

**И**НФОРМАЦИОННИТЕ  
**ТЕХНОЛОГИИ В ПОМОЩ**  
**НА МАЛКИЯ И**  
**СРЕДНИЯ БИЗНЕС**



ЦЕНТЪР ЗА  
ИКОНОМИЧЕСКО  
РАЗВИТИЕ

Септември 2008

Центърът за икономическо развитие е български неправителствен изследователски институт в областта на икономическата политика, създаден през 1997 година. Неговата цел е да подпомага икономическото развитие на България чрез насърчаване на обществената дискусия по икономически проблеми и разработване на варианти на икономическа политика.

© Център за икономическо развитие, 2003 г.

София 1408, ул. „Балша“ 1, бл.9  
телефон 953 42 04; факс 953 36 44  
електронна поща: [ced@ced.bg](mailto:ced@ced.bg)  
Интернет адрес: [www.ced.bg](http://www.ced.bg)

ISBN: 954-9821-29-3

Дизайн и предпечат и печат: „РАН Дизайн“, София

# СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД .....	5
ИНТЕРНЕТ - КАК ДА ГО ИЗПОЛЗВАМЕ.....	7
Предимства .....	7
Достъп до Интернет .....	7
ПРЕДСТАВЯНЕ НА КОМПАНИЯТА В ИНТЕРНЕТ .....	11
ДРУГИ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ (ИТ) В ПОЛЗА НА МСП .....	16
БАРИЕРИ ПРЕД НАВЛИЗАНЕТО НА ИКТ В МСП .....	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	22
ПОЛЕЗНИ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСИ ЗА МСП .....	23



---

## УВОД

През последните години развитието на малкия и средния бизнес в България се превърна в една от основните цели на съвременния политически елит. За сравнително кратък период от време бяха направени много положителни промени в подкрепа на предприемачите и съществуващите предприятия, бяха създадени и реално разработени редица програми и инициативи целящи подобряване на бизнес средата за съществуване и просперитет на малките и средните предприятия (МСП). Заедно с подкрепата предоставяна от страна на държавната администрация, в страната действат и голям брой международни проекти, които в различна степен осигуряват помощ на този изключително важен сегмент от икономиката на всяка държава.

Въпреки положителното развитие обаче, българските предприемачи и управители на малки и средни предприятия все още не са осъзнали предимствата, които носи използването на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) за всеки един бизнес. На инвестициите в ИКТ се гледа по-скоро като на ненужно разхищение, отколкото като на разумно премерен и икономически целесъобразен ход. Недостатъчно високото качество на комуникационната инфраструктура, забавянето на приватизацията на БТК и недоброто финансово състояние на повечето МСП допълнително възпира предприемането на такива стъпки.

Идеята на тази кратка брошура е да даде някои насоки за допълнително улесняване работата на българските предприемачи и управители на МСП чрез използване на модерните ИКТ. Въпреки че Интернет отдавна не е новост в България, повечето проучвания относно употребата му показват, че все още малко от предприятията успяват да се възползват от всички или поне повечето от възможностите, които мрежата предлага на желаещите да развият собствен

бизнес. Ето защо Центърът за икономическо развитие намира за необходимо да предостави във възможно най-ясен и понятен вид най-важните характеристики на ИКТ, от които МСП биха могли да извлекат максимална полза при минимални усилия и средства.

## ИНТЕРНЕТ - КАК ДА ГО ИЗПОЛЗВАМЕ

През последните десет години развитието на Интернет беше една от най-често дискутираните теми в икономическата преса и изследвания. В една или друга степен световната мрежа е променила живота на всеки от нас, така че би било най-малкото недалновидно да се омаловажава нейното значение. В настоящия момент, когато големите фалити при кризата сред Интернет фирмите от 1999 г. са вече в историята, възможностите, които мрежата предоставя са вече много по-ясно определени и естествено много по-добре приети от бизнес средите в световен мащаб.

### Предимства

Въпреки че предимствата на Интернет са коментирани нееднократно, в таблица 1 ще се опитаме да представим по най-достъпен начин какви ще са ползите от използването му в дейността на МСП в сравнителен план.

