

**ст.н.с. д-р НОНА МАЛАМОВА**

*ИНСТИТУТ ПО АГРАРНА ИКОНОМИКА, СОФИЯ*

**ИНФОРМАЦИОННИ РЕСУРСИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ЗА ХРАНИ И НАПИТКИ ЗА АДАПТАЦИЯТА ИМ КЪМ УСЛОВИЯТА НА ОБЩИЯ ЕВРОПЕЙСКИ ПАЗАР**

*FOOD AND BEVERAGE ENTERPRIZES' INFORMATION RESOURCES FACILITATING THE ENTERPRIZES' ADAPTATION TO THE CONDITIONS OF THE COMMON EUROPEAN MARKET*

*NONA MALAMOVA, SENIOR RESEARCH ASSOCIATE, Ph.D.  
INSTITUTE OF AGRICULTURAL ECONOMY*

**Abstract:** The study's aim is to evaluate the degree of awareness as per the legislation introducing the European production and common European market trade standards. The information environment has also been taken into consideration.

**Key words:** degree of awareness, information environment, enterprise adaptation

Информационната обезпеченост е изключително важен фактор за адекватна предварителна реакция и за успешно интегриране на фирмите от ХВП в единния европейски пазар.

Този анализ има две цели:

- да оцени пълнотата на информацията с която фирмите от ХВП разполагат, на тая база да идентифицира големината и секторния облик на групите предприятия с най-остри информационни потребности и да открие посоките, в които информационната недостатъчност може да затрудни прилагането на хармонизираното с ЕС законодателство.
- да анализира информационния обмен от гледна точка на възможностите за достъп до разнообразна, евтина, точна и пълна информация за всички аспекти на адаптацията на предприятията към условията на единния европейски пазар.

Анализът се базира на информация от изследване на 52 предприятия от 6 сектора на ХВП – млекопреработка, месодобив и месопреработка, птицеводство и птицепреработка, винопроизводство, производство на зеленчукови и плодови консерви, маслопреработка.

Размерът на изследваните предприятия по брой наети на трудов договор е следният: 21,6 % са с размер до 10 броя; 47,1%- с размер от 11 до 50 броя; 15,7 %- с размер от 51-100 броя и 15,7% - с размер над 100 броя наети на трудов договор.. В териториално отношение най-голяма част от седалищата на фирмите са разположени в областни градове (42%), следват тези със седалища в малки градове (28%), разположените в София са 18 %; от фирмите със седалища в села в извадката са попаднали 12 %. Най-голяма част от изследваните предприятия са ООД (48,1 %, 26,9% са АД, 11,5 % - ЕТ и 13,5% - друга стопанско-правна форма.

**I. Степен на информационна осигуреност на бизнеса от ХВП**

Оценката за пълнотата на информацията е направена по три критерия:

1. Степен и посока на въздействие на наличната информация върху мотивацията на фирмите за адаптация и работа в условията след присъединяване към ЕС. Мотивираността зависи от инфор-

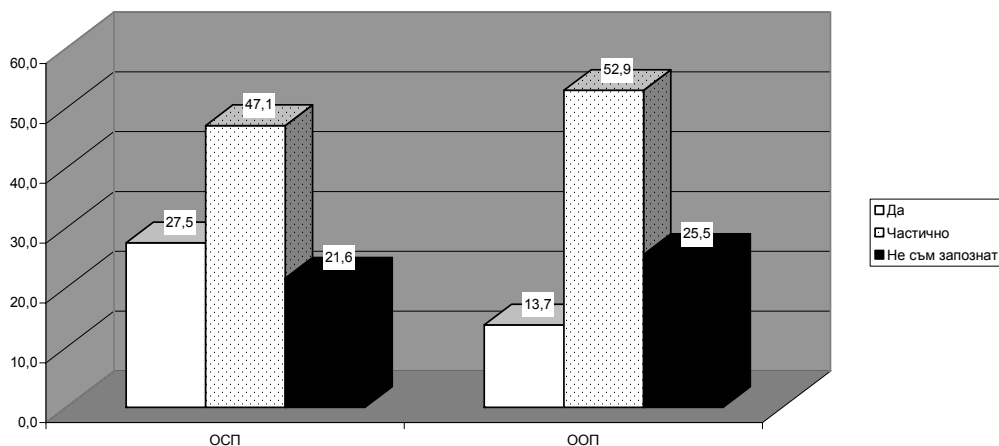
мацията за възможностите и ограниченията, които присъединяването към ЕС ще донесе на хранителната индустрия, и на съответните ѝ сектори. Анализират се отговорите на въпроса: “Запознати ли сте с принципите и механизмите на Общата селскостопанска политика (ОСП) на ЕС и общата организация на пазара(ООП)?”.

