



Interreg - IPA CBC 
  CCI 2014TC16I5CB006



Росица Чобанова, Люпчо Коцарев, Радостина Попова,
Даниела Георгиева, Здравко Траянов
Дияна Трайчевска, Радостина Ангелова

ГОРСКИЯТ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ

Съставители: Росица Чобанова и Люпчо Коцарев

София
2018

Проект СВ006.1.31.070 „Иновативни инициативи за сътрудничество в пограничния регион“, съфинансиран от Европейския съюз чрез Програмата Интеррег ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония 2014ТС16I5CB006

Книгата „Горският сектор в България и Македония“ представя резултати от проект: СВ06.1.31.070 „Иновативни инициативи за сътрудничество в пограничния регион“. Целта ѝ е подобряване на конкурентоспособността на регионалния бизнес в горския сектор на Благоевградска и Кюстендилска области в България и Югоизточния, Източния и Североизточния региони на Македония.

Проектът „Иновативни инициативи за сътрудничество в пограничния регион“ се съфинансира от Европейския съюз чрез ИНТЕРРЕГ-ИПП трансгранична програма България – Македония № СВ006.1.31.070

Продължителност: 19 октомври 2016 г. – 18 януари 2018 г.

Бенефициент: Българска академия на науките

Партньор: Македонска академия на науките и изкуствата

© Българска академия на науките

© Македонска академия на науките и изкуствата

Съставители: Росица Чобанова и Люпчо Коцарев

Автори на отделните части са Росица Чобанова, Радостина Попова, Здравко Траянов, Диана Трайчевска, Даниела Георгиева, Радостина Ангелова.

Текст дизайн и превод: Диана Димитрова

Дизайн на корицата: арх. Десислава Ковачева

Съдържанието на тази публикация е отговорност единствено на Българска академия на науките и Македонска академия на науките и изкуствата и по никакъв начин не може да отразява становищата на Европейския съюз или управляващия орган на Програмата.

СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ	11
ГЛАВА ПЪРВА. ТЕНДЕНЦИИ В ГОРСКИЯ СЕКТОР – ГЛОБАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА	13
1. Глобални тенденции и предизвикателства в развитието на горския сектор	13
2. Горският сектор в България	21
3. Горският сектор в Благоевградски и Кюстендилски региони	38
4. Съвременни форми на иновационно сътрудничество в горския сектор	42
ГЛАВА ВТОРА. ИНОВАЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ В ГОРСКИЯ СЕКТОР В ПОГРАНИЧНИЯ РЕГИОН: РЕЗУЛТАТИ ОТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИ НАБЛЮДЕНИЯ	77
1. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в Благоевградска и Кюстендилска области	77
2. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в пограничния регион на Македония	111
3. Жените в горския сектор в Република Македония	128
4. Заетост на жените в горския сектор в България	141
ГЛАВА ТРЕТА. СРАВНЕНИЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОУЧВАНЕТО МЕЖДУ БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ	153
1. Обща характеристика на наблюдението	154
2. Иновации в сектора	163
3. VEP и VOFIS	185
4. Жените в горския сектор в България и Македония	190
5. Основни изводи	191
ОСНОВНИ ИЗВОДИ	195
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА	199
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДЕФИНИЦИИ И КЛАСИФИКАЦИИ	203

СПИСЪК НА ФИГУРИ

Фигура 1.1. Производство на дървен материал и изделия от него в България. Специализация по райони на планиране	24
Фигура 1.2. Производство на мебели. Специализация по райони на планиране	25
Фигура 1.3. Олекотени плочи с меламиново покритие	27
Фигура 1.4. Термично обработена дървесина, позволяваща приложение при всякакви метеорологични условия	28
Фигура 1.5. CPL/HPL ламинати	28
Фигура 1.6. Компютърно контролирани свредели за пробиване на отвори	30
Фигура 1.7. Машини с 5 оси	30
Фигура 1.8. Спецификата на производствения процес определя машините	31
Фигура 1.9. Автоматизация на производствените процеси	32
Фигура 1.10. Инвестициите за машини и оборудване са преобладаващи спрямо материалните активи	33
Фигура 1.11. Класическа схема на веригата от доставки	35
Фигура 1.12. Общ вид на веригата на доставките	50
Фигура 1.13. Примерен модел за субконтракторна мрежа в дървообработващия и мебелен сектори с преобладаващи връзки в посока от базовото мебелно предприятие към МСП	61
Фигура 1.14. Примерен модел за субконтракторна мрежа в дървообработващия и мебелен сектори с преобладаващи връзки в посока от МСП към базовото мебелно предприятие	61
Фигура 1.15. Вертикални технологични линии (дълги) при обработката на масивна дървесина	63
Фигура 1.16. Вертикални технологични линии (дълги) при производството и последваща обработка на плочести материали	64
Фигура 1.17. Разклонени вертикални технологични линии, характеризиращи комплексното използване на дървесната суровина	65
Фигура 1.18. Примерен модел за клъстер в горския сектор	70
Фигура 2.1. Година на създаване на предприятието (дял на компаниите, представени като %)	78
Фигура 2.2. Правен статут (дял на компаниите, представени като %)	79
Фигура 2.3. Предприятието осъществявало ли е дейност през следните години? (дял на компаниите, представени като %)	79

Фигура 2.4. балансова стойност на активите (дял на компаниите, представени като %)	80
Фигура 2.5. нетни приходи от продажби (дял на компаниите, представени като %)	81
Фигура 2.6. Разходи за изследователска и развойна дейност спрямо оборота на предприятието (дял на компаниите, представени като %)	81
Фигура 2.7. Експортна интензивност (износ/оборот или дял на износа спрямо общия оборот)	82
Фигура 2.8. Предмет на дейност по код на НКИД-2008	83
Фигура 2.9. Средна численост на персонала за отчетния период	84
Фигура 2.10. Пол	85
Фигура 2.11. Възраст	85
Фигура 2.12. Образование	86
Фигура 2.13. Заемана длъжност във фирмата	87
Фигура 2.14. Във Вашето предприятие използвате ли компютри и интернет?	88
Фигура 2.15. Ако използвате интернет, каква е връзката?	88
Фигура 2.16. Ако използвате интернет, то с каква цел?	89
Фигура 2.17. Имате ли уеб страница?	90
Фигура 2.18. Какви са основните цели на предприятието Ви при въвеждане на технологични новости?*	90
Фигура 2.19. През периода 2014-2016 Вашето предприятие инвестирало ли е в някоя от следните дейности?	91
Фигура 2.20. Въвеждало ли е Вашето предприятие технологично нови или подобрени продукти през последните три години?	92
Фигура 2.21. През последните три години, Вашето предприятие въвеждало ли е нови или подобрени продукти, които са нови и на пазара?	93
Фигура 2.22. През последните години Вашето предприятие въвеждало ли е следните организационни промени или нови управленски техники?	93
Фигура 2.23. През тригодишния период от 2014 до 2016 г. кои са били пречките за осъществяване на иновационна дейност от Вашето предприятие?	94
Фигура 2.24. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?	95
Фигура 2.25. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?	95
Фигура 2.26. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?	96

Фигура 2.27. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие? 97	
Фигура 2.28. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие? 98	
Фигура 2.29. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие? 98	
Фигура 2.30. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие? 99	
Фигура 2.31. Предмет на дейност по код на НКИД-2008	100
Фигура 2.32. Имате ли клиенти и/или доставчици от Македония?	102
Фигура 2.33. В коя от следните групи попадат Вашите клиенти?	102
Фигура 2.34. Какъв вид материали закупува Вашето предприятие от доставчици?	103
Фигура 2.35. През последните три години от какви кадри са извършвани следните дейности?	104
Фигура 2.36. Разходи за доставка от общия обем на продукцията	104
Фигура 2.37. Кои от посочените инфраструктурни проекти биха помогнали на дейността на Вашето предприятие?	105
Фигура 2.38. Ако имате достъп до виртуална образователна платформа, каква информация бихте потърсили в нея?	106
Фигура 2.39. Ако имате достъп до виртуален консултантски офис, каква информация бихте потърсили в него?	107
Фигура 2.40. На какво, според Вас, се базира Вашата конкурентоспособност?	107
Фигура 2.41. Колко силна е конкуренцията на Вашия местен пазар?	108
Фигура 2.42. Какви предложения бихте направили за увеличаване на конкурентоспособността на предприятията от горския сектор в регионален план?	109
Фигура 2.44. Образование (вид и специалност)	131
Фигура 2.45. Какви са бъдещите Ви планове относно вашата позиция във фирмата?	133
Фигура 2.46. а) Дискриминация на работното място	135
Фигура 2.47. б) Равно заплащане за мъже и жени	135
Фигура 2.48. в) Достъп до образование	136
Фигура 2.49. Наети мъже и жени в България в сектора на горското стопанство и дърводобива, 2008-2015, в хиляди	142

Фигура 2.50. Наети жени и мъже в България в производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене, 2008-2015, в хиляди	143
Фигура 2.51. Наети жени и мъже в България в производството на хартия и хартиени изделия, 2008-2015, в хиляди	143
Фигура 2.52. Наети жени и мъже в България в производството на мебели, 2008-2015, в хиляди.....	144
Фигура 3.1. Пол	154
Фигура 3.2. Възраст	154
Фигура 3.3. Образование	155
Фигура 3.4. Длъжност в компанията	156
Фигура 3.5. Икономическа дейност по NACE Rev. 2	157
Фигура 3.6. Година на създаване на компанията.....	158
Фигура 3.7. Вид собственост.....	158
Фигура 3.8. Местна и чужда собственост на компанията	159
Фигура 3.9. Правен статут.....	159
Фигура 3.10. Компанията независима ли е или част от по-голямо предприятие?	160
Фигура 3.11. Оперирала ли е компанията през следните години?.....	161
Фигура 3.12. Балансова стойност на активите	161
Фигура 3.13. Нетни приходи от продажби.....	162
Фигура 3.14. Среден брой служители за отчетния период	162
Фигура 3.15. Разходи за НИРД, свързани с оборота на дружеството	163
Фигура 3.16. Използвате ли компютри във вашата компания?	164
Фигура 3.17. Използвате ли Интернет във вашата компания?	165
Фигура 3.18. Ако използвате Интернет, какъв е видът на връзката?	165
Фигура 3.19. Ако използвате Интернет, за какво го използвате?	166
Фигура 3.20. Имате ли интернет уебсайт?	167
Фигура 3.21. Какви са основните цели на Вашето предприятие при въвеждането на технологични новости? Какъв приоритет им е даден?.....	168
Фигура 3.22. Какви са основните цели на Вашето предприятие при въвеждането на технологични новости? Какъв приоритет им е даден?.....	169
Фигура 3.23. Вашето предприятие инвестира ли в някои от следните иновационни дейности в периода 2014-2016 г.?.....	170

Фигура 3.24. Въведе ли вашата фирма в последните три години технологично нови или модифицирани продукти?	171
Фигура 3.25. Как придобихте технологично новия или модифициран продукт?	172
Фигура 3.26. Въведе ли вашата компания през последните три години технолно нови или модифицирани продукти, които са нови и за пазара? ..	172
Фигура 3.27. Въведе ли вашата компания през последните години следните организационни промени или нови управленски техники?	173
Фигура 3.28. Кои са пречките пред иновациите във вашата компания през периода 2014-2016 г.?	174
Фигура 3.29. През последните три години какви специалисти са заети със следните дейности?	175
Фигура 3.30. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологични иновации на вашето предприятие?	176
Фигура 3.31. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	176
Фигура 3.32. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	177
Фигура 3.33. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	178
Фигура 3.34. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	178
Фигура 3.35. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	179
Фигура 3.36. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?	180
Фигура 3.37. Интензитет на износа (износ/оборот или дял на износа от общия оборот)	180
Фигура 3.38. Имате ли доставчици от съседната страна?	181
Фигура 3.39. Имате ли клиенти от съседната държава?	181
Фигура 3.40. В коя от следните категории попадат вашите клиенти?	182
Фигура 3.41. Какъв вид материали купува вашата компания от доставчиците?	183
Фигура 3.42. Разходи за доставка от общия обем на продукцията	183
Фигура 3.43. Кой от следните инфраструктурни проекти ще подпомогне работата на вашата компания?	184

Фигура 3.44. Ако имате достъп до виртуална образователна платформа, каква информация бихте търсили?	185
Фигура 3.45. Ако имате достъп до виртуална консултантска фирма, каква информация бихте търсили?	186
Фигура 3.46. На какво според вас се основава вашата конкурентоспособност?	187
Фигура 3.47. Колко силна е конкуренцията на местния пазар?	188
Фигура 3.48. Какви предложения бихте направили за повишаване на конкурентоспособността на предприятията от горското стопанство и дърводобива в регионален аспект?	189

ВЪВЕДЕНИЕ

Миграция, бедност, застаряване на населението, спадане на образователното му равнище, безработица – това са социални проблеми, пред които България и Македония са изправени в пограничните си региони. В днешната реалност на ускоряване на създаването и използването на нови технологии и съпътстваща глобализация тези проблеми са съпроводени от влошена конкурентоспособност и недостатъчния достъп до пазари на предприятията в региона, проблеми, отбелязани в документи на Европейската комисия. Тези проблеми се засилват от доказаната тук негативна тенденция на продължаващо раздробяване на бизнес единиците в повечето отрасли на богатия с ресурси горски сектор на региона.

На решаването на тези проблеми в горския сектор е посветен съвместният българо-македонски интердисциплинарен проект СВ006.1.31.070 „Иновативни инициативи за сътрудничество в пограничния регион“, съфинансиран от Европейския съюз чрез Програмата Интеррег ИПП за трансгранично сътрудничество България-Македония 2014ТС1615СВ006. Проектът е инициатива на Българска академия на науките и Македонската академия на науките и изкуствата (МАНУ). Конкретната му цел е подобряване на конкурентоспособността на регионалния бизнес в Благоевградска и Кюстендилска области в България и Югоизточния, Източния и Североизточния региони на Македония чрез съвместни иновативни инициативи за сътрудничество.

Въз основа на анализа на данни от официалните източници на Европейската комисия в глава първа са обобщени глобалните и регионални предизвикателства, пред които се изправя българската и македонската политика в съответните отрасли на горския сектор. Един от значимите пътища за преодоляване на ниското равнище на иновативност и недобрата конкурентност на предприятията от горския сектор в пограничния регион е прилагането на съвременни форми на иновационно сътрудничество. Във връзка с това се представят различни форми на иновационно сътрудничество като се престава и обобщава опита в България и в пограничния регион.

Втора глава е посветена на резултатите от проведеното по проекта на основата на единна анкета наблюдение върху иновациите и конкурентоспособността на предприятията от горския сектор в трансграничния регион, проведено от българска страна от Глобал Метрикс ЕООД и от Rebot – Скопие. Генералната съвкупност на наблюдаваните предприятия в региона се състои от общо над 2500 предприятия. Отговорилите определят потребностите си за подобряване на конкурентоспособността като тези потребности са залегнали като изисквания към съдържанието на виртуален консултантски офис и виртуална образователна платформа. Специален акцент в наблюдението е състоянието на жените в този сектор. В трета глава е направено сравнение между отговорите на представителите на бизнеса от двете страни на границата. Накрая са направени изводи и обобщение на постигнатите резултати.

Сред резултатите на проекта, съгласно препоръките на участниците в наблюдението, са разработени и изпълнени съвместен виртуален офис за консултация на предприятията от горския сектор и виртуална платформа за електронно обучение. Те подпомагат иновативните предприемачи като създават условия за нови сътрудничества по веригата на доставките и в иновационните мрежи. Предлаганите от БАН и МАНУ решения са нови, дискутирани и подкрепени на национални и международни конференции и други научни форуми.

Осъществяването на този проект е благодарение на тясното сътрудничество между двата колектива – този на водещия партньор: Българска академия на науките – БАН в състав: проф. д.ик.н. Росица Чобанова от Института за икономически изследвания при БАН – ръководител, гл.ас.д-р Даниела Георгиева – асистент, магистър Росица Деянова, и този на проектния партньор: Македонска академия на науките и изкуствата – МАНУ, в състав: акад. Люпчо Коцарев – ръководител, магистър Виктор Стойковски – асистент и магистър Анна Соколовска. За успеха му основно значение има взаимното доверие, изградено в предишни съвместни проекти с акад. Люпчо Коцарев – учен с широка култура и неоченими човешки качества. За изпълнението на този интердисциплинарен проект безценна помощ оказаха подизпълнителите на проекта – Институтът за информационни и комуникационни технологии при БАН, фирмите, осъществили наблюдението - Глобъл метрикс и най-вече нейния управител – магистър Радостина Ангелова, фирмата Ребот от Скопие, другите фирми, оказали съдействие при изпълнението на проекта, така също експертите доц. д-р Радостина Попова от Лесотехническия университет в гр. София и проф. Д-р Здравко Траянов от Горския факултет на Университета в Скопие, както и на магистър Диана Димитрова – преводач и текстови дизайнер и г-жа Силвия Стефанова за неоченимата административна подкрепа. Специална благодарност изказвам на моята асистентка в рамките на проекта - гл.ас.д-р Даниела Георгиева, за нейната мотивираност и всеотдайност при изпълнение на този сложен, но важен за подобряване на конкурентоспособността на трансграничния регион проект.

проф. д.ик.н. Росица Чобанова

Научен ръководител и координатор на проекта

04.01.2018 г.

София

ГЛАВА ПЪРВА. ТЕНДЕНЦИИ В ГОРСКИЯ СЕКТОР – ГЛОБАЛНИ И РЕГИОНАЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Отрасълът на горското стопанство традиционно е ресурсо- и трудоемък отрасъл, характеризиращ се със съвместното съществуване както на местните занаятчийски фирми, така и на големите производители. След кризата световният горски пазар сега се връща по пътя на растежа. Пазарните възможности се развиват в различни райони на света. Развиващи се пазари, където разполагаемите доходи се увеличават бързо имат важна роля заедно с големите традиционни пазари. Както се посочва в съобщението на Комисията от 2008 г. относно иновативните и устойчиви горски отрасли в ЕС, тези отрасли са конкурентоспособни на световно равнище, но понастоящем са изправени пред няколко предизвикателства. Това включва, наред с другото, нарастващата глобална конкуренция, наличието на доставки на енергия и дървесина, както и ролята на сектора за ограничаване на изменението на климата.

1. Глобални тенденции и предизвикателства в развитието на горското стопанство

Въз основа на анализа на данни от официалните източници на Европейската комисия тук са обобщени предизвикателствата, пред които се изправя българската и македонската политика в отрасли на горското стопанство, с акцент върху мебелната промишленост.

Производството на мебели намалява

Мебелната индустрия като цяло е загубила значението си в икономиката на ЕС през последното десетилетие. Броят на активните фирми спадна от 135 000 през 2003 г. на 126 000 през 2011 г., а броят на заетите – от около 1 200 000 през 2003 г. на 920 027 през 2011 г. Делът на производството на мебели в целия производствен сектор е в диапазона 1.4%, намаляващ през последното десетилетие.

Освен това, производството на мебели в ЕС преживява рязко свиване по време на кризата, като през 2010 и 2011 г. се наблюдава известно възстановяване, и леко обръщане на тенденцията отново през 2012 г. В резултат от това стойността на производството на мебели е почти същата,

каквато беше преди десет години. Въпреки това, в рамките на ЕС някои държави бързо растат по отношение на стойността на продукцията, а други изостават поради структурни фактори или в резултат от неотдавнашната икономическа криза.

Достъпът до суровини от устойчив източник, разходите и усложненията при добива на дървесина в ЕС, увеличението на цените, предизвикано от конкурентно търсене (например от биоенергийния сектор), сравнително повисоките енергийни разходи в ЕС и по-сложната и изискваща политическа среда засягат всички сегменти от веригата на стойността, включително и мебелния сектор.

Нарастващата конкуренция, пред която са изправени глобалните производители на мебели, привлече вниманието на създателите на политики върху евентуалното отсъствие на равни условия на световно равнище в уцърб на производителите от ЕС. Въпреки че тези съображения се отнасят до няколко сектора, те са още по-уместни за тези, които са силно зависими от глобалната и фрагментирана верига на стойността.

Преструктуриране на горския сектор

Фирмите, които проектират, произвеждат и доставят продукти в големи количества (особено, но не само на ниски и средни цени), са водещи играчи и се възползват от своя голям мащаб и огромните си капиталови ресурси, за да инвестират в организирането на своето производство и логистика, за да навлязат на чужди пазари.

От друга страна, по-големите фирми намират за удобно и изгодно да възлагат и разделят дейността си на много функции, изпълнявани от различни участници на различни места, а малките и средните предприятия все повече разчитат на тях за достъпа си до пазарите.

Значението на МСП е сравнително високо в нишите на пазарните сегменти, главно за продукти от висок клас, направени по поръчка и проектирани от тях. Преодоляването на трудностите, свързани с размера на малките фирми, беше един от факторите, които са в основата на развитието на клъстерния опит в мебелния сектор.

Секторът на мебелите в ЕС се състои предимно от МСП, като около 85% са микропредприятия (по-малко от 10 служители), а други 12% - малки предприятия (10-49 заети). Средните предприятия са 2%.

Българското производство на мебели все още се представя по-добре от други традиционни производствени области. От друга страна, то се е свивало

постоянно през последното десетилетие. Стойността на производството на мебели през 2012 г. е почти на същото ниво като десет години по-рано. Производството на мебели в България през 2012 г. е 266 млн. евро, което представлява 0% от общия обем на ЕС, с 2.6% от средния темп на растеж (2003-2012 г.). През 2011 г. около 21 000 работници са заети в приблизително 2200 фирми, принадлежащи към производството на мебели в България. За последното десетилетие броят на заетите все още намалява след 2007 г. (когато са 27 352), докато броят на предприятията се увеличава и през 2009 г. става 2407, а след това намалява. През 2011 г. производството на сектора възлиза на повече от 240 млн. евро с добавена стойност от близо 100 млн. евро, докато през 2003 г. показателите са съответно 212 и 45. През последните 10 години в България се наблюдава тенденция към по-нататъшна фрагментация, когато броят на предприятията е почти удвоен, докато работниците в сектора са се увеличили с около 10%.

Полупродуктите от дърво представляват нарастващ сегмент от веригата на стойността. През 2010 г. този горски производствен отрасъл в ЕС включваше 184 000 предприятия и 1.05 млн. души заети, т.е. 0.8% от общата нефинансова заетост.

Ниско ниво на потребление

Общото потребление на мебели в световен мащаб се е увеличило от 226 млрд. евро през 2003 г. до 281 млрд. евро през 2007 г., преди да намалее вследствие на рецесията. Растежът е възобновен през 2010 г.

Българският пазар на мебели се възстановява бавно и непрекъснато се отваря. Потреблението на глава от населението е най-ниското в ЕС-28. Общо през 2012 г. потреблението в България (154 млн. евро) е все още под нивото от преди кризата (284 млн. евро), докато производството достигна 268 млн. евро. Потреблението на мебели през 2012 г. е 54% от обема му през 2008 г., а съответният внос на мебели – 59%. За страните от ЕС-28 този дял е съответно 84 и 93%. Потреблението достига 347 млрд. евро през 2012 г., което е значително над нивата преди рецесията.

В България няма ясна тенденция към увеличаване на потреблението след кризата. Нивото от 286 евро през 2008 г. не е достигнато (154 евро през 2012 г.). С други думи, България се възстановява по-бавно от ЕС-28.

С появата на Интернет и електронната търговия се добави още едно измерение на потреблението. Според данни на Евростат, повече от четирима от десет потребители в ЕС (44%) са закупили стоки и услуги през Интернет през изминалата година. От 2004 г. делът на Интернет потребителите е

нараснал от 20 до 44%. Онлайн пазаруването остава до голяма степен вътрешно, т.е. потребителите са по-склонни да купуват онлайн от националните продавачи/доставчици (41%), отколкото от продавачите, намиращи се в други страни от ЕС (11%). Електронната търговия обаче е най-често срещаната форма на пазаруване от разстояние и се увеличава стабилно, тъй като е била измерена за пръв път през 2004 г. Резултатите на национално равнище показват, че потребителите купуват онлайн най-много в Швеция (74%), Великобритания (73%) и Дания. Най-ниските нива на онлайн пазаруване са регистрирани в Румъния (5%) и България (9%). Сравнителното предимство на България е свързано с ниската цена на труда. Дългогодишна традиция в производството на мебели е друг фактор, но дори ако изработката все още играе роля в производствената система, производството на мебели се е превърнало в сглобяващ отрасъл, и адекватните и ефективните производствени системи са по-важни.

Ключови фактори, влияещи върху конкурентоспособността

Сред ключовите фактори, влияещи върху конкурентоспособността в горското стопанство, са горната част от веригата на добавената стойност и ролята на суровините и компонентите, разходите за труд и наличието на квалифицирана работна ръка, инвестиции в технологии, научноизследователска и развойна дейност, иновации и дизайн, съответни политики, засягащи отрасъла.

Горен дял от веригата на стойността

Основните фактори, влияещи върху горната част от веригата на стойността, включват наличието на суровини и квалифицирана работна ръка и инвестиции в материални стоки, като машини и оборудване. Нематериалните инвестиции в иновации и дизайн също играят решаваща роля. Комбинацията от тези фактори за производството на стоки на конкурентни цени е друг ключов елемент.

Тежестта на суровините и другите производствени суровини в общата производствена стойност може да се приближи до дела на производствената стойност, взета от общите покупки на стоки и услуги. Според структурната бизнес статистика на Евростат, общите покупки на стоки и услуги включват стойността на всички стоки и услуги, закупени през отчетния период, за препродажба или потребление в производствения процес (с изключение на средствата за производство). През 2011 г. покупките на стоки и услуги представляват 73% от общата стойност на производството в мебелната промишленост в ЕС-28. По-специално, делът е по-висок в ЕС-13 (81%),

отколкото в ЕС-15 (72%). Независимо от това, през периода 2008-2011 г. в абсолютна стойност средните покупки на стоки и услуги на едно предприятие бяха постоянно по-високи в ЕС-15. Например, през 2011 г. за всеки 100 евро, изразходвани от средния производител на мебели в ЕС, компания със седалище в ЕС-15 изразходва повече от 120 евро, сравнено с 52 евро, изразходвани от компании, базирани в ЕС-13. Може да се заключи, че наличието на суровини и квалифицирана работна ръка и инвестициите в материални стоки като машини и оборудване в ефективна комбинация с нематериални активи са предпоставка за устойчива и конкурентна мебелна промишленост.

Структура на разходите

Подобряването на структурата на разходите за производството на мебели на една страна е друг фактор, който влияе върху конкурентното и устойчиво развитие на мебелната промишленост. През 2011 г. в България покупките на стоки и услуги, включително енергийни продукти, са 82.1% спрямо общата стойност на продукцията, докато в ЕС-28 те са 73.3%. Купуването на енергийни продукти е 2.5%, докато в ЕС е 1.4%. Разходи за персонал са 11.4% спрямо общата продукция, докато в ЕС-28 са 23.8%. Заплатите в България са 11.3%, докато в ЕС-28 са 18.7%. Социалното осигуряване в страната е много ниско. То е най-ниското в ЕС. Заплатите са най-ниските в ЕС. Гореизложеното показва, че България спешно трябва да подобри структурата на разходите за производството на мебели.