**Таблица 1.** *Промяна на дейността на предприятието чрез използване на Интернет*

Дейност	Без използване на Интернет	Разширени възможности благодарение на Интернет	Ползи
<i>Търсене и намиране на техническа и друга информация, нови клиенти, доставчици, продукти и услуги.</i>	Използване на бизнес указатели, библиотечни ресурси, печатната преса.	Използване на специализирани търсещи машини в мрежата. Проучване на страници с подходящо съдържание. Участие и поддържане на форум-групи (виртуални общества) в дадената сфера.	Многократно по-бързо намиране на точни и актуални резултати.

<i>Опознаване на конкуренцията.</i>	Посещение на търговски панаири, следене на специализираните публикации.	Разглеждане на Интернет представянето на конкуренцията. Използване на онлайн ресурсите, предоставени за потенциални клиенти.	Разширяване на кръгозора в световен мащаб, значително улесняване на запознаването с тенденциите на развитие на развитието в бранша.
<i>Информирание на настоящите и потенциалните клиенти.</i>	Ограничен кръг от получатели на информацията и непълен достъп (поради физически ограничения) на желаещите да получат такава	Публикуване на голям обем информация срещу минимални средства, максимално улеснена комуникация с клиентите (e-mail).	Незабавен отговор на запитвания и забележки, достигане до огромна маса от потенциални клиенти, реална възможност за излизане на чужди пазари.
<i>Получаване на обратна връзка от разпространителите и клиентите</i>	Обикновено на хартиен носител, отложено във времето.	Електронен носител, без забавяне във времето и във всякакъв формат.	Възможност за поддържане на база данни, улесняваща до голяма степен подготовката на справки, аналитичните проучвания и определянето на трендове.
<i>Разширяване на „работното време“ за потенциалните клиенти</i>	Ограничена възможност за осъществяване на контакт с клиенти и извършване на сделки	Възможност за комуникация по всяко време на минимална цена и денонощно работещи магазини.	Почти постоянна връзка с клиента.

## **Достъп до Интернет**

След като предложихме ясен отговор на въпроса „Защо трябва да използваме Интернет?“, не по-малко важно е да се разгледат алтернативните възможности за достъп до мрежата. За щастие, времето когато доставчиците на Интернет се брояха на пръсти и цената за използване на мрежата се измерваше в десетки долари е вече минало. През последните години се появиха и развиха някои нови (за България), по-качествени и по-евтини начини за осъществяване на връзка с Интернет. За целите на настоящата брошура ще разгледаме само тези от тях, които ценово и като капацитет отговарят на нуждите на МСП.

---

## **1. Dial-up гостъп (през телефонна линия)**

Все още най-масовият и финансово достъпен начин за използване на Интернет, но заедно с това и най-бавният и несигурен (зависим от наличието и изправността на телефонните линии на БТК.) Подходящ е за малки фирми, които нямат за цел да поддържат професионална страница в мрежата, а по-скоро използват електронната поща като средство за максимално бърза и евтина комуникация.

Удобство представлява наличието на две възможности за достъп - предплатени карти и абонамент. И в двата случая разходите за ползване на такъв тип достъп не надвишават 30 лв. на месец (естествено, в тази сума не са включени разходите за телефон, които при използване на цифрова линия могат да бъдат значителни). За фирми, които искат да имат по-добро качество на връзката и могат да си позволят по-голям финансов ресурс са по-подходящи другите алтернативи.

## **2. Наета линия**

Тази възможност е подходяща за фирми, които използват Интернет не само като средство за комуникация. Наетата линия осигурява достъп до мрежата 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата. Недостатък е, че за откриване на цифрова линия на БТК се плаща 250 лв. за всяка крайна точка (за скорост от 64 kbit/s до 1Mbit/s вкл.) и по 180 лв./месец за скорост 64 kbit/s, което е сравнително висока сума за голяма част от МСП.

От друга страна в повечето случаи наличието на наета линия дава възможност на фирмата да изгради и поддържа свой собствен сайт, който би могъл да допринесе много за представянето на компанията пред света. Достъп през наета линия е подходящ също и в случай, че връзката към мрежата ще се използва от по-голяма група от хора - 10 или повече служители.