2.Степен, в която наличната информация съдейства или пречи за изпълняване на изискванията, които присъединяването към ЕС ще постави пред предприятията от ХВП. Оценката се базира на отговорите на мениджърите на въпроса: “Имате ли информация как присъединяването на България към ЕС ще засегне дейността на сектора и на вашата фирма?”

3.Степен, в която наличната информация позволява на фирмите от ХВП да прилагат на практика хармонизираното с ЕС законодателство и респективно да отговорят на конкурентния натиск на европейските предприятия. Оценката се оформя от отговорите на въпроса ”Познавате ли законовата база, с която нашето законодателство се хармонизира с европейското в сектора, в който работите?”

В резултат на анализа се открояха три групи предприятия, с различна информираност и съответно различна мотивираност за работа в условията на единния европейски пазар (фиг.1).

Фиг.1 Запознати ли сте с принципите и механизмите на ОСП и ООП в ЕС в сектора в който работите?



**Първа група** от предприятия, чиито управленчески екипи са напълно информирани за възможностите и бариерите по пътя към европейското им бъдеще и които следователно имат нагласа и мотивация да работят за своята адаптация към променените условия. Това са ония 27,5% от изследваните предприятия, които са запознати с принципите и механизмите на ОСП и съответно 13,7 % от предприятията, които са запознати с ООП на ЕС. Следователно, като се има предвид, че в голяма част от случаите става въпрос за едни и същи предприя-

тия, около 15% от предприятията на хранително-вкусовата индустрия попадат в тази група. Тази оценка се потвърждава и от относителния дял на респондентите с положителен отговор на въпроса за предвидени (или осъществени) мерки за подобряване на информационната обезпеченост-17,8 %,

**Втората**, най-голяма по обем група, включва предприятията, които са частично запознати по цитираните по-горе въпроси и чиято мотивация ще зависи в много голяма степен от развитието на информационния обмен.Това са около

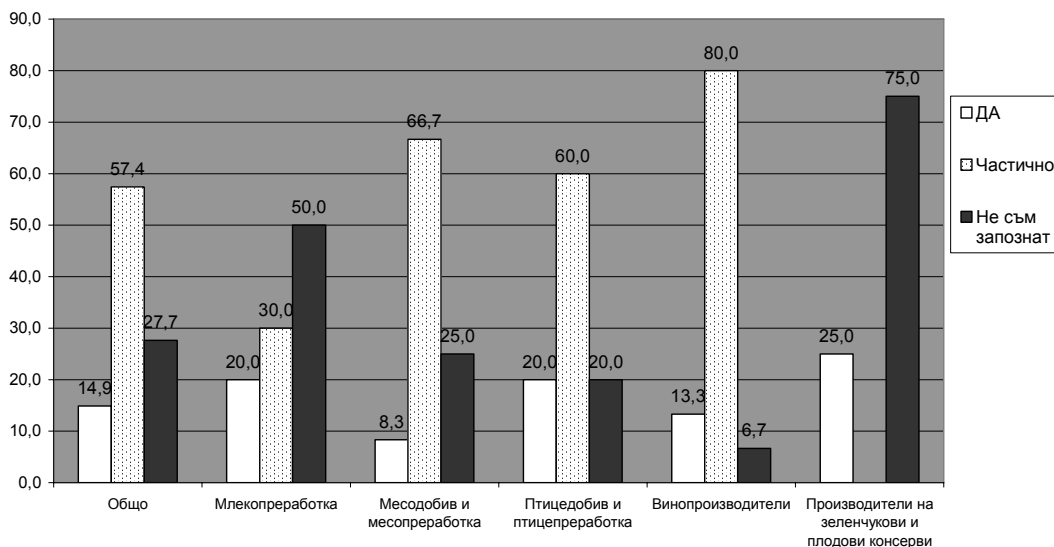
55%-60% от изследваните предприятия. За размера на тази група дават представа и отговорите на въпроса доколко недостатъчната информация е проблем за успешно излизане на Общия европейски пазар. Този проблем се осъзнава като сериозен от 42,2 % от нашите респонденти. Други 35,6 % от тях също го характеризират като проблем в някаква степен.