Брутен оперативен процент

Брутният оперативен процент съответства на брутният оперативен излишък (добавената стойност, намалена с разходите за персонал) до нивото на оборота, като по този начин се показва излишъкът, генериран от оперативните дейности след изплащане на разходите за труд. Страните от ЕС-13 показват по-високи брутни оперативни нива в сравнение с държавите-членки на ЕС-15, отчасти отразяващи по-ниските разходи за труд в ЕС-13. Освен това през 2011 г. брутният оперативен процент на ЕС-13 се е увеличил с 11% спрямо 2008 г., докато в ЕС-15 показателят е намалал с около 12%. Очевидно показателите за ефективността на цялата продуктова система на ЕС варират значително в отделните държави, а средните стойности следователно са резултат от смесените резултати в целия Съюз. Що се отнася до брутният оперативен процент, през 2011 г. най-високи са регистрираните в Обединеното кралство (13.8 и 13.3%), Полша (11.3%), Словакия (10.4%) и Австрия (10%).

Анализирайки тенденцията за периода 2008-2011 г., най-добри резултати по отношение на темпа на растеж в ЕС-13 имат Естония, Словакия, Латвия и Унгария. Обратно, почти всички държави от ЕС-15 отбелязват намаляващи брутни оперативни проценти за периода 2008-2011 г., с изключение на Австрия, Дания и Германия. В България той спада от 13.8 през 2008 г. на 10.5 през 2011 г.

Наличие на суровини и компоненти

Известно е, че мебелната промишленост е предимно комплектоващ отрасъл, използващ различни суровини като дървесни плоскости, метал, алуминий, пластмаси, платове, кожа и стъкло, както и механични и ИКТ компоненти. Всички междинни подсегменти на мебели, с изключение на матраци, използват дърво или дървени панели като значителен дял от суровините, използвани в производството. Поради тази причина акцентът е поставен върху дървесината.

През последните три десетилетия делът на европейските производители на мебели, използващи дървени панели, се е увеличил рязко в сравнение с тези, които използват масивна дървесина. Две са основните причини: спадащите цени на дървесните панели в сравнение с дървесината и относителната лекота, с която панелите могат да бъдат сглобени. Тази тенденция е допълнително засилена от появата на RTA. Дървените панели се произвеждат от първичната преработка на суров дървен материал. Трите основни категории дървени плоскости са ПДЧ, МДФ и шперплат. Те се произвеждат основно под нагряване и налягане, с добавяне на лепило за лепене на влакна, частици или листове. Производството изисква много големи инсталации и огромни инвестиции в машини, като по този начин мащабът на производителите обикновено е голям (в сравнение с мебелната промишленост), а бариерите за навлизане са високи.

Като се има предвид фрагментацията на сектора в България, може да се предложи по-тясно сътрудничество между фирмите. Това означава виртуална координация на операциите, инвестициите и т.н. за по-добро качество и производителност в ефективен екологично устойчив сектор.

Разходи за труд

Както беше споменато по-горе, мебелната промишленост е основно асемблираща промишленост. Като такава, разходите за труд представляват относително важен компонент от крайната цена на дребно на мебели.

Тъй като тя е ресурсо- и трудоемка промишленост, бариерите за навлизане в мебелната индустрия са доста ниски. Това позволява на новите производители от нововъзникващите икономики и икономиките в преход да навлязат лесно на европейския пазар. За да се запазят пазарните дялове, ценовата конкурентоспособност е основен двигател на успеха. Поради тази причина от началото на 90-те години на XX век западноевропейските фирми реструктурират своя производствен процес, инвестират в нови страни с ниски заплати, или отделят част от дейността си в тези области. Разликата в заплатите, платени в ЕС-15 и в ЕС-13, е очевидна. Средно разходите за един служител в ЕС-13 са с 25% по-ниски в сравнение с ЕС-15. Между държавите обаче съществуват големи различия. В Европа спадането на производствените разходи за персонал в сектора на производството на мебели е средно около 25%, докато в България е под 15%. Този факт може да привлече чуждестранни инвестиции, но не непременно да повлияе положително на ефективността на структурата на разходите на страната в сектора.

Инвестиции в технологични машини

Адекватното оборудване е широко признато като решаващ фактор в производствения процес, тъй като осигурява ефективност и увеличаване на производителността. Това се отнася за всички сегменти на мебелите, но по-специално при производствените линии за сглобяване, когато производството е серийно. Стандартизацията на производството трябва да върви ръка за ръка с минимизирането на разходите и в този процес технологиите (както в производството, така и в логистиката) играят решаваща роля. Капиталовите инвестиции на компаниите в машини също имат въздействие върху намаляването на отпадъците и повишаването на безопасността.

По принцип, материалните инвестиции в мебелния сектор са в автоматизирането на производствения процес. Наистина, повече от половината от общите инвестиции са за нови машини и оборудване. За автоматизиране на производствения процес мебелните фирми обикновено въвеждат решения за компютърно подпомогнато производство (CAM) и машини с цифрово управление (CNC). В тази област са направени значителни инвестиции от страна на средни и големи предприятия за оптимизиране на производството, създаване на синергия между различните линии или производствени обекти и постигане на икономики на мащаб. По-специално, немските и италианските производители на мебели от дърво са в челните редици на технологиите за дървообработващи машини и се смятат за световни лидери.

Брутните инвестиции на България по видове в производството на мебели през 2010 г. (в милиони евро и процентните стойности за ЕС-28) не са добре балансирани. Земята заема 0.5, съществуващи сгради и съоръжения – 1.1, строителство и изменение на сгради – 11.3, машини и оборудване – 12.3. Тези материални блага са 25.2. Делът на инвестициите в машини и оборудване в общите инвестиции в материални блага е 49%, много нисък в сравнение с ЕС-28 (71%) (с изключение на Гърция, Франция, Ирландия и Малта). Източник: Евростат (sbs_na_ind_r2).

Изводи

Горските индустрии днес са изправени пред няколко предизвикателства. Сред тях е нарастващата глобална конкуренция, наличието на енергийни и дървесни ресурси, както и ролята на сектора за изменението на климата. Комуникацията от 2013 г., озаглавена „Нова стратегия на ЕС за горите“, и придружаващата „План за горския отрасъл на ЕС“, потвърждават запазването на тези предизвикателства и тяхното въздействие върху цялостната конкурентоспособност на горския отрасъл на ЕС в глобален контекст. Всички сегменти от веригата на стойността, включително и мебелния сектор, се влияят от достъпа до устойчив добив на суровини, разходите и усложнения от дърводобива в ЕС, увеличението на цените вследствие на конкурентно търсене (например, от сектора на биоенергия), сравнително по-високите енергийни разходи в ЕС и по-сложната и взискателна политическа среда. Някои от тези предизвикателства оказват също влияние върху моделите на потребление. В този контекст степента на наличната информация за крайните потребители става значима.

Проблемът, свързан с политиката, най-вече засяга специфичен вид пазарна неефективност, т.е. непълна информация, която предизвиква проблем поради специфични характеристики на отделни отрасли. Например, повечето качествени характеристики на мебелните продукти принадлежат към категориите опит и доверие: това означава, че потребителите невинаги могат да бъдат напълно подготвени да отчитат качествените характеристики при вземането на решения за покупка, както и да разграничават продукти с високо и ниско качество. Това може да доведе до проблеми при неблагоприятния подбор, при които потребителите не адаптират напълно желанието си да плащат разликата в качеството на предлаганите на пазара продукти.

Проблемът с неблагоприятния подбор допълнително се влошава от факта, че търговците на дребно, които продават както висококачествени, така и нискокачествени мебели, може да нямат същите стимули като производителите, за да направят качествените различия значими за

клиентите. Проблемът се засилва и от възникващите тенденции като засилена конкуренция от страна на страни извън ЕС, нарастваща чувствителност към цените на търсенето на мебели, генерирана от намален разполагаем доход, и нарастване на онлайн мебелните магазини, което затруднява още повече практическото тестване на качеството на мебелите преди покупката. Онлайн взаимодействието с потребителите може по принцип да запълни някои от информационните пропуски по отношение на качествата (например чрез рейтинг на конкретни мебели от други потребители), но не и доверието, и не на всички мебели, съществуващи на пазара.

Освен това има и други проблеми: гаранциите на съществуващите продукти само частично разглеждат проблема, в случая с мебелите проблемите с качеството могат да се забележат след изтичане на гаранцията и когато жалбите не могат да бъдат приложени. Няколко фактора, включително глобализацията на веригите на стойността, новите стратегии за снабдяване и по-специално нарастващото разпространение на нови формати за търговия на дребно, промениха вертикалните отношения между производителите и търговците на дребно и направиха по-силна конкуренцията по „сигнали за качество“. Освен това, поради структурата на производството на мебели в ЕС, производителите по-вероятно ще бъдат страна с по-малка сила на договаряне във вертикалните отношения, което също засяга вида на информацията за продукта, която в крайна сметка се съобщава на мястото на продажбата. В резултат от това, потребителите получават объркващи послания, тъй като различните участници на различни нива от веригата на стойността могат да са заинтересовани от предоставянето на потребителите на различни видове продуктова информация. Липсата на хомогенни пазарни условия затруднява по-малките предприятия и единния пазар.

2. Горският сектор в България

Горските територии на България заемат 4 148 114 ха или 37.4% от територия на страната. От тях 3 774 778 млн. ха (91%) са гори. Преобладава държавната собственост върху горските територии – 74.5% от общата им площ. Недържавните горски територии представляват 23.5%, в т.ч. общински – 12%, на частни физически и юридически лица – 11%, на религиозни организации – 0.5% и гори, създадени върху бивши земеделски земи – 2%.

Незаконният дърводобив и браконьерството са едни от най-важните проблеми, свързани с опазването на българските гори. За периода 2005-2010 г. средният годишен прираст се увеличава от 14.1 на 14.4 млн. куб. м дървесина. Ползването на недървесни горски ресурси като стопанска дейност – източник на приходи, е недостатъчно. В значителна степен, особено от горските територии – държавна собственост, потенциалът остава неизползван. Това се дължи на липсата на инвентаризация и на реална оценка на тези ресурси и на възможностите, които те предоставят за диверсификация на приходите в горския сектор (Национална стратегия за развитие на горския сектор в България, 2013).

Собственост на държавните горски и лесовъдни стопанства – ДГС и ДПС са близо 18 000 км, а републиканска и друга собственост – около 10 000 км (Национална стратегия за развитие на горския сектор в България, 2013). Средната гъстота на горската пътна мрежа е 7.9 м/ха. Тя е съпоставима с тази в Румъния – 6.5 м/ха, но е значително по-ниска в сравнение с други европейски страни като Австрия – 36 м/ха, Франция – 26 м/ха, Германия – 45 м/ха и Швейцария – 40 м/ха.

През последните 10 години, главно поради финансови ограничения, почти не са изградени нови пътища, а поддръжката или реконструкцията на съществуващите е недостатъчна. От общата горска пътна мрежа 75% не са подходящи за движение на съвременни средства за транспорт на дървесина. В резултат от амортизация на горската пътна мрежа се увеличава делът на неизползваемите или трудно достъпните за техниката през определени периоди от годината горски пътища. Това **удължава дейностите и разходите по веригата за доставки на дървесина и понижава конкурентоспособността на горския сектор**. Недостатъчно развитата горска инфраструктура и незадоволителното състояние на част от горските пътища създават предпоставка за прекомерно ползване на дървесина в определени горски територии. В допълнение, традиционно прилаганите практики за строеж на горски пътища изостават в сравнение с използваните в други европейски страни, които целят смекчаване на потенциалните екологични нарушения в резултат от проектирането и строеж на горски пътища (Национална стратегия за развитие на горския сектор в България, 2013).

Основните проблеми на Горското стопанство в България са: (Национална стратегия за развитие на горския сектор в България, 2013)

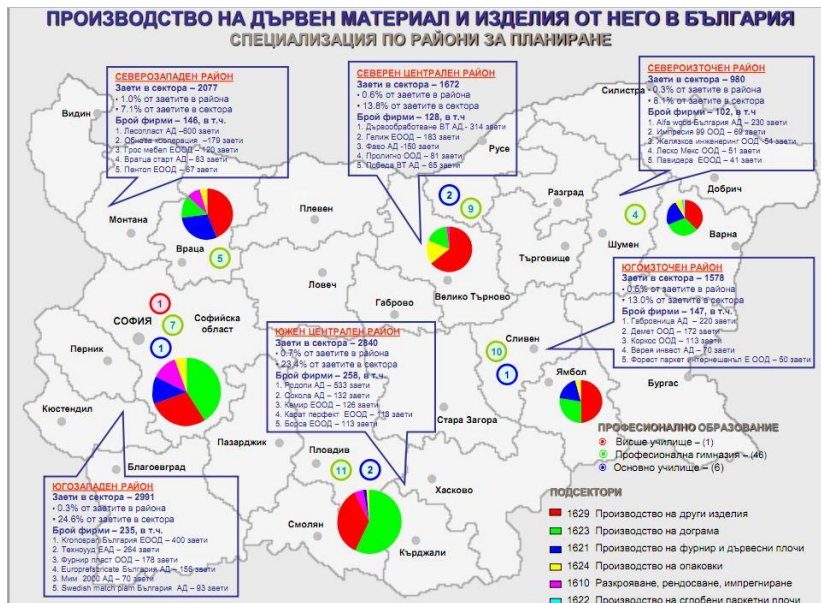
- ниска производителност на труда;
- затруднен достъп до финансиране;

- липса на възможности за ползване на финансови средства от структурните фондове на ЕС за инвестиране в обновяването на оборудването в дърводобива, машините, производствените линии и транспорта на горската продукция;
- недостатъчното участие (подкрепа) от страна на банките в инвестиционни проекти;
- нисък дял на сертифицирани горски територии и на сертифицирани горски предприемачи.

В страната са регистрирани около 3 000 юридически лица с предмет на дейност, включващ **дърводобивни дейности**, от които около 400 работят постоянно. Повечето от работещите в тези фирми са на граждански договор. Малките дървопреработващи предприятия обикновено имат свои екипи за дърводобив. Състоянието на дърводобивните фирми е тревожно. Като основни причини са посочени крайно неблагоприятните условия, при които се реализира производствения процес – ниска производителност, остаряла техника за добив, извоз и транспортиране на дървесината, ниско ниво на образование и квалификация на работниците. (Национална стратегия за развитие на горския сектор в България, 2013)

Дървообработващата и мебелна промишленост в България (Горска промишленост) включва двата подсектора Дървообработване и Производство на мебели. По данни на БКДМП, за периода 2008-2015 г. броят на предприятията в двата подсектора от 4226 достигат 4074 бр., като най-голям брой има през 2008 г. Заетите в ДМП са съответно 47 663 през 2008 г. и 36 682 през 2015 г. (БКДМП, НСИ 2015).

Фигура 1.1. Производство на дървен материал и изделия от него в България. Специализация по райони на планиране

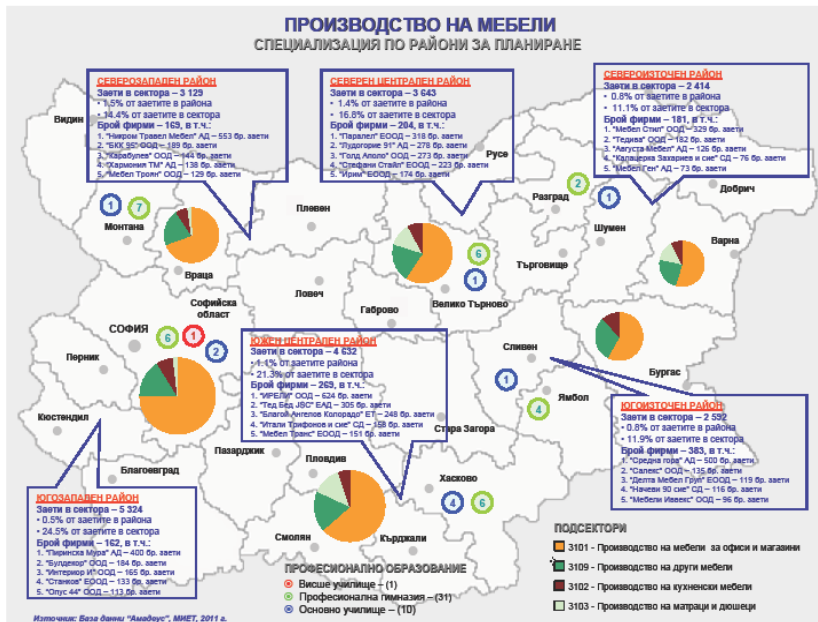


Източник: МИЕТ, 2011.

Водещите търговски партньори на България са:

- Износ на мебели – Германия, Чехия, Великобритания, Франция, Великобритания;
- Износ на дървен материал и изделия от него, без мебели – Гърция, Турция, Италия, Франция, Македония.

Фигура 1.2. Производство на мебели. Специализация по райони на планиране



Източник: ММЕТ, 2011.

Като цяло, фирмите от горската промишленост са преодолели кризата и се наблюдава увеличение на производството. Отрасълът може да бъде оценен като перспективен предвид наличието на достатъчен суровинен ресурс, устойчиви вътрешни и външни пазарни позиции на произведените продукти и значението му като източник на доходи и на заетост за значителна част от населението в планинските и селските райони.

Териториалното разпределение на предприятията от ДМП е свързано с планинските райони на страната, където са съсредоточени основните източници на дървесна суровина по отношение на горска площ, запаси от дървесина, годишно ползване.

Основните дървообработващи предприятия са разположени в Старопланинския, Родопския, и Рило-Пиринския планински райони. В тези райони, където се намира по-голямата част от ресурсите на дървесна суровина са изградени предприятията за първичната ѝ обработка в Троян, Ч. Осъм, Тетевен, Ч. Вит, Твърдица, Котел, Сливен, Берковица, Батошево,

Гложене, Тича, Дупница, Велинград, Ракитово, Пещера, Батак, Якоруда, Самоков, Благоевград, Белово, Девин, Чепеларе, Асеновград. Ниската транспортабилност на дървесната суровина и високите транспортни разходи са причина предприятията за първична обработка на дървесината да бъдат изградени именно в тези райони, източници на дървесна суровина. Влиянието на тези фактори са и причина за тяхната ниска степен на мобилност.

Предприятията за производство на крайна продукция на база дървесина - мебели, дограма, дървени сглобяеми конструкции и къщи, са изнесени предимно в големите потребителски центрове. Тези предприятия са ситуирани в София, Пловдив, Ст. Загора, Ямбол, Варна, Бургас, Русе, Видин, Търговище, Плевен, В. Търново, Шумен и др.

Производството на дървен материал и изделия от него е пряко свързано с производството на мебели – продуктите на дървообработващите предприятия са необходими на мебелните производители за производството на крайния продукт в ДМП – мебелите. Производството на мебели включва много етапи и различни отношения между доставчиците на суровини и материали (горско стопанство), ниво на технологии в сектора, разнообразни видове машини, съоръжения и т.н., от които зависи крайния продукт – мебелите.

Мебелната промишленост е подсектор на Дървообработващата и мебелна промишленост, където се произвежда около 2.6% от общия БВП на страната, малко над 10% от промишления БВП и над 20% от този на преработващата промишленост. По статистически данни, над 97% от фирмите в мебелния сектор в България, попадат в групата на малките и средни предприятия.

Преобладават МСП, а произвежданата продукция, в зависимост от предмета на дейност включва хотелско обзавеждане, офис обзавеждане, кухненско обзавеждане, корпусна мебел, мека мебел, маси и столове, тръбна мебел (БКДМП, 2012). Сред водещите партньори на страната са Турция и Гърция.

Като цяло, **българското производство на мебели** за все още се представя по-добре в сравнение с други традиционни производствени сектори. От друга страна, то постоянно се свива през последното десетилетие и стойността на производство на мебели през 2012 г. е почти на същото ниво, както преди десет години. Мебелно производство в България през 2012 г. е на стойност 266 млн. евро, 0% от общия ЕС с 2.6% от средния темп на растеж (2003-2012 г.). През 2011 г. около 21 000 работници са били наети в около 2200 фирми, принадлежащи към производството на мебели в България. За последното десетилетие броят на заетите е все още намалява след 2007 г., когато те са 27 352, а броят на предприятията се увеличава и става 2407 през 2009 г. и след това те се намаляват. През 2011 г. производството на сектора възлиза на

повече от 240 млн. евро с добавена стойност почти 100 млн. евро, докато през 2003 г. съответните показатели са в размер съответно 212 и 45. тенденция на по-нататъшно фрагментиране са настъпили в България по време на през последните 10 години, когато броят на предприятията е почти двойно повече, докато работниците в сектора са се увеличили с около 10%. (БКДМП, 2015)

- **Използване на съвременни материали**

Суровините и основните материали са в основата на изграждане на вещественото съдържание на готовия продукт. Към използваните в сектора суровини и основни материали се отнасят облата дървесина, технологични трески, дъски, греди, детайли, ПДЧ, МДФ, шперплат, фурнир – естествен и изкуствен, бои, лепила, лакове и др. През последните три десетилетия, делът на европейските производители на мебели, използващо дървесни плочи рязко се увеличава в сравнение с тези, които използват масивна дървесина. Причините са – по-ниските цени на дървесните плочи спрямо масивната дървесина и относителната лекота, с която могат да бъдат монтирани.

Леките панели с шуплести сърцевини минимизират съдържанието на материала и спестяват транспортни разходи, а високозащитните покрития елиминират вредните замърсители. Масивната дървесина става все по-популярна, вместо фурнира и ламинатите.

Фигура 1.3. Олекотени плочи с меламиново покритие



Фигура 1.4. Термично обработена дървесина, позволяваща приложение при всякакви метеорологични условия



Новите материали често се използват в комбинация и допълват традиционните мебели от дървесина. Те са разнообразни – основни и спомагателни, дървесни и недървесни, с различни свойства и размери. На практика, около 40% от използваните материали в интериора са дървесни. Плочестите материали – MDF, MFP, новите видове олекотени плочи (шумопоглъщащи, от дървесна пяна и др.), огъваем шперплат, термодървесина, течна дървесина, новите видове ламинати са сред съвременните иновативни материали в мебелното производство.

Здраво и практично е покритието с CPL ламинати - Continuous Pressure Laminate, които са ценово достъпни, но тяхната повърхност е промишлено заздравена така, че много по-добре понася евентуални издрасквания. Още по-здраво и твърдо е покритието от HPL ламинат (High Pressure Laminate) – подходящ за промишлени обекти. CPL/HPL ламинати и след години остават без промяна такива, какъвто са били при покупката.

Фигура 1.5. CPL/HPL ламинати



Класификацията на материалите, използвани в ДМП включва:

- дървесина и фасонирани материали – дървен материал (импрегниран), дъски, греди и др.;
- детайли и полуфабрикати от дървесни материали – ламперия, дюшеме и др.;
- материали с минерален произход – технически камък, минерални плочи и др.;
- дървесно-плочести материали – ПДЧ, МДФ, гланцови плочи;
- облицовъчни материали – огъваем шперплат, каменни фурнири, ламинати, кантове;
- материали за защита на дървесината – лакове (лак, забавящ горенето), байцове, препарати, добавки;
- материали за тапицирани мебели – кожа, текстил, тъкани, подматрачни рамки;
- мебелен обков, обков за врати и прозорци;
- брави и заключващи системи;
- лепила.

В зависимост от използваните суровини и материали, мебелите биват от: дървен материал, захарна тръстика, ракета, бамбук или подобни материали, метал, пластмаса, камък, стъкло, комбинация от материали. Бамбукът е материал, активно използван в съвременния стил мебели и в мебелите с екодизайн. Той успешно се комбинира с полистирол и алуминий, които могат да бъдат рециклирани. Същевременно, разнообразието от бои, байцове и текстил допринасят в най-голяма степен за привлекателността на мебелите. Недървесните материали от стъкло, метал, плат, кожи, тъкани с метални нишки, 3D тъкани, с минерален произход, и комбинираните материали бележат силно развитие и стават все по-съществена част от мебелното производство. Защитно-декоративните покрития и всички видове материали имат все повече екологична насоченост, с която се цели намаляване на вредното влияние и минимизиране на отпадъците.

Производството на мебели включва монтаж и използване на различни материали като дървесни плочи, метал, алуминий, пластмаса, тъкани, кожа и стъкло, както и механични и ИКТ компоненти. Всички мебелни производства, с изключение на производството на матраци използват дървени или дървени плочи на входа, което представлява значителен дял от материалите,

използвани в производството на мебели. През последните три десетилетия, дялът на европейските производители на мебели, използващо дървесни плочи рязко се увеличи в сравнение с тези, които използват масивна дървесина. Причините са – по-ниските цени на дървесните плочи спрямо масивната дървесина и относителната лекота, с която могат да бъдат монтирани. Тази тенденция се засилва още повече от появата на RTA дървесни плочи, произведени при първична преработка на суров дървен материал. Трите основни вида дървесни плочи са плочи от дървесни частици, плочи от дървесни влакна (предимно MDF) и шперплат. Производството изисква огромни инвестиции в машини в инсталации, чието производство е и с голям мащаб (в сравнение с мебелната индустрия), както и високи бариерите за навлизане на пазара.

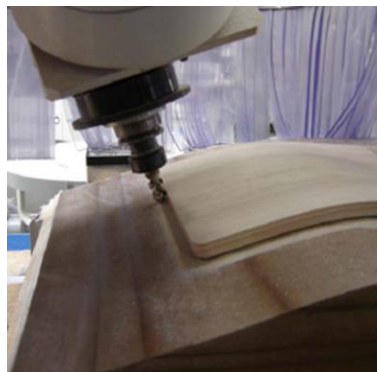
- **Използване на машини и оборудване, отговарящи на типа производствен процес**

Машините и оборудването са важна част от всяко предприятие – ефективното обработване, съхранение и складиране на материалите, са еднакво значими за ефективността на производствения процес.

Фигура 1.6. Компютърно контролирани средели за пробиване на отвори



Фигура 1.7. Машини с 5 оси



Съществува голям избор от машини в зависимост от спецификата и типа на производствения процес. Днес предприятията се нуждаят от такива машини, които ефикасно произвеждат една дискретна част, а после автоматично променят конфигурацията за друга част за секунди.

Фигура 1.8. Спецификата на производствения процес определя машините



Все повече европейски фирми използват етикети на материалите, съдържащи закодирана информация, която направлява обработката на последващите машини. Баркодът съдържа информация за точния материал и информира оператора, а конвейерът за обратна връзка позволява етикетиране от един човек.

Фигура 1.9. Автоматизация на производствените процеси



Мебелният сектор в ЕС (EU-28) регистрира 2698 млн. евро материални инвестиции през 2010 г. В най-голяма степен, материалните инвестиции се отнасят за автоматизация на производствения процес. Всъщност, повече от половината от всички инвестиции са за нови машини и оборудване. Това са CAD/CAM системите предимно. Немските и италиански производители на мебели са в челните редици по ивнестиици в машини и технология. Структурата на материалните инвестиции в България в производството на мебели през 2010 г. включва – за съществуващи сгради и конструкции – 1.1%; реконструкция на сгради – 11.3%; за машини и оборудване – 12.3%. Обемът на материалните инвестиции от общите е в размер на 25.2%. Делът на инвестициите в машини и оборудване спрямо общите инвестиции в материални активи е 49%, много по-ниска спрямо ЕС-28 е 71% , без Гърция, Франция, Ирландия и Малта.