Освен от скоростта, която се осигурява от Интернет доставчика, значение за цената има и дали тази скорост е гарантирана или максимално постижима. Естествено, гарантираната скорост е по-скъпа, но за сметка на това осигурява постоянно качество на достъпа, което е от значение за някои от фирмите.

Ползването на не гарантирана скорост е значително по-евтино, но в пиковите часове от денонощието реалната постигната скорост ще е доста

под обявените максимални стойности. Изборът на някой от двата типа Интернет достъп предполага предварително преценяване на нуждите и консултации със специалисти относно конкретните изисквания на МСП.

### **3. Безжичен Интернет**

В някои случаи е единствената алтернатива за достъп до Интернет. Единствено изискване е от мястото, където ще бъде поставена антената, да има пряка видимост към ретранслатора. Приблизителната цена на цялото необходимо оборудване е между 250 и 600 долара в зависимост от производителя. В тази цена са калкулирани антена, радиомодем, кабели, преходници, конвертори, монтаж и др. При безжичния достъп заплащането може да бъде отново както на трафик, така и при неограничен достъп с по-висока абонаментна такса.

Такъв тип достъп е подходящ за места, на които никой от останалите видове не е наличен - отдалечени от града местности, липса на предлагане на наета линия, кабелен и LAN Интернет, съчетано с недостатъчен капацитет на наличната dial-up връзка.

### **4. Кабелен Интернет**

Кабелният Интернет навлезе в България през последните няколко години с развитието на кабелните телевизии и разширяването на техните мрежи. Все още обаче тази услуга се предлага в сравнително малка част от населените места - основно големите градове.

Кабелният Интернет предлага предимствата на наетата линия (Възможност за работа със скорости от 64 и 128 kbit/s), като при него липсва необходимостта от използване на линия на БТК. Предаването на данните става по вече изградената кабелна мрежа за телевизията, като единственото изискване е наличие на кабелен модем, който вече се предлага на цени около 130 лв. (цената е спаднала с над 50 на сто за последната година). Повечето от кабелните оператори предлагат и сравнително изгодни възможности за разсрочено плащане на оборудването, което би било удобно за стартиращ бизнес или микро- и малки фирми.

## 5. Интернет през LAN (Local Area Network - Локална мрежа)

Това е най-скоро появилата се възможност за достъп до Интернет, която за кратък период от време успя да привлече значителен брой потребители. Достъпът през локална мрежа е също така и един от най-евтините варианти, като в същото време не се губи от качеството и от скоростта. Негативното в случая е, че доставчиците на LAN Интернет имат все още ограничен капацитет и обхващат малки райони от по-големите градове и столицата.

Една от привлекателните черти за включване към LAN мрежа е ниската начална инвестиция - обикновена мрежова карта (10 - 20 лв.) и първоначална такса в рамките на 10 - 50 лв. (възможно е дори в определени случаи доставчикът да не събира такава такса).

Възможностите за свързване отново включват тарифиране на трафик или използване на неограничен абонамент.

**Таблица 2.** Предимства и недостатъци на алтернативните начини за достъп до Интернет

Вид достъп	Недостатъци	Предимства	Приблизителна цена
<i>Dial-up</i>	бавен, използва телефонна линия	евтин, удобен за използване на e-mail	~ 30 лв. за неограничен месечен достъп (отделно са разходите за телефон), наличие на предплатени карти на достъпни цени (3 - 50 лв.)
<i>Наета линия</i>	скъп, изисква ежемесечно плащане само за наетата линия, отделно се заплаща достъпът до мрежата	висока скорост за достъп, независимост от телефонната линия	250 лв. отпускане на линия, 180 лв./месец за 64 kbit/s
<i>Безжичен Интернет</i>	Изисква първоначална инвестиция	Висока скорост, независимост от наличието на линии на БТК или LAN	250 - 600 долара за оборудване и монтаж
<i>Кабелен Интернет</i>	Изисква първоначална инвестиция, ограничен само за абонатите на кабелни телевизии	Висока скорост, сигурност на линията, гъвкава ценова схема според потреблението	~ 40 лв. първоначална такса, ~ 130 лв. модем, 15- 500 лв./месец в зависимост от трафика и скоростта

