

---

**CHALLENGES IN THE DAIRY SUBSECTOR IN THE TERRITORY OF SOUTH CENTRAL BULGARIA****Ana Yaneva**Department of "Economics of Food Industry", University of Food Technologies - Plovdiv, Bulgaria, [A\\_Yaneva@uft-plovdiv.bg](mailto:A_Yaneva@uft-plovdiv.bg)**Atanaska Teneva**Department of "Economics of Food Industry", University of Food Technology – Plovdiv, Bulgaria, [A\\_Teneva@uft-plovdiv.bg](mailto:A_Teneva@uft-plovdiv.bg)

**Abstract:** Given the specificity of production in the Food sector, and in particular the Milk and dairy products sub-sector, the European Union's stringent requirements for control and quality in the production and processing of food products further prevent the work and even question the survival of many small Bulgarian companies, literally pushing out of the market the ones that are less adaptive. In order to be competitive on the European market and to take their deserved place, both financial and human resources are needed for market researches and develop innovative technologies and new products.

The dairy sub-sector in Bulgaria mainly consists of small and medium-sized enterprises and the self-solving of these problems is impossible without inter-company cooperation for sharing costs, skills and knowledge. Considering these conditions and the increased external competition, it is necessary for the dairy companies to turn themselves towards new effective forms of organization and cooperation which will lead them to increased efficiency and competitiveness of the milk and dairy sub-sector in general. The article presents data from a study of the prevailing attitude toward interfirm cooperation of dairy companies in the South Central Region of Bulgaria and makes an assessment of the state of the enterprises in the dairy sector in the studied region.

**Keywords:** milk and dairy products sector, challenges, cooperation, regional development

**ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В МЛЕЧНИЯ ПОДСЕКТОР В ЮЖЕН ЦЕНТРАЛЕН РАЙОН НА БЪЛГАРИЯ****Ана Янева**катедра „Икономика на хранителната индустрия“ към Университет по хранителни технологии – Пловдив, България, [A\\_Yaneva@uft-plovdiv.bg](mailto:A_Yaneva@uft-plovdiv.bg)**Атанаска Тенева,**катедра „Икономика на хранителната индустрия“ към Университет по хранителни технологии – Пловдив, България, [A\\_Teneva@uft-plovdiv.bg](mailto:A_Teneva@uft-plovdiv.bg)

**Резюме:** Предвид спецификата на производството в сектор „Хранителни продукти“ и по-специално на подсектор „Мляко и млечни продукти“, строгите изисквания на Европейската общност по отношение на контрол и качество при производство и преработка на хранителни продукти допълнително затрудняват работата и дори поставят под въпрос оцеляването на множество малки български фирми като буквално изтласква от пазара по-трудно адаптиращите се. За да бъдат конкурентни фирмите на европейския пазар и да заемат своето място, са необходими финансов и човешки ресурс за проучване на пазара и разработване на иновативни технологии и нови продукти.

Млечният подсектор в България е изграден предимно от малки и средни предприятия и самостоятелното решаване на тези проблеми е непосилно без междуфирмено сътрудничество за споделяне на разходи, умения и знания. При тези условия и засилената външна конкуренция се налага фирмите от млечния бранш да се ориентират към нови ефективни форми на организация и сътрудничество, водещи до повишаване на тяхната ефективност и конкурентоспособност и на подсектора като цяло. Статията представя множество данни от изследване на нагласата за междуфирмено сътрудничество в Южен Централен район на България и оценка на състоянието на голяма част от предприятията в млечния подсектор в изследвания регион.

**Ключови думи:** млечен подсектор, предизвикателства, сътрудничество, регионално развитие

## 1.УВОД

Нарастващата сложност, неопределеност и динамика на социално-икономическата среда обуславя необходимостта от изследване на предизвикателствата и осмисляне на възможностите за сътрудничество като средство за повишаване на конкурентоспособността на регионите. Конкретният фокус е върху развитието на предприятията в млечния подсектор в България и в частност на Южен Централен район.

