

Въздействие на пандемията COVID – 19 върху малките и средни предприятия от Югозападен Регион, България

Резюме

В динамична кризисна ситуация като настоящата, въздействието на COVID – 19 върху икономиката на България и в частност на малките и средни предприятия постоянно се променя. Малкият и среден бизнес все повече изпитват затруднения, несигурност и застрашаване от фалит. Изключително малко са предприятията, които успяват по време на пандемията да запазят пазарни позиции и да увеличат финансовия си резерв. Развитието на МСП в Югозападна България все повече е на ръба и за да се осъществи е необходимо да се преорганизира дейността в дигитализирана и да се въвеждат редовно иновации. Основната цел на настоящият доклад е да се изследва въздействието на пандемията COVID – 19 върху малките и средни предприятия от Югозападна България

Основните изследователски методи използвани в разработката са контент анализ, метод на анализ и синтез, интуитивен и систематичен подход, анкетно проучване.

Ключови думи: въздействие, пандемия, МСП, дигитализация, иновация, конкурентоспособност

Введение

Пандемията COVID-19 засегна фирми от всякакъв мащаб, но МСП могат да бъдат особено уязвими по няколко причини. Първо, те са по-разпространени в страната и в секторите, което ги прави по-засегнати от кризата. Второ, МСП са по-уязвими към някои от каналите на въздействие на пандемията, отколкото по-големите фирми в държавата и в частност на сектора. И накрая, МСП могат да имат по-малко възможности да отговорят на промените в организационно, оперативно, финансово и структурно ниво. Пандемията на COVID-19 е „уникална” криза, тъй като едновременно шокира малките и средни предприятия по няколко канала: шок на доставките (намалено предлагане на работна ръка, докато работниците остават вкъщи, липса на входящи ресурси, нарушени вериги за доставки и т.н.); шок от търсенето (намалено търсене от потребителите (уволнени, карантинирани и т.н.), по – малко спестявания, предпазливост на инвеститорите); несигурност (неспособност да разчита на поток от

бъдещи приходи, който оправдава например подмяна на работници или машини); и липсата на финанси.

1. Малките и средни предприятия по време на пандемия.

Разпространението на коронавируса безспорно оказва сериозен ефект върху икономиката на България. Обявеното извънредно положение и последвалите строги мерки в огромна степен променят икономическия живот в страната. Пандемията води до много дълбок краткосрочен удар върху икономиката, който засяга всички, макар и през различни канали и в различна дълбочина. Икономическите мерки по време на пандемията, взети в рамките на обявеното извънредно положение, следва да се фокусират на първо място именно върху този краткосрочен шок. Най – засегнати се оказват малките и средни предприятия, които са в сектора на туризма и услугите, в транспорта и др. Повечето от тях са принудени да затворят и да преустановят дейността на организацията. Пандемията засегна заетостта, инвестициите и перспективите за растеж и доведе до трайни промени в моделите на потребление и работата на малките и средни предприятия. Принудени от поставените ограничения, МСП все повече дигитализират операциите, за да се адаптират към променящите се обстоятелства от настъпилите временни закривания, намаляване на заетостта и заплатите, заплахата от фалити и т.н. Дигитализирането на малките и средни предприятия е сложен, дълъг и труден процес, но веднъж осъществен той дава възможност за повече иновации и развитие на организацията.