**Третата група**, включва преработватели, които не са запознати с принципите и механизмите на ООП и ОСП на ЕС и които по една или друга причина към

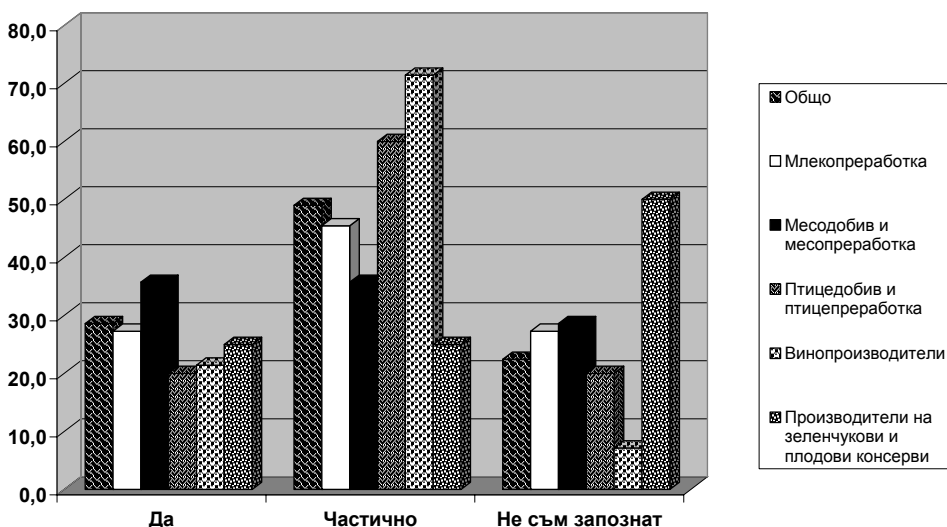
момента на изследването са индиферентни към подобен род информация и не се виждат като участници в единния европейски пазар. Това са около 25 % от изследваните преработвателни предприятия от ХВП. Точно толкова са преработвателите от ХВП, за които законната база, регламентираща достъпът до бизнес и обществена информация е без значение (25,5 %).

Секторният профил на трите групи предприятия изглежда по следния начин (фиг.2,фиг.3):

**Фиг.2 Запознати ли сте с принципите и механизмите на Общата организация на пазарите в сектора в който работите?**



Фиг.3 Запознати ли сте с принципите и механизмите на Общата селскостопанска политика на ЕС в сектора в който работите?



Най-голяма част от винопроизводителите се нуждаят от информация за принципите и механизмите на ОСП (70% са частично запознати) и ООП (80% са частично запознати) на ЕС. Следват ги птицедобив и птицепреработка, при които 60% оценяват двата вида информация като недостатъчна. На другия полюс са производителите на зеленчукови и плодови консерви, където само 25 % оценяват информираността си за принципите и механизмите на ОСП като частична.

В групата на най-информирани и следователно с най-висока мотивация за подготовка за работа на единния европейски пазар са производителите от сектор млекопреработка – 27,3 % са запознати с принципите и механизмите на ООП и 20 % - с тези на ОСП. Следват птицедобив и птицепреработка – по 20 % запознати с ООП и ОСП. Именно тези сектори са и най-активни в действията си (предвидени или осъществени проекти) за подобряване на информационната безопасност. Всички предприятия от птицедобив и птицепреработка и по около 1/3 от предприятията от месо-

добив и месопреработка и млекопреработка са взели такива мерки.

Млекопреработвателите са запознати в по-голяма степен с принципите и механизмите на ОСП – 27,3%, отколкото с Общата организация на пазара в сектора -20%, в които работят, което отговаря на общата отраслова характеристика (28,5%- запознати с принципите и механизмите на ОСП, срещу 14,9% запознати с принципите и механизмите на ООП). За сектор месо-добив и месопреработка картината е обрната - запознатите с ООП са многократно повече от запознатите с ОСП на ЕС.

Тук важен е и отговорът на въпроса как мениджърите на предприятията оценяват възможностите си да решат проблема с информационната недостатъчност. Най-оптимистично настроени са млекопреработвателите, където 45,5 % оценяват проблема като “донякъде проблем” срещу 18,2 %- оценили го като “сериозен проблем. Уверени във възможностите си да се справят с информационния проблем са и винопроизводителите, 40 % от тях го оценяват като

“донякъде проблем” срещу 26,7 % , които са поставили оценка “сериозен проблем”.

