатъчна финансова квалификация и опит е един от основните фактори, главно при микропредприятията, които въздържат МСП от ползване на банкови услуги.

Въпреки сравнително добрата оценка на банковата система, анкетата показва, че предприятията не са много склонни да кандидатстват за финансова подкрепа чрез финансови инструменти, предоставяни от банки, инвестиционни фондове и др. Немалка част от тях (37,8 %) отговарят, че по-скоро не биха търсили



такава форма на финансиране. Други 39,2 % от МСП биха кандидатствали за кредит, но само при по-облекчени условия по отношение на лихви, обезпечение и други дългови инструменти.

Конкурентоспособност на МСП.

Представителите на МСП са напълно убедени, че в условията на непрекъснати пазарни промени и засилваща се конкуренция, те трябва да полагат непрестанни усилия за повишаване на конкурентоспособността си. Според анкетираните, за постигане на тази цел, 77 % от предприятията са акцентирали на осигуряването на високо качество на продукцията и услугите, като основно конкурентно предимство. На предлагането на иновативни продукти за постигане на пазарен успех са разчитали 47 % от МСП. На трето място, като конкурентно предимство, е поставено ценово предимство 41,9. Разбира се, отговорите позволяват да се заключи, че редица предприятия са използвали съчетание едновременно от няколко конкурентни предимства, което е единственият правилен подход за дългосрочен успех.

На тези конкурентни предимства са разчитали МСП при своите продажби на външни пазари. Според 23,5 % анкетираните повечето български предприятия от техния бранш са конкурентоспособни на външния пазар. Голямата част от тях обаче считат, че само отделни предприятия са конкурентоспособни в чужбина – 61,8 %, а 14,5 % оценяват, че те не са конкурентоспособни. Въпреки посочените конкурентни предимства и оценката на анкетираните за успех и на външния пазар за част от предприятията, декларираният от МСП размер на приходите за 2024 г. е сравнително нисък.

Все пак, независимо от ненапълно благоприятната бизнес среда у нас и многото трудности, голямата част от представителите на МСП са оптимисти за развитието на предприятията им през следващите три години. Оптимистична оценка дават 56,2 % от анкетираните, а 4,6 % планират да прекратят бизнеса си (Фигура 8). Прави впечатление, че по-скоро песимистичните оценки са се увеличили с 9,5 п.п. спрямо предходната година, а възнамеряващите да прекратят дейността си с 0,2 п.п.



Интернационализация на МСП.

Най-използваните форми за интернационализация от българските МСП са износът на продукти и услуги и вносът на суровини, материали, части, техника и цели технологични линии.

Резултатите от анкетата показаха, че 53,5 % от МСП са осъществили износ през последните 12 месеца, което е сравнително добро постижение, но по ниско от констатираното при проучване от 2024 г. - 65,9 %. Разбира се, трябва да се има предвид, че реализирания износ често е еднократен или на твърде малка стойност.

Голямата част от МСП у нас (55,8 %) реализират внос на суровини, материали и продукти. Положителна тенденция е, че се увеличава делът на внасяните съвременни техника и технологии. При проучване от 2024 г. 51,6 % от предприятията посочват, че вече са въвели чуждестранна технология. Това е важен фактор за увеличаване на производителността на труда и за подобряване на качеството на продукцията им – условия за активизиране на участието на МСП на международните пазари.

За възприемането на международните изисквания за качество на дейността и продуктите свидетелства и немалкия процент на наши МСП, които вече са въвели международни стандарти – 36,9 %. Това е обнадеждаващо за тяхното бъдещо равнопоставено участие в международната търговия и за цялостното развитие на бизнес отношенията им с чуждестранни партньори.

Резултатите от проучването също показват, че страните от ЕС са основния търговски партньор на МСП у нас. Към тях е насочен 89,9 % от експорта им. На второ място по активност на износа са други европейски страни, извън ЕС – Сърбия, Северна Македония, Турция и др..

Значима крачка от страна на МСП за активизиране на процесите на интернационализацията си е участието им на панаири и изложения в чужбина. Тези форуми им дават възможност не само да се запознаят с постиженията в съответната област, но и да покажат своите постижения, да демонстрират качеството на продуктите и услугите си, да предизвикат интерес. Освен това на панаирите и изложенията те могат да намерят купувачи, да сключат сделки, договори за сътрудничество, да влезнат в контакти с потенциални бъдещи бизнес партньори. За съжаление делът на МСП, които участват в панаири и изложения в чужбина все още не е голям. Според анкетирания само 29,4 % от МСП са имали такова участие през последните 12 месеца, а 55,7 % планират да участват.