Фигура 1.10. Инвестициите за машини и оборудване са преобладаващи спрямо материалните активи



- **Използване на ИКТ**

Информационните системи, които са важни за производството в ДМП включват основно: *система за покупки*, която обезпечава точното количество от точните материали; *продуктова система*, която позволява ефикасен продуктов инженеринг; *система за измерване*, предоставяща както на мениджърите, така и на работниците критичните мерки, които показват как работи предприятието и отделните му елементи по набелязаните цели (балансирана точкова карта).

Иновативните приложения в тази област изискват промени в организацията и работните процеси. Е-бизнес приложенията се използват в помощ на вземането на решения и за насърчаване и подобряване на уменията, свързани с реорганизация на работните процеси и процедури и прилагането на иновационни технологии.

Качеството по отношение на **ИКТ инфраструктурата** е добро. Европейските мебелни предприятия са доста активни в използване на *Интернет* – 64% от тях използват Интернет или други компютърни системи, относителният дял нараства до 76% в големите фирми, но е висок и за малките и средни предприятия (50%). Водещи мебелни предприятия в използването на Интернет са Франция (81%), Полша (75%), UK и Германия (66%) (European Commission, 2009).

Проектирането на нови продукти е сложен процес, чиято цел е създаване на комфорт, естетика и едновременно с това устойчивост. Производителите са изправени пред много предизвикателства при проектиране и моделиране на нови продукти – изпитват трудност при обмена на информация с магазини, както и с бизнес партньори, по веригата на доставките и при продажбите. Въпросите, свързани с устойчивостта и *зеления дизайн* се превръщат в много важна част от производствения процес. Дизайнът е ключов елемент с нарастващо значение за производителите и добавящ стойност за потребителите. Едновременно с това е необходимо отговорно използване на ресурсите и материалите и това налага съчетаване на изискванията и творческото тълкуване на съвременните естетически концепции и производствени методи. Общоевропейска тенденция е увеличаване на използването на суровини от *възобновяеми източници*, както и възможността за рециклиране.

Използването на **интегрирани ИКТ**, подкрепени с модули и за мебелен дизайн, е конкурентно предимство в сектор, в който повечето дизайнери и проектантите се насочват към естетически, а не толкова към технологични нововъведения. В този смисъл, използването на ИКТ в производството и доставката, а също и в продажбите, е ключов фактор за увеличаване на конкурентоспособността на мебелните предприятия.

Computer-Aided Design (CAD) и Computer-Aided Manufacture (CAM) са две от най-често използваните компютърно базирани инструменти. CAD/CAM са системи, използващи компютърни бази данни за проектиране и дизайн на части, детайли и системи, изпълнение на сложни структурни и дизайн-анализи, директно програмиране на изпълнението на детайлите. Съществува софтуер, насочен към квалифицирани специалисти, който позволява да се оразмеряват, позиционират и правят 3D декорации и текстури върху проектите, с цел производство на атрактивни мебели.

Computer Aided Manufacturing (CAM) системите служат за подпомагане на автоматизирането на производствено звено и включва инструменти за контрол и роботика в реално време. Повечето CAM системи използват CAD чертежи за производството на машинен код, необходими за производството на физически компоненти, изобразени в илюстрации. Такива системи се наричат CAD/CAM и са много популярни в мебелната промишленост, а когато са интегрирани с CAE, те стават CAD/CAM/CAE системи. CAE са компютърни системи, които анализират инженерни проекти. Иновативността в използване на CAE софтуер се състои в улесняване на комуникацията и възможност за професионалистите да поддържат и две гледни точки едновременно. CAD/CAM води до създаването на CNC, параметрично проектиране, 3D

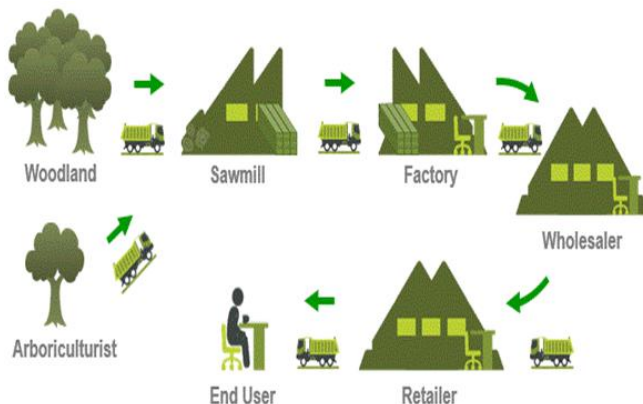
моделиране. Computer-aided industrial design (CAID) е подмножество на CAD, което включва софтуер, помагач пряко разработването на продукта.

Развитието на софтуерни приложения в областта на проектирането и инженеринга е довело до създаването на сложни системи, включително *инструменти за екодизайн* – системно интегриране на екологичните аспекти в дизайна на продукта с цел подобряване на екологичните му показатели през целия жизнен цикъл.

- **Управление на веригата за доставки**

Класическата схема на веригата на доставки в Горската промишленост включва: *добив на дървесина – дървообработване – производство на мебели – търговец на едро – търговец на дребно – потребители.*

Фигура 1.11. Класическа схема на веригата от доставки



Потребителското търсене непрекъснато се променя, а конкуренцията от евтини стоки се увеличава. Открояването на марката и запазването на пазарния дял зависят повече от всякога от нуждите на клиента и предоставянето на желаните продукти и услуги. Ефективността на складовите процеси и логистиката поставят повишени изисквания към информационните системи за осигуряване на функционалност и гъвкавост, необходими за задоволяване на изискванията на потребителите. Това от своя страна води и до високостепенност от страна на клиентите по отношение на сроковете за доставка. Веригата за доставки е сложна и включва няколко отделни дейности, които в много страни на ЕС са организирани в интегрирани производствени мрежи. Около 21% от европейските мебелни МСП, обаче, използват ERP, докато големите предприятия използват такива системи в значително по-

голяма степен – 71%. SCM е концепция, която, ако се прилага правилно води до бързина, качество, гъвкавост и цена. Но едва 20% от европейските МСП от ДМП са внедрили SCM в дейността си (European Commission, 2009).

- **Електронен бизнес и търговия**

Дистрибуцията и продажбените канали са предимно независими от производството, въпреки че през последните години делът на директните продажби чрез собствени мрежи се увеличава. Обикновено разпределението се извършва на национално ниво, с изключение на някои проектантски фирми и производители на мебели от висок клас и по поръчка – и ИКЕА, разбира се. Европейските дистрибуционни канали за мебели включват независими търговци на дребно, търговци на едро, неспециализирани магазини, поръчки по ел. поща, DIY (Направи си сам) и др.

В областта на **маркетинга и продажбите** софтуерните продукти, разработени за мебелната индустрия, позволяват на търговеца на дребно да управлява и контролира географски разпръснати обекти от централно място. Продуктовата гама и ценовата стратегия могат да бъдат създадени и поддържани от страната и региона от централния му офис. Инвестициите на производители на мебели на ЕС се осъществяват основно за планиране на производството, управление на складовите наличности и намаляване на запасите, а не за интегрирането им с дистрибуторската мрежа.

Успоредно с интегрирането на описаните по-горе инструменти за управление в предприятието, фирмите се нуждаят от софтуерни инструменти **в точката на продажба**. Производителите използват автоматизирани инструменти за конфигуриране на продукти и цени и **визуализация на продуктите** с динамична графика. Виртуалната реалност е компютърна симулация, която използва 3D графика и устройства за осигуряване на интерактивен потребителски изглед и това предлага визуални решения и тяхната кореспонденция с други предмети или аксесоари.

Сред основните трудности и предизвикателства за европейските производители от ДМП при използване на **електронната търговия** са: нечувствителност към иновациите, както вътрешни, така и външни за предприятието; високи разходи за ИКТ решения; липса на технически квалифицирани човешки ресурси и др. Ролята на интернет и електронната търговия нараства при потреблението на мебели. По данни на Евростат, повече от четири от всеки десет потребители в ЕС (44%) са закупили стоки и услуги по Интернет. През последните години делът на пазаруващите по интернет се е увеличил от 20 до 44%. Онлайн пазаруването остава до голяма степен вътрешно, т.е. потребителите са по-склонни да купуват онлайн от национални търговци/доставчици (41%), отколкото от продавачи, намиращи се

в други държави от ЕС (11%). Потребителите са най-склонни да купуват онлайн в Швеция (74%), Великобритания (73%) и Дания. Най-ниските нива на онлайн пазаруването са записани в Румъния (5%) и България (9%) (Eurostat, 2015).

- **НИРД, иновации и дизайн**

НИРД и иновациите са ключови за поддържане на пазарни позиции. Това се налага поради променящите се изисквания на потребителите и конкурентния натиск. Променящите се вкусове, възникващите нужди и въвеждането на иновативни продукти са ключови за създаване на иновации. Тенденцията е свързана с персонализиране, ергономичност и функционалност. Еко-въпросите също стават все по-важни за потребителите.

Дизайнът е друг важен акцент в областта на иновациите. Заедно с новите потребителски изисквания, глобализацията на мебелната индустрия и трудностите, изпитвани от българските фирми, които се конкурират с цените на азиатските производители, дизайнът е поставен на преден план. Българските производители днес смятат дизайна като най-доброто средство за диференциране на продуктите си от масовото производство и за навлизане в нови пазарни сегменти. Дизайнът е конкурентното предимство, което е особено значимо за страни с ниски заплати. Промисленият дизайн е свързан с материала, цвета и покритието. Проектирането на нови модели в мебелната промишленост се осъществява от проектантите и дизайнерите на фирмата или от външни дизайнери и експерти. Външните консултанти са по-често използвани от средни и големи предприятия. Освен това, те обикновено са наети от фирми, специализирани в модерни и съвременни стилове, а не от фирмите, произвеждащи продукти в класически и традиционен стил мебели, или фирми, без конкретна специализация. Приносът на дизайнерите е най-важен по време на първите фази на производството на нов продукт (Chobanova, 2015).

Освен дизайна, иновациите в материали и технологии, е друг основен двигател на конкурентоспособността. Малък брой български фирми извършват иновационни дейности, за да се разработят нови материали или технологии за мебели. По-специално, иновациите в материали често се извършва от фирми, специализирани в обработка на повърхности, докато технологичните иновации често се постига чрез съставни производители. Интересен вид иновации, които могат да засегнат сектора на мебели в близко бъдеще е свързан с наноматериалите и нанотехнологиите.

В съвместен проект на Европейската федерация на строителството и дървообработването (EFBWW), Европейската федерация на мебелните производители (UEA) и Европейската федерация на мебелната промишленост (EFIC) посочва перспективите на наноматериалите в европейския сектор на

мебели.. Използването на наноматериали в мебелни продукти е все още в ранен етап на развитие, тъй като разходите за тях са доста високи. По-голямата част от приложенията на наноматериали могат да бъдат намерени в областта на покрития, например, устойчиви на надраскване покрития, лесни за почистване и водоотблъскващи покрития, UV-защитно покритие, и самопочистващи се покрития. На този етап делът на персонала, зает с НИРД от общия брой на заетите в сектора на производството на мебели в България е изключително нисък – състояние, което е пречка да се отговори на новите предизвикателства (Chobanova, 2015).

Процесните иновации са друго важно конкурентно предимство за производители на мебели. Според доклада на CSIL (2013), най-добрите европейски производители инвестират в модернизирани и автоматизирани производствените процеси чрез нови инженерни решения. Те също така се въвеждат нови методи на производство, които дават възможност за спестяване на енергия. Типичен пример е, когато производство на мебели се оборудва със системи за рециклиране и дървесните отпадъци, които се използват като гориво в производството. Енергията се използва директно и без никакви допълнителни разходи за транспорт (Eurostat, 2014).

3. Горският сектор в Благоевградски и Кюстендилски региони

Благоевградска и Кюстендилска области са част от Югозападния район на планиране в България. Те обхващат 462 общини, 452 973 населени места и население от 452 973 души. В ЮРП преобладава производството на мебели за офиси и магазини, а най-малък дял имат производството на матраци и дюшеци.

Анализът на състоянието и проблемите в районите е направен по отношение на демографско развитие, безработица, бедност, БВП, сътрудничество и ИКТ, конкурентоспособност и иновации, горско стопанство (Програма за ТГС 2014-2020).

Демографското развитие на двата района се характеризира с ниска плътност на населението, намаляване на раждаемостта и застаряващо население. През периода 2007-2012 г. населението е намаляло в Кюстендил (-10.98%) и отбелязано крайно намаляване в общините Трекляно (-43.74%), Невестино (-26.8%), Рила (-24.17%), Кочериново (-21.1%) и няколко други.

Безработицата е 10.4% в Благоевград. Проблемите, които трябва да се решат, са свързани със значително по-високите равнища на безработица в селските райони в сравнение с градските центрове (поради ниската

икономическа активност, нискообразованата работна сила) и високата младежка безработица, която е сериозен проблем и на национално равнище и в двете страни със силно отрицателна тенденция в българските региони. Безработицата сред младежите, особено тези с висше образование е тревожна, тъй като тя е основната причина за емиграцията, като по този начин се влошава и без това неблагоприятното демографско положение в региона. Мотивирането на млади и квалифицирани специалисти и учени да останат/да се преместят на работа в региона е проблем, предвид липсата на възможности за кариерно развитие, които им се предоставят.

Равнището на **бедността** е с отрицателни тенденции. За разлика от тези съотношения на бедността област Благоевград е на челно място в страната с най-нисък дял на хора, живеещи под чертата на бедността (12.4% през 2011 г. в сравнение с 21.2% за България).

БВП на глава от населението през периода 2007-2011 г. като цяло се увеличава – в Кюстендилска област – 5%, но остана под средното за страната. Външните инвестиции в региона са доста ограничени, което пречи на ефективното и устойчиво развитие на местните фирми (БГ НСИ, 2012; МК Държ. Стат., 2012).

Главните области на **промишлена дейност** са производството на конфекция и обувки, хранителната, фармацевтичната и машиностроителната промишленост, електрониката, производството на електроенергия и минната промишленост. Проблемите на отрасъла са свързани със загубата на конкурентоспособност в резултат на продължаващия процес на реструктуриране, загуба на традиционни пазари, липса на съвременни технологии, ниска ресурсна ефективност, липса на управленски умения и технически персонал и слаби инвестиции и научно-развойна дейност.

Секторът на услугите в районите се разраства по-бързо в сравнение с тенденциите на национално равнище. Туризмът, макар и да отбелязва стабилен растеж и да е добре развит на някои места, все още заема скромнен дял в БВП.

Научноразвойните дейности не са сред главните силни страни на районите. Като цяло, способността за иновации и научно-развойна дейност остава ниска на национално равнище в сравнение с ЕС-27. Съществуват ограничени възможности (финансови, човешки, управленски) и много слаб потенциал за иновации на съществуващите предприятия да прилагат нови технологии предвид преобладаващо международния характер на приложните изследвания. Мнозинството от съществуващите предприятия имат ниско равнище на **технологично развитие** и ограничен потенциал за приложни изследвания. Липсва им ноу-хау и квалифициран персонал, за да могат да

постигат иновативен растеж. Не съществуват достатъчно динамични вътрешни двигатели за научно-развойна дейност, които да могат да ускорят потенциала за иновации в региона.

Районите не съумяват да се възползват напълно от близостта до столицата, където е съсредоточен националният потенциал за научно-развойна дейност, нито е спечелил много от трансфера на иновативни практики и технологии от чуждестранните инвеститори. Обществените организации или организациите с нестопанска цел могат да играят важна роля в областта на приложните изследвания, иновациите и трансфера на технологии, но те не са особено активни в това отношение.

В районите съществуват **инициативи за клъстери**, които може да се разглеждат като отлична отправна точка за координация на институционно равнище и за създаването на подобни трансгранични мрежи от предприятия.

Сравнително добро е положението от гледна точка на свързаността и **използването на ИКТ**, но се проявяват също и някои регионални неравенства. По данни на Евростат, делът на домакинствата, които ползват интернет в ЕС-27 за 2012 г. е 76% в сравнение с 51% за България. Използването на ИКТ в планинските и отдалечените райони е доста ограничено.

Конкурентоспособността на районите се формира на основата на ниски разходи за основните фактори - работна сила и природни ресурси, а не на иновации, образование и квалификация, трансфер на технологии, научно-развойна дейност. През последните години икономиките на районите Кюстендил и Благоевград поддържат високата си специализация в отрасли и дейности, които изискват сравнително ниска квалификация и технологии. Това определя също характера на регионалния износ, който представлява главно продукти с ниска добавена стойност.

Ниската производителност и ефективност на ресурсите на местните МСП е проблем, който пречи на способността им да издържат на конкуренцията от страна на съседните страни и страните от ЕС. Трудният достъп до финансови ресурси пречи на МСП успешно да се развиват и да се конкурират със своите европейски аналози. Нужно е също засилване на достъпа на МСП до международните пазари.

Дърводобивът е типичен за селищата, разположени до горски масиви. Горската дейност е със значителен потенциал за региона на основата на съществуващите природни ресурси, добивът е на предимно иглолистна дървесина. Обаче, нейният дял е скромен и е далече от възможните доходи. Резултатите може да се подобрят чрез мерки и сътрудничество за ефективно и устойчиво използване на горите в районите. Югозападното държавно

предприятие в Благоевград стопанисва държавните горски територии в седем административни области – Благоевград, Кюстендил, София град, София област, Пазарджик, Перник и Ловеч. В състава му влизат 38 териториални поделения, от които 35 държавни горски стопанства и 5 – държавни ловни стопанства. Общата площ на горските територии, включени в обхвата на Югозападно държавно предприятие, е 934 968 ха, от които 686 310 ха са държавните горски територии (73.4%). Това е един изключително богат природен ресурс, който обуславя и голям обем от дейности в горите (<http://www.uzdp.bg>).

По отношение на **дървообработването** преобладава производството на дограма, плочи и други изделия. Най-малък е дела на производството на опаковки. Най-големите дървообработващи фирми са: ТЕХНОУУД ЕАД – Разлог, Фурнирпласт ООД – Благоевград, а сред най-големите мебелни фирми е Пиринска мура АД – Банско. Дървесната суровина, често се закупува от други региони. Материалите за производството на мебели основно са различни видове плочи – ПДЧ, МДФ и др. Българските мебелни фирми ги закупуват от „Кастамону“ – Казанлък и „Кроношпан“ – Бургас, двете големи дървообработващи предприятия в страната, ситуирани също в други географски райони, както и от чуждестранни производители.

Проведена дискусия с представители на мебелния бранш през 2016 г. показва че, основните групи проблеми в ДМП са:

- недостатъчни управленски умения в сектора;
- недостатъчна информация за възможностите за бизнеса от браншовете;
- загуба на традиционни пазари;
- сътрудничество с научни институти, връзки с европейски мрежи;
- липса на информация за процедури за закупуване или регистрация на патенти и други форми на закрила на индустриалната собственост
- липса на информация за стандарти;
- трудности за кариерно развитие на жените, работещи в сектора;
- неатрактивност на работата и условията на труд в сектора;
- ниско заплащане в сектора.

Сред препоръките на бизнеса към БКДМП и институциите са повишаване на информираността и намаляване на проблемите с комуникациите на фирмите, особено на тези фирми, които са в отдалечени райони на страната и считат това за проблем.

Сред предложенията на участниците бяха посочени създаването на дигитална платформа за потребностите на фирмите от сектора, която да повиши информираността за новостите в сектора, възможностите за участие в различни европейски сдружения и мрежи, програми и проекти на ЕС и др.

Повишаването на конкурентоспособността на предприятията в районите на Благоевград и Кюстендил може да се осъществи чрез намаляване на транспортните разходи и ефективното използване на суровината, както и чрез сътрудничество между предприятията и прилагане на патент за производство в районите. В цялата си съвкупност, концентрацията на фирми в определен район може да образува мрежа, чието функциониране зависи от ефективното управление на доставките.

4. Съвременни форми на иновационно сътрудничество в горския сектор

Съвременните форми на иновационно сътрудничество в горския сектор се определят от характерните за сектора иновации. Такива са:

Процесни иновации

А. Производство

- внедрени нови или подобрени производствени технологии;
- използвани нови машини и оборудване, необходими за нови или подобрени продукти;
- използвано оборудване за подобряване на мониторинга на производството;
- въведени нови инструменти и екипировка;
- внедрена нова система за автоматизирано проектиране;
- внедрено компютърно-базирано разработване на продукта;
- внедрено компютъризирано оборудване за контрол на качеството на продукцията.

Б. Доставка

- въведен баркод или чипове за проследяване на материалите по веригата на доставки;
- внедрен софтуер за управление на потоците на снабдяване;

- въведени нови или значително подобрени компютърни мрежи.

Организационни иновации

А. Бизнес практики

- създадена нова база данни на най-добрите практики;
- въведени системи за управление на знанията;
- внедрена интегрирана система за управление на фирмените дейности (производство, финанси, маркетинг и др.);
- въведени системи за управление на производствения процес или процеса на доставка (управление на веригата за доставки, реинженеринг, тънко производство, управление на качеството);
- въведени програми за обучение;
- създадени нови функционални екипи от различни области или с различни компетенции.

Б. Организация на работното място

- делегиран значително по-голям контрол и отговорност на персонала за работните процеси в производството, дистрибуцията или продажбите;
- създадени формални и неформални работни групи за подобряване на достъпа и обмяна на знания от различни отдели;
- внедрени системи за отчитане на нередности или опасности, с цел установяване на причините за тях и намаляване на тяхната честота.

В. Външни отношения

- въведени стандарти за качество, контрол на доставчиците и
- подизпълнителите;
- аутсорсинг в управлението или производството;
- осъществено изследователско сътрудничество с университети или други научноизследователски организации.

Маркетингови иновации

А. Дизайн и опаковане

- промяна в дизайна на продуктова линия мебели, която да дава нов облик и да повишава привлекателността;

- осъществяване на фундаментално нов дизайн.

Б. Продажби

- въведен франчайзинг;
- въведени преки продажби;
- обзаведени зали за продажба на мебели, разработени по теми или стаи;
- внедрена персонализирана информационна система от клиентски карти с цел насочване на продуктите към специфичните нужди на индивидуалните потребители.

В. Ценообразуване

- въведен нов метод, който позволява на клиентите да изберат желаната спецификация на продукта на сайта на фирмата и след това да се види цената на посочения продукт;
- използван нов метод за промяна на цената в съответствие с търсенето;
- използвани специални оферти в магазините, достъпни само за притежателите на кредитни карти или бонусни карти.

Г. Промотиране

- въведена нова търговска марка;
- използвана нова рекламна медия;
- използвано ново търговско лого;
- позициониране на продукти във филми или телевизионни програми;
- въведен нов символ на марката;
- издадени карти за лоялни клиенти.

Екоиновации

- използвани суровини от възобновяеми източници;
- произведени екологично чисти продукти;
- използвана енергия от възобновяеми източници в производството;
- използвани технологии и системи за оползотворяване, минимизиране и изключване на отпадъците;

- въведени стандарти, свързани с опазване на околната среда;
- др.

В обобщен вид, основните изводи от резултати на направени проучвания на иновационното представяне в горския сектор на България по методиката на Евростат и ОИСР от Осло за събиране на данни за технологични иновации и интерпретирането до 2015 г. им са:

- иновационното представяне на мебелните предприятия е под средното за предприятията в ЕС или на промишлените малки и средни предприятия;
- с увеличаване на броя заетите в мебелните предприятия, нараства и тяхната иновационна активност;
- мебелните предприятия почти не осъществяват НИРД, както и разходи, свързани с нея;
- преобладаващи са усъвършенстваните продуктови иновации, с ниска степен на реализация на иновативните продукти;
- според вида на иновационната дейност доминира закупуването на машини и съоръжения, свързани с иновации;
- ниски нива на патентна дейност, спрямо тази на промишлените предприятия в България, което определя и ниската конкурентоспособност на иновативните продукти;
- ниски нива на сътрудничество и съфинансиране на иновациите на мебелните предприятия.

Ниската иновационна активност на мебелните предприятия в България е резултат от дългогодишни трудности в сектора, чиито ключови **проблеми пред осъществяване на иновационната дейност** са:

- липса на собствени финансови средства, предназначени за иновации;
- липса на публично финансиране на иновациите;
- липса на човешки ресурси, които се занимават с НИРД;
- липса на сътрудничество в иновационните проекти с други предприятия, организации и университети в страната и страни от ЕС;
- липса на информираност за добри практики и постижения в мебелния сектор;

- липса на единна и актуална методика за наблюдение, сравнение и оценка на иновационната активност;
- липса на актуална стратегия за развитие на Горската промишленост.

Един от значимите пътища за преодоляване на ниското равнище на иновативност и недобрата конкурентност на предприятията от горския сектор в пограничния регион е прилагането на съвременни форми на иновационно сътрудничество. Във връзка с това по-нататък се представят различни форми на иновационно сътрудничество като се представя и обобщава опита в България и в пограничния регион.

Верига на доставки в горския сектор

Обединяването на множество организации във вериги за доставка в Горския сектор създава много добри възможности за всеки от участниците – да добавя стойност във веригата, да ползва допълнителни ресурси, както и да прилага бенчмаркинг при усъвършенстване на дейността си.

Ключови преимущества на управление на доставките са: (www.apics.org, 2016)

- нарастващи възможността за добавяне на стойност във всички части на веригата от доставки;
- гъвкави и бързи съгласувани съвместни действия при промени на пазара;
- оптимизация на разходи и ресурси.

В практиката, основните действия при управление на доставките са идентификация и избор на ключови доставчици; установяване на дългосрочни взаимоотношения; обединяване знанията и ресурсите на основните партньори и разработка на съвместни действия за усъвършенстване.

През 1980 г. термина „управление на веригата за доставки“ (SCM) е разработен, за да изрази необходимостта от интегриране на ключовите бизнес процеси, от крайния потребител чрез оригинални доставчици (Oliver, Webber, 1992, 1982). Оригинални доставчици са тези, които предоставят продукти, услуги и информация, които добавят стойност за клиенти и други заинтересовани страни. Основната идея на SCM е фирмите да се включат в веригата за доставки чрез обмен на информация и производствени възможности (Jacoby, 2009; Andrew Feller, Dan Shunk & Tom Callarman 2006; Blanchard, David, 2010).

Ако цялата необходима информация е достъпна за всички фирми, всяка фирма по веригата на доставките е в състояние да помогне за оптимизиране

на цялата верига на доставки, а не да се под-оптимизират на базата на местен интерес. Това ще доведе до по-добро планиране на производството и дистрибуцията, намаляване на разходите и увеличаване на привлекателността на крайния продукт, което води до по-добри продажби и по-добри общи резултати за фирмите, които участват. Това е една форма на вертикална интеграция. Други ключови ползи за участниците в мрежата са свързани:

- увеличаване на печалбата;
- намаляване на времето за обработка;
- намаляване на производствените разходи;
- намаляване на складовите запаси и др.