В ситуация на фрустрираност са месопереработвателите, 63,6 % оценяват проблема като “сериозен” и само 27,1 % като “донякъде проблем”. В такава ситуация са и производителите на зеленчукови и плодови консерви, половината от които оценяват проблема с информационната недостатъчност по отношение на европейския пазар като “сериозен”. В теорията на мотивацията е известно, че сложността на проблема е в обратно-пропорционална зависимост със силата на мотивацията.

Най-силно засегнати от индиферентността към информацията за ООП и ОСП са производителите на зеленчукови и плодови консерви (75 % от тях не са запознати с ООП и 50 % - с ОСП). Широко представени в тази група са и млекопроизводителите - 50 % от тях не са запознати с принципите и механизмите на ООП и 27,3 % - на ОСП. Най-малко са производителите с такава характеристика в сектор винопроизводство - 6 -7 %.

Отговорите на въпроса “Имате ли информация как предприятието на България към ЕС ще засегне дейността на сектора и на Вашата фирма?” са база за оценка на *информационната обезпеченост на изследваните предприятия от отрасъла и основните му сектори, като ресурс или бариера за адаптацията им към условията на единния европейски пазар.*

За преобладаващата част от изследваните предприятия информа-

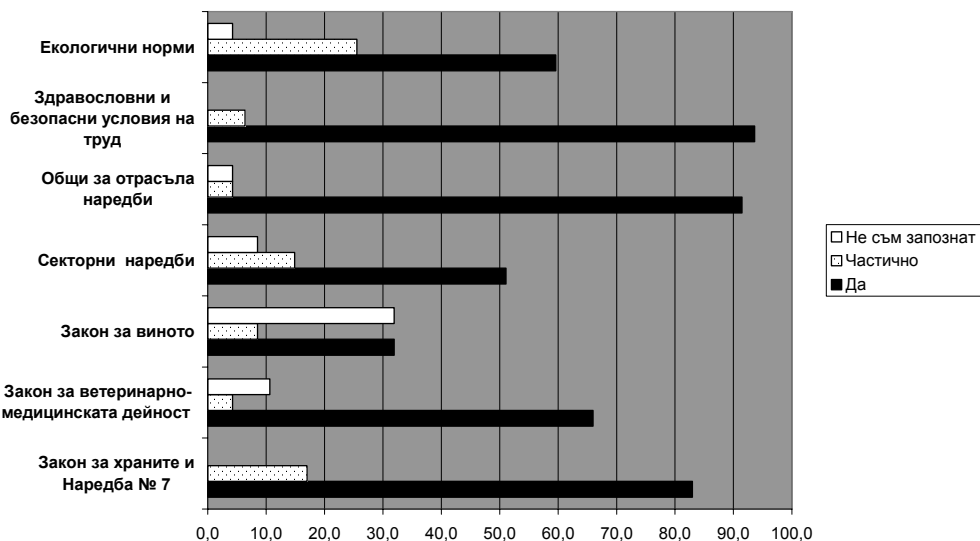
ционната обезпеченост е бариера в адаптацияния процес (57,8% от нашите респонденти оценяват своята информираност в това отношение като недостатъчна). За останалите изследвани предприятия информационната обезпеченост е добър ресурс за адаптация.

Информационното състояние е най-силно задържащ фактор по пътя към европейското бъдеще за сектор производство на плодови и зеленчукови консерви, където информацията е недостатъчна за всички изследвани производители. Следват месодобив и месопереработка - 66,7 % от мениджърите в този сектор нямат достатъчна информация за въздействието на присъединяването към ЕС върху техния сектор и тяхната фирма. Почти толкова голяма е и групата на винопроизводителите дали същия отговор - 64,2 %.

Със сравнително добър информационен ресурс са предприятията от сектор млекопереработка, голяма част от които оценяват информацията в посочения аспект като достатъчна или по-скоро достатъчна - 53,9 %. Подобно е и положението в сектор птицеводив и птицепереработка - 50% оценяват информацията за следприсъединителните процеси в сектора и фирмата като по-скоро достатъчна.