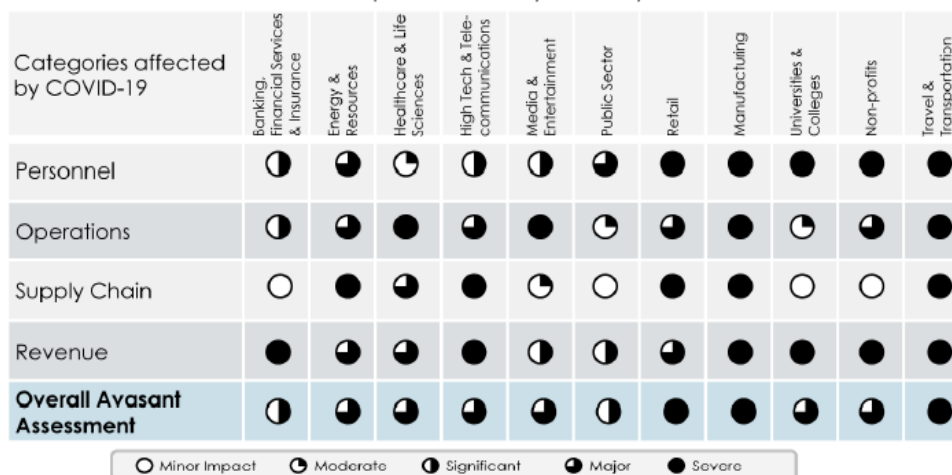
В сегашната ситуация, повече от всякога е важно бизнесът да е готов за дигиталната реалност и да подsigури всички свои процеси, защото във време на изключителна несигурност и бързо променящи се пазарни условия е важно да се преразгледат предимствата на облачните услуги, които имат способността да помагат на организациите да преминат през трудностите и да излязат като победители след кризата. Бизнес моделите се променят - работата от разстояние и развитието на онлайн продажбите, които преди това бяха поставени под съмнение, днес вече са необходимост. Ресурсите в облака са на една ръка разстояние и човек може да осигури изчисляване, съхранение, бази данни и мрежови ресурси, както и услуги от по-високо ниво - AI / ML включително и то за минути. Дигитализацията ще трансформира работните места в малките и средни предприятия. Равнищата на безработица обикновено са по-ниски в по-дигитализираните икономики, но обикновено това води до преразпределение на работните места в различните отрасли.

Негативният ефект на COVID-19 няма да е еднакво изявен в различните индустрии и в българските МСП. Като пример може да се даде Coronavirus Impact Index, изготвен от Computer Economics, в

сътрудничество с Avasant, който разглежда как COVID-19 влияе на 11 основни индустрии и малки и средни предприятия в четири измерения: персонал, операции, верига на доставки и приходи. Ка

Фигура №1. Влияние на COVID-19 в четири измерения: персонал, операции, верига на доставки и приходи

RadarView™: Coronavirus Impact Index by Industry



Source: Avasant, LLC, 2020

Източник: Оценка на ефекта от COVID-19 върху икономиката на София, www.inovativesofia.bg/https://www.computereconomics.com/article.cfm?id=2788

Както се вижда от данните във фигурата най – засегнати са предприятията от „Туристическата индустрия” и по-конкретно - туризъм и пътувания, и „Производство”. Туризмът вече е силно засегнат и може да се очаква активността в този сектор да остане изключително ниска за относително дълъг период от време. Като по голямата част от малките и средни предприятия в България се занимават с туристическа дейност и такъв вид услуги. МСП в производствения сектор също са изправени пред краткосрочни проблеми, като тези, свързани с безопасността и здравето на работната сила, паричния поток, изискванията и търсенето на потребителите, продажбите и маркетинга. След като пандемичната ситуация имаща тенденция на увеличаване, да разрушава бизнеса, приключи, ще възникне съвсем различен свят на бизнеса в сравнение с този преди пандемията. Много МСП, особено в производствения сектор, вече не съществуват.

В отговора на ограниченията, наложени за забавяне на разпространението на вируса, малките и средни предприятия възприемат дигитализацията със скорости, далеч надвишаващи постигнатите от всички предишни корпоративни инвестиционни и държавни програми. Могат да

бъдат изведени три основни причини за разработването на план за дигитализация по време на пандемията в малките и средни предприятия:

1. *Търсенето се определя от нуждите на клиентите.* Когато няма алтернатива на онлайн услугите, клиентите често се фокусират върху решения, които поддържат някакво подобие на бизнес нормалност - и лесно ги приемат, дори ако те все още се развиват. Обаче, ако предприятието има добре развит „онлайн пазар“, клиентите ще предпочитат да поръчват по този начин – сигурен и по – бърз.