Както беше споменато, управлението на веригата за доставки (Supply Chain Management) обхваща цялото движение и съхранение на суровите материали, които участват в процеса на работа и крайните продукти до стигането им до потребителя. Включва също така, както във компанията, така и извън нея. Много е важно за крайния резултат е дали се управлява правилно веригата за доставки. Ефикасната комуникация е важен фактор, защото тя дава сигурност, че поръчките се дават навреме и ще бъдат изпълнени в необходимия срок.

Ако се управлява правилно верига, то разходите за материали и транспорт са възможно най-ниски, поръчките се изпълняват без закъснение, доставките са сигурни и надеждни. Разбира се това повишава и общата печалба, защото разходите са минимизирани и по-бързо и коректно могат да бъдат задоволени нуждите на потребителите. Един от най-важните фактори в управлението на веригата за доставки е и партньорство, което осигурява успех и на двете страни.

Управлението на вериги за доставки автоматизира логистичните операции по целия жизнен цикъл на изделието и решават следните задачи:

- взаимодействие с доставчиците – търсене на подходящи доставчици, оформление на поръчки, изчисления на цени;
- управление на складовете – системата контролира приемането на стоките, отчита особеностите, свързани с тяхното съхранение, информира работещите в склада, включително с помощта на радиоапаратура;
- анализиране на транспортни маршрути, позициониране на нови производствени цехове, складове и т.н.;

- оптимизиране на транспортните операции на базата на изчисления и анализи на стойността и сроковете за превоз с различни видове транспорт, отчитане на митнически такси, цена на товаро-разтоварни работи и т.н.;
- взаимодействие с дистрибуторите – оформяне на заявки, отчети и т.н.;
- подготовка на данни, необходими за определяне на ценовата политика на компанията;
- оценка на създаваната добавената стойност;
- анализ на потребностите от ресурси за производство и на базата на получените данни автоматично генериране на заявки за покупки;
- анализ на данните за търсенето на произвежданите продукти и при необходимост коригиране на производствените планове;
- анализ на комплексна информация по цялата логистична верига.

Съветът на специалисти по управление на веригата за доставки (CSCMP) определя управлението на веригата за доставки, както следва: „Управление на веригата за доставки обхваща планирането и управлението на всички дейности, включени в доставката на материали и поръчки, преобразуване, и всички дейности, управление на логистиката. Важното е, че също така включва координация и сътрудничество с партньорите, които могат да бъдат доставчици, посредници, трети страни, доставчици на услуги, както и клиенти. По същество, управление на веригата за доставки интегрира снабдяване и управление на търсенето в рамките на и между фирми (<http://cscmp.org>).

Терминът „логистика“ се отнася за дейности в рамките на една фирма или организация, свързани с дистрибуция на продукти, докато „веригата за доставки“ допълнително обхваща производство и поръчки, и следователно има много по-широк фокус, тъй като включва няколко предприятия (включително с доставчици, производители и търговци на дребно), които работят заедно, за да отговори на потребностите на клиента за даден продукт или услуга (<http://www2.eshipglobal.com/>).

Управление на веригата за доставки е интегрираща функция, чиято основна отговорност за свързване на основни бизнес функции и бизнес процеси в и между фирми в един от високо-ефективните бизнес модели. Тя включва всички дейности по управление на логистиката отбелязано по-горе, както и производствени операции, координация на процеси и дейности с и между маркетинг, продажби, дизайн на продукта, финанси и информационни технологии (<http://cscmp.org>).

В зависимост от разположението на фокусните предприятия, доставките могат да се разглеждат като локални, национални, международни и глобални. При националните отсъства езиковата бариера и международното транспортиране, както и различия в законодателството. Докато при международните и глобални се явяват и други организации, предоставящи различни услуги на фокусните предприятия. Такива са логистични посредници (превозвачи, експедитори, митници, складове за временно съхранение, агенти и др.); финансови посредници (банки, застрахователни дружества и др.); информационни посредници (маркетингови агенти, рекламни фирми) и институционални посредници (Парфенов, 2010).

В зависимост от вида на дейността, доставките могат да бъдат:

- с интензивна дистрибуция (високооборотни стоки);
- със селективна дистрибуция (облекло, телевизионна и битова техника, мебели);
- с ексклузивна дистрибуция (автомобили, обувки, мебели по поръчка, известни марки) и
- със смесена дистрибуция.

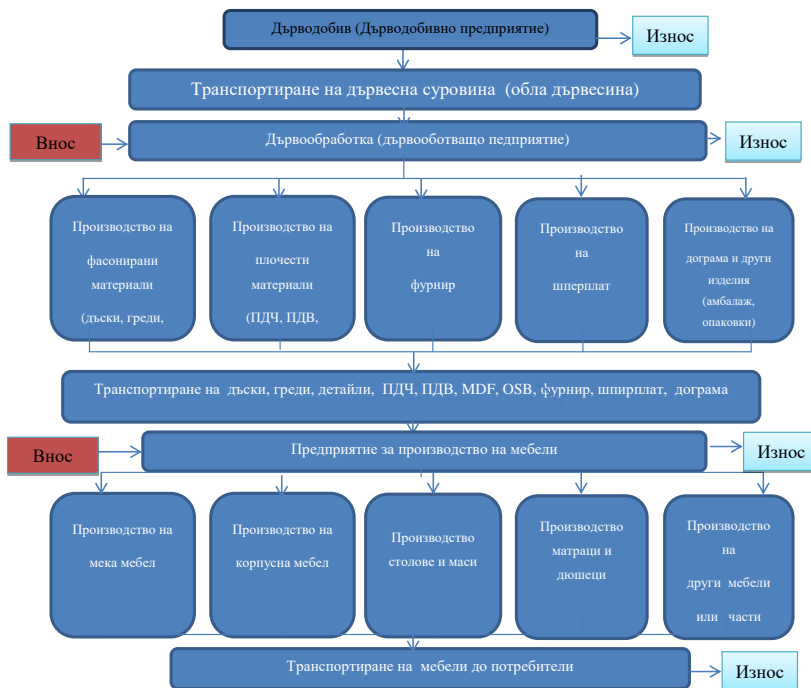
Междуфирменото сътрудничество в горския сектор е от ключово значение за преобладаващия дял МСП, които имат разнообразната дейност (дърводобив, производство на дървесни плочи, фурнири, дограма, мебели и др.), необходимост от различни материали (дървесни, недървесни, обкови, санитария, лакове, екипировка и др.) и сложност на крайния продукт (корпусна мебел, мека мебел, столове и маси и др.).

Липсват задълбочени проучвания по проблемите на междуфирменото сътрудничество в България. Частични интерпретации се правят на базата на провеждани проучвания, които показват, че проблемите, които производителите посочват при осъществяването на трайни връзки с други организации и предприятия, особено с доставчици, са свързани с: неспазване на срокове на доставка; неточното договаряне; проблеми с неспазване на качеството. (Иванова, Попова 2009)

Това обуславя и необходимостта от мащабно проучване, свързано с веригата на доставки в България, и по-конкретно в регионален аспект, както и възможностите на клъстерните обединения. Веригата на доставки обхваща проследяване на движението на стоките в отчетите и управлението – от доставчиците на суровини и материали, през производството, складирането, разпространението и продажбата, до доставката им на крайния потребител и обслужването след продажбата.

Горският сектор включва много етапи и различни отношения между производители, доставчици, търговци и потребители, зависеща от разнообразните крайни продукти – дървесни плочи, фурнир, шперплат, мебели, мебелни части и др. В общ вид веригата на доставки включва:

Фигура 1.12. Общ вид на веригата на доставките



Доставките от добива на дървесина до крайния потребител включват на първо място добив и транспортиране на облата дървесина до дървообработващото предприятие, за вторична обработка. Вторичната обработка може да се осъществи с помощта на обработени дървени трупи от дърводобивните предприятия в България или от внесени извън страната. При производството на мебели, плочите, фурнира, шпирплата и др. могат също да бъдат производство на български предприятия, или да се внасят от други страни. Готовата продукция, от своя страна, също е обект на износ.

Водещи български производители в тези направления в България са:

- Дъски, греди, врати, дъски – Техноуд ЕАД, Разлог

- Шперплат – Велде България АД, Троян
- Дървесни плочи – Кастамону, Казанлък и Кронишпон, Бургас
- Фурнир – Фурнир Пласт ООД - Симитли

Съществуват и множество фирми, доставящи различни материали в сектора и взаимно изгодните отношения с доставчиците са от съществено значение за успешното развитие. Те са в пряка зависимост от концепцията за управление на вериги за доставка и по-точно от възможностите на организацията да усвои основните й принципи, да ги внедри и да ги прилага ефективно.

Водещите фирми в България, доставящи материали за ДМП са:

- ЙАФ – България – вносител на EGGER;
- ПРОДИЗ ООД – вносител на мебелен обков Haefele;
- Соларис-М ООД – вносител на МДФ, ламинирано ПДЧ, естествени фурнири, технически фурнири, масив, кантове, шперплат, CPL , HPL;
- SALEX - ламинирани и фурнировани плоскости, ABS и меламинови кантове, работни плотове и пълна гама аксесоари към тях, цветен MDF, мебелен обков и механизми на водещи европейски фирми;
- Рали М – мебелен обков BLUM.

Общата верига на доставки може да бъде разделена на различни подвериги, в зависимост от мястото на фирмите и вида производство:

- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > строителство > потребители
- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на мебели > потребители

Дървесни плочи – мат и гланц



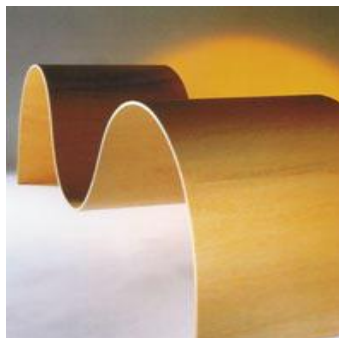
- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на дървесни плочи > производство на мебели > потребители

Фурнирни листове



- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на фурнир > производство на дървесни плочи > производство на мебели > потребители
- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на фурнир > строителство > потребители

Шперплат – обикновен и огъваем



- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на шперплат > производство на мебели > потребители

- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на шперплат > строителство > потребители
- Дърводобив > производство на целулоза > производство на опаковки > потребители

Дограма



- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на дограма > строителство > потребители

Палети



- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на пелети и брикети > потребители

- Дърводобив > производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли) > производство на амбалаж (палети, щайги, сандъци)

Пелети



- Дърводобив > дърва за огрев > потребители

Дърва за огрев



Изследването на веригата на доставки в ДМП в районите на Кюстендил и Благоевград в България е пряко свързано и със сътрудничеството между фирми с различна дейност. Фирмите, работещи в ДМП, произвеждащи мебели и доставящи материали и машини, могат да бъдат (<http://mebeli.info/>):

<p>Фирми, произвеждащи мебели</p>	<ul style="list-style-type: none"> • корпусни мебели; • тапицирани мебели; • офис мебели; • търговско и специализирано обзавеждане; • градински мебели; • столове и маси; • мебели за баня
<p>Фирми за материали за производство на мебели</p>	<ul style="list-style-type: none"> • дървесина и фасонирани материали; • детайли и полуфабрикати от дървесни материали; • материали с минерален произход; • дървесно-плочести материали; • облицовъчни материали; • кантове; • мебелен обков; • лепила; • лакове, байцове; • материали за защита на дървесината; • материали за тапицирани мебели; • подматрачни рамки; • обков за врати и прозорци; • брави и заключващи системи
<p>Фирми за машини, инструменти, консумативи</p>	<ul style="list-style-type: none"> • производствено оборудване и аспирационни системи; • бояджийска техника; • шкурки и абразивни материали; • сушилни и котли; • режещи и електроинструменти; • опаковки и опаковъчна техника
<p>Фирми, предлагащи продукти за интериора</p>	<ul style="list-style-type: none"> • врати и прозорци; • стълби и парпети; • дюшеме, паркет, ламинат; • килими и мокети; • интериорен текстил; • матраци; • осветителни тела; • стъкла и огледала; • бяла и черна техника; • кухненски уреди за вграждане; • мивки и смесители; • фаянс, теракота, санитария; • аксесоари
<p>Фирми, предоставящи услуги</p>	<ul style="list-style-type: none"> • лакиране и боядисване; • заточване на инструменти; • работа на ишлеме;

	<ul style="list-style-type: none"> • ремонт и реставрация на мебели; • проектиране; • консултации; • транспорт; • хамалски услуги
<i>Други фирми</i>	<ul style="list-style-type: none"> • работно облекло и ЛПС; • строителство и архитектура; • дизайн; • специализиран софтуер; • проекти; • консултантски агенции; • друго.

Клъстерите са стратегически печеливши обединения от компании, които си сътрудничат и успоредно с това между тях съществува непротиворечива вътрешна конкуренция. Самото обединение на фирмите им позволява да изградят по-добри комуникации, да си осигурят по-евтини суровини и материали, да внедряват повече научно-приложни разработки, да създават специализирани центрове за квалификация и образование и т.н. Именно по тези причини клъстерите, като форма на публично-частно партньорство, са възприети като един от успешните модели, който може да помогне на българския бизнес да пробие на международните пазари.

Клъстерната политика на България, освен реален израз в настоящето, следва да има и своята проекция в бъдещето. В периода на интегрирането ни в европейското икономическо пространство, това може да се реализира само при отчитане тенденциите на развитие в глобалната икономика и тяхното влияние върху отраслово- регионалните формирания, свързани с новата икономика, които могат да повлияят формирането на регионалните клъстери по напълно различни начини. Интерес представляват онези форми на сътрудничество, които са свързани с процеса на формиране на добавена стойност, надолу и нагоре по веригата.

Авторите Asheim и Isaksen идентифицират две паралелни тенденции в глобализиращата се икономика, които взети заедно, представляват развитието от локални производствени системи (като регионалните клъстери) до глобални научни системи, управлявани от транснационални корпорации:

- Първата е тенденция на заместване на локалните системи с глобални – голям брой фирми, в т.ч. и формално независими, са свързани в мрежи, които директно или не, се контролират от големите компании.

- Втората тенденция представя прехода от производствени системи към системи на знанието в резултат от нарастващата “научна” интензивност на продуктите.

Подобни насоки на развитие могат да доведат до намаляване значението на регионалните мрежи и клъстерите и нарастване дела на свързаните в глобални стойностни вериги фирми. Едновременно с това не намалява значението на географската близост, локализираното обучение и личните взаимоотношения при стимулиране на иновационната активност (Asheim and Isaksen, 2000).

Ролята на клъстерите в икономическата политика в България

Клъстерите представляват основен микроикономически феномен, който играе важна роля за повишаване на конкурентоспособността на предприятията в един все по-глобализиран свят. Предприятията, които са част от една силна група имат определени ползи, изразяващи се в: подобряване на достъпа до квалифицирана работна ръка в съответния отрасъл, добра инфраструктура, близост до съответните образователни и изследователски институции, директен контакт с изтънчения и взискателен клиент, достъп до специализирани финансови институции и близост до доставчиците (Стоенчев, Иванова, 2012).

В контекста на постепенното премахване на бариерите за движението на стоки, капитали, хора и знания става все по-важно за отделни страни да развият силни клъстери, които са конкурентни не само на национално или регионално ниво, но и в световен мащаб.

България има значителна специализация в клъстери, като например: текстил и облекло, туризъм, вино, мебели, етерични масла, информационни и комуникационни технологии, транспорт и логистика, чисти технологии и др.

Много от формираните групи в момента, обаче, не са организирали клъстерни инициативи. В момента в България има около 15-20 съществуващите официални клъстерни инициативи, някои от които вече са получили някаква подкрепа от ЕС, докато други се създават за да я получат. Въпреки това, наличието на финансиране за началната дейност на клъстера не винаги е основният проблем.

Ключовите въпроси, пред които е изправена Европа във връзка с повишаване на иновационната активност и справяне с предизвикателството “иновации”, са:

- Потребности от нови продукти и услуги, в съответствие с променящите се пазари и потребности.
- Необходимост от подобряване ефективността на процеса “създаване на нови идеи”, създаване на предпоставки за генериране на идеи и последващата им успешна реализация.
- Динамичните икономически процеси не са сигнал за фундаментални промени на тренда, но налагат гъвкави и адаптивни стратегии.
- Иновациите са индикатор, който показва европейската визия на ръст и просперитет.

Клъстерите могат да са катализатори в този процес и да функционират като основно средство за свързване на отделни територии и бизнес сектори. Иновациите са насочени предимно към географска концентрация, много повече отколкото към постигане на по-висока производителност на труда. Клъстерите представляват регионално концентрирани специализирани компании и институции, свързани с мрежови връзки и осигуряващи среда, подходяща за нововъведения. Това прави възможно иновацията да бъде “отворена”, да се генерират нови идеи в мрежата от фирми и институции, участващи в клъстера.

Разбира се, това обстоятелство снижава бариерите за пренасяне на новите идеи в бизнеса и получаване на изгоди от глобализацията. В съвременната конкуренция всички клъстери имат нужда да бъдат иновативни. Регионите, които съчетават рисков капитал, умения и отлична изследователска дейност със силни клъстерни портфолия, имат много по-големи възможности за повишаване на иновационен капацитет, докато региони без клъстери или с изолирани изследвания, рискуват чувствително да изостанат в това отношение.

Глобализацията води до по-нататъшно нарастване на изгодите и ясна клъстерна специализация. Силни клъстери са възможни при “отворени пазари”, където сътрудничеството с конкурентни фирми се осъществява вътре и между клъстерите. Клъстерите са необходими там, където конкуренцията между регионите прави възможно компаниите да избират място за техните дейности на базата на подчертана икономическа ефективност, а не в съответствие с отчитане на бариери от кръстосани продажби и инвестиции. Клъстерите могат да увеличат потенциала на фирмите ако създадат взаимовръзки с други клъстери, които осигуряват допълнителни възможности по отношение на ресурси и пазари.

Глобализацията увеличава необходимостта от комбиниране на силни вътрешни променливи на национални фирми и клъстери с възможности на

глобалната среда, осигуряване на трайни взаимовръзки с клъстери и пазари, намиращи се другаде. Клъстерите правят възможно в частност и малките и средни предприятия да постигнат предимство в контекста на глобалната икономика. Клъстерите получават ключови предимства в привличането на капитал, хора и знания. Клъстерите се разрастват в региони, които имат специфични предимства като място за осъществяване на фирмени дейности и коопериране, фирмите достигат пълен икономически потенциал ако добре са обвързани с пазарите и ако имат добри кооперативни взаимовръзки. Националните и регионални политики играят важна роля в мобилизирането на съвместни действия в съответните райони, в т.ч. регионални клъстери.

Ефективната държавна политика относно клъстерите е необходима да мобилизира широка коалиция от партньори, така че да интегрира и насърчи дейности, необходими за нуждите на специфични клъстери. Успехът на тази политика зависи от действията на много и различни играчи, държавни и обществени агенции на различни нива, компании, инвеститори, търговски асоциации и камари, образователни и изследователски институции, а така също и други институции, въздействащи на бизнес средата на клъстерите, т.н. пазара на труда. Повишаването на потенциала на клъстерите, придвижването им от кооперирани компании в определен регион към високи нива на сътрудничество и взаимодействие, е основна задача на регионалните и национални правителства. Клъстерните инициативи са важен инструмент, подпомагащ достигането на тази цел.

Националните и регионални политики са критични за подобряване на бизнес средата, работата по клъстерните инициативи и фокусирането върху клъстерите като трансмисия за иновации и растеж. Клъстерите подчертават значението на силната териториална политика в свят, където локалната и глобална мрежа са решаващи за успеха на бизнеса.

Повечето връзки и взаимодействия в мрежовата структура повишават добавената стойност, свързано с достъпа и развитието на интелектуалния капитал. Повишаването на конкуренцията чрез задълбочаването на вътрешния маркетинг остава основно предизвикателство за европейската политика. Възможното транснационално коопериране между клъстерите е необходимо да се развива в съответствие с европейските инициативи и да разширява националните и регионални политики. Европейските политики също влияят върху бизнес средата в Европа, където подобренията изискват координация на дейностите в различни страни.

Европейските институции влияят директно или индиректно чрез осигуряване на знания и помощ за подобряване на националните и регионални политики. В клъстерните инициативи са необходими компании от различен тип, които са

важни партньори в мрежата. Успешната клъстерна политика определя къде компаниите, самостоятелно или чрез индустриални асоциации и други мрежи, са напълно ангажирани и успешни, идентифицира критичните области на съвместна дейност, пазари или свързани производства. В някои случаи индустриалните мрежи са първите двигатели на клъстерното развитие и те могат да изиграят определяща роля и влияние върху обществените органи да подкрепят този процес.

Европейските страни и региони развиват широк кръг от клъстерни инициативи.

Някои страни са стартирали клъстерни инициативи и имат съответни политики отдавна – Испания, Каталуния, Италия, Шотландия, Обединеното кралство, Франция, Дания, Холандия. Други страни се активизират през последните няколко години като: Австрия, Чехия, Швеция и др.

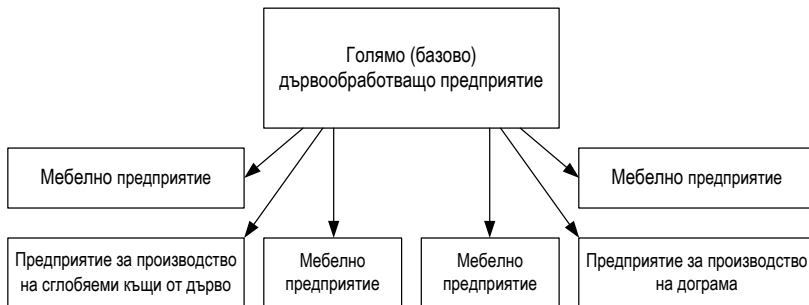
Европа сега е сред най-активните региони в световната икономика по отношение на клъстерните инициативи. Европейската комисия работи по твърде много политики и така влияе върху развитието на клъстерите в Европа. Европейските политики “като самостоятелни пазарни програми” обхващат клъстерното развитие индиректно, чрез отчитане на промените в европейската бизнес среда. Други европейски политики влияят върху клъстерното развитие директно чрез “европейски програми” или чрез подкрепа на усилията на клъстерната политика на национално и регионално ниво.

Субконтракторни вериги и мрежи, хоризонтални и вертикални продуктови линии

МСП от горската промишленост в България често си сътрудничат с други фирми, за да отговорят на големите поръчки на клиенти. Субконтракторни връзки се реализират, както между малки и средни предприятия, така и между големи или т. нар. базови предприятия и МСП. Като базови дървообработващи предприятия се определят тези за производство на ПДЧ, ПДВ, шперплат и др. Взаимодействието между тях и МСП се осъществява чрез развитие на технологична специализация в базовите предприятия в посока на допълнително разкрояване до детайли, шлайфане, фурнироване и др. видове финишна обработка. Тези технологични операции вместо да се извършват в МСП се пренасят в базовите предприятия. Процесът на технологична специализация повишава ефективността на производството и в двете групи предприятия. При първата – защото производствените операции са централизирани на едно място и се произвеждат с по-малко относителни разходи, при втората – от икономии за закупуване на скъпо струващи машини, а впоследствие и от ненатоварването им, тъй като потребностите на малкото

предприятие са многократно пъти по-малки от производствената мощност на оборудването.

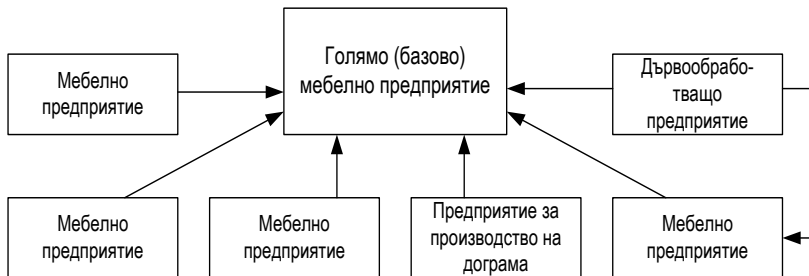
Фигура 1.13. Примерен модел за субконтракторна мрежа в дървообработващия и мебелен сектори с преобладаващи връзки в посока от базовото мебелно предприятие към МСП



Източник: Григоров, 2010.

Възможно е посоката на връзките на субконтракторните мрежи да бъде и обратна, т. е. от МСП към базовото предприятие. Като пример за илюстрация на този случай може да послужи мебелно предприятие с голямо серийно производство и с множество поддоставчици на допълващи детайли (от масивно дърво или плочести материали), които то самото не е ефективно да произвежда. В базовото предприятие се извършва крайният монтаж на готовото изделие.

Фигура 1.14. Примерен модел за субконтракторна мрежа в дървообработващия и мебелен сектори с преобладаващи връзки в посока от МСП към базовото мебелно предприятие



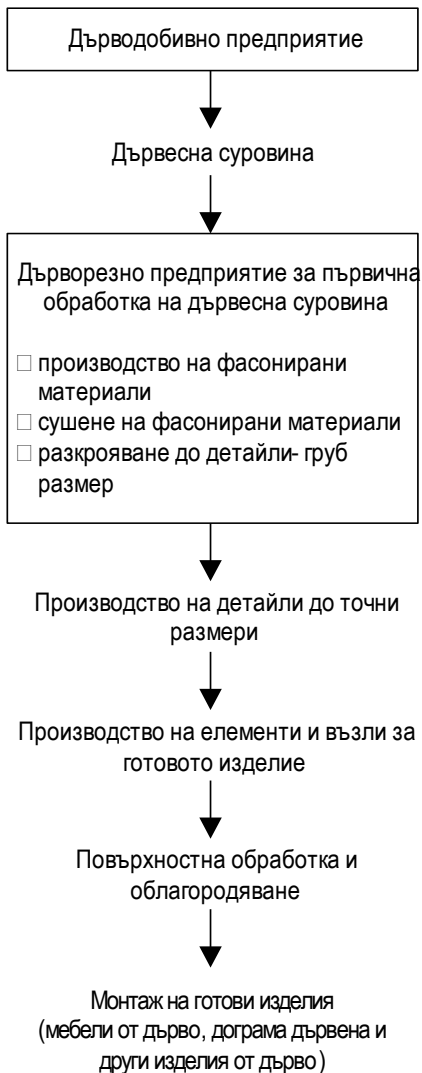
Източник: Григоров, 2010.

За разлика от субконтракторните вериги и мрежи, които имат сравнително постоянен характер и са изградени на производствено технологичен признак в отличие от обикновеното материално-техническо снабдяване, **хоризонталните продуктови линии** се разгръщат и са в резултат най-вече на хоризонталната производствена специализация и коопериране между отделните предприятия, като обикновено се конфигурират комплекти от различни видове изделия. Чрез хоризонталните продуктови линии участващите предприятия в тях реализират синергичен ефект от придобиване на нови или усъвършенствани технологии, начини на обработка на суровините и материалите, организацията на производството, труда и управлението и др. Взаимодействието между предприятията се отразява и върху качеството на крайната продукция в посока на повишаване.