Друга важна форма за насърчаването на интернационализацията на българските МСП е организирането на международни прояви, като търговски мисии, бизнес форуми, конференции, двустранни срещи и други. Те целят да подпомогнат предприятията, притежаващи експортни възможности, в установяването на преки контакти с потенциални чуждестранни партньори и създаване или разширяване на търговското и производственото сътрудничество. Резултатите от проучването показват, че едва 31,3 % от предприятията са се възползвали от тази възможност, предлагана им от ИАНМСП, през последните 12 месеца. Планиращите да участват в международни прояви са 64,5 %.

Анкетираните посочват за най-голямо препятствие пред интернационализацията на МСП липсата на достатъчна информация, относно условията за износ/внос, като, (37,8 % от отговорилите). На второ място те поставят недостатъчната конкурентоспособност на собствените предприятия (36,4 %), а на трето регулаторната тежест (30,9 %). Липсата на квалифицирана работна ръка също е посочена, като препятствие пред експортната активност на МСП.

Въпреки усилията им, като цяло, българските МСП, все още не са достатъчно конкурентоспособни на външния пазар. От анкетираните в рамките на проучването на ИАНМСП през 2025 г., само 23,5 % оценяват, че МСП от техния бранш са неконкурентоспособни на външния пазар. Голямата част от тях считат, че само отделни предприятия са конкурентоспособни в чужбина – 61,8 %, а 14,8 % оценяват, че те са конкурентоспособни.

Вече бе посочено, че според анкетираните, липсата на квалифицирана работна ръка е едно от главните препятствия пред експортната активност на МСП. Явно предприятията се нуждаят от допълнително обучение в тази област. МСП се нуждаят и от предоставянето на информация за достъп до финансиране, от услуги, свързани с възможности за ориентиране към международни пазари от услуги, свързани с изготвяне на маркетингови стратегии и бизнес планове и др.

Основни проблеми пред МСП.

Според отговорите на анкетираните представители на МСП, основен проблем пред предприятията им е липсата на квалифицирана работна ръка. Той е посочен от 66,4 % от участвалите в проучването.



На второ място по значимост, като проблем, е посочена тежката регулаторна среда (42,9 %), а на трето липсата на средства за въвеждане на иновации (41 %). Високите цени на материалите и суровините са посочени като проблем от 37,8 % от анкетираните.

- **Липса на квалифицирана работна ръка.**

Резултатите от проучването показват, че 77,9 % от МСП у нас изпитват затруднения при наемане на необходимата им работна ръка и това е основен проблем пред дейността и развитието им. Освен недостигът на работна ръка, проблем за МСП е и недостатъчната квалификация на значителна част от персонала им. Проучването показва, че над 30 % от работната им ръка, общо за изследваната извадка, е с недостатъчна квалификация, а 7,4 % е с ниска квалификация. Делът на фирмите, които идентифицират този проблем, нараства спрямо 2023 г. и липсата на квалифицирани кадри се очертава, като водещо ограничение пред развитието си.

Необходимостта от въвеждане и използване на нови, по-сложни техника и технологии води до завишаване на търсенето на специалисти със средно професионално и висше техническо образование. Освен това предприятията предпочитат кандидати с практически опит, което затруднява навлизането на младите специалисти на пазара на труда и стимулира външната трудова миграция.

Бързото технологично развитие и недостигът на умения засилват необходимостта от обучение и преквалификация на заетите.

- **Достъп до финансиране**

Резултатите от проучването през 2025 г. показаха, че анкетираните открояват липсата на финансови средства, като основен проблем пред бизнеса си. Липсата на средства за въвеждане на иновации е посочена от 41 %, а на оборотни средства от 25,8 %. Високите цени на материалите и суровините, които засилват недостига на финансови средства, са определени като основни проблеми от – 37,8 % от анкетираните, а на енергоносителите – 31,3 %. Недостигът на финансиране проличава особено осезаемо в контекста на повишените разходи за енергия и суровини, необходимостта от зелена и цифрова трансформация, засилващата се конкуренция на европейския пазар и ограничения вътрешен капиталов ресурс на предприятията.



Потенциалните източници на финансиране на МСП, констатирани в резултат на проучването, са банковите инструменти, финансирането по международни програми и използването на ресурси на собственика, семейството и близките му.