Европейските програми за развитие на селските райони осигуряват инвестиции за обновяване и модернизация на млекопроизводството и производството и преработката на млечни продукти в България. Това влияе пряко върху реструктурирането на подсектора. Докато в предприсъединителния период предприятията от този бранш имат сравнително еднакви възможности, насоченост и практики, то в последните години ситуацията се променя. Усвояването на инвестиции води до промяната в стратегиите на предприятията и преразпределението на пазарите.[1]Оформят се големи водещи фирми, с ориентация към производство на суровини и тяхната преработка, което им гарантира качество, контрол и добро присъствие на пазара.[2] Тези предприятия заемат трайна позиция и във финансов план смятат да усвоят повече средства от ЕС.[3]

## 2.ЗАТРУДНЕНИЯ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ПОДСЕКТОР МЛЯКО И МЛЕЧНИ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ

**Основните предизвикателства**, които млечният подсектор в България среща, могат да се обобщат по следния начин[4]:

- *Липса на планиране* – голяма част от малките и средни предприятия произвеждат без дългосрочно планиране, поради недостиг на човешки и финансов ресурс, което често резултира в дефицит или свръхпроизводство. Възможности за планиране и проучвания имат по-големите предприятия, но техният брой е много малък;

- *Ниско квалифициран персонал* без необходимите професионални сертификати и дипломи;

- *Липса на млади кадри и специалисти* – независимо от получената професионална квалификация, повечето от тези млади хора не продължават да работят в бранша, тъй като той предлага ниски доходи и относително нисък социален престиж.[5]

Въпреки затрудненията, млечният подсектор в България има капацитет и възможностите за развитие следва да се търсят и разглеждат в зависимост от следните фактори:

- *суровини* – набавянето им и решаването на проблеми, свързани с тях, зависят от промените в селското стопанство, тъй като основната суровина за подсектора се добива от животновъдство. От значение е и развитието на т.н. ”агробизнес” на базата на необходимо е да се търсят възможности за интеграция между селскостопанското производство, производството на хранителни продукти и тяхната търговия;

- *суровини* – набавянето им зависи от състоянието на животновъдство и развитието на агробизнеса, а предизвикателствата са във възможностите за интеграция между селскостопанското производство, производството на хранителни продукти и тяхната търговия;

- *пазари* – изгубените европейски пазарни позиции дават негативен ефект върху развитието на млечния подсектор и селското стопанство в България. Необходими са последователни усилия за връщането на тези позиции чрез качеството на продукцията като конкурентно предимство и повишаването на конкурентоспособността като цяло;

- *модернизация на техниката* – като средство за намаляване на себестойността и повишаване на производителността;

- *търговски вид и реклама* – от съществено значение за реализацията на продукцията, поради влиянието им върху избора на потребителите.

## 3.РЕГИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПОДСЕКТОР «МЛЯКО И МЛЕЧНИ ПРОДУКТИ», ЮЖЕН ЦЕНТРАЛЕН РАЙОН НА БЪЛГАРИЯ

Регионалното развитие е пряко свързано с добива на суровина и преработката ѝ. Затова е от изключително значение за подсектор „Мляко и млечни продукти“. Тенденцията е слаб район - липса на квалифицирана работна ръка - слабо развитие на подсектора. Изследването показва неравномерно разпределение на фермите за производство на мляко, преработващите предприятия и заетите в тях по региони. Най-голяма е концентрацията по тези показатели в Южен централен район на страната. Водещ фактор за развитието на подсектора в региона е и наличието на развито животновъдство.

