

## STRATEGIES FOR DEVELOPING THE CANNING INDUSTRY IN BULGARIA

**Georgi Toskov**

University of Food Technologies, Plovdiv, Bulgaria, G\_Toskov@uft-Plovdiv.bg

**Abstract:** Good climate in Bulgaria defines the excellent qualities of local varieties of fruits and vegetables and by default of Bulgarian canned foods. However, problems such as reduced amount of arable lands or wastelands that have been amassing for decades now, seem to affect this sector of the industry. Lack of agriculture produce requires imports from other countries. Until 1990, former state factories used to produce up to 1 million tons of canned food. 55% of them were a direct export for Russia. After the democratic changes, canned-food factories were privatized and today they are about 150 big and smaller ones which have an annual output of about 150,000 tons of produce. Through bank credits and thanks to the European funding program, most of the canned-food factories fully renewed their technical equipment. About 60% of canned food produced in Bulgaria is exported to EU and the U.S., a fraction still goes to Russian markets. The article analyzes some statistical information about the developing of the food industry in Bulgaria.

The production capacity of modern canned-food factories is not fully utilized due to lack of vegetables. The reduced agriculture production has led to the fact that only half of the necessary produce is Bulgarian. 100% of eggplants are produced in Bulgaria. Half of the red peppers in canned-food factories are imported from abroad. Concerning tomato puree, up until 20 years ago entirely produced in Bulgaria is now imported from China. The article examines the strategies for increasing the competitiveness of the sector in Bulgaria.

**Keywords:** Strategy, competitiveness, canning industry, Bulgaria

## СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНСЕРВНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ В БЪЛГАРИЯ

**Георги Тосков**

Университет по хранителни технологии, Пловдив, България, G\_Toskov@uft-Plovdiv.bg

**Абстракт:** Добрият климат в България определя перфектните качества на местното аграрно производство на плодове и зеленчуци, а от там и на консервните продукти. Въпреки това, консервната промишленост в България страда от много и различни по вид проблеми, които включват ниско равнище на обработваемите земи и наличие на голям брой запустели площи. Липсата на достатъчно количество аграрна продукция стимулира вноса от различни страни. До 1990 година, консервната промишленост в България достигаше до ниво на производство от милион тона на годишна база. 55 % от това количество беше предназначено за експорт към Русия. След промените, производствените компании в консервната промишленост бяха изцяло приватизирани. Към момента в сектора работят около 150 малки и средни компании, чиито производство достига до около 150 000 тона на година. Голяма част от тези фирми успяха да модернизират и обновят производствените си мощности, благодарения на банкови кредити и финансиране по европейски програми. Близо 60 % от произведената продукция на българската консервна промишленост е предназначена за Европа и Америка. За съжаление само една много малка част се изнася за Русия. От стратегическа гледна точка българските производители биха могли да развият политика, която би могла да насочи продукцията им към държавите от бившия СССР. Статията има за цел да разгледа потенциалните възможности за развитие пред сектора, както и позиционирането на българските консерви на нови пазари.

Производствения капацитет на модерните консервни предприятия не е запълнен, което се дължи на липсата на зеленчуци. Драматичното намаляване на селскостопанско производство рефлектира пряко върху количеството произведена консервна продукция. Все още има определени зеленчуци, които се отглеждат изцяло на местна почва – например патладжана. Минус е че червената чушка, която се използва в консервната промишленост в по-голямата си част е вносна суровина. По отношение на доматеното пюре, което преди 20 години изцяло се произвеждаше с местна суровина и на локално ниво, към днешна дата се използва почти ексклузивно китайско вносно такова. В статията са разгледани тенденциите за стратегическо развитие и повишаването на конкурентоспособността на сектора в България, както и проблемите които стоят пред правилното функциониране на сектора.