Видно от примерните модели, хоризонталната специализация в отрасъла може да се развива, както в посока на изграждане на продуктови линии, така и на поддетайлни такива. В тях могат да участват не само предприятия от отрасъла, но и от други отрасли – например предприятия, произвеждащи стъкло (детайли от армирано, матирано, огледално, фигурално и др. видове стъкла), пластмасови детайли, механизми от метал, мраморни плотове или стойки и др.

Особено характерни за производствата в горския сектор са и възможностите за развитие на **вертикалните технологични линии**, което се дължи на факта, че дървесината и продукцията от нея са основните суровини и материали, които се обработват последователно, преминавайки през всички фази на производството. Тези тесни връзки между отделните производства, основаващи се на суровинен, технологичен и производствен признак, са основа за непрекъснато усъвършенстване на продукцията, преминаваща през различните фази на обработка, за повишаване нивото на техниката и технологията, за увеличаване на ефективността в отделните производствени звена, както и общата икономическа ефективност. Тази икономическа ефективност още по-ясно е изразена при разклонените вертикални технологични линии с включването на вторичните дървесни ресурси (технологичните отпадъци) в производствата на ПДЧ, ПДВ, брикети, целулозни материали и др.

Фигура 1.15. Вертикални технологични линии (дълги) при обработката на масивна дървесина



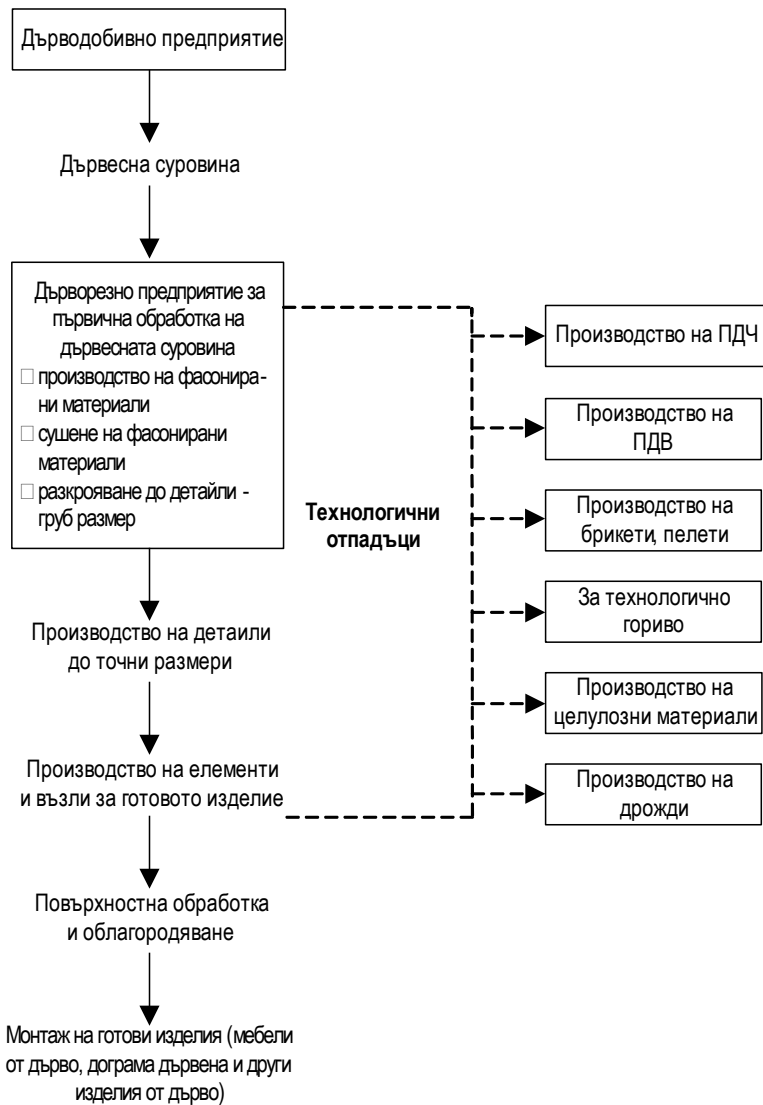
Източник: Григоров, 2010.

Фигура 1.16. Вертикални технологични линии (дълги) при производството и последваща обработка на плочести материали



Източник: Григоров, 2010.

Фигура 1.17. Разклонени вертикални технологични линии, характеризиращи комплексното използване на дървесната суровина



Източник: Григоров, 2010.

Последователността при обработка на масивната дървесина и на плочестите материали позволява както събирането на всички фази на обработка на едно място, т.е. на една производствена площадка (в миналото комбинатната форма на организация на производството), така и тяхното разделение в пространството и извършването им от различни производствени единици. Това разчленяване и обединяване по признака на сходство и еднаквост на технологичните операции на едно място дава много добри възможности за интегрирането на МСП в технологичните линии. Разбира се, освен многото предимства има и негативи, най-вече с опасността връзките между отделните единици да загубят гъвкавостта си, но с умели мениджърски подходи и методи на управление тези опасности могат да се преодолеят, а също и чрез образуването на сбор от няколко къси във вертикална посока технологични линии.

За да се запазят и без това ограничените запаси от дървесина и за да се намали тяхното ползване, в страните с развити икономики с все по-голяма сила набира скорост включването в материалните баланси освен на технологичните отпадъци и на източници, идващи от рециклирането на излезли от употреба изделия от дърво. Причините за такъв подход са не само икономически, те са и екологични и социални, което определя и толкова важното място и отношение към тези въпроси и за нашата страна понастоящем и за в бъдеще. Тяхното успешно решаване може да се осъществява чрез изграждане на специализирани звена за организиране събирането на тези вторични ресурси от дървесина и подготовката им за подаване в производството на нови продукти. Тези специализирани звена могат да бъдат включвани в състава на технологични и субконтракторни мрежи и по този начин политиката по рециклирането на излезли от употреба материали или изделия от дърво да се постави на здрава организационна и технологична основа.

Рационално използване на дървесните ресурси и опазване на околната среда може да се осъществи чрез:

- поощряване внедряването в производството на малкоотпадъчни и безотпадъчни технологии, а също и на по-съвършени производствени процеси и технологии при изграждането на нови или реконструирането на съществуващи мощности, производството на продукция с увеличена дълготрайност, лесен ремонт и повторно използване при възможност;
- организиране производството на екологични и същевременно ресурсноспестяващи производства с цел съхраняване на горските дървесни ресурси и техните средозащитни, рекреационни и санитарно-хигиенни функции;

- удължаване сроковете за експлоатация на различните видове външни дървени обшивки и конструкции, траверси, подпори, стълбове и др. чрез антисептиране, импрегниране и сушене на дървесината;
- стимулиране изграждането и развитието на вертикални технологични връзки, субконтракторни мрежи и клъстерни формирания, с което се създават добри възможности за увеличаване степента на преработка на дървесната суровина и нейното комплексно използване.

Подходът при тези форми е за "чисто производство" и замърсителите да се неутрализират още в източника на възникване, чрез изменение на произвежданите продукти и действащите процеси или още във фазата на тяхното проектиране, за разлика от подхода "end of pipe" (на края на тръбата), където контрол и съответни мерки се вземат на изхода на производствения процес, след като проблемите вече са възникнали.

Икономическият ефект от "Чистото производство" се изразява в намалена загуба на материали, съответно разходи по закупуването им, повишена производителност - намалени производствени разходи, намалени разходи за обработка или утилизация на отпадъците и др.

Екологичните предимства се реализират в: по-малко отпадъци, постъпващи в околната среда – намалява нивото на човешкото въздействие върху екосистемите и повишава тяхната устойчивост; предотвратява преноса на замърсители от една среда в друга(намалява нивото на потребление на природни ресурси; замяна на изчерпаемите природни ресурси с възобновяеми; замяна на биологически неразложимите материали с био-разлагащи се; по-добра работна среда за здравето и безопасността на персонала.

Големи са възможностите за разгръщане на разнообразни по съдържание субконтракторни връзки и взаимодействия между предприятията и производствата от дървообработващия и мебелен сектори. В тази връзка се предлагат два типични примерни модела за изграждане на субконтракторни мрежи: първият е с преобладаващи връзки в посока от голямо (базово) дървообработващо предприятие към МСП за производство на крайна продукция на база дървесина; вторият модел е с преобладаващи производствено-технологични връзки от МСП, произвеждащи допълващи детайли и елементи за мебелно предприятие с голямо серийно производство.

За разлика от субконтракторните вериги и мрежи, които имат сравнително постоянен характер и са изградени на производствено-технологичен признак, хоризонталните продуктови линии се разгръщат и са в резултат най-вече на хоризонталната производствена специализация и коопериране между

отделните предприятия, като обикновено се конфигурират комплекти от различни видове изделия или детайли за тях. Различни са вариантите за модели на хоризонтални продуктови линии, но всички те са носители на синергични ефекти от придобиване на нови или усъвършенствани технологии при обработка на дървесината, в организацията на производството, труда и управлението, от производителността на системите, от разнообразяване в асортимента и качеството на произвежданата продукция и др.

Интеграционните процеси между фирмите и предприятията от дървообработването и включването им в предприемачески мрежи от вертикален тип се изразяват най-вече и са в резултат от последователността в технологичната обработка на дървесната суровина и материалите от нея. Изграждането на вертикални технологични линии, преминавайки през различните фази на обработка на дървесината до производството на крайна продукция вследствие на много силните технологични връзки оказват съществено влияние върху нивото на използваната техника и технологии, за тяхното усъвършенстване и повишаване ефективността от преработката на дървесината, както и от възможностите за комплексното ѝ използване, което се вижда много добре при модела на разклонените технологични линии. Разбира се, ефективно използване на дървесината се осъществява и при предлаганите модели на вертикални технологични линии (дълги) при обработка както на масивна дървесина, така и при производството на плочести материали и тяхната последваща обработка.

Едно от стратегическите направления залегнали в Горската технологична политика на ЕС е освен включването в материалните баланси на технологичните отпадъци, също и на ресурсите, идващи от рециклирането на вече излезли от употреба изделия на база дървесина. Успешното решаване на тези въпроси за България може да се осъществява чрез изграждане на специализирани звена за организирано събиране на тези вторични ресурси от дървесина и подготовката им за подаване в производството на нови продукти. Тези специализирани звена могат да бъдат включвани в състава на технологични и субконтракторни мрежи и по този начин политиката с рециклирането на излезли от употреба материали или изделия от дърво да се постави на здрава организационна и технологична основа. В това отношение има достатъчно добри примери и опит в страни като Германия, Италия и др.

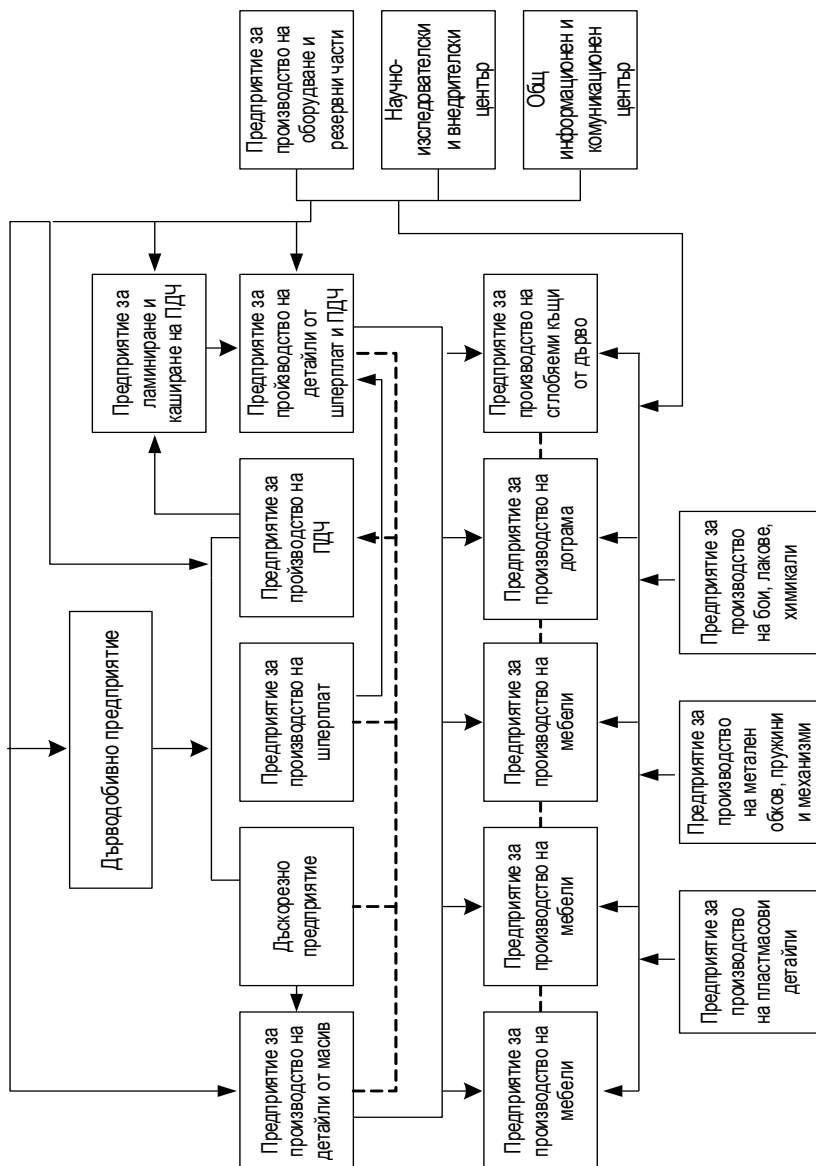
Участието на фирмите в клъстерни формирования и предприемачески мрежи е начин за увеличаване на тяхната икономическа мощ и потенциал и възможност за противодействие на заплахите пред тях, които към момента се изразяват в:

- Силна конкуренция на европейските пазари за произвежданата в България продукцията, най-вече на мебели и др. изделия от дърво.
- Инвазията на азиатски производители на Европейския пазар, предлагащи сравнително доброкачествени, но на по-ниски цени мебели и др. изделия от екзотична дървесина и бамбук.
- Ограничен асортимент и структура на родните продукти на база дървесина, с ниска степен на обработка и слаба конкурентоспособност спрямо вносните такива.
- Изместване от областите на приложение на продукцията на база дървесина от аналогична, с участието в нея на PVC, алуминий и др.
- Недостиг на добре обучени специалисти и квалифицирана работна ръка.

Към всичко това като се прибавят и големите възможности, които се откриват чрез структурите на ЕС по отношение пазари, съвместни научно-изследователски проекти, иновационна политика и т.н., се вижда, че включването в тези структури е възможно и ефективно именно по пътя на конфигурирането на предприятията в най-различни по състав и цели на обединяване клъстери.

Изясняването на същността и механизма на взаимодействие между предприятията и техните производства се представят в примерен модел за клъстер в горския сектор. Той включва дърводобивно предприятие, което извършва стопанска дейност в горското стопанство или стопанства в района на конфигурирането на клъстера. Дърводобивното предприятие обезпечава необходимата дървесна суровина за дъскорезното предприятие и за предприятието за производство на шперплат и на ПДЧ. Трайните производствени връзки, които се установяват между тях, позволяват много по-ефективно да се извършва добивът и реализацията на дървесината и то както на едрата и средната, така също и на дребната (или технологичната) дървесина. Дърводобивното предприятие получава мощна икономическа, финансова, информационна и експлоатационна подкрепа от свързаните звена и предприятия в клъстера.

Фигура 1.18. Примерен модел за клъстер в горския сектор



Източник: Григоров, 2010.

Характерна особеност е, че за разкрояването до детайли, както от масивна дървесина, така и от плочести материали са обособени отделни предприятия, с което се създават възможности за много по-ефективно използване на вече произведените материали на база дървесина и обхващане на получаваните технологични отпадъци. А технологичните отпадъци, които се реализират в тях, заедно с тези от дърворезното предприятие и от производството на шперплат, се насочват като вторичен суровинен ресурс към предприятието за производство на плочи от дървесни частици. Следва да се посочи, че тези технологични отпадъци никак не са малко, защото в шперплатното производство те се движат в порядъка от 35 до 40% от преработваните количества дървесина, в дърворезното производство – 10 до 15% и в производството на детайли от масив – около 20%.

Интересите на клъстера определят също и необходимостта от създаване на самостоятелно предприятие или производствено звено за облагородяване на плочите от дървесни частици чрез ламиниране и/или каширане, с което те след разкрояване и профилиране, заедно с детайлите от масивна дървесина, да се предоставят съобразно конкретните заявки на предприятията, произвеждащи крайна продукцията (мебели, дограма, къщи от дърво).

В клъстера могат да се включат също и производствени единици, в които е организирано производството на пластмасови детайли, обков, механизми и съоръжения от метал, бои, лакове и химикали. С изградените връзки и взаимоотношения с производителите на крайна продукция на база дървесина, за себе си те много ясно в оперативен порядък и в перспектива очертават и своята продуктова структура и тенденции за развитие, което им гарантира и желаната ефективност и устойчиво развитие. От друга страна, мебелните предприятия и тези за производство на дограма и сглобяеми къщи от дърво, чрез партньорството и взаимната работа с тези предприятия, получават възможността да задоволяват точно онези свои потребности, от които имат нужда.

В модела е конфигурирано и предприятие за производство на техника за дърводобива, дървообработващи машини, съоръжения и резервни части. Разбира се, става въпрос за универсално оборудване, не на комплектни инсталации или технологични линии, каквито в нашата страна към момента не се произвеждат. Независимо от това потребностите на участващите в клъстера предприятия са значителни, тъй като освен транспортните съоръжения, прахоуловителни инсталации, резервни части има и големи потребности от универсално дървообработващо оборудване (банциги, циркуляри, щрайхмуси, фрезерни и др. машини) и техника за дърводобива.

Предвижда се научното и информационното обслужване и обезпечаване също да се извършва от изградени за тази цел специализирани звена.

Прави впечатление, че в модела много по-ясно са изразени вертикалните технологични връзки – от дърводобива и дървесната суровина, през нейната първична обработка/преработка до бичени и плочести материали, производството на детайли и елементи от тях, до готовата крайна продукция от мебели, дограма, дървени къщи. Естествено е, че при общата съвместна работа между групата предприятия в клъстера се развиват, макар и по-слабо открояващи се хоризонтални връзки както между предприятията, произвеждащи готова крайна продукция, относно съгласуване на обща технологична политика, продуктова структура, пазарни позиции и др., така и на предявяваните изисквания от тях и съгласуваната технико-технологична политика, на която трябва да отговаря продукцията в предприятията от нивото за първична преработка на дървесната суровина. Хоризонтални връзки се развиват и в посока на научното, иновационно и информационни полета.

Този примерен модел има място за развитие най-вече в обособилите се мощни центрове по дървообработване и производството на мебели в районите на: Троян, Тетевен и Ловеч; В. Търново, Габрово; Стара Загора, Сахране, Казанлък, Пловдив; Търговище, Кубрат, Добрич; Бургас, Ямбол, Сливен; Варна, Долен чифлик, Шумен; Велинград, Пазарджик, Пещера, Брацигово, Батак; Благоевград, Симитли, Разлог и Банско; Смолян, Чепеларе, Асеновград, Хасково.

Изброяването на тези териториално свързани райони не означава, че не биха могли да бъдат образувани и други клъстерни отраслови формирания и с участието на предприятия и фирми от страната, които териториално не са свързани.

Клъстерният модел, може да се приеме като разгърнат и по-пълен, от гледна точка на обхванати производства в него и степента на развитие на вертикалните технологични линии и на хоризонталните връзки. Това обаче не означава, че не могат да бъдат конструирани най-различни варианти на проявление в зависимост от характера и целите, които стоят за реализиране пред отделните мебелни и дървообработващи предприятия и фирми – иновативни, пазарни, продуктови, инвестиционни и други.

Клъстерът като обединение на фирми, най-често се наблюдава в териториална близост, технологично и продуктово свързани предприятия. На много места има форми на сдружаване подобни на клъстер, но те все още не са организирани като клъстер. В България има 13 особено благоприятни отрасли за създаване и функциониране на клъстери, сред които е и Дървообработващата и мебелната промишленост. В Горския сектор целта на

изграждане кълстери, е ефективното използване на дървесните ресурси и повишаване конкурентоспособността на взаимно свързаните фирми (Григоров, 2012).

Големи предимства фирмите могат да постигнат обединени и в предприемачески мрежи и съюзи на местно ниво, на определени територии в т. нар. кълстери. Конкурентните предимства на тези кълстери се определят от налична инфраструктура, технически средства за комуникация, големи промишлени зони със свободни производствени мощности, качеството на работната ръка и др. С формирането на кълстер, между отделните производители се установяват доверителни отношения и на подкрепа, на обмен на информация, на разпространение на иновационни продукти и др. (Григоров, 2008).

Кълстерни инициативи в дърводобива

В новия Закон за горите, с цел дългосрочно планиране на дейностите, както в държавните горски предприятия, така и в дърводобивните и дървопреработвателните фирми и фирмите за добив на биомаса на дървесина е предвидено Държавните горски предприятия да могат да сключват с търговци дългосрочни договори от 15 години, както за добив, така и за продажба на дървесина. По този начин се създават възможности за: сигурност относно дървесния ресурс; инвестиции в нова техника, оборудване, инфраструктура, квалификация на работниците и кадрова обезпеченост и не на последно място за устойчиво производство, стопанисване и изпълнение на предвиденото ползване в горите.

Реализирането на кълстерни инициативи в дърводобива отразява новата роля на бизнеса, правителството и институциите за подобряване на връзките и взаимодействията между отделните субекти в сектора.

През 2007 г. се инициира кълстер в областта на горския сектор в Кърджали. Сред инициаторите са фирми от дърводобивното производство. Първата проектна идея е създаване на логистични и технологични възможности за използване на отпадъчна биомаса от дърводобива за създаване на производство на топлинна енергия за нуждите на публичния и частния сектор в област Кърджали.

Наименованието на кълстера “Зеленият килим на Източните Родопи” показва намеренията на учредителите за повишаване на конкурентоспособността на горската индустрия, като неотделим компонент от устойчивото развитие на областта.

Според Асоциацията за енергийно оползотворяване на биомаса (АЕОБ) е необходима целенасочена държавна политика за популяризиране и масово внедряване на технологиите за оползотворяване на биомасата като алтернативен енергоизточник.

Експертите от АЕОБ изразяват мнение, че може да се предоставят грантови схеми и преференции за потребителите в бита при инвестиране в замяна на горивната база от конвенционални горива на биомаса. В момента финансовите стимули за потребителите се изчерпват с предоставянето от Световната банка на грант до 20% при теглене на целеви кредит за прилагане на мерки по енергийна ефективност и това покрива лихвите по обслужване на кредитите, отпуснати от търговските банки.

По изчисления на асоциацията отоплението на биомаса излиза по-евтино в сравнение с всички останали конвенционални източници, както и производството на енергия от биомаса е по-евтино в сравнение с това от слънце и вятър. По-скъпо излиза произвеждането на топлинна енергия от когенерации, използващи биомаса, отколкото директното отопление с биомаса, защото при когенерациите топлофикациите слагат допълнителна надценка.

Според оценки на експерти на асоциацията делът на техническия потенциал на твърдата биомаса е 34% от общия потенциал на възобновяемите енергийни източници в България и неговото усвояване трябва да стане национален приоритет.

От АЕОБ предлагат да се създадат клъстери между заинтересовани пазарни субекти като фирми в дърводобива, транспортни и логистични структури, производители на биогорива и фирми, предлагащи съоръжения за оползотворяване на биомасата, а също и да се намалят корпоративните данъци на фирмите в този бранш и да се създадат по-прости и ясни административни процедури при инвестиране в производство на горива от биомаса, технологии и съоръжения за използването им.

Клъстерни инициативи в Горската промишленост

Дървообработващата и мебелната промишленост е сред стратегически важните сектори на българската икономика. Устойчивият растеж на сектора през последните 10 години, показва значителен потенциал за бъдещо развитие в т.ч. и на клъстерни инициативи. Промишлеността се характеризира от една страна със стабилни суровини, а от друга страна с натрупаните опит и традиции в дългата история на своето съществуване. Предприятията от

бранша произвеждат широка гама от продукти от дървесина както за вътрешния, така и за и външни пазари.

В България се произвеждат мебели най-вече от иглолистна дървесина, а търсенето в световен мащаб е главно на продукти от широколистна дървесина – бук и дъб, по-специално. Приблизително 40% от българското производство е експортно ориентирано главно към Италия, Франция, Германия, арабските страни и САЩ. Обект на износ са основно елементи за палети, дъски и по-малка степен, дървен материал. По отношение на мебелите, износът е предимно в продуктите групи – столове, тапицирани мебели и мебели от масивна дървесина, главно дъб.

С оглед повишаване на конкурентспособността на сектора възникват и се развиват клъстерни инициативи, обхващащи както дървообработващи и мебелни фирми от определени региони, така и фирми от сектора, които се кооперират с доставчици на суровини и материали или логистични и пласментни фирми, по веригата на създаване на добавена стойност.

Формирането на клъстери е подходящ и работещ модел в мебелната промишленост в ЕС и пример за това е Италия. Българската ДМП е посочена като благоприятен сектор за развитие на клъстери от МИЕТ. Първи опити за създаване на клъстери в България има през 2001 – 2002 год. (ФАР, ГТЦ): (Христова, 2011)

- Клъстер Места, Разлог – дървообработване и мебели;
- Пловдив – Парфюмерия, козметика и етерични масла;
- Област Русе – Винен клъстер.

Съществуват два неуспешни опита за развитие на клъстери в сектора – в Троян и Велинград и един работещ до момента – Български мебелен клъстер.

Идеята за изграждане на *клъстера в Троян* е да подобри междуфирменото сътрудничество в региона чрез създаване на общи дистрибуционни канали, закупуване на суровини и материали, пакетирание и поръчки. Целите на клъстера са да подпомогне членовете си чрез информация: за съвременни материали, технологии и оборудване, иновации, промени в законодателството в бранша; за състоянието и възможностите за осъществяване на търговски взаимоотношения и коопериране на международни пазари; за възможностите за включване в различни програми на ЕС за подпомагане на МСП и получаване на кредити от наши и чужди финансови институции; за участие в организирани семинари, квалификационни курсове и др. по актуални проблеми в бранша.

Клъстерът във Велинград включва фирми, които осъществяват дейността си на територията на едноименната община. Концентрацията на много мебелни фирми в района е предпоставка за обединяване на част от тях с цел

подобряване на конкурентоспособността им. Всяка от фирмите покрива целия производствен процес, от суровината до крайния продукт, за целите на собственото си производство. Сред основните цели на клъстера са запазване и разширяване на позициите по отношение на общо осигуряване на суровина и разпределение на работата по общия производствен процес. Друга задача бе разработване на критерии за качество, на които да отговарят изделията, които ще получават търговската марка "Родопска мебел". Маркетинговите цели предвиждаха налагането на продуктите с посочената марка на българския пазар.

Българският мебелен клъстер обединява фирми и организации, които не са в териториална близост, но са водещи в сектора, включително дизайнерски студиа, консултантска фирма и университети.