Южен централен район е на първо място по брой на млечни ферми, разположени на територията му и е относителен дял 27% от общия им брой за страната.[6]

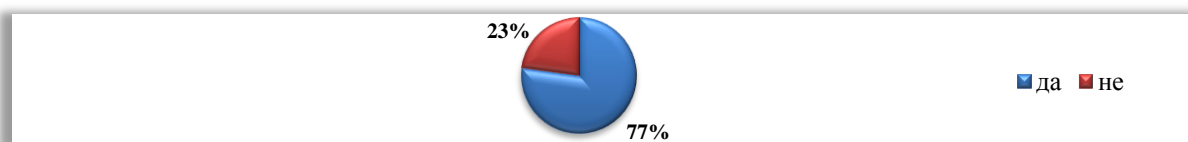
Район в България	Брой ферми
Северозападен	430
Северен централен	767
Североизточен	593
Югоизточен	771
<b>Южен централен</b>	<b>1 034</b>
Югозападен	209
<b>Общо за България</b>	<b>3 804</b>

**Фиг.1 Брой ферми за производство на краве мляко в България (2014)**

Характеристиката на млечния подсектор в България определя водещата роля на Южен централен район. Млечният подсектор е един от двигателите на регионалната икономика и точно затова в него са необходими непрестанни подобрения, развитие и създаване на нови иновационни форми на организация и сътрудничество.

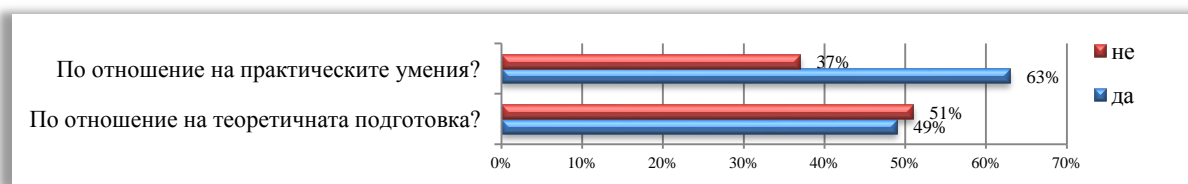
#### 4.РЕЗУЛТАТИ И ИЗВОДИ ОТ АНКЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

За нуждите на изследването е изработена многокомпонентна анкетна карта, покриваща широк спектър от въпроси за състоянието и перспективите за развитие на бранша в Южен централен район. Обект на изследването са предприятията от подсектор „Мляко и млечни продукти“, разположени на територията на Южен централен район в България. Извадката може да се приеме за типологична, тъй като включените в изследването предприятия съответстват по своя дял като големина и териториално разпределение на фирмите от подсектора в изследвания район по официални данни на Националната статистика.



**Фиг.2 Срещате ли трудности при набиране на квалифициран персонал?**

Въпреки наличните образователни средни и висши училища на територията на района 77% от респондентите се затрудняват при набирането на квалифицирани кадри (фиг.2). В същото време проучвания сочат, че не се правят достатъчно инвестиции за обучение на персонала.[7] Докладът на Световния икономически форум за глобална конкурентоспособност от 2015 г. отрежда 68-мо място на България. Данните сочат, че българските предприемачи подценяват професионалното управление и оценката за фирмените политики за обучение и квалификация е ниска.[8]



**Фиг.3 Отговаря ли квалификацията и професионалните умения на наетите кадри на бизнес нуждите?**

Съществува неудовлетвореност от страна на ръководствата на фирми по отношение на теоретичната и практическата подготовка на кадрите (фиг.3). Придобитото образование на голяма част от наетите не отговарят на изискванията за практически умения и теоретична подготовка за нуждите на бизнеса.[9] Необходима е пряка и обратна връзка между предприятията и образователните институции в района за адаптиране на учебните програми според динамично променящата се среда, условия и технологии.

#### **Фактори, предопределящи успеха на бизнеса в млечния сектор в Южен централен района**

Като най важен фактор, предопределящ успеха на бизнеса в бранша в изследвания район, респондентите определят „пазарните условия“. След това с еднаква тежест са „опит и умения на работници и служители“, „организационни умения на управленските кадри“ и „добрите контакти с клиенти“. Със средна степен на значение са „Адекватно финансиране“ и „Междуфирмените връзки“. А недооценени са „новите продукти“, „иновациите в работния процес“ и „успешните маркетинг и реклама“. Тези резултати могат да бъдат обяснени с

наличието на много представители на дребния бизнес сред анкетиранияте. Фирмите нямат финансовия и човешки ресурс да отделят за иновации и реклама. В голяма степен разчитат на персонални връзки и нови пазарни ниши в техния регион.-

По отношение на факторите, които биха повлияли на решението за допълнителни инвестиции, респондентите поставят на първо място „Достъп до национални и европейски субсидии“ и „Данъчни преференции и данъчна политика“, след това - „Възможности за подпомагане и стимулиране от местната администрация“, а на последно място - „Наличие на развита техническа инфраструктура за изграждане на предприятия“ и „Наличие на свободни и регулирани терени“.