2. *Доставки.* Възможностите за доставка се разширяват, така че предприятията са фокусирани и действат по - бързо. Страничните проблеми са деприоритизирани, което позволява на компаниите внезапно да функционират далеч по-ефективно.

3. *Регулаторните органи създават насърчителни рамкови условия.* Правителствата се намесват чрез закони, наредби и програми за подкрепа, които дават приоритет на реакцията при кризи. Те се приемат до голяма степен от всички, тъй като общата полза за обществото се поставя пред индивидуалните съображения.

Средният и малък бизнес може да спечели дългосрочни предимства, като започне да се развива в дигитална посока и задълбочи въвеждането на иновации. В минали кризи компаниите, които инвестират в иновации, постигнат превъзходен растеж и посткриза на ефективността. Дигитализацията и иновациите вървят ръка за ръка, за да се съвземе всяко МСП от настоящата кризисна ситуация. Кризата свързана със COVID-19 създава внезапно и реално усещане за спешност. Тази неотложност позволява на организациите да разгледат и да премахнат всички останали приоритети и да се съсредоточат върху едно предизвикателство, като преразпределят ресурсите според нуждите. При поэтапното въвеждане на дигитализацията и иновациите в организацията се увеличават конкурентните предимства и съответно конкурентоспособността на предприятието.

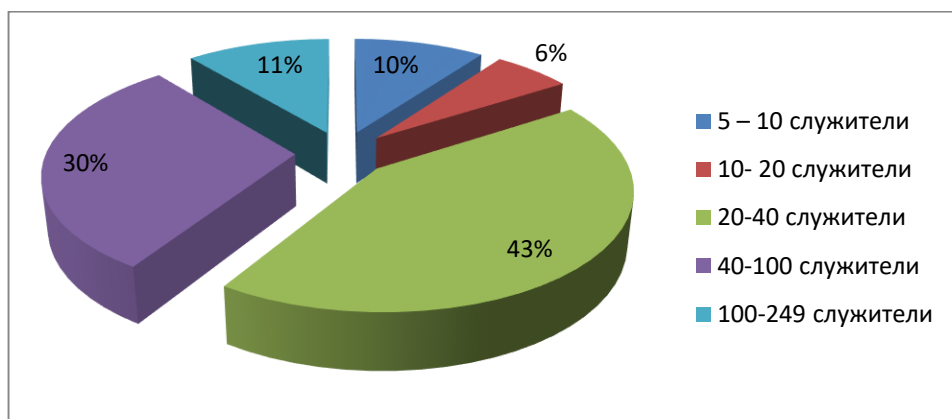
Иновацията е залагане на концепции или творчество, които подобряват продуктите, процесите и процедурите чрез увеличаване на значимостта, полезността и ефективността на продуктите или услугите на МСП. МСП се възприемат като жизненоважна сила, която може да стимулира икономическия растеж чрез прилагането на предприемаческа философия и иновации. Издръжливостта на отделните предприятия и източниците на конкурентни предимства, които отговарят на променящите се изисквания на клиентите, са широко свързани с иновациите особено по време на кризата. Иновации, които се предприемат от МСП, могат да помогнат за подобряване на конкурентоспособността на организацията с окончателната цел да се увеличи стойността ѝ. Иновациите са свързани с

нови начини за изучаване и обслужване на текущите пазари, което гарантира на предприятията да доставят подходящи оферти и дават по-големи възможности. Малките и средни предприятия са основният двигател на икономиката на България и е от съществено значение да бъдат финансово стимулирани и подпомогнати, за да оцелеят от влиянието на пандемията. По този начин ще могат да се отпуснат средства от бюджетите на предприятията и да се въвеждат иновации, а това ще подобри и тяхната конкурентоспособност, ще оцелеят и ще започнат да се развиват с по – бързи темпове.

2. Състояние на малките и средни предприятия след въздействието на пандемията COVID-19.