Резултатите от проучването показаха, че недостатъчните финансови резултати на голяма част от МСП ограничават значително потенциала им за самофинансиране. От своя страна ограничените възможности на МСП за самофинансиране водят до ниска инвестиционна активност, ограничени вътрешни ресурси за иновации, зависимост от краткосрочни оборотни средства и отлагане на модернизацията на производството.

Особено осезаема е липсата на средства за въвеждане на иновации и за развитие. В същото време представителите на МСП изразяват ясно разбирането си за необходимостта от влагане на нови инвестиции и извършване на иновации, като важни условия за постигане на конкурентоспособност и устойчив растеж на бизнеса им. От анкетиранияте 19,4 % посочват, че техните предприятия имат желание да инвестират над 1000 х. лв. през следващите 3 години, а 16,6 % - от 500 х.лв. до 1000 х.лв. Анкетиранияте обаче посочват, че тези инвестиционните намерения могат да се реализират при условие, че са налице необходимите финансови възможности за това. Отговорите на поставените в анкетата въпроси показват, че в действителност финансовите възможности на МСП за осъществяване на необходимите им инвестиции не са достатъчни. Така например резултатите от проведеното проучване сочат, че едва 10,6 % от тях биха могли да осигурят над 75 % от необходимите инвестиции със собствени средства. Голямата част от предприятията могат да осигурят до 30 % от необходимото (64,5 %).

Недостигът на финансови средства е сложил отпечатък и върху иновационната активност на МСП през последната година. Тя не е била висока, а значителна част от иновациите са били малки и на ниска стойност. Въобще не са осъществили иновации 36,9 % от предприятията, което е с 2 п.п. повече от резултата от предходната година (34,9 %).

Може да се направи заключението, че без външно финансиране, както за инвестиционната и иновационната си дейност, така и за текущата си дейност, МСП не биха били в състояние да постигнат висока конкурентоспособност и да се развиват. Но анкетата показва, че предприятията не са много склонни да кандидатстват за финансова подкрепа чрез финансови инструменти, предоставяни от банки, инвестиционни фондове и др. Немалка част от тях (37,8 %) отговарят, че по-скоро не биха търсили такава форма на финансиране.



Други 39,2 % от МСП биха кандидатствали за кредит, но само при по-облекчени условия по отношение на лихви, обезпечение и други дългови инструменти.

Нараства търсенето от МСП на безвъзмездно финансиране по национални и европейски програми за покриване на своите потребности. Проучването показва, че значителна част от МСП биха кандидатствали за безвъзмездно финансиране за въвеждане на нова или значително подобрена стока или услуга или за въвеждане на нов или значително подобрен бизнес процес. Почти 73,7 % от анкетираните са потвърдили това.

Много показателни обаче са причините, поради които 26,3 % от МСП биха се въздържали да кандидатстват за безвъзмездна финансова помощ по европейските фондове. На първо място, като такава причина са посочени твърде утежняващите правила за кандидатстване и изпълнение (посочени от 78,3 от анкетираните). Следват липсата на достатъчен капацитет за подготовка на проект и/или финансови средства за наемане на консултанти; недостатъчен финансов капацитет за съфинансиране на дейностите и липса на информация за възможностите.

- **Иновации и технологии**

Недобре развитата иновационната среда у нас, липсата на квалифицирани специалисти, както и недостигът на финансови средства са сложили отпечатък върху иновационната активност на МСП през последните две години. Тя не е била висока, а значителна част от иновациите са били малки и на ниска стойност. Не са въвели иновации 36,9 % от предприятията (42,9 % при проучване през 2024 г.

Оосновните иновационните усилия на МСП са били насочени към продуктите иновации (37,8 %), а само 25,8 % от тях са извършили процесни иновации. Това може би се дължи не само на липсата на достатъчни средства за инвестиции в нови технологии, но и на, в известна степен неочакваната оценка на представителите на предприятията, че състоянието на технологичното оборудване на МСП е сравнително добро и не се нуждае от модернизация. Само 8,3 % от анкетираните считат, че технологичното им оборудване е морално остаряло, а болшинството от тях са посочили, че то е на приемливо ниво (46,5 %), а 45,2 %, че то е на съвременно ниво.