Силната чувствителност към възможностите за безвъзмездно и частично финансиране, за използване на данъчно преференции са характерни за голяма част от малките и средни предприятия в България и могат да бъдат една от предпоставките за търсене на възможности за коопериране.

Данните, събрани чрез отворените въпроси в анкетата са анализирани и чрез техники за контент анализ (англ.ез. – content analysis) с помощта на компютърния софтуер ATLAS, който дава възможност за кодиране, анализ и онагледяване на резултатите както от големи така и от малки бази качествени данни.

В следствие на анализа е изграден модел на основните заплахи за развитието на бизнеса в млечния подсектор, свързани с пазарните условия в Южен централен район. Респондентите поставят силен акцент върху пречките свързани с нелоялни конкурентни практики, които водят до ниско качество на продукцията в подсектора и невъзможност за подобряване качеството на продукцията. От друга страна ниската покупателна способност на населението също се явява като основна пречка за развиването на продукт с по-високо качество и луксозен асортимент.



**Фиг.4 Основни заплахи за развитието на бизнеса**

На второ място се открояват проблемите пред бизнеса, свързани с проблеми в самия сектор. Както и по-рано в анализа, малкият размер на предприятията и недостигат на финансов ресурс са основна пречка за развиване на иновации и обновяване на материалната база с ново високопроизводително оборудване. Предприятията от дребния и среден бизнес срещат трудности при оформянето на своята документация, нямат достатъчния човешки ресурс и знания за да се възползват от всички възможности за съфинансиране по държавни и европейски програми и съответно оценяват бюрократичните процедури като тежки и основна пречка пред развитието на техния бизнес.



Фиг.5 Фактори за развитие на бизнеса



Фиг.6 Възможности за развитие на бизнеса



Фиг.7 Проблеми на бизнеса в млечния подсектор

Извършеният контент анализ потвърждава предварителната оценка относно състоянието на голяма част от предприятията в млечния подсектор в Южен централен район и изсветлява факторите, водещо до него -

- последиците от Световната икономическа и финансова криза се преодоляват бавно от предприятията в подсектор „Мляко и млечни продукти“ в България;
- Ниската платежоспособност на населението се отразява негативно на количеството консумирани млечни продукти у нас;

▪ Изкупната цена на млякото и неговото качество имат пряка връзка с качеството и крайните цени на млякото и млечните продукти и в повечето случаи се явяват пречка за постигането на оптимално съотношение цена-качество за крайния потребител;

▪ Цените на труда и отдалечеността на суровината имат силен ефект върху производителите на млечни продукти, тъй като голяма част от тях са представители на малкия и среден бизнес и разполагат с ограничен финансов ресурс.

Всички звена по веригата *животновъдство–млекопроизводство–производство на млечни продукти–търговия на едро и дребно* се намират в непрестанна синергична връзка, тъй като извършват предимно дейност в затворена верига с локален характер и се намират в силна зависимост един от друг. Така например промяна в цената на фуража директно и силно може да повлияе на цената на всеки млечен продукт за крайния потребител.

Опитите за сертифициране и управление на качеството на млечните продукти е стъпка в правилната посока, като положителният ефект ще позволи на търговците в бранша да произвеждат по-качествени продукти, чието търсене ще има по-стабилен и предвидим характер, а потребителите ще могат да базират избора си на своите предпочитания и да разчитат на гарантирано от съответната марка качество.