С цел да се установи какво е въздействието от пандемията COVID – 19 и състоянието на малките и средни предприятия от Югозападен регион на България, авторът проведе анкетно проучване между 176 МСП в сферата на туристическите услуги, търговията, производството, транспорта и др. Изследването е проведено в периода от декември 2020 до февруари 2021 година. Анкетата се състои от 5 кратки въпроса, като за създаването на база данни и обработка на информацията е използван софтуерен продукт – Microsoft Word. Резултатите от изследването са илюстрирани и анализирани в следващите няколко графики.

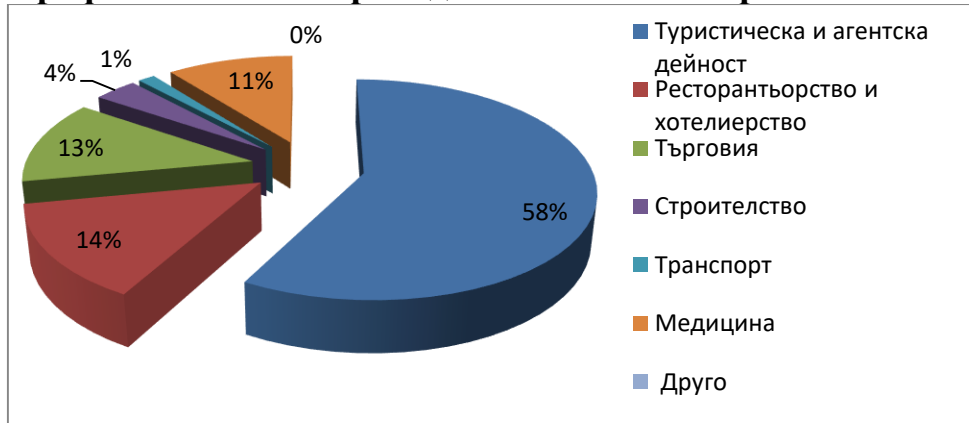
Графика №1. Брой служители в анкетираните МСП



Източник: собствено проучване и изследване

На основата на анализа на резултатите от направеното анкетно проучване се вижда, че най – голям процент (43%) от малките и средни предприятия имат между 20 - 40 служители. 30% от респондентите имат между 40 – 100 човека в предприятието. На трето място се нареждат МСП с между 100 – 249 служители и накрая са предприятията (10%) с персонал от 5 – 10 човека и 6% МСП с брой служители между 10 – 20 човека.

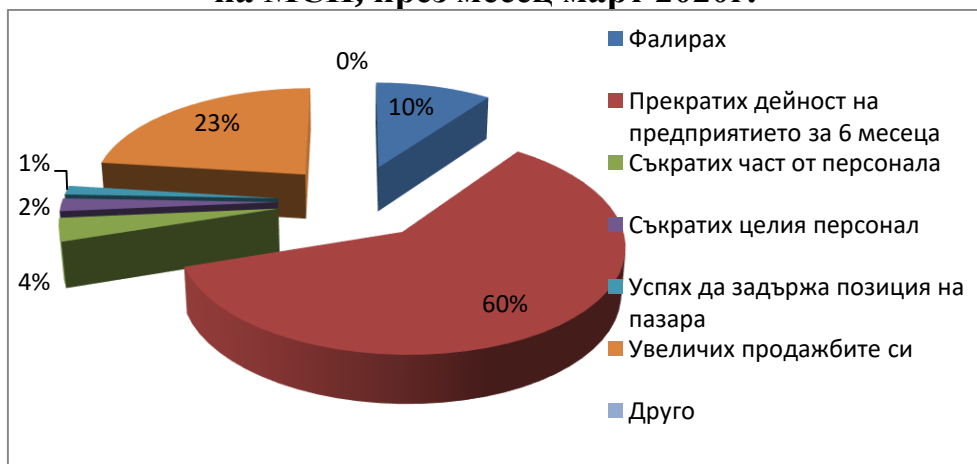
Графика №2. Сектор на дейност на анкетираните МСП