**Ключови думи:** стратегия, конкурентоспособност, консервна промишленост, България

## 1. ВЪВЕДЕНИЕ

В сектор „Производство на хранителни продукти” (без напитки) в България, по данни на Евростат за 2017 г., броят на действащите предприятия е 4830, като с най-голям дял са предприятията, занимаващи се с производство на хлябни и тестени изделия (56.6%).

Предприятията, преработващи плодове и зеленчуци, представляват 7.1% от всички предприятия в ХВП и 1.1% от предприятията в преработващата промишленост. Броят на заетите в сектор ХВП е 16 % от общия брой заети в преработващата промишленост на България. Най-много са заетите в сектор „Производство на хлябни и тестени изделия” с дял от 36.6%, а дялът на заетите в консервната промишленост е 9.5% от заетите в ХВП за 2014 г. и 1.5% от заетите в преработващата промишленост.

Обемът на произведената продукция на предприятията от ХВП представлява 14% от преработващата промишленост за 2017 г. и намалява в сравнение с 2016 г. с 1%. Най-голям е обемът на произведената продукция в сектор „Производство на месо и месни продукти” 26.2% от ХВП и 3.7% от преработващата промишленост. В сравнение с 2010 г. има намаление на дялът на този подсектор с 1.3% спрямо ХВП и с 0.4% спрямо преработващата промишленост.

Обемът на продукцията в сектор „Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци” заема 8.1% от ХВП и 1.1% от преработващата промишленост на страната. В сравнение с 2016 г. се отчита съвсем слабо намаление – с 0.2% спрямо ХВП и с 0.1% спрямо преработващата промишленост на страната за 2017 г., а сектор „Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци” – 1.1%.

В структурата на брунтните инвестиции в материални блага (Gross investment in tangible goods) ХВП заема 16.3% от преработващата промишленост на страната. Намалението спрямо 2016 г. е с 2.7%. С най-голям дял е сектор Производство на хлябни и тестени изделия и Производство и преработка на месо; производство на месни продукти (съответно 3.1% и 2.5% от инвестициите в преработващата промишленост). Дялът на брунтните инвестиции в сектор ”Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци” от инвестициите в преработващата промишленост е 2.2%, а от ХВП – 13.2%.

**Таблица №1 Избрани основни показатели в сектор „Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци” и дял от „преработващата промишленост” в ЕС (2007-2017)**

Показатели Сектори	Предприятия, брой	Заети лица, брой	Обем на продукцията, млн. EUR	Обем на оборота, млн. EUR	Заплати и възнаграждения на персонала, млн. EUR	Брутни инвестиции в материални блага, млн. EUR
Преработваща промишленост	30 242	537 084	24 576.5	25 445.4	1865.0	1269.7
Производство на хранителни продукти	4829	84 427	3441.1	3864.7	266.5	207.1
Производство и преработка на месо; производство на месни продукти	510	17 628	901.4	951.3	59.0	32.3
Преработка и консервиране на риба и други водни животни	33	1353	28.6	28.8	3.2	1.0
Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци	342	8011	277.2	283.8	22.4	27.4
- дял от сектор Производство на хранителни продукти, %	7.1	9.5	8.1	7.3	8.4	13.2
- дял от Преработващата промишленост на страната, %	1.1	1.5	1.1	1.1	1.2	2.2
Производство на растителни и животински масла и мазнини	81	2 586	283.2	479.4	12.4	30.6
Производство на мляко и млечни Продукти	289	9 149	415.7	426.1	30.1	22.7

Показатели Сектори	Предприятия, брой	Заети лица, брой	Обем на продукцията, млн. EUR	Обем на оборота, млн. EUR	Заплати и възнаграждения на персонала, млн. EUR	Брутни инвестиции в материални блага, млн. EUR
Производство на мелничарски продукти, нишесте и нишестени продукти	146	2 654	327.1	349.0	12.2	14.5
Производство на хлебни и тестени Изделия	2733	30 921	526.6	562.2	71.7	39.9
Производство на други хранителни Продукти	591	10 365	518.9	591.3	49.3	31.1
Производство на готови храни за Животни	104	1760	162.6	192.8	6.2	7.6