*Изводите за информираността като фактор за прилагането на хармонизираното със ЕС законодателство се базират на данните от изследването за степента на запознатост със законовата база в съответните сектори(фиг.4).*

Фиг.4 Информираност



Най-активна е позицията на хранително-преработвателния бизнес по проучването на законодателството в областта на здравословните и безопасни условия на труд. По-малко от 10 % от изследваните мениджъри имат нужда от допълнителна информация в това отношение.

Информираността е добра предпоставка и за прилагането на общите наредби, регламентиращи опаковането, етикетването, хигиенните норми за допустимо съдържание на остатъци в храните и др. Незначителни са относителните дялове на предприятията, които нямат никаква информация в това отношение и на тези от тях, които се нуждаят от допълнителна информация – съответно по 4,3%.

Информираността за Закона за храните и Наредба №7 също няма да затрудни предприятията от ХВП в тяхното прилагане – само 17 % имат нужда от допълнителна информация за да могат да ги приложат на практика.

Най-големи затруднения от информационен характер при прилагане на европейското законодателство ще имат

винопроизводителите. Само 31,9 % от тях са добре запознати със закона за виното, същевременно други 31,9 % нямат никаква информация за него,

Недостатъчната информираност ще бъде пречка и за всеки пети от изследваните преработватели при прилагането на секторните наредби.

Непознаването на закона за ветеринарно-медицинската дейност ще бъде проблем при прилагането му за около 15 % от изследваните предприятия.

Недостатъчната информираност за екологичните норми е лош атестат за екологичната отговорност на хранителния бизнес – 29,8% от анкетираните мениджъри са изцяло или частично незапознати с европейските изисквания в тази област, в това число са и около 5 %, които въобще не са запознати с хармонизираното с европейското, законодателство в областта на екологичните норми.

## II. Информационна среда

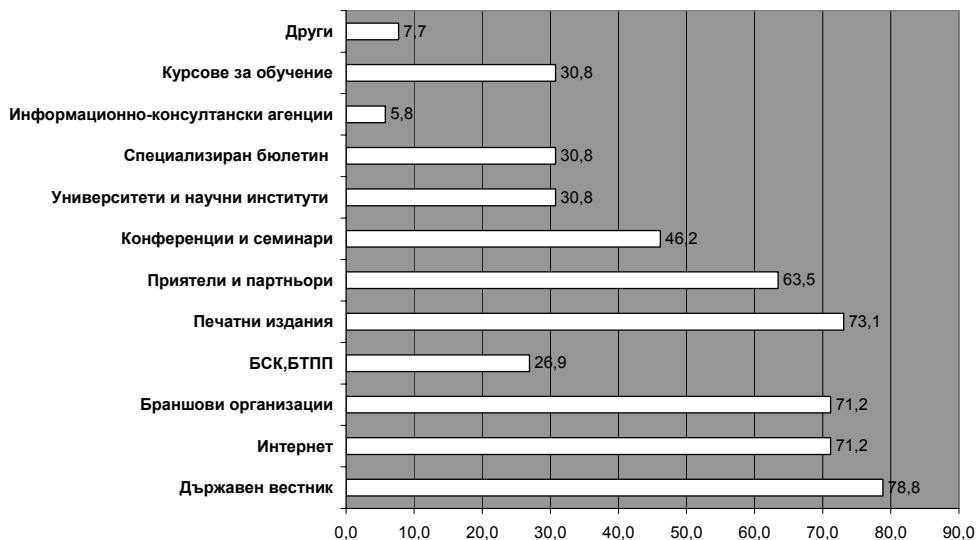
Информационният обмен зависи от развитието на информационната

среда и от възможностите на потребителите на информация.

Анкетата показва, че информационната среда се оформя от субекти, които се различават по своя статут и

предназначение и които предлагат различна по достъпност (с различни цени и ограничения за потребители), а също и като количество, качество и съдържание, информация(фиг.5).

Фиг.5 Информационни източници



По статут и организация източниците на информация са: държавни (централна и общинска администрация; университети и научни институти); неправителствени организации (бизнес асоциации, браншови асоциации), частни информационно-консултантски агенции, университети и научни институти; Интернет мрежата; неформални източници - приятели, партньори и др;

Различните субекти предлагат различна по цени информация: *безплатна* - държавната администрация, приятели и партньори; *сравнително евтина* - браншови асоциации, Интернет мрежата, неспециализирани печатни издания; специализирани печатни издания; *скъпа* - бизнес асоциации, специализирани информационно-консултантски центрове.