Голямо предизвикателство пред българските МСП е дигиталната им трансформация, като процес на въвеждане и използване на нови технологии и цифрови инструменти, онлайн платформи, цифрови данни за автоматизация и за вземане на решения. Тя играе ключова роля за развитието на МСП и за повишаването на конкурентоспособността им в резултат на коренната промена на бизнес процесите, моделите на работа, услугите и продуктите. За съжаление България, като цяло, а и МСБ изостават значително спрямо средните нива за ЕС и водещите страни по почти всички показатели за дигитализация.

Проучването потвърди констатацията, че българските МСП имат ниско ниво на дигитализация и изостават в приемането и използването на цифрови технологии. Дигитализирани са преди всичко някои административни и счетоводни дейности. Голямата част от МСП имат електронен подпис на своите ръководители (88,9 %), както и фирмен уеб сайт (77,4 %). Онлайн парични трансакции използват 68,7 %) от предприятията.

Може да се обобщи, че българските МСП се сблъскват със сериозни проблеми в дейността си и се нуждаят от подкрепа от държавата - за повишаване на квалификацията на сътрудниците им, за улеснен достъп до финансиране за намиране на клиенти, за участие в проекти по европейски програми, при разработване на нови продукти и др. Все пак, независимо от ненапълно благоприятната бизнес среда у нас и многото трудности, голямата част от представителите на МСП са оптимисти за развитието на предприятията им през следващите три години. Оптимистична оценка дават 56,2 % от анкетираните.

Роля на ИАНМСП.

ИАНМСП е институцията, която реализира държавната политика за подкрепа на предприемачеството, повишаване конкурентоспособността на малкия и средния бизнес, за подпомагане на стартиращите и жизнеспособните МСП в техните усилия да бъдат иновативни, екологични и експортно ориентирани.

ИАНМСП би могла да бъде много полезна на малките и средни предприятия за подкрепа на тяхното развитие. Тя може да подпомогне повишаването на квалификацията на персонала им, да осигурява информация за възможностите за кандидатстване по европейски и други програми и проекти, да оказва подкрепа за



достъп до финансиране от фондове на ЕС, включително за иновации, дигитализация, както и да популяризира различни възможности.

Една от основните дейности на ИАНМСП е да работи за повишаване на знанията на мениджърите и експертния състав на българските малки и средни предприятия. Тя провежда обучения, които организира самостоятелно или в партньорство с български и международни организации.

Темите на обучение са по актуални проблеми на българските МСП – за източниците на финансиране, за подготовка на документацията при кандидатстване по европейските програми и проекти, за успешен експорт и навлизане на чужди пазари, по проблемите на дигитализацията и мн. др.

Обученията се провеждат онлайн, във формат уебинари/уъркшопи. Тази форма е изключително успешна, защото дава възможност за включване на представители на предприятия от различни точки на България и за гъвкаво участие от работното място. Тя пести средства за командировки и е ефективна от гледна точка на използвания финансов ресурс за организация и провеждане. Тя се радва на значителен интерес от страна на малкия и средния бизнес.

Основна задача на ИАНМСП е и насърчаването на интернационализацията на българската икономика чрез улесняване на достъпа на българските МСП до целеви външни пазари и осигуряване на условия за доброто им позициониране и устойчиво присъствие в международен мащаб. За целта тя организацията международни прояви като търговски мисии, бизнес форуми, конференции, двустранни срещи и други, които целят да подпомогнат МСП (производители и износители), притежаващи експортни възможности, в установяването на преки контакти с потенциални техни чуждестранни партньори и създаване или разширяване на резултатно търговско и производствено сътрудничество.

Изпълнителна агенция организира и подпомага участие на МСП в международни изложби и други промоционални дейности и прояви в страната и в чужбина. При участие в изложби тя финансира наема на изложбената площ и/или наема на залата, изграждането на изложбената конструкция, оборудването и обзавеждането на щанда и/или залата, комуникациите (водна връзка,



електрозахранване, интернет), комуналните услуги (почистване, сметосъбиране, охрана и др.), регистрационните и/или медийните такси и други.

ИАНМСП периодично публикува продуктови и пазарни анализи с аналитична информация за стокови групи на различни чуждестранни пазари. Целта е така да се подпомагат МСП при намирането на търговски партньори, да се осигурява необходимата информация за състоянието на регионалните пазари, за търсенето на отделни продукти и стокови групи, за специфичните качествени изисквания към продуктите, за търговските техники и методи за навлизане на пазарите и др. Използвайки тази информация МСП могат правилно да определят целевите си пазари и каналите за продажби при реализация на своя износ, което е от ключова важност за интернационализацията им и за придобиване на конкурентни позиции на европейския и международните пазари.