Източник: НСИ

## 2. СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОТРАСЪЛА

Стратегията за развитие на отрасъла трябва да се подчинява на няколко задачи:

- Увеличаване на производството на консервирани продукти за по пълноценното задоволяване на потребностите от тях;
- Ефективно използване на материално-енергийните ресурси;
- Обвързване на изкупните цени на селскостопанската продукция с нейното качество;
- Ориентиране към пазарите от Източна Европа , Близкия Изток и др.;
- Определяне на стратегическите направления за ефективно използване на научно-техническия и кадровия потенциал за изпълнение на поставените цели;

Въпреки негативните тенденции и на износа и производството, основните фактори, които могат да повлияят положително на отрасъла, могат да се обособят в следните групи:

- Развитие на технологичната инфраструктура на отрасъла – създаване на мощности за производство. На тази основа може да се обогати продуктовата структура на всяко консервно предприятие;
- иновационните процеси да бъдат насочени към: производството на нови видове хранителни продукти; внедряване на нова техника и технологии; подобряване условията на труд; екологично чисти храни;
- Увеличаване на инвестициите в консервната промишленост.

На база на предходния анализ мога да се направят следните изводи:

1. Хранително-вкусовата промишленост независимо от всичко, има огромен за масштабите на страната потенциал. Стратегията на предприятията трябва да бъде насочена към организиране на неговото ефективно използване.

2. Разширеният достъп на български стоки на пазарите на ЕС, постигнат вследствие на Споразумението за асоцииране на България, несъмнено създава благоприятни предпоставки за увеличаване на износа на консервни продукти, в производството на които ние имаме сравнителни международни предимства.

3. Фирмите на консервната промишленост следва да отговарят на изискванията и предизвикателствата, произтичащи от тези условия, които повишават качеството и конкурентоспособността на своите продукти както на вътрешния, така и на международните пазари и развият способността си да реагират адекватно на очаквания засилен натиск от ЕС и от трети страни.

Хранително-вкусовата промишленост (ХВП) обхваща три големи групи продукти: „храни“, „напитки“ и „лютюневи изделия“. В групата на хранителни продукти се отнасят 9 сектора: 10.1 Производство, преработка и консервиране на месо и месни продукти, без готови ястия; 10.2 Преработка и консервиране на риба и други водни животни, без готови ястия; 10.3 Преработка и консервиране на плодове и зеленчуци, без готови ястия; 10.4 Производство на растителни и животински масла и мазнини; 10.5 Производство на мляко и млечни продукти; 10.6 Производство на мелничарски продукти, нишесте и нишестени продукти; 10.7

Производство на хляб и тестени изделия; 10.8 Производство на други хранителни продукти; 10.9 Производство на готови храни за животни. До 2007 г. действа НКИД-03, в която група 10.7 и 10.8 са обединени.

Традиционно ХВП е един от най-силно развитите отрасли в българската индустрия. През 2017 г. ХВП произвежда продукция на стойност 1 807,6 млн. лв. с дял от 10,1% в общата промишлена продукция на страната и 22,4% от тази на преработващата промишленост. Докато дялът на ХВП в индустрията общо отчита ръст от 8,8% през 2013 до 10,1% през 2017 г., то за същия период приносът ѝ в преработващата промишленост се увеличава с над 1/3 (от 16,8% на 22,4%) (табл.4). Очевидно това е свързано с контекста на световната криза, в която производството на храни, напитки и тютюни се представя по-добре в сравнение с други индустрии.