*LAN Интернет*

Ограничен в определени райони, все още недобре развит пазар, силна зависимост от метеорологичните условия (засега)

Висока скорост, ниски първоначални инвестиции, достъп до локални ресурси, възможност за плащане на трафик

10 - 50 лв. първоначална такса, 20 лв. мрежова карта, 15-60 лв. в зависимост от трафика и скоростта

---

## ПРЕДСТАВЯНЕ НА КОМПАНИЯТА В ИНТЕРНЕТ

В съвременния бизнес свят наличието на достъп до Интернет е необходимост за много от предприятията, но заедно с това все повече мениджъри осъзнават нуждата от представяне на своите фирми в глобалната мрежа. Това може да стане по много начини - от обикновено използване на Интернет като рекламна платформа, до изнасяне на целия бизнес цикъл онлайн - т.нар. е-бизнес. Докато последното едва ли е приложимо в сектора на МСП, то първото би могло да бъде от съществена полза за подобряване на представянето на тези предприятия. За целта не се изискват особени инвестиции, а по-скоро желание и намиране на правилната форма за осъществяване на търсеното Интернет присъствие.

Създаването на уеб-страница (сайт) е стъпка, която все повече от фирмите решават да реализират като част от рекламната си политика. Както и всяко друго начинание, което има отношение към бъдещото развитие на съответния бизнес, изграждането на Интернет сайт трябва да бъде добре планирано и обосновано.

Като начало има няколко етапа, през които трябва да се премине преди вземането на решение за фирменото представяне в мрежата.

1. Запознаване със сайтовете на конкурентите, доставчиците и партньорите си за да придобиете ясна представа за същността на нещата в конкретния сектор
2. Проучване на страниците в други сектори на икономиката, с цел да разширите познанията си относно наличните възможности.
3. След изпълнение на първите два етапа, следва да се състави последователен и максимално подробен план на очакванията и целите, които новосъздаденият сайт следва да изпълни. Тук се включва също и:

- конкретни рамки на отделения за създаване на страницата бюджет;

- очаквани приходи след стартиране на страницата;
- подробно описание на конкретните резултати, които трябва да се появят след осъществяването на този план (напр. увеличаване на броя на клиентите, подобряване на обслужването, улесняване на работата на служителите и т.н.);

Важно е след или по време на създаването на този документ управителят на фирмата да ползва консултациите на технологични експерти, които имат опит при подготовката на цялостно Интернет представяне на различни компании.

Възможностите, които един обикновен уеб-сайт предлага, са наистина огромни:

- информация за продукти и услуги, предлагани от фирмата, при това във формат, който няма ограниченията на традиционните брошури;
- популяризиране на нов продукт или услуга;
- услуги с добавена стойност, напр. обучение, проучвания сред настоящи клиенти, и др.;
- разширяване на маркетинговите възможности, например с публикуване на периодичен бюлетин;
- форми за обратна връзка, въпроси и коментари, които позволяват на фирмата да реагира своевременно на проблемите на потребителите;
- идентифициране на нови възможности за бизнес, и нови бизнес партньори;
- набиране на нови служители;
- осъществяване на поръчки онлайн и т.н.

Въпреки че дори и най-статичният и елементарен сайт може да бъде от голяма полза за потенциалните и настоящи клиенти на фирмата, трябва да се отбележи, че колкото по-динамична и „жива“ е страницата на предприятието, толкова по-вероятно е тя да има успех и да се наложи като търсен източник на информация сред потребителите. Естествено, вторият вариант предполага повече инвестиции както от гледна точка на първоначално осигурено финансиране, така и като време, което компанията (някой от служителите в нея) трябва периодично да отделя за

---

обновяване на страницата.

Условно могат да се определят три вида Интернет представяне на компанията, а именно:

1. Представителни сайтове, които не изискват и не предполагат честа промяна на информацията в тях.