Практиката по активирането на клъстерите като форма на междуфирмено сътрудничество в страната през последните години показва и положителни, и негативни страни. Тя не се отличава от практиката на останалите европейски страни, изминали този път. Съществуват, обаче, добре развити международни и особено европейски измерения, в които България предстои да се "включи". Важното е, че българските фирми добре осъзнават какво им пречи да се разрастват, конкурират и обновяват и затова полагат усилия за създаване на междуфирмени партньорства в различни области.

Мениджърите на предприятия в сектора определят сред основните проблеми липсата на кадри, ниската експортна готовност и осигуреността със суровина. Транспортирането на суровините и материалите представлява значителна част от разходите за производство и това поставя на фокус необходимостта от проучване на проблема с доставките в ДМП (БКДМП, 2015).

Междуфирменото сътрудничество в сектора се счита за мощно средство за пробив на международния пазар, но под 40% от мебелните фирми участват в някои негови форми – 45% от тях – в страната и 21% – в региона, където са ситуирани. Фирмите посочват клъстерната форма на обединение като съвременно средство и форма за повишаване на конкурентоспособността им, но неуспешните опити на подобно сдружаване в ДМП показват, че мебелните фирми не могат все още активно да използват преимуществата на подобно сътрудничество (Иванова, Попова, 2009).

Формите на сътрудничество могат да бъдат разнообразни, имайки предвид сложността на крайния продукт и компонентите, от които зависи мебелното производство. Дългосрочни договори съществуват предимно по линия на доставките на материали, машини, инструменти и др. компоненти за мебелното производство.

ГЛАВА ВТОРА. ИНОВАЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ В ГОРСКИЯ СЕКТОР В ПОГРАНИЧНИЯ РЕГИОН: РЕЗУЛТАТИ ОТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИ НАБЛЮДЕНИЯ

В тази глава се прави анализ на иновациите и конкурентоспособността в горския сектор в пограничния регион на основата на поръчени от проекта наблюдения при спазване на единна методология разработена в Института за икономически изследвания при БАН (вж. Чобанова Р., 2012, Иновативност на националната икономика и др.), отговаряща на препоръките на Ръководството на Евростат и ОИСР от Осло за събиране и интерпретиране на данни за технологични иновации. Анализират се и данни от наблюдение на жените в горския сектор.

1. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в Благоевградска и Кюстендилска области

Проведеното по поръчка на проекта наблюдение от фирма Глобъл метрикс имаше за цел да подпомогне дефинирането на мерки за насърчаване на конкурентоспособността и трансграничното сътрудничество чрез

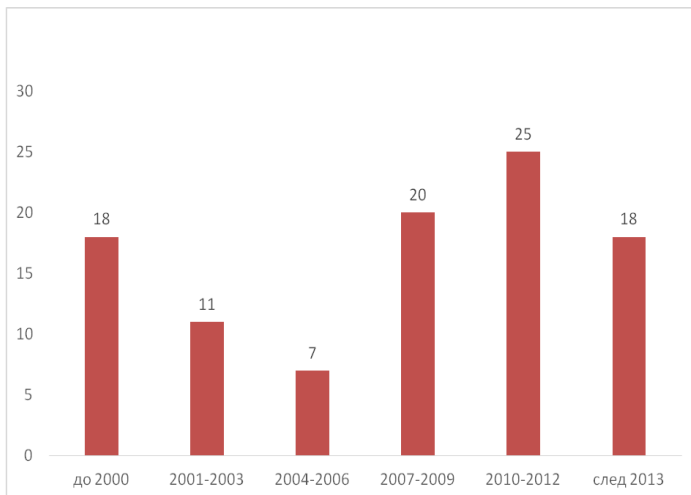
- Определяне на инициативи аз иновационно сътрудничество между предприятията в горското стопанство на областите Благоевград и Кюстендил в България със Североизточния, Източния и Югоизточния планов регион на Македония
- Изследване на бариерите пред такова сътрудничество и пътищата за преодоляването им
- Определяне на идеи за повишаване на производителността, икономическия растеж и инвестициите в региона.

Направен е и профил на жените, работеще в сектора.

Обща характеристика на наблюдението

Профил на компаниите

Фигура 2.1. Година на създаване на предприятието (дял на компаниите, представени като %)

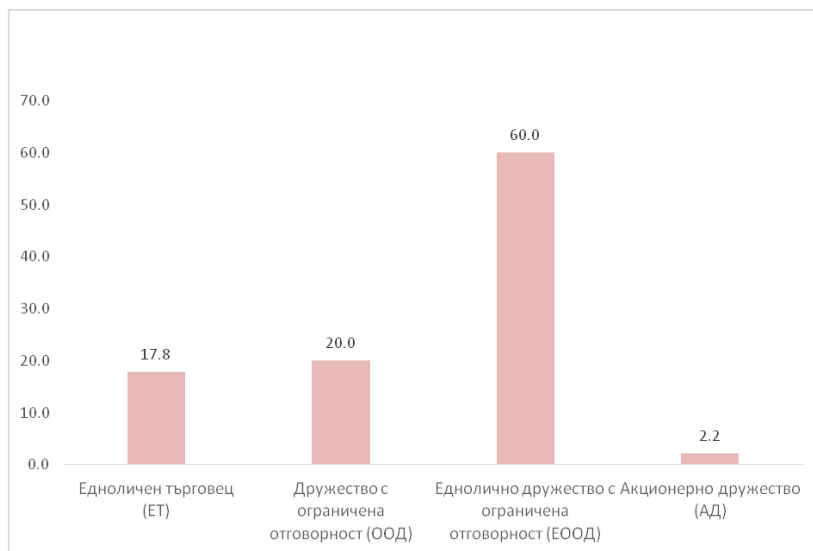


Според изследването 63% от запитаните компании са създадени през 2007 г. или по-късно. Въпреки финансовата криза, в разглежданите сектори се наблюдава рязко нарастване на броя на новосъздадените предприятия през периода 2007-2009 г. От 2004 до 2006 г. 7 предприятия са започнали дейност в областите Благоевград и Кюстендил. Този брой почти се е утроил в периода 2007-2009 г., достигайки до 20 компании, които започват да функционират. 18% от предприятията, попълнили въпросника, са създадени преди 2000 г., а други 18% са действащи от 2013 г. или по-късно.

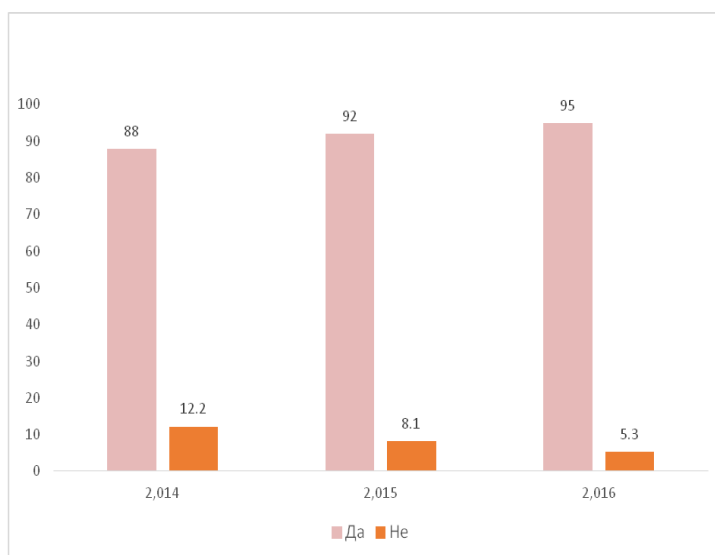
По-голямата част от фирмите са български и собствеността им е частна. Те обикновено са независими предприятия, които не са част от други стопански субекти.

Най-често срещаният тип компания в разглежданите сектори и региона е едноличното дружество с ограничена отговорност (ЕАД), като 60% от фирмите, участвали в проучването, работят под този правен статут. Еднолични търговци или ЕТ (17,8%) и дружествата с ограничена отговорност или ООД (20%) също са широко разпространени. 2,2% от респондентите са акционерни дружества (АД).

Фигура 2.2. Правен статут (дял на компаниите, представени като %)

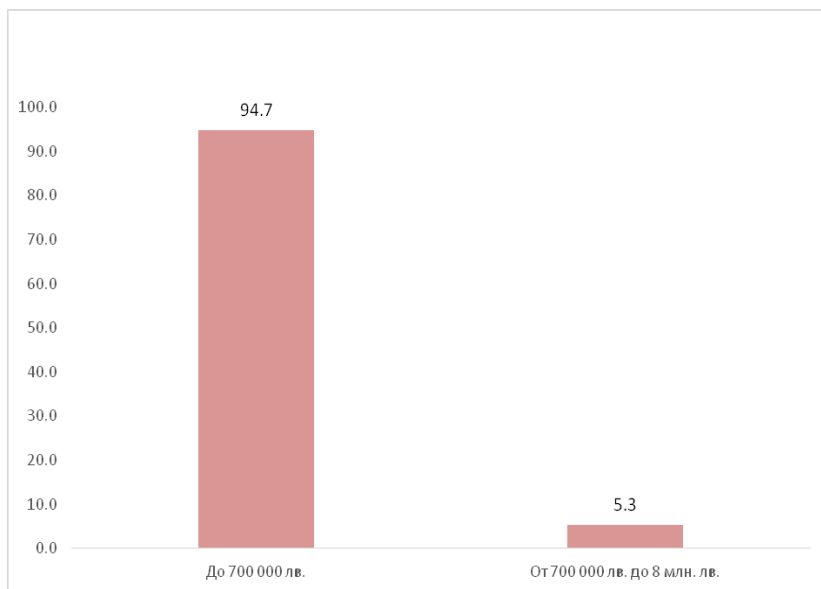


Фигура 2.3. Предприятието осъществявало ли е дейност през следните години? (дял на компаниите, представени като %)



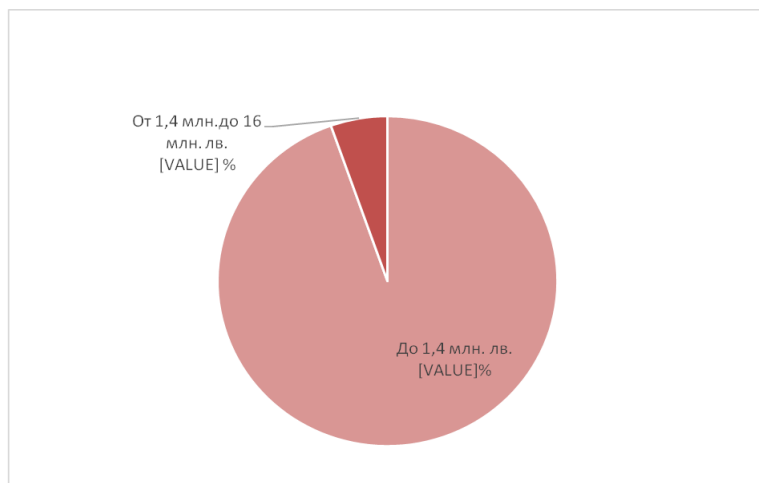
88% от компаниите, участвали в проучването, са осъществявали дейност през 2014 г. Процентът на бизнесите, работещи през 2015 г. и 2016 г., нараства като съответно 92% и 95% от отговорилите фирми работят през тези години. Това показва, че бизнес средата не е толкова стабилна, тъй като някои от фирмите не работят устойчиво и пропускат част от годините. Доказателство за това е фактът, че някои от дружествата изпращат своя финансов отчет, но не работят в действителност. Делът на тези компании е около 1-2% от всички в разглежданите сектори.

Фигура 2.4. балансова стойност на активите (дял на компаниите, представени като %)

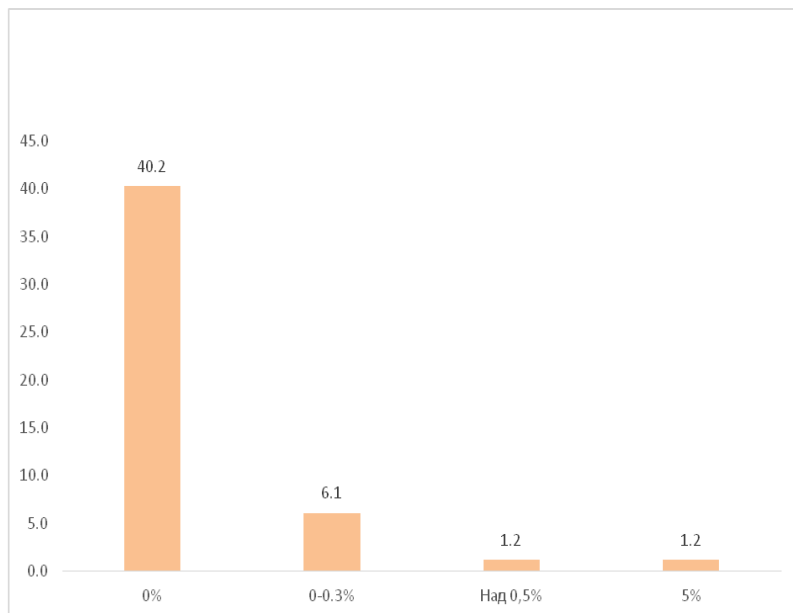


Балансовата стойност на активите на 94,7% от дружествата в областите Благоевград и Кюстендил е равна или по-ниска от 700 000 лв. Този факт е показва малкия мащаб на операциите на предприятията. Съгласно тези критерии фирмите могат да бъдат класифицирани като микропредприятия (съгласно Закона за малките и средните предприятия). 94,6% от стопанските субекти имат нетен приход от продажби от 1,4 млн. лева или по-малко. Това също предполага, че дружествата могат да попаднат в категорията на микропредприятията.

Фигура 2.5. нетни приходи от продажби (дял на компаниите, представени като %)

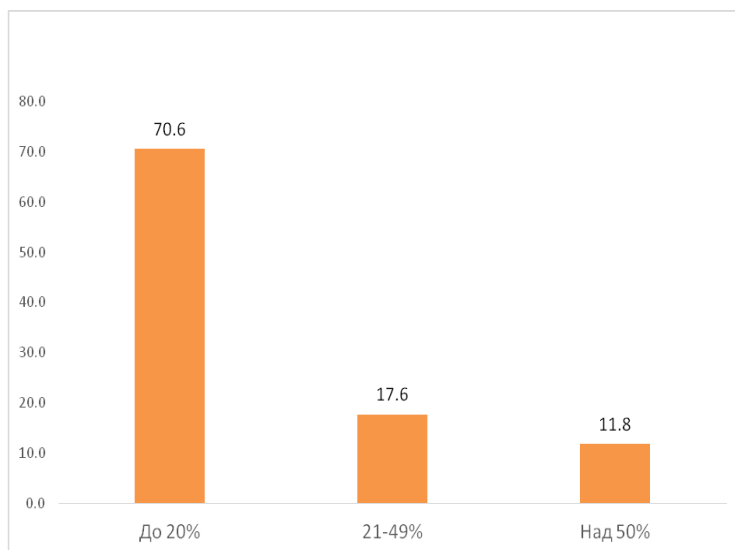


Фигура 2.6. Разходи за изследователска и развойна дейност спрямо оборота на предприятието (дял на компаниите, представени като %)



Разходите за изследователска и развойна дейност на фирмите в Благоевград и Кюстендил са относително ниски. Сред предприятията, участващи в проучването, 84.6% изразходват 0% от оборота си за НИРД и 12.8% от фирмите харчат между 0% и 0.3% за тези дейности. 1.2% от компаниите отделят 0,5% или повече от оборота си за научноизследователска и развойна дейност и други 1,2% използват средства в размер на 5% от оборота си за проучване и разработване на нови продукти. Разходите за НИРД са пряко свързани с въвеждането на иновации на пазара. Иновациите могат да помогнат на компаниите да станат по-конкурентни не само на местно равнище, но и в чужбина. Освен това, иновациите допринасят за по-голяма добавена стойност на производството. Ниските нива на инвестиции в научноизследователска и развойна дейност са предпоставка за по-слабо пазарно представяне на компаниите в наблюдаваните сектори. Това може да попречи на предприятията да бъдат конкурентоспособни както на българския, така и на европейския пазар.

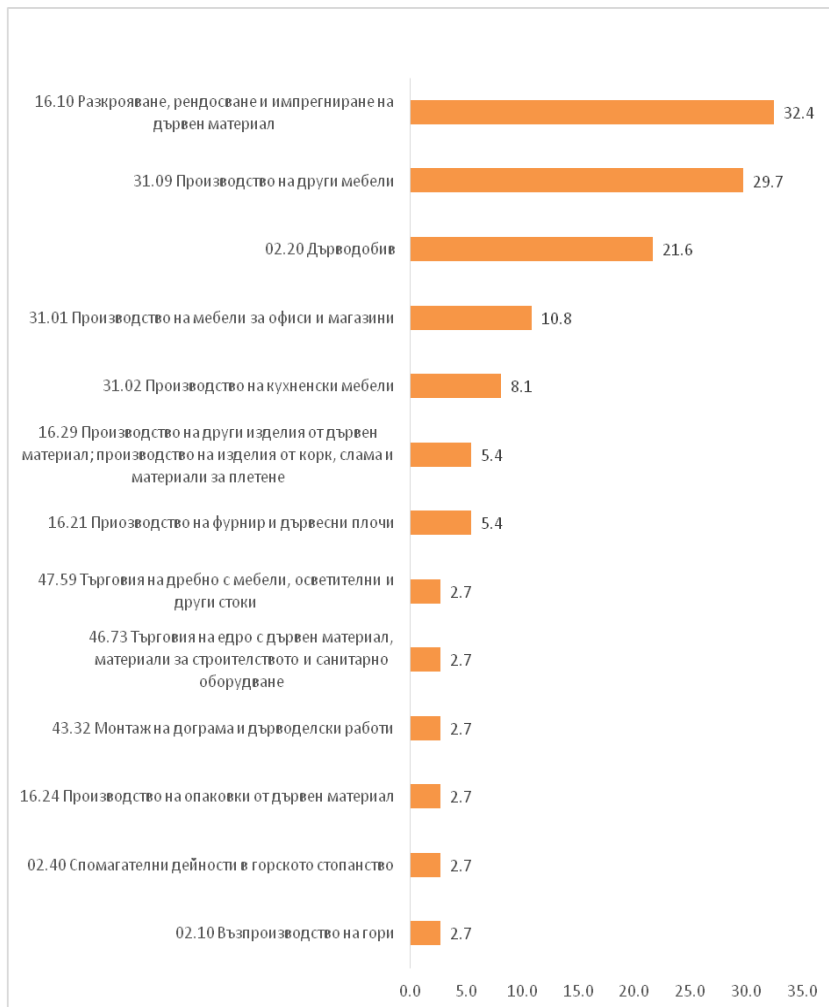
Фигура 2.7. Експортна интензивност (износ/оборот или дял на износа спрямо общия оборот)



Експортната интензивност (или износът като дял от общия оборот на дружествата) обикновено е под 20%. 70,6% от компаниите, отговорили на въпросника, посочват, че изнасят 20% или по-малко спрямо общия си оборот. По-голямата част от компаниите от наблюдаваните отрасли са по-скоро

ориентирани към вътрешния пазар и малък процент от продукцията се изнася. 17,6% от фирмите в сектора посочват, че между 21% и 49% от продукцията им се продава в чужбина. 11,8% от предприятията изнасят повече от половината от производството си. Конкурирането на чужди пазари утвърждава бизнеса (производството е с достатъчно високо качество, за да бъде конкурентно както в страната, така и в чужбина) и може да увеличи приходите на компаниите.

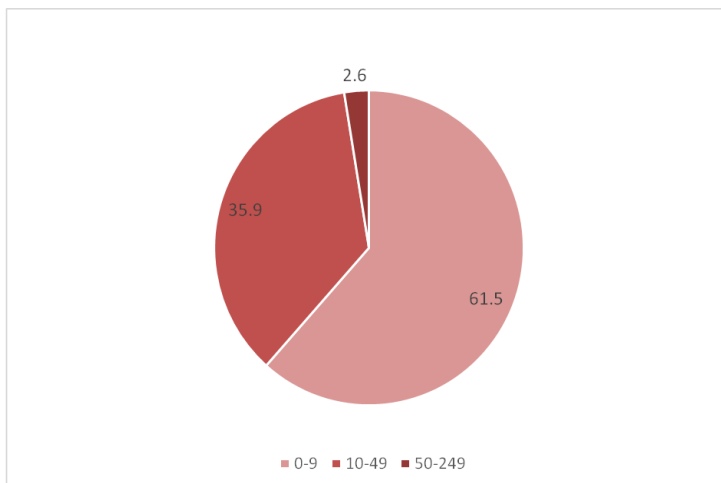
Фигура 2.8. Предмет на дейност по код на НКИД-2008



32.4% от фирмите, участвали в проучването, попадат в икономическата дейност съгласно КИД 2008 16.10 Разкрояване, рендосване и импрегниране на дървен материал. 29.7% от бизнесите са част от икономическата дейност 31.09 Производството на други мебели и 21.6% принадлежат на 02.20 Дърводобив. Дейностите на фирмите в наблюдаваните сектори, наред с останалите, е и 31.01 Производство на мебели за офиси и магазини, 31.02 Производство на кухненски мебели, 16.29 Производство на други изделия от дървен материал; производство на изделия от корк, слама и материали за плетене и 16.21 Производство на фурнир и дървесни плочи.

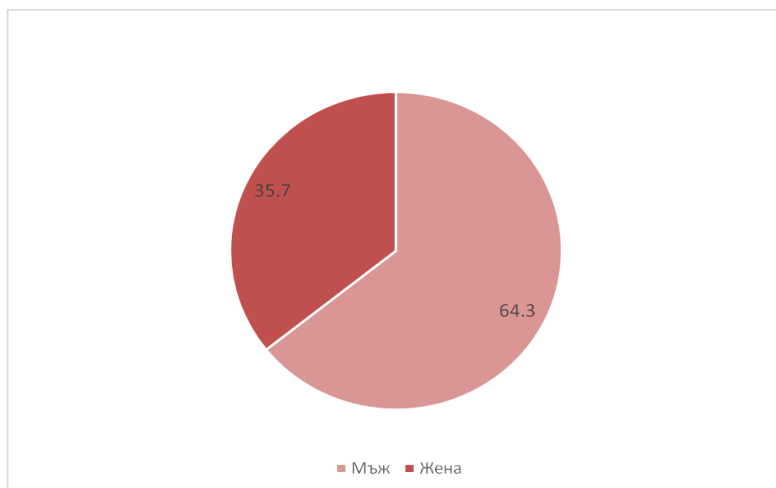
Профил на служителите

Фигура 2.9. Средна численост на персонала за отчетния период

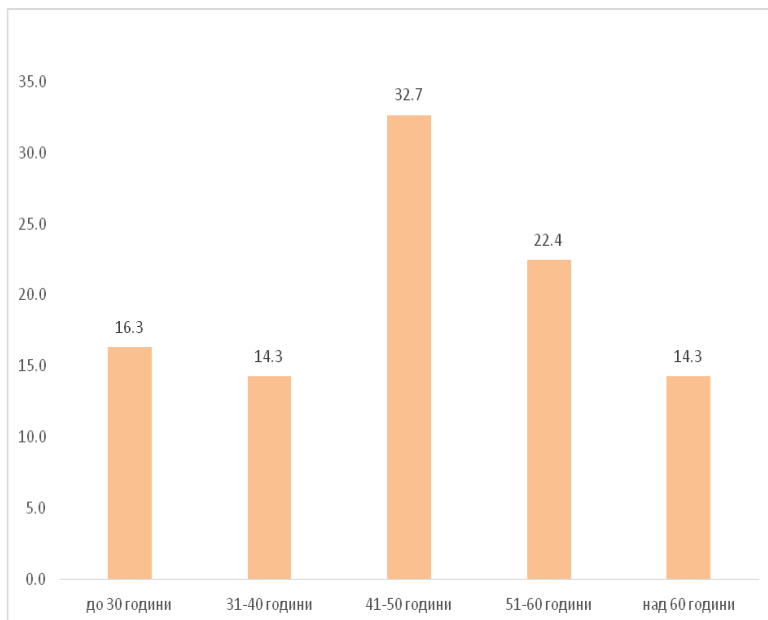


По-голямата част от компаниите попадат в категорията на микропредприятията, според критериите, свързани с броя на заетите от Закона за малките и средните предприятия. 61,5% от фирмите в проучването посочват, че средният брой на служителите е между 0 и 9. 35,9% от предприятията в областите Благоевград и Кюстендил имат между 10 и 49 служители. В 2,6% от дружествата заетите лица са между 50 и 249. При фирмите в наблюдаваните сектори преобладаващ е мъжкият пол (64,3% от служителите).

Фигура 2.10. Пол

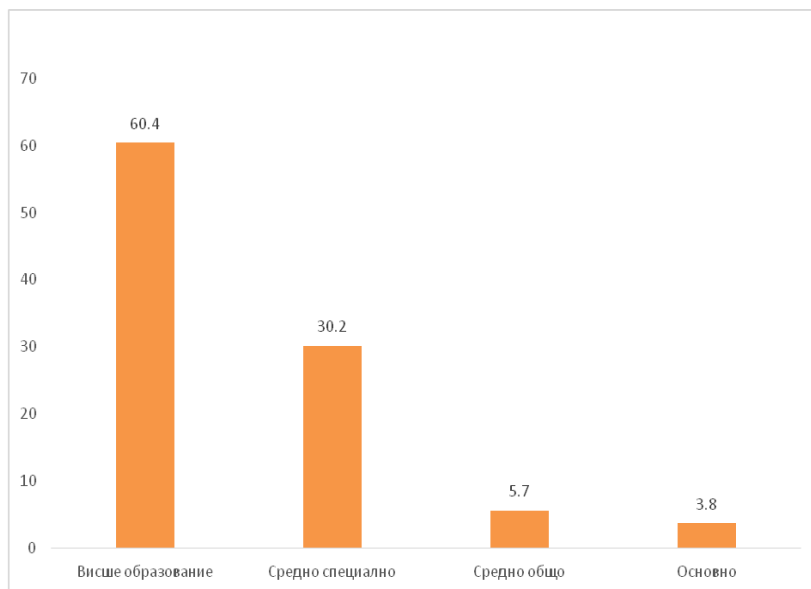


Фигура 2.11. Възраст



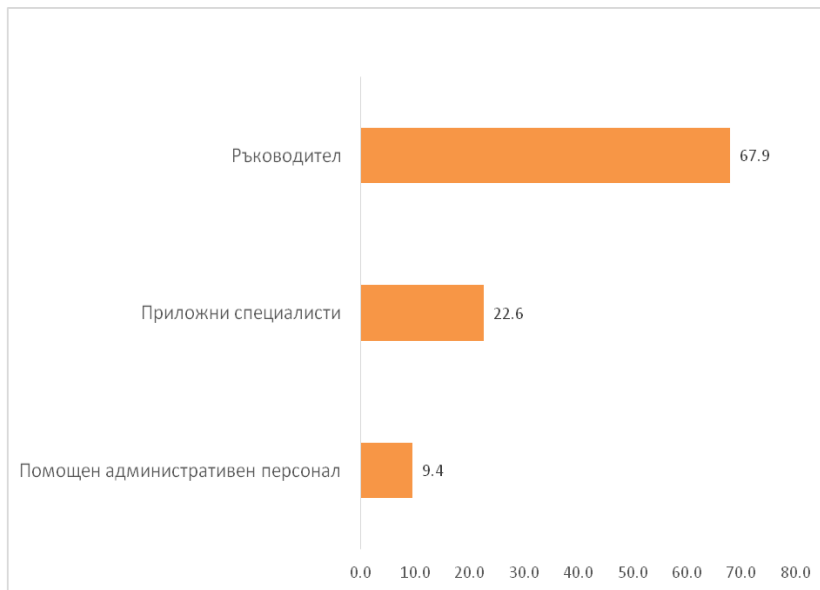
32,7% от служителите в компаниите, които са отговорили на проучването, са на възраст между 41 и 50 години, а 22,4% са на възраст между 51 и 60 години. Повече от половината от служителите, участвали в проучването, са между 41- и 60-годишни, а приблизително 70% от анкетираните са на 41 години или по-възрастни. 16,3% от хората в тези предприятия са на 30 години или по-млади. 14,3% са на възраст между 31 и 40 години, а други 14,3% са на 60 или повече години. Застаряващата работна сила в предприятията в региона може да бъде проблем в средносрочен и дългосрочен план. Този въпрос подчертава необходимостта от привличане на млади служители в сектора.