**Таблица №2 Добавена стойност по факторни разходи (2013 – 2017)**

Показатели	2013		2014		2015		2016		2017	
	млн.лв	%	млн.лв	%	млн.лв	%	млн.лв	%	млн.лв	%
Общо икономика	43 423,6	100,0	50 574,7	100,0	57 773,0	100,0	58 695,5	100,0	60 716,1	100,0
Индустрия - общо	13 379,2	30,8	1 6395,5	32,4	17 986,6	31,1	18 394,5	31,3	17 880,7	29,4
Преработваща промишленост	7 003,0	16,1	9 255,0	18,3	8 367,0	14,5	7 595,1	12,9	8 064,9	13,3
ХВП	1 179,0	2,7	1 555,0	3,1	1 686,5	2,9	1 611,4	2,7	1 807,6	3,0
% в индустрия общо		8,8		9,5		9,4		8,8		10,1
% в промишлеността		16,8		16,8		20,2		21,2		22,4
Дял на ХВП в БДС		2,7		3,1		2,9		2,7		3,0
Ръст на БДС в ХВП		7,6		31,9		8,5		-4,5		12,2
Дял на ХВП в заетостта		4,8		4,7		4,6		4,5		4,6

**Източник: НСИ**

Както вече бе споменато, съществуват повече от 6500 регистрирани малки и средни предприятия в областта на хранително-вкусовата промишленост. Всички отрасли имат сдружения, които защитават своите общи интереси. Ключовата цел на сдруженията на производителите и синдикатите е да се улесни диалога с политиците и да се подобри информираността и квалификацията, както на работодателите, така и на служителите в сектора чрез обмен на най-добрите практики и организиране на тематични семинари. Като се има предвид техният опит, те имат общо разбиране върху цялостната рамка на икономическото развитие на хранително-вкусовата промишленост и познават в детайли конкурентоспособността на своите сектори, но за съжаление статистически данни липсват. Тази липса на статистически данни е много сериозна пречка при всяко изследване.

#### 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

България е традиционно земеделска страна, но хранително-вкусовата промишленост не е основна икономическа дейност. Тя допринася за 2,6% от брутната добавена стойност, 3,5% от заетостта и 15% от общата промишлена продукция. В хранително-вкусовата промишленост има около 6 500 предприятия – предимно произвеждащи хляб и сладкарски изделия, напитки, месни и млечни продукти. Хранително-вкусовата промишленост създава работни места на около 14% от всички заети в целия производствен сектор и този процент е останал стабилен през последните 5 години. Консервната промишленост е ключова за развитието на сектора, като цяло. Това са и основните доводи, заради които работата и подобренията по отношение конкурентоспособност трябва да бъдат стимулирани с пълна сила. Потенциала на хранително-вкусовата промишленост в България не е достигнат и тепърва той може да се позиционира на европейската и световна карта.

**ЛИТЕРАТУРА**

- Терзийски, К. (2010) *Конкурентоспособност на българските зеленчуци на международния пазар*, ИУСС, бр.4, с.21-23
- Портър, М., (2004). *Конкурентното предимство на нациите*, Класика и стил, С.
- Портър, М., (2005). *Конкуренцията съдържа теоретични и практични изследвания*, Виляма, с.608.
- Йорданов, Й. и др., (2009). *Иновациите – фактор за конкурентост и възможност за ирационално стоково разнообразие*, VI НК „Мениджмънт и предприемачество“, ТУ – София.
- Каплан, Р., Нортън Д., (2005), *Балансирана система от показатели за ефективност*, с.4, 12, 163, С.
- Ansoff, H. I., Kipley, D., Lewis, A. O., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2018). *Implanting strategic management*. Springer.
- Cook, N. D. (2015). *Crisis management strategy: Competition and change in modern enterprises*. Routledge.
- Hill, T. (2017). *Manufacturing strategy: the strategic management of the manufacturing function*. Macmillan International Higher Education.
- Lasserre, P. (2017). *Global strategic management*. Macmillan International Higher Education.
- Rothaermel, F. T. (2017). *Strategic management*. New York, NY: McGraw-Hill Education.