Изработването на такъв сайт става в период от няколко работни дни и цената варира в рамките 100 - 1000 лева. Недостатък при такъв тип страница е невъзможността или трудността обновяването на информацията да се извърши от неквалифициран за целта човек. Ето защо те са подходящи за малки фирми, които нямат периодични промени в структурата на работа и в продуктовата гама. Най-често такъв тип страници се хостват при Интернет доставчика на фирмата, или на сървърите на компанията изработила сайта. Това би спестило разходите за закупуване на собствена машина (сървър), на който да се инсталира страницата.

2. Представителни сайтове, които имат по-сложна структура и изискват поддържане и постоянна връзка към бази от данни.

Посетителите на страницата имат винаги актуална информация за продуктите и фирмените цени във всеки един момент, като това се постига чрез създаване на възможност служител от фирмата без специална квалификация да променя динамично всички модули от сайта.

Изработката на такъв тип динамичен сайт отнема обикновено над 20 работни дни, а цените започват от 2 000 лв. и могат да достигнат над 10 000 лв., в зависимост от сложността на архитектурата и дизайна на страницата. Обикновено хостването на такива страници става при фирмата-поръчител, но няма проблем те да бъдат разположени при Интернет доставчика. Разходите на фирмата, ако реши да поддържа самостоятелно страницата си, предполагат цената за Интернет достъп и трафик, както и отделна машина, на която да се инсталират необходимите приложения и самата страница.

Безспорното удобство в случая е възможността компанията сама да определя структурата, пълнотата и актуалността на информацията, която се предлага в Интернет. Освен това всяка промяна в политиката на фирмата може максимално

бързо да бъде разпространена сред настоящите и бъдещи партньори с помощта на такъв тип Интернет представяне.

3. Интернет портали с гъвкава и сложна структура. В тях също може да бъде публикувана, актуализирана, променяна и добавяна всякаква информация за фирмата и предоставяните от нея продукти и услуги. Освен това чрез такъв сайт могат да се извършват онлайн поръчки и плащания, да се поддържа форум за срещи с потребители и доставчици, постоянна статистика и текущ анализ на посещаемостта на страницата и др.

Поддържането на порталите също става от служители на самата фирма, но най-често те са преминали специално обучение в компанията реализирала проекта по създаването на страницата. В зависимост от очаквания трафик се избира максимално подходящо място за хостване на портала (за препоръчване при голям Интернет доставчик).

Периодът за изработване на такава страница (тип портал) може да продължи няколко месеца, като цените са по договаряне. Самата техника, която трябва да осигурява безпроблемната работа на портала струва няколко хиляди долара.

В този смисъл изграждане на такъв тип страница е присъщо по-скоро на високотехнологични фирми, или такива, които възнамеряват да използват електронна търговия и/или е-бизнес.

След като бъде стартирана фирмената уеб-страница, от изключително значение е да се осигури нейното популяризиране чрез включването ѝ в базите данни на водещите търсещи машини ([www.google.com](http://www.google.com), [www.excite.com](http://www.excite.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com) и др.). В повечето случаи тази услуга се предлага от компанията, която изработва страницата, като често това става срещу допълнително заплащане.

Принципите на ранкиране на Интернет страниците от различните търсачки в мрежата също трябва да бъдат взети под внимание при разработването на сайта, защото от правилното подбиране на ключови думи, описания и референции зависи дали и при какво точно търсене ще бъде намерена определена страница. Това също е част от задължението на разработчика на сайта, но не бива да бъде пропускано при подготовката на конкретната заявка за създаване на уеб-страница.

---

Дори и да нямат възможност да финансират и изградят собствено Интернет представяне, МСП имат още една, сравнително евтина (понякога дори безплатна) възможност да рекламират дейността си в мрежата. Тя е предоставена от т. нар. бизнес портали (за България такива са - [www.econ.bg](http://www.econ.bg), [www.business.bg](http://www.business.bg), [www.911.bg](http://www.911.bg)), повечето от които осигуряват безвъзмездно или срещу минимална сума ограничено пространство за представяне на компании. Освен че по този начин малките фирми могат да спестят средства, участието в подобни бизнес портали им дава възможност да се включат в различни мрежи на браншови принцип, да участват съвместно с други членове на портала в големи конкурси и да създават контакти. Повечето портали в България и чужбина предлагат освен минималния безплатен пакет и по-сложни и комплексни решения срещу определена такса, която все пак е по-ниска от инвестицията за направата и поддържането на собствен уеб-сайт.