Нашите респонденти предпочитат сравнително евтини източници на информация. Положителен сигнал е, че сред тези източници е Интернет мрежата

- един от най-евтините източници на сигурна и качествена информация за бизнеса.

Търсенето на информация в мрежата от страна на бизнеса кореспондира с адекватното представяне на администрацията във виртуалното пространство. Към края на 2003 г. всички основни държавни институции и агенции имат Интернет сайт, като в немалка част от тях се публикува актуална информация за тяхната дейност, програми и проекти. Основен положителен атестат е поддържането на актуално съдържание. Изключително ценен за повечето предприятия български ИТ продукт са юридическите справочници и бази данни. Предлагат се база данни на Държавен вестник, съдебна практика, превод на законите, типови договори, бланки, процедури и други. Бизнес асоциациите в България са сравнително добре представени в Интернет. Като лидери могат да се посочат страниците на БТПП

и БСК, при които е налице постоянно актуализиране на информацията и публикуване на интересни и полезни материали, които са достъпни за всички посетители ( Доклад на Агенцията за малки и средни предприятия, 2004 стр77).

Интернет не само навлиза във фирмите от ХВП, но излиза много напред в класацията на предпочитаните информационни източници като основен източник на информация за 71,2 % от анкетирания мениджъри и собственици на предприятия). Така този източник се нарежда на трето място след Държавен вестник ( основен източник на информация за 78,8 % от предприятията) и печатните издания ( основен източник на информация за 73,1 % от изследваните предприятия).

Трябва да се отбележи обаче, че потенциалът на този информационен източник не се използва в достатъчна степен. Наблюдават се секторни диспропорции при използването на Интернет като информационен източник. Така например, много ограничено, значително под средното за отрасъла, е използването на Интернет от млекопреработвателния сектор - около 1/3 от предприятията, при средно за отрасъла - 75% от предприятията и 100 % за изследваните предприятия от птицеводив и птицепреработка. Причините за секторните диспропорции в използването на Интернет могат да се търсят в по-неблагоприятните измерения на някои от характеристиките на предприятията (големина, териториална диспозиция на фирмата, проблеми с набирането на квалифициран управленчески персонал, усилия за повишаване на квалификацията на персонала ) за секторите с ограничено използване на Интернет. Така например, предприятията от сектор млекопреработка, попаднали в извадката, са в преобладаващата си част микро и малки предприятия, 1/3 от тях са разположени в села и малки градове, Трудностите им в набирането на висококвалифициран управленски пер-

сонал са по-големи от тези на отрасъла като цяло. Показателно е, че предвидените или осъществени мерки за повишаването на квалификацията на персонала са засегнали този сектор по-слабо, отколкото отрасъла като цяло - за такива мерки съобщават 41,7 % от млекопреработвателните предприятия срещу 46,7 % от предприятията от общоотрасловата извадка. Малките предприятия от селата и малките градове очевидно не могат да си осигурят необходимите условия за използване на Интернет. Неговото използване предполага добра ИКТ инфраструктура (компютърно и софтуерно оборудване в предприятията), ИКТ умения на служителите, знание на чужди езици.

Браншовите асоциации делят третото място с Интернет мрежата в скалата на предпочитаните информационни източници от предприятията от ХВП - 71,2 % от изследваните мениджъри разчитат на тях при набирането на необходимата им за управлението информация. Прави впечатление, че полезността на различните браншови асоциации в това отношение не е еднаква. Браншовата асоциация е най-предпочитаният информационен източник сред млекопреработвателите. Тя е на второ място в скалата на предпочитанията в сектор производител на зеленчукови и плодови консерви, на трето място - в сектор месодобив и месопреработка и на четвърто място - в секторите птицеводив и птицепреработка и винопроизводство. Докато в млекопреработката на този информационен източник са се доверили близо 80 % от предприятията, в сектор производители на зеленчукови и плодови консерви това са направили половината от изследваните предприятия.

Не е благоприятен фактът, че голяма част от изследваните фирми разчитат на информация от макар и евтини, но не особено добри по отношение на сигурността и изчерпателността на информацията източници като печатни издания (73,1%) и неформални



източници - приятели и партньори (63,5%).

Що се отнася до формата на обмен на информация, очевидно е предпочитанието към конференциите и семинарите (46,2 % от предприятията) пред курсове за обучение (30,8% от предприятията). Това вероятно се дължи на по-голямото доверие към информацията получена в неформални контакти с клиенти и партньори.