Фигура 2.12. Образование



Мнозинството от служителите (60.4%) посочват, че имат висше образование. 30.2% от респондентите са завършили средно специално училище. 5.7% и 3.8% са завършили съответно средно общо и основно образование.

Фигура 2.13. Заемана длъжност във фирмата

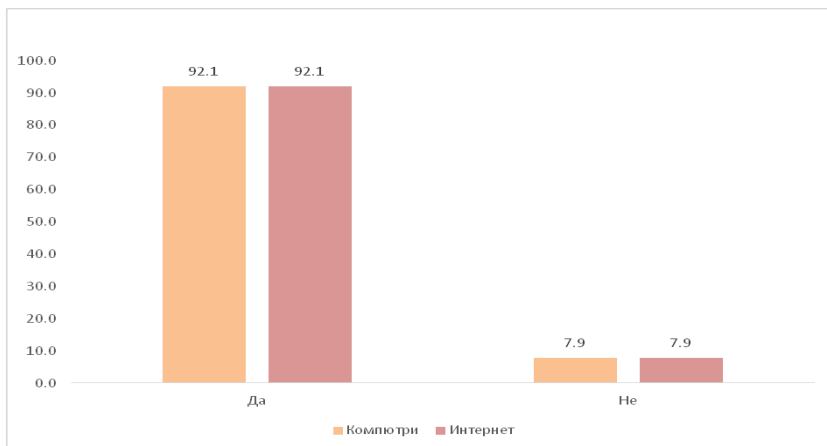


Тъй като едно от изискванията на проведеното проучване е, че анкетите трябва да бъдат попълнени от управителя на предприятието, повечето от получените отговори (67.9%) са тези на ръководителите на фирмите. 22,6% от въпросниците са попълнени от приложни специалисти, а 9,4% - от помощен административен персонал. Следователно мненията, изразени в проучването, са предимно тези на управителите на фирмите.

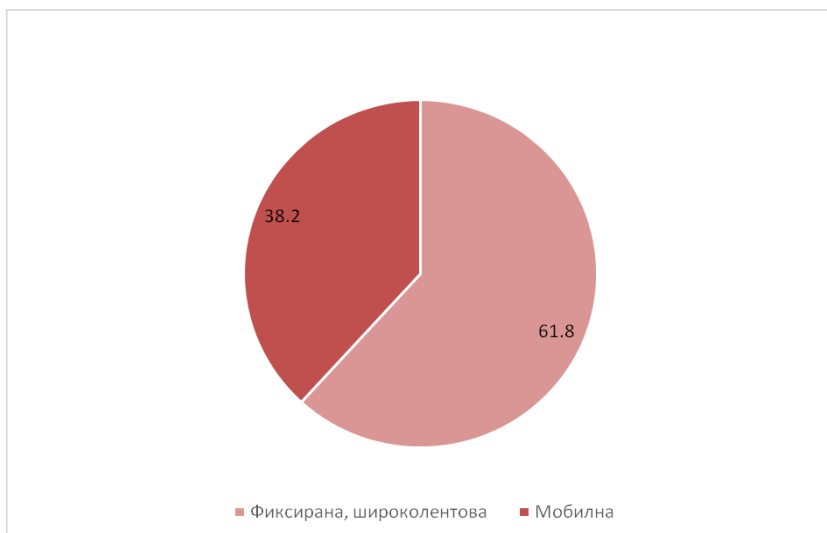
92,1% от компаниите в областите Благоевград и Кюстендил в наблюдаваните сектори използват компютри и интернет. В допълнение, 61,8% от бизнесите, които използват интернет, имат фиксирана или широколентова връзка. Останалите респонденти използват мобилна връзка.

Използване на интернет

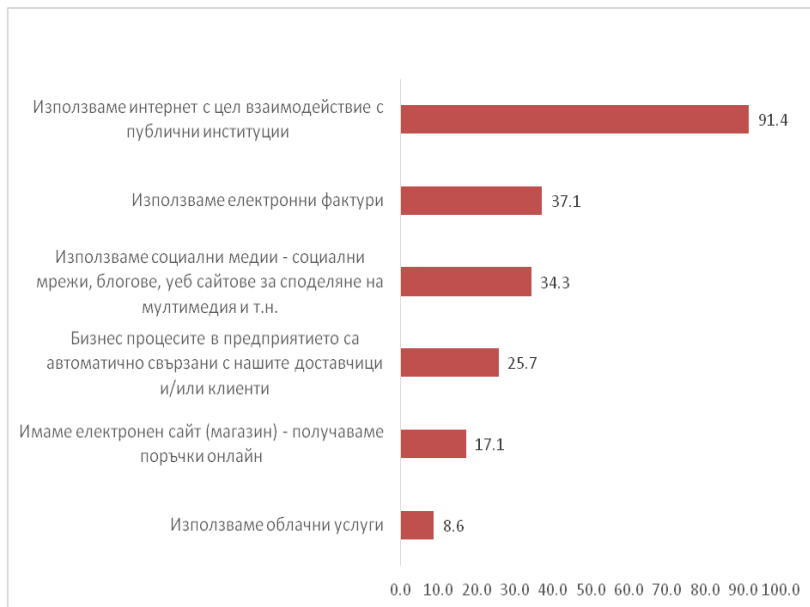
Фигура 2.14. Във Вашето предприятие използвате ли компютри и интернет?



Фигура 2. 15. Ако използвате интернет, каква е връзката?



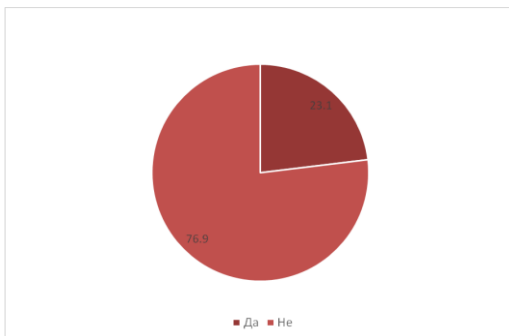
Фигура 2.16. Ако използвате интернет, то с каква цел?



Основната цел при използването на интернет за компаниите в наблюдаваните сектори е взаимодействието с държавните институции (91,4% от предприятията посочват тази цел). 37,1% от предприятията в проучването използват електронно фактуриране и 34,3% използват социалните медии (включително социални мрежи, блогове, уебсайтове за споделяне на мултимедия и други). 25,7% от фирмите съобщават, че техните бизнес процеси са автоматично свързани с техните доставчици или клиенти. Онлайн поръчки чрез онлайн магазин получават 17,1% от предприятията. 8,6% от организациите в региона използват облачните услуги.

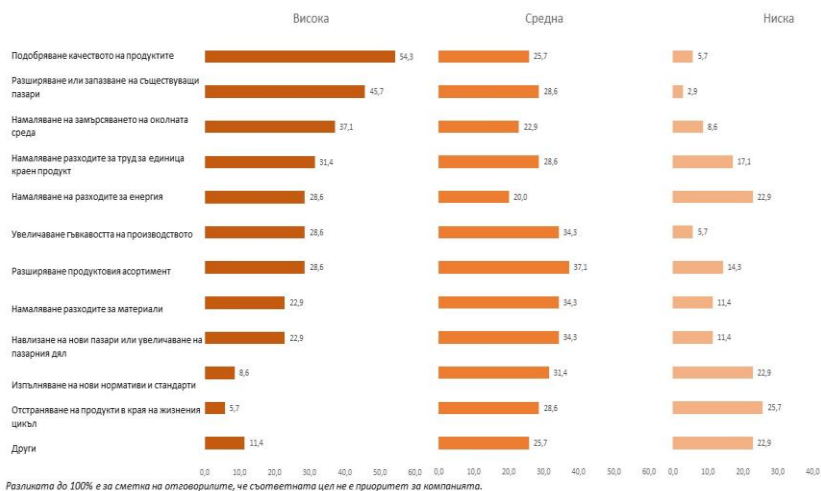
76,9% от фирмите, участващи в проучването, нямат собствен уебсайт. Онлайн присъствието на предприятията може да увеличи продажбите и позицията им на пазара.

Фигура 2.17. Имате ли уеб страница?



Иновация

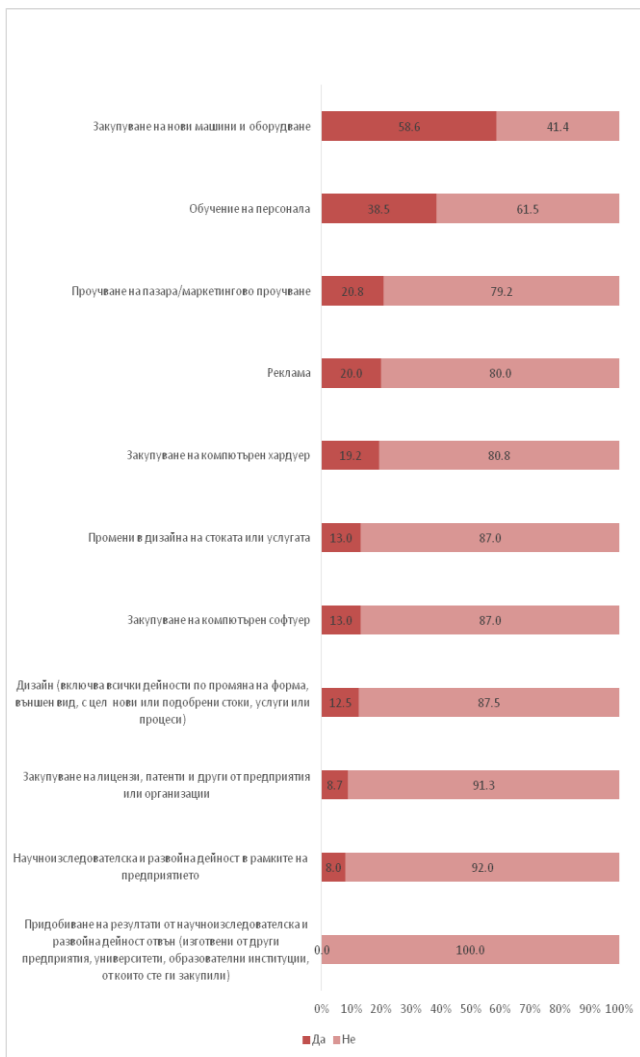
Фигура 2.18. Какви са основните цели на предприятието Ви при въвеждане на технологични новости?*



При въвеждането на технологични нововъведения компаниите дават най-висок приоритет на подобряването на качеството на продуктите (54.3%), последвано от разширяване или поддържане на съществуващите пазари

(45.7%) и намаляване на замърсяването на околната среда (37.1%). Най-нисък приоритет е даден на отстраняването на продукти в края на жизнения цикъл (25.7%), намаляването на енергийните разходи (22.9%) и прилагането на нови стандарти (22.9%).

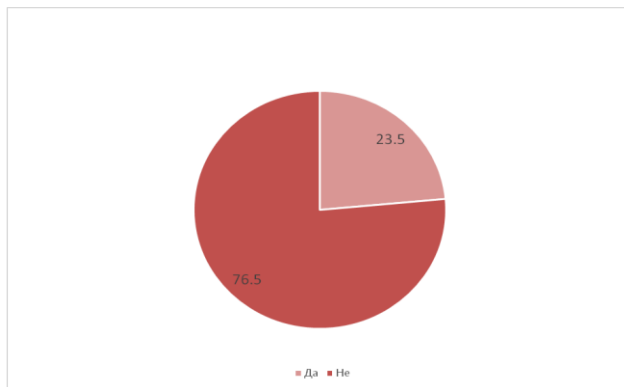
Фигура 2.19. През периода 2014-2016 Вашето предприятие инвестирало ли е в някоя от следните дейности?



Компаниите в наблюдаваните сектори в областите Благоевград и Кюстендил са инвестирали в придобиване на нови машини и оборудване (63.6%), обучение на персонала (42.9%), проучване на пазара (20.8%), реклама (20%) и придобиване на компютърен софтуер (%) за периода 2014-2016 г. 91,3% от фирмите, отговорили на въпросника, не са получавали лицензи и патенти от други компании или организации. Вътрешна научноизследователска и развойна дейност е проведена само в 7,1% от изследваните стопански субекти. Нито едно от предприятията, участвали в проучването, не е получило резултати от научноизследователска и развойна дейност, идващи от други компании, университети или образователни институции. Проведеното проучване показват, че бизнесът е приоритизирал своите инвестиции, за да гарантира ефективното функциониране на машините и оборудването и производителността на работната сила. Получаването на информация за пазара и рекламата също са важни за някои от компаниите, заедно с придобиването на компютърен софтуер и хардуер.

Продуктова иновация

Фигура 2.20. Въвеждало ли е Вашето предприятие технологично нови или подобрени продукти през последните три години?



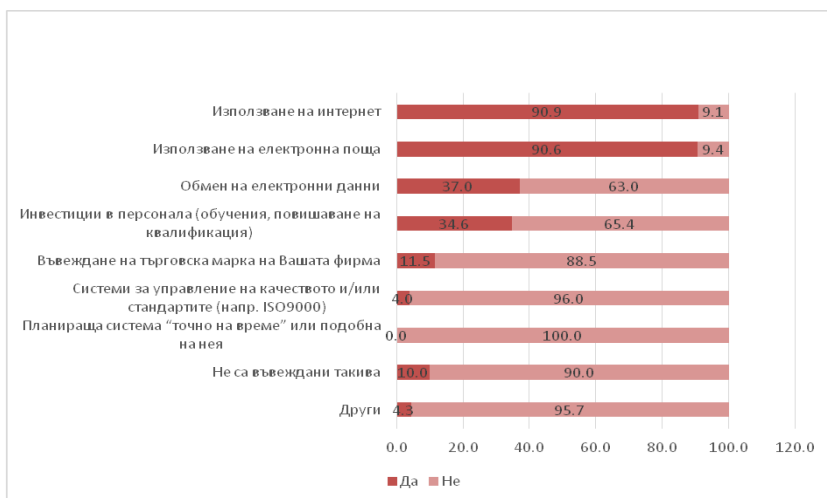
Както беше посочено по-горе, равнището на иновации в наблюдаваните сектори е относително ниско. Това се илюстрира и от статистическите данни за въвеждането на нови продукти. Технологично нови или модифицирани продукти са били въведени на пазара от 23,5% от изследваните компании през последните три години. Компаниите, които въвеждат технологично нови или модифицирани продукти, ги създават или модифицират сами.

Фигура 2.21. През последните три години, Вашето предприятие въвеждало ли е нови или подобрени продукти, които са нови и на пазара?



15,6% от фирмите, участвали в въпросника, въвеждат технологично нови или модифицирани продукти, които са нови и за пазара.

Фигура 2.22. През последните години Вашето предприятие въвеждало ли е следните организационни промени или нови управленски техники?



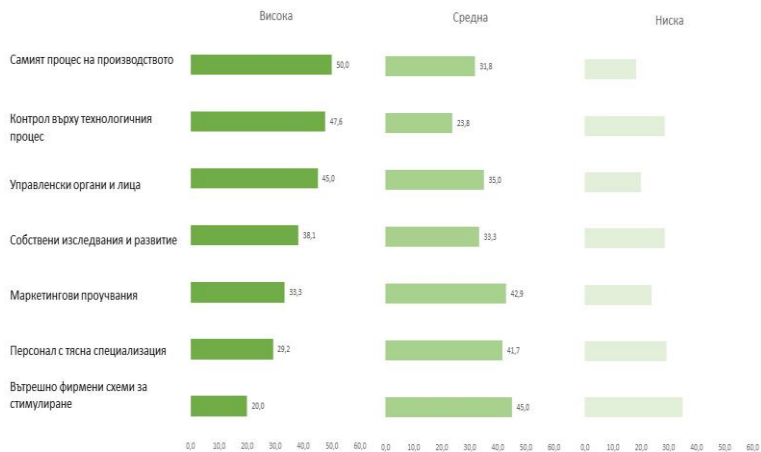
Съществува тенденция към дигитализиране на организационните процеси в наблюдаваните сектори. 90,9% и 90,6% от компаниите, участвали в проучването, въвеждат използването на интернет и електронна поща през последните години. Електронният обмен на данни и инвестирането в развитието на персонала са сред другите организационни промени, изпълнени съответно от 37% и 34.6% от предприятията.

Фигура 2.23. През тригодишния период от 2014 до 2016 г. кои са били пречките за осъществяване на иновационна дейност от Вашето предприятие?

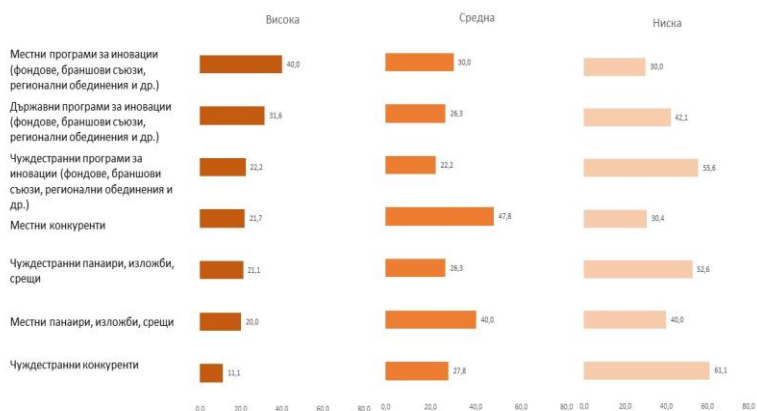


Най-големите пречки, пред които са изправени компаниите в наблюдаваните сектори в областите Благоевград и Кюстендил, когато става въпрос за иновации, са разходите за финансиране и изключително високите разходи, пряко свързани с иновациите (съответно 64,5% и 58,1% от предприятията посочват тези проблеми като най-големите пречки пред тях). Липсата на квалифицирана работна сила се определя като проблем, свързан с иновациите, от 45,2% от бизнеса. Регламентите и стандартите на ЕС не се възприемат като пречка от мнозинството от изследваните компании (3,2% посочват, че това са най-големите пречки пред иновациите).

Фигура 2.24. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



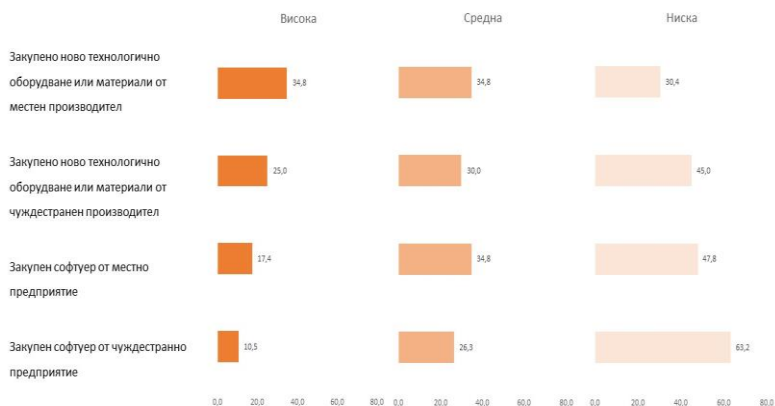
Фигура 2.25. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



Самият производствен процес (50%), контролът върху технологичния процес (47.6%) и управленските органи и лица (45%) се разглеждат като източници на иновативни идеи с най-голямо значение за новите проекти и технологичните иновации на фирмите. Иновативни идеи от малка важност са вътрешно фирмените схеми за стимулиране, собствени научни изследвания и развитие и тясно специализиран персонал: 35%, 28,6% и 29,2% от компаниите съответно посочват тези като фактори с ниско значение.

Местните и държавните иновационни програми (фондове, браншови съюзи, регионални съюзи и др.) са важни източници на иновативни идеи за бизнеса. 40% и 31,6% от изследваните предприятия посочват, че тези източници на иновативни идеи за нови проекти и технологични иновации на фирмите са от голямо значение. Чуждестранните конкуренти, чуждестранните иновационни програми и чуждестранните панаири, изложения и срещи се считат за фактори с малко значение, когато става дума за иновативни идеи, свързани с новите проекти и технологичните нововъведения в компаниите.

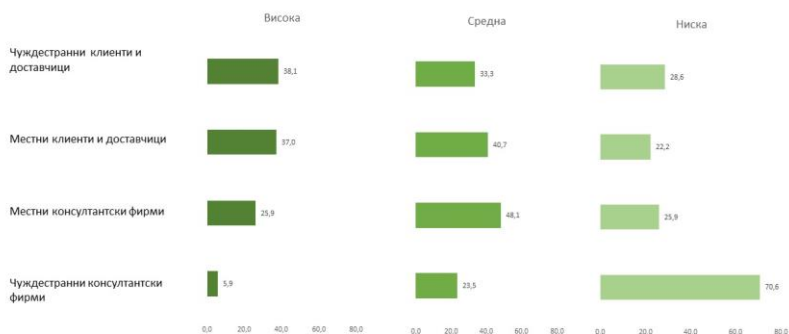
Фигура 2.26. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



Новозакупеното оборудване или материали от местни производители се считат за източници на иновации, които са много важни при разработването на нови проекти или технологични нововъведения в предприятията (34,8% от

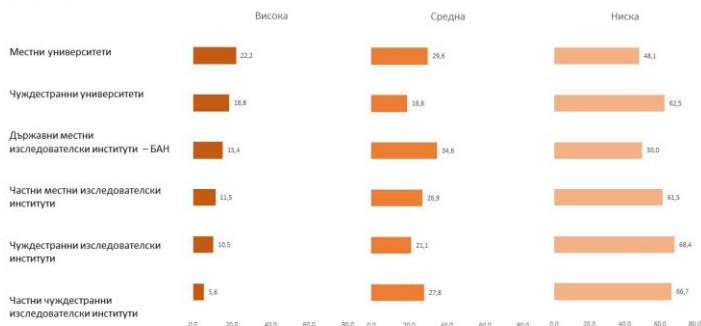
фирмите заявяват, че този фактор е от голямо значение за тях). Новозакупеното оборудване или материали от чуждестранни производители се разглеждат като фактори с ниска значимост, според 45% от анкетираните фирми. Аналогично е разглеждано и закупуването на софтуер от местни компании (47,7% от предприятията казват, че това е фактор с ниска значимост за нови проекти или технологични нововъведения) или чуждестранни компании (63,2%).

Фигура 2.27. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



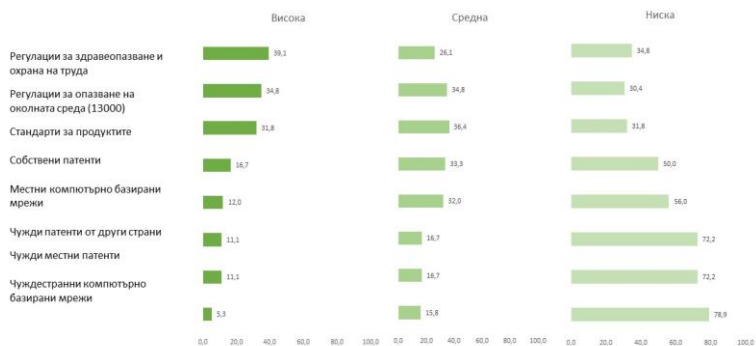
Чуждестранните клиенти и доставчици, както и местните, са сред най-важните източници на иновативни идеи за нови проекти и технологични иновации, които се оценяват като фактори с висока значимост съответно от 38,1% и 37% от компаниите. Чуждестранните консултантски компании имат по-малко значение за иновативните идеи според 70,6% от анкетираните фирми.

Фигура 2.28. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



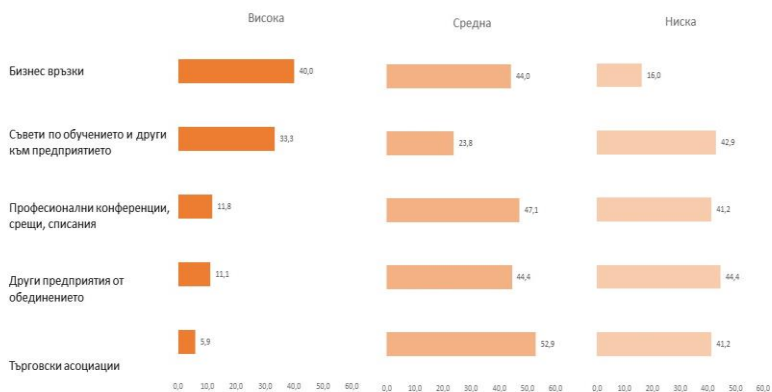
Университетите и изследователските институти имат неголямо значение за иновативните идеи на компаниите в наблюдаваните сектори в Благоевград и Кюстендил, както е посочено от приблизително половината или повече от изследваните компании.

Фигура 2.29. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



39,1% от анкетираните фирми посочват, че регулациите за здравеопазване и охрана на труда са от голямо значение за иновативните идеи за нови проекти и технологични иновации на фирмите. Регламентите за околната среда и стандартите за продукти се считат за важни от съответно 34,8% и 31,8% от бизнеса. Патентите (собствени, местни или чуждестранни), както и компютърно базираните мрежи, се разглеждат като фактори с ниско значение за иновативните идеи.