## **ДРУГИ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ (ИТ) В ПОЛЗА НА МСП**

Въпреки че Интернет лежи в основата на много от нововъведенията в бизнес процесите през последните години, не по-малко значение за улесняване и подобряване на работата на предприятията оказва развитието на информационните и комуникационните технологии като цяло. В това число се включват възможностите, предоставяни от употребата на компютри, все по-сложните софтуерни програми, автоматизирането на процесите, появата на мобилните комуникации и др.

Най-масовият и популярен пример за използване на ИТ в МСП в България са счетоводните програми, които са внедрени в повечето от компаниите, като спестяват много разходи и улесняват работата на счетоводния отдел и одиторите. Един от безспорните плюсове, които имат отношение към силното разпространение на този тип софтуер е фактът, че той се произвежда от местни фирми, което от една страна допринася за сравнително ниската цена за внедряване, съпоставима с реалните обороти на българските МСП. От друга страна, тези програми са изцяло съобразени с особеностите на българското законодателство и българския език, което допълнително ги прави по-привлекателни от чуждестранните аналози.

Друг изключително ценен за повечето предприятия български ИТ продукт са юридическите справочници и бази данни. През последните няколко години идеята за обикновено събиране на нормативните актове еволюира и в момента повечето такива програми предлагат много повече - база данни на държавен вестник, съдебна практика, превод на законите, типови договори, бланки, процедури и др. Изключително удобна за потребителите е възможността актуализацията на програмите да става през Интернет, което улеснява и ускорява многократно процеса на обновяване.

Освен изброените възможности, съществуват и още няколко услуги, чието осигуряване става възможно отново благодарение на Интернет като канал за

---

пренос на информация. Става въпрос за все по-често използваните Интернет банкиране (предоставяно от някои от банките в България) и VoIP (Voice over Internet Protocol - пренос на глас през Интернет). Повечето от големите Интернет доставчици осигуряват и VoIP.

Е-банкирането има всички предимства, които мрежата предлага - достъп до банковите услуги 24 часа на ден и 7 дни в седмицата, независимо от мястото или държавата, в която се намира потребителят. В най-общи линии банките в България предлагат:

- Получаване на справки по банкови сметки
- Извършване на операции по банкови сметки (откриване и закриване на сметки, извършването на преводи, заявки за инкасо, покупко-продажба на валута и др.)
- Получаване на финансова информация
- Получаване на персонална информация
- Заявки за услуги (кредит и др.)

Електронното банкиране спестява не само време, а и разходи на всеки работодател или управител на фирма. Ето защо то е много добре възприето от повечето корпоративни клиенти на банките и разпространението му е сравнително бързо, като заедно с това и обхватът на услугите, предлагани през Интернет се увеличава.

VoIP е услуга, която позволява провеждане на междуградски и международни разговори на цени, много по-ниски от нормалните телефонни услуги. VoIP се използва от много време в повечето развити страни по света и е доказала своя потенциал за печалба, като е изключително добре приета от потребителите. Напоследък използването на VoIP се превърна в бизнес модел за някои предприемачи, които след падането на монопола на БТК в началото на 2003 г. започнаха сами да предлагат услугата пренос на глас през Интернет. За оборудване на една линия за използване на VoIP технология се изисква инвестиция по-малко от 10 000 долара, като правилното подбиране на мястото за откриване на такава линия може да осигури успешното развитие на предприятието.

Един от положителните фактори в България, от които могат да се възползват управителите на МСП е наличието на голям брой качествени компании за разработка на софтуер в страната. За многократно по-ниски цени от световните всяка фирма може да поръча изработка на персонализирана информационна система или продукт, които според типа бизнес на предприятието биха могли да допринесат много за подобряване на резултатите от работата (чрез намаляване на разходите за производство, улесняване или съкращаване на работния процес и т.н.).

Развитието и навлизането на електронните подписи (първият доставчик на удостоверителни услуги вече е лицензиран) и електронно правителство (стратегията беше приета от Министерски съвет в края на 2002 г.) са също сериозен стимул за тези, които все още не са решили да използват компютри и Интернет в своята дейност. Малко или много комуникацията с държавната администрация към момента отнема доста от времето на всеки предприемач в България, а използването на тези „удобства“ на съвременния свят биха могли да улеснят до голяма степен развитието на бизнеса.