Източник: собствено проучване и изследване

От данните представени в графиката се вижда, че най – голям брой малки и средни предприятия са от сектор „Туристическа и агентска дейност” – 58%. На второ място по участие са МСП от сектор „Хотелиерство и ресторантьорство” – 14%. След това са предприятия с дейност в сектор „Търговия” – 13% и 11% от анкетираните МСП са в сектор „Медицина”. Останалите МСП участвали в анкетата заемат секторите „Строителство” с 4%, и МСП от сектор „Транспорт” – 1%. Висок процент от респондентите са в сектор „туристическа и агентска дейност”, тъй като в Югозападна България има градове и села, които се славят с история и туристически забележителности, курорти и спа услуги.

Графика №3. Последици от пандемията „Ковид – 19” върху дейността на МСП, през месец март 2020г.



Източник: собствено проучване и изследване

От данните представени на графиката става ясно, че най – висок процент са МСП (60%), които са прекратили дейността на организацията за 6 месеца от рязкото затваряне на предприятията през март 2020г. В това число влизат всички предприятия предлагащи туристически дейности,

малки хотелиери и ресторантьори, част от магазини за дрехи и обувки и т.н. Интерес представлява високият процент на МСП, които са увеличили продажбите си по време на пандемията. Може да се обобщи, че това са малките и средни предприятия занимаващи се с продажба на лекарства и медицински продукти (аптеки), хранителни магазини и предприятия предлагащи онлайн обучения по различни направления, предприятия предлагащи компютри и техники и т.н. 10% от респондентите са фалирали от инзвънредните мерки на правителството. Някои от анкетиранията предприятия, за да оцелеят са съкратили част от персонала или целия, а едва 1% са успели да задържат позиции на пазара. Индиректно почти всички стопански субекти са засегнати заради по-ниското потребление и вероятно отлагане или преосмисляне на инвестиции от страна на потребителите. Това може да доведе и до свиване на търсенето на бизнес услуги - ИТ, аутсорсинг на процеси и др. - които засега не срещат директни пречки пред дейността на малките и средни предприятия.

Графика №4. Финансова подкрепа на анкетиранията МСП от държавата



Източник: собствено проучване и изследване

От данните представени на графиката се вижда, че 70% от респондентите са поискали финансова помощ от държавата за подпомагане на малкия и среден бизнес, но не са успели да се класират. 20% са кандидатствали и са успели да получат финансова подкрепа за предприятието от държавата, а 10% от анкетиранията МСП изобщо не са подавали документи за получаване на финансова подкрепа. Някои от мерките са: мярка 60/40, 80/20, безлихвени кредити и т.н.

**Графика № 5. Настъпили промени в анкетираните МСП, в
резултат от пандемията Ковид – 19**



Източник: собствено проучване и изследване

На основата на анализа на резултатите от направеното анкетно проучване се вижда, че 20% от анкетираните МСП са успели да се дигитализират частично или напълно, с цел да оцелеят на пазара. Също така 20% са МСП загубили позиции на пазара и клиенти, което води до загуба на конкурентоспособността на организацията. 18% от МСП са загубили голяма част от доходите си, тъй като не са предприели мерки за съкращаване на служителите и са продължили да действат въпреки трудностите. 10% от анкетираните МСП за фалирали и прекратили дейността на организацията поради липсата на финанси, туристи, персонал и т.н. 9% са МСП, които са успели да спечелят нови клиенти в резултат от промените и също така 9% МСП са въвели иновации в организацията по време на пандемията. 8% от анкетираните МСП са променили своята маркетингова политика и са направили ново ценообразуване в резултат от оскъпяването на голяма част от стоките на пазара. 5% са увеличили конкурентоспособността на МСП, както и конкурентните предимства на организацията. На края 1% от анкетираните МСП са успели да преразгледат досегашните тактики и стратегии, които ще подпомогнат оцеляването на пазара и ще намалят риска от фалит или загуби.