Обработката и анализът на резултатите от проведеното анкетно проучване насочват вниманието към част от проблемите на предприятията от млечния подсектор в Южен централен район на страната и те могат да се обобщят по следния начин:

- Необходимост от инвестиране в нова техника и обновяване на съществуващата;
- Липса на инвестиции за разработване на нови продукти и пазари;
- Лоша бизнес среда;
- Липса на квалифицирани кадри с добра теоретична подготовка;
- Дефицит на доверие между фирмите в бранша;
- Недостатъчна връзка между бизнеса и образователните институции;
- Липса на човешки и финансов ресурс за подготовка на проекти за участие в европейски проекти;
- Съмнения за нелоялни практики между конкурентите.

## 6.ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въпреки предизвикателства за справяне с кризата, предприятията от млечния подсектор в Южен централен район на България оцеляват и продължават да се развиват, поддържат стремеж към подобряване на качеството на продукцията си. Обаче те не могат да отделят финансов ресурс за обновяване на оборудване и иновации. Те трябва да се ориентират към възможностите за усвояване на средства от европейски и национални програми. Макар такова финансиране да има проектен характер, то може да допринесе за устойчиво развитие на млекопреработвателните предприятия. На второ място, необходима е регионална политика и инициативи за отворено сътрудничество между институции, фирми и браншови организации. Една от възможните форми на такова коопериране е клъстерното сътрудничество – практика, която, макар и широко популярна по света, все още не се налага в хранителната индустрия в България. Тенденцията на интегриране на част от малките и средни предприятия би позволила да се въведе високотехнологично оборудване, нови технологии, да се разнообрази тяхната продукция. На трето място, практическото бизнес сътрудничество в млечния подсектор ще бъде от значителна полза за земеделските стопани, фермери и млекопреработватели с малки и средни предприятия. Участието в създаване и реализиране на бизнес проект за коопериране създава конкурентен потенциал за участниците в мрежата, обобщавайки и разпространявайки производствен опит, адаптирайки добри търговски практики. Заедно със съответните институции могат да се търсят и намират практически решения на проблемите в бранша и възможности за неговото развитие.

## ЛИТЕРАТУРА

[1]Йорданова-Динова, П., Анализ на ефективността на стопанската дейност на предприятия от сектор "Млекопреработка" (анализ на обращаемостта на материалните запаси), Сборник от научни трудове на Съюза на учените в България – гр. Пловдив, II, серия А, 2016, ISSN 1311-9400, 140 – 145

[2]Госков, Г., Бичурова, И., Румяна Николова, Ивалина Иванова, „Лейбъл био като инструмент за повишаване на конкурентоспособността”, Национална научно-техническа конференция с международно участие "Екология и здраве", 2016, ISSN 2367-9530, 343 – 346.

- [3]Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Преработка на мляко и млечни продукти“, Българска Стопанска Камара, София, ноем. 2011 г., <http://www.bia-bg.com/service/view/18059>
- [4]„FOOD-FIT Project“ Национален доклад, БЪЛГАРИЯ - Methodological proposals to facilitate the introduction of the European Qualifications Framework (EQF) in the food sector of the European Union (EU), [http://formacion2020.net/webfoodfit/files/National\\_report\\_Bulgaria\\_BG.pdf](http://formacion2020.net/webfoodfit/files/National_report_Bulgaria_BG.pdf) (28.04.2016г.)
- [5]Марковска В., Възвръщаемост на инвестициите в човешки капитал, 2014, Научна конференция СУБ – Пловдив, стр.131-136, ISSN 1311-9400
- [6]Наредба No 4 от 19.02.2008 за специфичните изисквания при производството, съхранението и транспортирането на сурово краве мляко и изискванията за търговия и пускане на пазара на мляко и млечни продукти, актуална към 04.01.2016г.
- [7]Стоянова, А., Съвременното състояние на млекопреработвателната промишленост в България, Хранителна индустрия и търговия, 2005, N9
- [8]World Economic Forum 2015, The Global Competitiveness Report 2015-2016
- [9]Бичурова, И., Тосков Г., „Корпоративната социална отговорност и значението на знанието като конкурентно предимство“, Научни трудове на Съюза на учените Пловдив, Серия А., Обществени науки, изкуство и култура, Том II, ISSN 1311-9400, (Пловдив 2016 г.), стр. 164-167.