---

## БАРИЕРИ ПРЕД НАВЛИЗАНЕТО НА ИКТ В МСП

Факт е, че според повечето световни изследвания няма МСП (независимо от сферата на дейност или обема на работа), където традиционните бизнес процеси да не могат да бъдат автоматизирани в някаква степен и улеснени с въвеждането и използването на ИКТ. Въпреки това голяма част от малкия и средния бизнес все още не съумява да се възползва от предимствата, предлагани от новите технологии. Условно могат да се разгледат няколко основни причини за това, а именно:

1. МСП са концентрирани върху оцеляването на своя бизнес, като кръгзорът им е ограничен до краткосрочните перспективи.
2. Не обръщат достатъчно внимание на стратегическото планиране за развитие на бизнеса си.
3. Не познават достатъчно добре възможностите, които ИКТ и особено Интернет и компютрите предлагат.

Докато първата причина до голяма степен зависи от макроикономическата и социална среда за развитие на определен тип бизнес, то втората и особено третата са в основни линии резултат от мисленето и възгледите на управителя/собственика на МСП. Ето защо при определяне политиката на развитие те са основните проблеми, които трябва да бъдат преодолені за да се постигне успешно оползотворяване на възможностите на ИКТ за целите на малкия и средния бизнес.

Реално пречките за по-бързо навлизане на ИКТ в МСП могат да се разделят в шест основни групи:

1. Управление и стратегия
2. Разходи и финансиране

3. Умения и обучение
4. Технологичен избор
5. Сигурност и надеждност

В една или друга степен някои от горните групи проблеми (много често повече от един) са причина за отлагане и пренебрегване на технологичните нововъведения.

Отношение на мениджмънта и гъвкавост на организацията.

Като цяло МСП са много по-гъвкави и адаптивни от големите фирми, но в същото време са много по-малко склонни на експерименти в непознати за тях територии. Поради тази причина управителите и собствениците предпочитат да не излизат от традиционната си сфера на дейност, възприемайки използването на технологиите като разширяване на полето за работа, а не като средство за улесняването ѝ.

- Много от собствениците на МСП са склонни да смятат, че компаниите, които им предлагат съвременни ИКТ просто продават продукт, без да са сигурни, че от него има някаква полза. Ето защо успешна роля за промяна на това положение могат да изиграят независимите организации и асоциации, които да осигурят повече безпристрастна информация и данни за реалното състояние на нещата и да помогнат на МСП в избора им. Факт е, че през последните години търсенето (по-скоро интересът) към компаниите, продаващи различен софтуер за оптимизиране работата в предприятие е значително засилен.
- Като цяло собствениците на МСП не са склонни да създават дългосрочна или дори средносрочна стратегия за развитието на бизнеса си. Според изследванията те смятат, че това може да навреди на способността на предприятието да се адаптира и променя според пазарната обстановка. Когато обаче става дума за въвеждане и използване на нови технологии, планирането е една от задължителните стъпки, чрез които може да се намери подходящия момент за промяната, както и да се установи какви да бъдат разходите за внедряване на ИКТ.
- Тенденция да се гледа на новите технологии като на „излишни разходи“, на нещо, което не е необходимо и не може да подобри работата на

---

МСП, когато неговата дейност е извън сферата на технологичния сектор.

### ***Разходи/Финансиране***

В повечето случаи мениджърите или предприемачите смятат, че инвестирането в използване на ИКТ е или много скъпо, или ненужно на настоящия етап. Много често те преценяват, че самото обучение на персонала също ще изисква значителен финансов и времеви ресурс, което още повече намалява привлекателността на такива разходи.

### ***Умения/Обучение***

Негативно влияние за навлизането на ИКТ в малките предприятия оказва и фактът, че много от собствениците нямат необходимите знания и умения да преценят важността и ползата на технологиите, като в същото време не позволяват на служителите си да се намесват в управленски решения от такъв тип. Също така някои мениджъри смята, че наемането на обучени хора би било по-скъпо и съответно нерентабилно за бизнеса.