Заклучение

На основата на получените резултати от проведеното анкетно проучване, могат да се направят следните изводи:

Първо, малките и средни предприятия в Югозападна България са изключително засегнати от въздействието на корона вируса и последвалите епидемиологични мерки на правителството. Освен преустановяването на дейността си, много от МСП губят пазарни позиции и финансови резерви, което води до фалит на организациите.

Второ, пандемията се отразила на малките и средни предприятия в различна степен, като някои от тях са обявили фалит, а други са успели да запазят позиции и да увеличат клиентите си. Също така на голям брой от анкетиранияте МСП се е наложило да съкратят част или целия персонал, да оцелеят на пазара.

Трето, за да оцелеят и да започнат да се развиват, малките и средни предприятия е необходимо да дигитализират организацията и продажбите, да подобрят дистрибуцията си и да отделят повече средства за финансиране на иновации или подобрения в произвежданата от тях продукция. Предприятията, които успеят да въведат иновации по време на криза се превръщат в по – конкурентоспособни и след време са лидери на пазара.

Четвърто, малките и средни предприятия опитват да кандидатстват за определена финансова подкрепа от държавата, но много голяма част от анкетиранияте МСП не успяват да се класират. Приоритет на държавата трябва да бъде смекчаването на изискванията за отпускане на помощи и кредити, за да могат малките и средни предприятия да останат на пазара и постепенно да се възстановяват от внезапните ограничения и силната икономическа криза.

Използвана литература

1. Какви икономически мерки може да се вземат по време на пандемия?, 2020,
https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/ikonomika/2020/03/17/4042135_kakvi_ikonomicheski_merki_moje_da_se_vzemati_po_vreme/
2. На фона на Covid-19 дигитализацията на бизнеса е повече от задължителна, 2021,
https://www.cio.bg/oblastni_tehnologii/2020/03/30/4048088_na_fona_na_covid-19_digitalizaciata_na_biznesa_e/

3. Пандемията и новият технологичен преход, 2020,
<https://www.investor.bg/evropa/334/a/pandemiiata-i-noviiat-tehnologichen-prehod-316414/>
4. Петранов, С., Златинов, Д., Велушев, М., и В., Караиванов, ,
Икономически последствия от кризата с Covid-19 и мерки за
предотвратяването им, 2020,
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZU6AgTTGbSYJ:https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/content/download/231663/1543206/version/1/file/FEBA-Analysis-COVID-19.pdf+&cd=1&hl=bg&ct=clnk&gl=bg>
5. Център за предприемачество, малки и средни предприятия, региони
и градове ОИСР и секретариата на Комисията по икономическа
политика към Европейския комитет на регионите, Въздействие на
COVID-19 върху регионалните и местните органи на управление в
ЕС: основни констатации от съвместната анкета на КР и ОИСР, 2020,
<https://cor.europa.eu/bg/news/Pages/econ-cor-oecd-survey-covid-19-results.aspx>
6. Alzarooni, M., World FZO Outlook report 2020 - The way forward, World
Free Zone Organization, 2020,
<https://www.worldfzo.org/Events/Webinars>
7. Beglaryan, M., and G., Shakhmuradyan, The impact of COVID-19 on
small and medium-sized enterprises in Armenia: Evidence from a labor
force survey, JOURNAL: SMALL BUSINESS INTERNATIONAL
REVIEW, EISSN: 2531-0046, 2021,
<https://sbir.upct.es/index.php/sbir/article/view/298>
8. Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever, 2020,
<https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/innovation-in-a-crisis-why-it-is-more-critical-than-ever>
9. OECD, Coronavirus (COVID-19): SME policy responses, 2020,
<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>
10. What a Crisis Teaches Us About Innovation, 2020,
<https://sloanreview.mit.edu/article/what-a-crisis-teaches-us-about-innovation/>
11. Zhiwen, L., Oswin A.A., Zhiqiang, M. and L., Mingxing, Ghanaian SMEs
Amidst the COVID-19 Pandemic: Evaluating the Influence of
Entrepreneurial Orientation, MDPI, Sustainability, 2021,
<https://doi.org/10.3390/su13031131>, <https://www.mdpi.com/journal/sustainability>