Като недостатъчно от гледна точка на ефикасния мениджмънт може да се оцени предпочитанието към специализираните бюлетини и университетите и научните институти - едва 30,8 % от нашите респонденти са избрали тези източници на информация. Секторните различия, обаче в това отношение са значителни - докато около две трети от винопроизводителите се обръщат към научните звена като към основен източник на информация, то в сектор производство на плодови и зеленчукови консерви, нито един от изследваните мениджъри не ги посочва като източник на информация, а в сектор млекопреработка избралите този източник на информация са под 10 %. Ролята на този източник на информация е много подценена, особено в някои от секторите на ХВП. Това налага засилената промоция на съществуващите възможности, която ще може да се реализира единствено с участието на държавата, ако не финансово, то поне като модератор между стопанските компании и научните звена.

За фирмите от ХВП значението на информационно - консултантските агенции като източник на информация е символично. Такива услуги са използвали едва 5,8 % от анкетираните мениджъри. Очевидно хранителнопреработвателния бизнес не разполага със средства за такава цел.

Бизнес асоциациите в страната (БТПП, БАРДА, БСК, НСМСБ, НЗК) са важен източник на информация от гледна точка на възможностите им чрез своите регионални офиси в областните градове да доведат по-близо до бизнеса

необходимата му информация. Едва 26,9 %, обаче, от изследваните предприятия са използвали техните услуги. Това означава, че информационното осигуряване на предприятията, разположени в отдалечени райони на страната си остава много затруднено.

Тези данни дават основание държавната политика да бъде фокусирана върху предоставянето на информация на регионално равнище като за целта се използва административния и материален капацитет на изградените към ИАНМСП 28 регионални звена, а също и този на гшетата на предприемача на общинско ниво.

### **Изводи и препоръки**

- Най-голяма част от изследваните предприятия от ХВП (55-60%) са неудовлетворени от информацията, с която разполагат за възможностите и изискванията, които ще им донесе присъединяването към ЕС. Тяхната мотивация за работа по адаптация към условията и изискванията на единния европейски пазар ще зависи от развитието на информационния обмен.
- Едва около 15 % от изследваните предприятия разполагат с информация, която ги мотивира в техните усилия за приспособяване към условията на работа след присъединяването към ЕС.
- Доста голяма част от предприятията (почти  $\frac{1}{4}$ ) са индиферентни към информацията за принципите и механизмите на ООП и ОСП на ЕС.
- Информационната недостатъчност е бариера за подготовката на 57,8% от предприятията към условията за работа след присъединяването към ЕС
- Само около 1/3 от изследваните преработвателни фирми от ХВП имат добър информационен ресурс в предприсъединителния период
- Информационната обезпеченост на предприятията е добра база за прилагането на хармонизираното законодателство в областта на: здравословните и безопасни условия на труд; Закона за храните и Наредба №7;

Общите наредби, регламентиращи опаковането, етикетирането и хигиенни норми за допустимо съдържание на остатъци в храните и др.

- Затруднения от информационен характер изследваните сектори на ХВП ще имат при прилагане на : Закона за виното, Секторните наредби, Закона за ветеринарно-медицинската дейност и екологичното законодателство.

- Изследването очерта следната картина на информационната среда: Интернет е един от най-предпочитаните източници на информация (72 % от фирмите го предпочитат), но има сериозни секторни диспропорции в неговото използване (в сектор млекопреработка го използват само 1/3 от предприятията); полезността на браншовите асоциации в това отношение е различна - най-висока оценка получава организацията на млекопреработвателите,

а най-ниска птицеводив и птицепреработка; силно подценени от предприятията като източник на информация са научните звена (30,8% са потърсили техните услуги); бизнес асоциациите също не са достатъчно полезни за бизнеса като източник на информация (29,9 % от респондентите са ползвали техните информационни услуги)

- Необходими са усилия за развитие на информационния обмен в следните направления: стимули за предприятията за ИКТ оборудване и ИКТ обучение на персонала; засилена промоция на възможностите на научните звена с финансово и посредническо участие на държавата; участие на държавата с административен и материален капацитет за предоставяне на информация на регионално равнище.

## **ЛИТЕРАТУРА**

Малките и средните предприятия в България 2002-2003. Доклад на агенцията за малки и средни предприятия София, 2004, [www:\[doklad\\_bk.pdf\]](http://www.doklad_bk.pdf), стр.77