### ***Технологичният избор***

Поради непознаването на технологиите, много управители на МСП се страхуват да не направят неправилен избор по отношение на съвместимостта и приложимостта на ИКТ, като в същото време не желаят (или не могат да си позволят консултация на експерт). Липсата на стандартизация в ИТ продуктите също притеснява собствениците на МСП и възпира разпространението на ИКТ.

### ***Сигурност и надеждност***

Много МСП се страхуват да инвестират в информационни системи и от връзката с Интернет, тъй като се опасяват от злоупотреби и кражба на бизнес информация. Освен това постоянните новини за компютърни вируси, програми за извличане на чужда информация през мрежата и софтуерни проблеми също допринасят за негативното отношение към компютрите и Интернет.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Високите технологии навлизат в икономическия и социалния живот на хората, независимо от техните желания и предпочитания. Българските предприемачи и управители на МСП трябва да се възползват своевременно от възможностите, които ИКТ предоставят, не само за да задоволят изискванията на местните си клиенти, а и за да гарантират запазване на своята конкурентноспособност в съвременния глобализиращ се свят. България скоро ще бъде част от Европейския съюз, и най-добрият начин да посрещнем предизвикателствата на присъединяването е да постигнем нивото и качеството на работа на европейските предприятия.

Информационните технологии, автоматизацията на процесите и използването на компютри в ежедневните операции също носят само предимства на потребителите. Шанс за българските управители на МСП е фактът, че в страната има много местни фирми, занимаващи се с разработка на специализиран софтуер и уеб-дизайн, като цените на предлаганите от тях услуги до голяма степен са съобразени с реалността на пазара. Това компенсира в повечето случаи невъзможността на компаниите да се възползват от чуждестранните софтуерни продукти, инвестициите в които са непосилни за повечето български МСП.

Интернет не е и не може да бъде панацея за проблемите на МСП в страната. Най-малкото обаче, което мрежата може да осигури на бизнеса е евтина и бърза комуникация, достъп до разширени пазари и потенциални клиенти, лесно и качествено търсене и намиране на информация. Това в една или друга степен подобрява представянето на предприятията и ги прави по-конкурентни не само в локален мащаб, а в по-широки граници.

---

## ПОЛЕЗНИ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСИ ЗА МСП

### На английски език:

<http://www.ecommercecentre.online.wa.gov.au/guides/index.htm> - Полезни съвети и насоки за използване на Интернет развитие на електронна търговия в МСП. Страницата е създадена и се поддържа от австралийското министерство на индустрията и ресурсите.

<http://www.usherproject.org.uk/support/index.html> - Информация за тенденциите за развитие на е-бизнес в МСП, насоки и препоръки за успешно използване на ИКТ от предприемачите.

<http://ecom.ic.gc.ca> - Използване на ИКТ в Канада.

<http://www.bmck.com> - Правни ресурси свързани с използване на Интернет и ИКТ. Сайтът се поддържа от Baker & McKenzie

<http://www.mckinseyquarterly.com/> - Периодични анализи на различни икономически теми. Изключително полезни проучвания в областта на ИКТ и приложението им в бизнеса.

### На български език:

<http://www.econ.bg> - Българският икономически портал. Съдържа огромна база данни с връзки към страници на икономическа тематика, азбучен бизнес каталог, включващ над 50 000 компании, информация за валутен и капиталов пазар, официална статистика.

<http://www.stat.bg> - Статистически портал, осигуряващ информация до официални статистически данни от всички източници в страната.

<http://www.lex.bg> - Правен портал, правно информационна система онлайн, юридическа информация.

<http://accinfo.persof.com/v2/> - Икономическа информация за България.

<http://www.business.bg/> - Електронен бизнес каталог.

<http://www.cilaw.org> - Полезна информация за компютърно и Интернет право.

**И**НФОРМАЦИОННИТЕ  
ТЕХНОЛОГИИ В ПОМОЩ  
НА МАЛКИЯ И  
СРЕДНИЯ БИЗНЕС



ЦЕНТЪР ЗА ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

София, ул. Багша 1, бл. 9