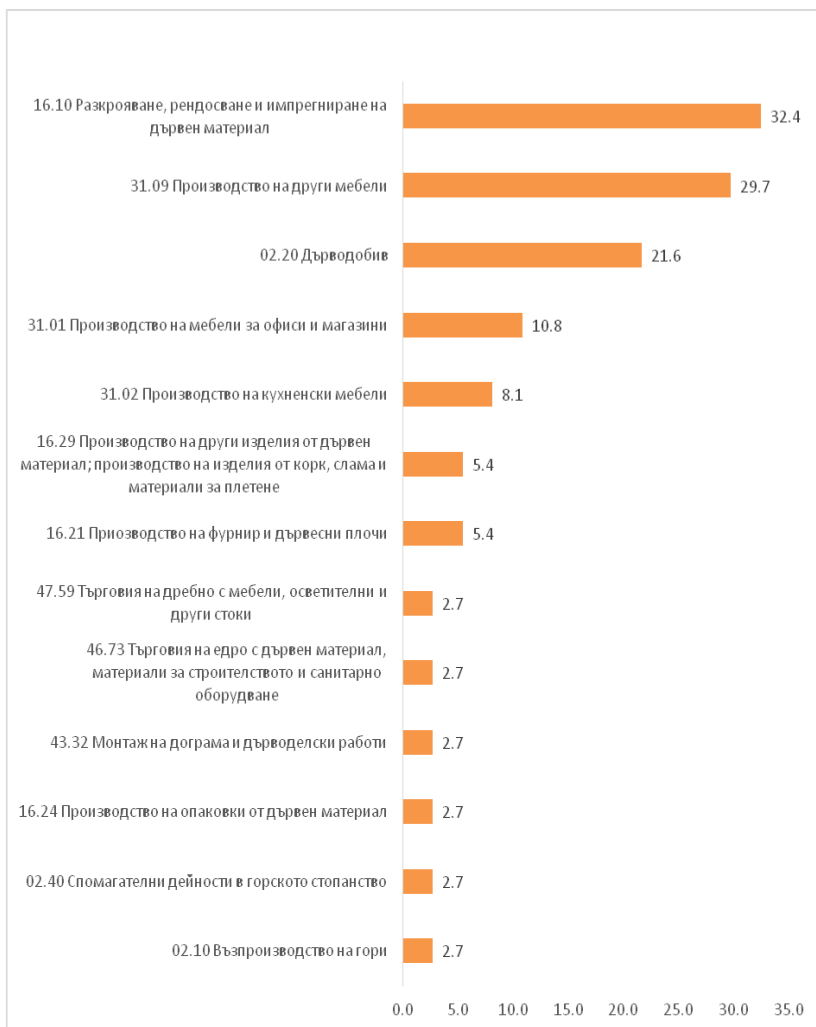
Фигура 2.30. В каква степен следните източници на иновационни идеи са важни за новите проекти и технологични иновации на Вашето предприятие?



40% от предприятията заявяват, че бизнес връзките са много важен източник на иновативни идеи и 33,3% споделят мнението, че съветите по обучение и други са от голямо значение за новите проекти и технологичните иновации на компаниите. Приблизително 40% от компаниите смятат професионалните конференции, срещи и списания, другите предприятия от обединението и търговските асоциации като фактори с ниско значение за иновативните идеи.

Представяне на веригите на доставки

Фигура 2.31. Предмет на дейност по код на НКИД-2008



32.4% от фирмите, участвали в проучването, попадат в икономическата дейност съгласно КИД 2008 16.10 Разкрояване, рендосване и импрегниране на дървен материал. 29.7% от бизнеса са част от икономическата дейност

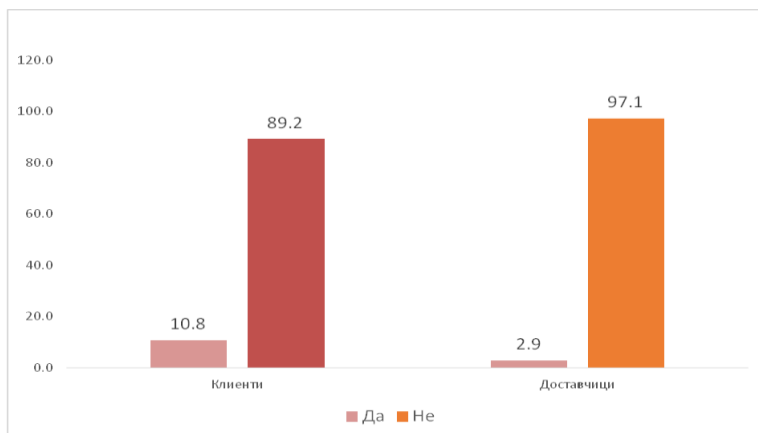
31.09 Производството на други мебели и 21.6% принадлежат на 02.20 Дърводобив. Дейностите на фирмите в наблюдаваните сектори, наред с останалите, е и 31.01 Производство на мебели за офиси и магазини, 31.02 Производство на кухненски мебели, 16.29 Производство на други изделия от дървен материал; производство на изделия от корк, слама и материали за плетене и 16.21 Производство на фурнир и дървесни плочи.

По-голямата част от предприятията, които участват в проведеното проучване, се снабдяват от местни доставчици на територията на областите Благоевград и Кюстендил. Тези доставчици са както частни фирми, така и държавните горски стопанства. Частните фирми, снабдяващи организациите в горския сектор за разглежданите области варират от малки и средни до големи предприятия, лидери в областта си в страната и на Балканите. Някои компании получават доставки от Югозападното държавно предприятие към Министерството на земеделието, храните и горите. Макар и по-рядко, дружествата в разглежданите сектори посочват, че имат доставчици и от Македония. Това означава, че сътрудничеството в горския сектор между двете държави е относително слабо. Насърчаването му би могло да доведе до по-голяма производителност на предприятията в наблюдаваните региони.

Клиентите на компаниите в горския сектор на Благоевград и Кюстендил са предимно компании или крайни потребители от региона, а също и от цялата страна. По-малко са предприятията, които изнасят продукцията си в чужбина. Най-често износът от разглежданите области е към държавите съседки, като най-много от респондентите посочват, че изнасят произведеното в Македония и Гърция. Срещат се и организации, които изнасят в други европейски държави (Италия) и Азия (Китай и Южна Корея).

Свързаност/взаимодействие с клиенти, доставчици и други

Фигура 2.32. Имате ли клиенти и/или доставчици от Македония?



10,8% от компаниите в наблюдаваните сектори в областите Благоевград и Кюстендил имат клиенти в Македония, а 2,9% от анкетираните имат доставчици от Македония. Този брой може да се увеличи при стимулирането на сътрудничеството между граничните райони на двете страни.

Фигура 2.33. В коя от следните групи попадат Вашите клиенти?



42,4% от предприятията в наблюдаваните сектори в Благоевград и Кюстендил произвеждат, за да задоволят нуждите на крайните потребители. 27,3% от предприятията доставят своите продукти на производители на мебели, 24,2% - на дърводобивни фирми и 15,2% - на производители на пелети или брикети. Равни пропорции (по 12,1%) от изследваните дружества имат клиенти, които попадат в категориите производители на дърва за огрев, строителство или производство на опаковки.

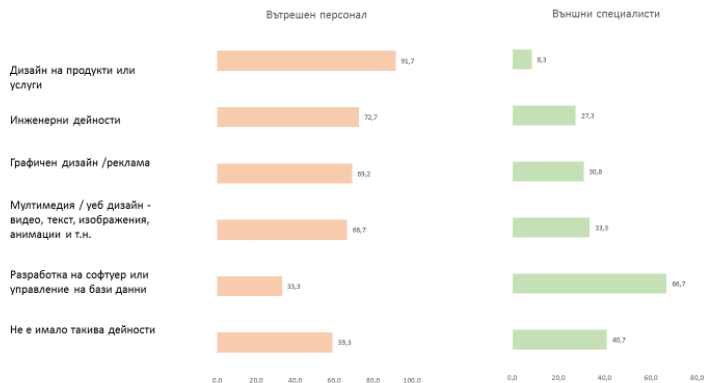
Фигура 2.34. Какъв вид материали закупува Вашето предприятие от доставчици?



51,7% от компаниите в наблюдаваните отрасли купуват дървесни трупи от доставчиците си, 24,1% купуват фурнир, 20,7% получават доставки на дървени плочи, а други 20,7% - дъски и греди. 6,9% от анкетираните фирми посочват, че купуват само готови продукти.

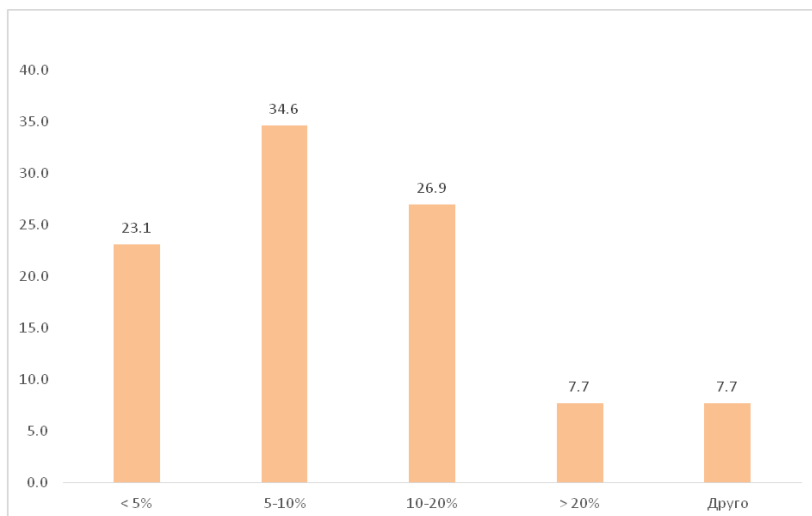
Дейностите, които обикновено се извършват вътрешно в компаниите от наблюдаваните сектори и региони, са проектирането на продукти или услуги (в 91,7% от предприятията), инженерни дейности (72,7%), графичен дизайн и реклама (69,2%) и мултимедия или уеб дизайн (66,7%). Дейностите по разработване на софтуер или управление на база данни обикновено се извършват от външни специалисти (според 66,7% от анкетираните фирми).

Фигура 2.35. През последните три години от какви кадри са извършвани следните дейности?



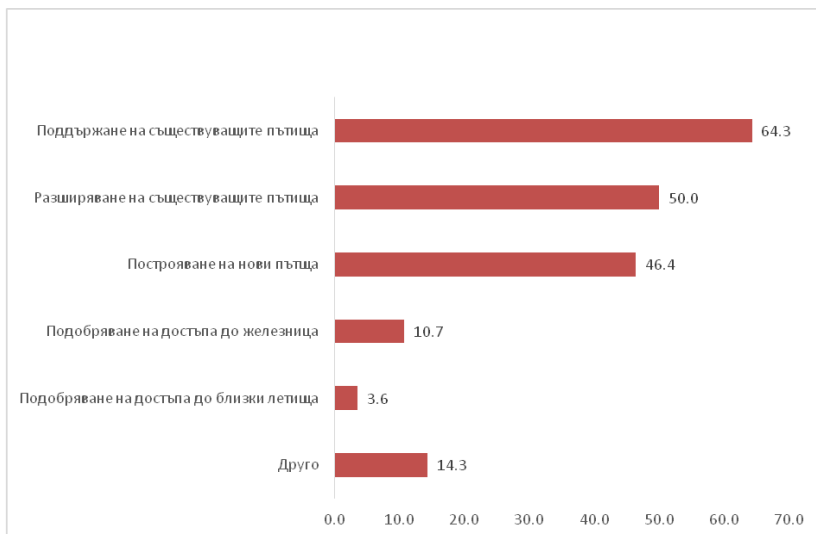
Доставки и транспорт

Фигура 2.36. Разходи за доставка от общия обем на продукцията



34,6% от фирмите, участвали в проучването, отговарят, че техните разходи за доставка са между 5 и 10% от общия им обем на производство. Според 26.9% от компаниите разходите за доставка са около 10-20% от общия обем на производството, а 23.1% от предприятията посочват, че са по-малко от 5% от обема на продукцията им.

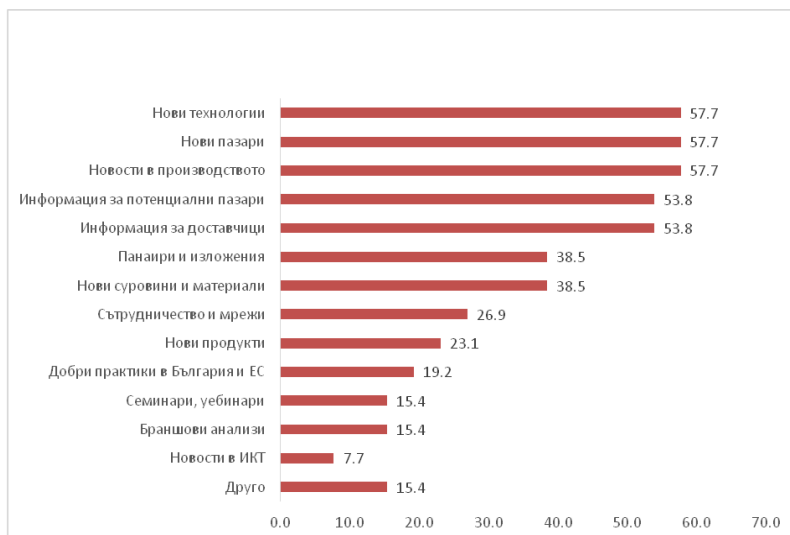
Фигура 2.37. Кои от посочените инфраструктурни проекти биха помогнали на дейността на Вашето предприятие?



64,3% от компаниите в наблюдаваните сектори твърдят, че поддържането на съществуващите пътища би подпомогнало тяхната дейност. Половината от изследваните предприятия посочват, че разширяването на съществуващите пътища ще допринесе положително за дейността на компанията. Освен това, 46,4% от дружествата смятат, че изграждането на нови пътища би подпомогнало осъществяването на дейността им.

Виртуални услуги

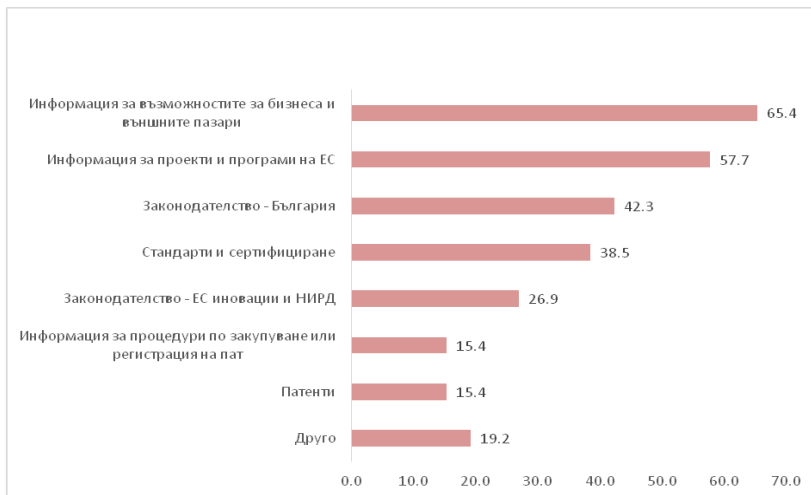
Фигура 2.38. Ако имате достъп до виртуална образователна платформа, каква информация бихте потърсили в нея?



Повече от половината от изследваните компании посочват, че ако имат достъп до виртуална образователна платформа, те ще търсят информация за нови технологии, нови пазари, иновации в производството, потенциални пазари и доставчици. Ще се търси и информация за панаири и изложения, нови суровини, сътрудничество и мрежи и нови продукти. Анкетираните предприятия отговарят, че най-малко ще търсят информация относно новости в ИКТ на такава платформа.

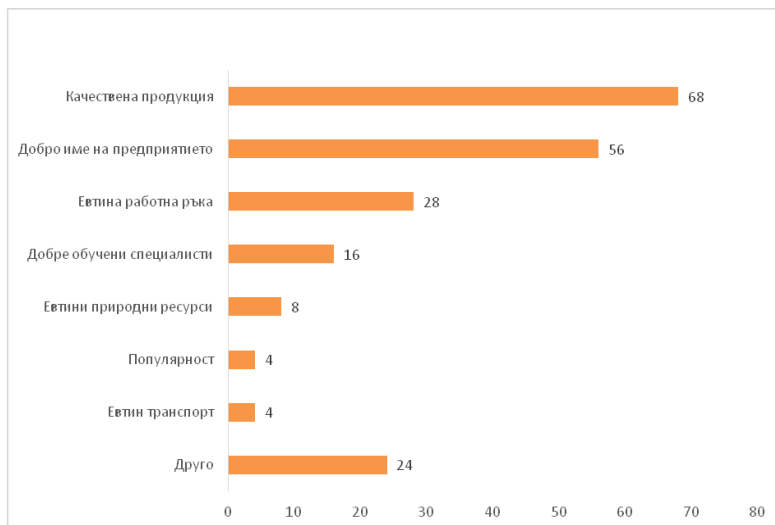
Виртуален консултантски офис би помогнал на повечето компании да търсят информация за бизнес възможностите и външните пазари, проекти и програми на ЕС, българското законодателство и стандарти и сертифициране. Информация за патенти и процедурите за закупуване или регистриране на патент би била най-малко търсена от дружествата в наблюдаваните сектори в Благоевград и Кюстендил.

Фигура 2.39. Ако имате достъп до виртуален консултантски офис, каква информация бихте потърсили в него?



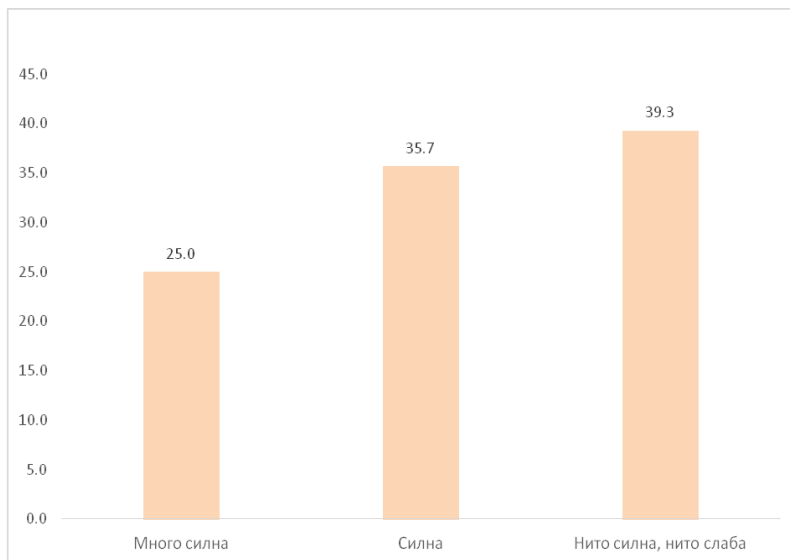
Конкурентоспособност

Фигура 2.40. На какво, според Вас, се базира Вашата конкурентоспособност?



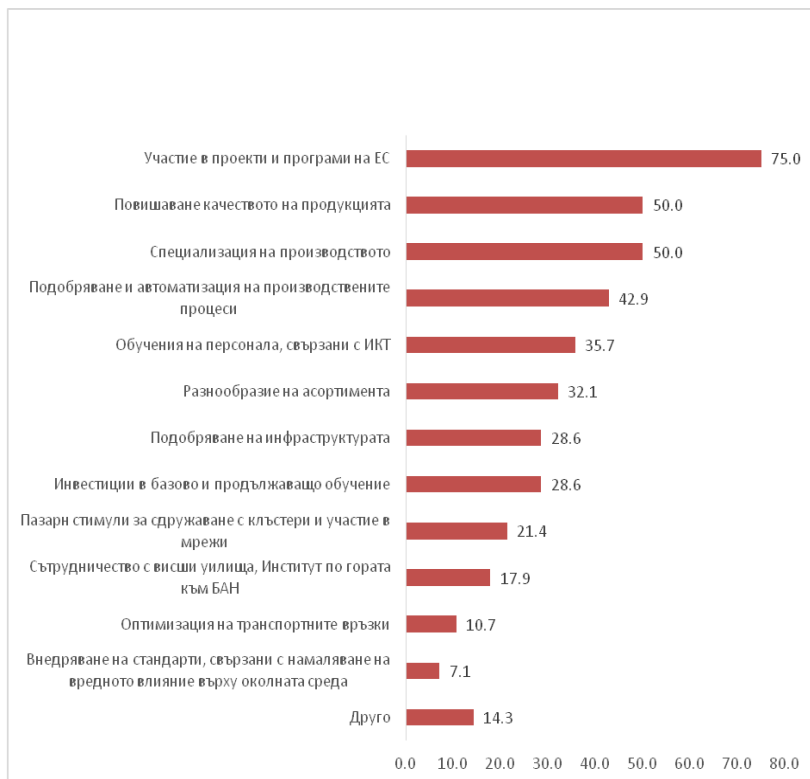
68% от фирмите, участвали в проучването, заявяват, че тяхната конкурентоспособност се дължи на качеството на продукцията им, а 56% от тях считат добрата репутация за фактор, който ги прави по-конкурентоспособни. Евтиният труд е това, което стои зад конкурентоспособността на 28% от изследваните компании, според техния персонал. Добре обучените специалисти, евтините природни ресурси, популярността на фирмата и евтиният транспорт не се разглеждат като конкурентни предимства от предприятията в наблюдаваните сектори.

Фигура 2.41. Колко силна е конкуренцията на Вашия местен пазар?



Що се отнася до конкуренцията на местния пазар, 39,3% от предприятията смятат, че тя не е нито силна, нито слаба. Хората в наблюдаваните сектори са склонни да вярват, че *нивото на конкуренцията е средно*. 35,7% от компаниите посочват, че техните конкуренти на местно равнище са силни и 25% - много силни.

Фигура 2.42. Какви предложения бихте направили за увеличаване на конкурентоспособността на предприятията от горския сектор в регионален план?



За да се определи какво би могло да повиши конкурентоспособността на наблюдаваните сектори в областите Благоевград и Кюстендил, изследването проучва предложенията на респондентите. Най-важното за подобряване на регионалната конкурентоспособност на предприятията в областта на горското стопанство и дърводобива е участието в програми и проекти на ЕС. 75% от организациите споделят тази гледна точка. Половината от анкетираните фирми заявяват, че качеството на продукцията трябва да бъде подобро и че производството трябва да бъде специализирано. 42,9% от предприятията отговарят, че производствените процеси трябва да бъдат подобро и автоматизирани, за да се повиши конкурентоспособността на секторите „Горско стопанство“ и „Дърводобив“ в областите Благоевград и Кюстендил.

Обучение на персонала, свързано с информационните технологии и разнообразния асортимент от продукти също би насърчило конкурентоспособността, според дружествата, участвали в проучването. Оптимизирането на транспортните връзки и прилагането на природосъобразни стандарти се разглеждат като фактори, които най-малко ще допринесат за повишаване на конкурентоспособността на компаниите.

Профил на жените работещи в горския сектор

Сред най-важните причини/ фактори, оказали влияние при избора на длъжност сред жените, работещи в горския сектор освен самата необходимост от работа е и високият осигурителен доход на самата длъжност. Като други основополагащи фактори при избора на текущата длъжност е, че е добре платена, както и че самата позиция е изглеждала привлекателна и интересна.

Когато става въпрос за условията и възнагражденията на труда се наблюдават няколко тенденции. От една страна, жените работещи в горския сектор са удовлетворени от условията на труд в организацията, в която работят. Индикатор за тяхната удовлетвореност може да бъде и изразеното им желание да останат на сегашната си длъжност в същия сектор.

От друга страна обаче, се наблюдава колебание в удовлетвореността от техните възнаграждения, тоест не са напълно съгласни, че възнагражденията съответстват на положението от тях труд и на тяхната квалификация. Също така се наблюдава несигурност и неудовлетвореност от начина, по който се формира работното възнаграждение. Ето защо са съгласни, че допълнително възнаграждение би ги мотивирало да полагат повече усилия при извършване на работните си задължения.

Друг важен аспект е, че са запознати с правата на жените относно защита от дискриминация на работното място, еднаквото заплащане на мъже и жени и достъп до образование.

Основните притеснения на жените, работещи в горския сектор по отношение на работата им могат да бъдат групирани в две направления. Първото е свързано конкретно с извършването на работата и по-точно от една страна, притеснение от липса на развитие в кариерен план, а от друга- притеснение работодателят да не остане разочарован от качеството на работата. Второто направление на притесненията е свързано със семейството и по-скоро с децата и се изразява в трудности да гледат децата си и да работят едновременно, както и възможността от това да се наложи да се върнат на работа преди да е използван целия отпуск по майчинство.

От друга страна липсва притеснение по отношение на възможност за загуба на работното място, както и за междуполова дискриминация. Липсата на притеснение от междуполова дискриминация се може да бъде видяно и през съгласието им, че работното им възнаграждение не се различава от това, което получават наетите от мъжки пол лица за същата професия и длъжност.

Предизвикателствата, с които се сблъскват жените в този сектор са най-вече свързани с конкуренция и нуждата от доказване.

Като друга характеристика на сектора се очертава липсата на специални програми/ курсове и методи за подобряване на уменията от жените. Като тук обаче е необходимо да се отбележи, че самите жени не смятат, че увеличаване на броя на обучения за тях ще допринесе за по-голяма производителност и развитие на сектора.

Когато става въпрос за рискове и фактори, оказващи въздействие върху здравословното състояние и репродуктивността на жените от горския сектор, като такива с много голямо влияние се очертават следните фактори: дървесен прах, работа на открито, неблагоприятен микроклимат (температура, влажност, скорост на въздуха), биологични агенти (микроорганизми, паразити, бактерии и вируси) и горски животни, както и продължително ходене и/или стоене прав в горски терени. Като фактори, които оказват малко или никакво влияние върху здравословното състояние се оказват електричество, в т.ч. статично електричество, опасност от пожар, лъчения (ултравиолетови, инфрачервени, лазерни, йонизиращи).

2. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в пограничния регион на Македония

Проектът „Иновационни инициативи за сътрудничество в трансграничния регион“ е в рамките на Програма ИПП за трансгранично сътрудничество на Република Македония и Република България (2014-2020 г.), съфинансирана от Европейския съюз. Проектът предвижда няколко дейности в различните етапи на реализацията на проекта. Една от тези дейности е осъществяването на теренно проучване „Определяне на инициативи за иновативно сътрудничество – в Благоевград и Кюстендил в България и североизточните, източните и югоизточните райони за планиране в Македония“.

Целта на проведеното проучване е да насърчи конкуренцията и трансграничното сътрудничество чрез определяне на:

- а) инициативи за иновативно сътрудничество между горските предприятия в Благоевград и Кюстендилска област в България със североизточните, източните и югоизточните райони за планиране на Македония;
- б) бариери и възможности за тяхното преодоляване;
- в) идеи за увеличаване на производителността, растежа и инвестициите в региона.

С цел правилно прилагане на изследването от страна на македонската страна, на първо място беше направен анализ на условията в горския сектор и дърводобивната промишленост. Получените резултати показват, че горите в изследваните райони на Република Македония са с преобладаващо държавно участие, като около 90% от площта е държавна собственост, докато останалата площ от около 10% е частна собственост. Подобна зависимост съществува и за дървесната маса в държавните гори по отношение на частните гори.

Държавните гори в Република Македония се управляват от публичното предприятие „Македонски гори“. Служителите в това предприятие извършват всички експертни дейности в държавните гори. По-голяма част от дейностите по производството са предоставени на частните компании (изпълнители), с които е сключен договор за обработване чрез предварително извършени обществени поръчки. Дейностите се извършват поотделно в следните фази: изсичане, натоварване и транспортиране на дървесни асортименти по една камера или едно подразделение.

По-малки количества дървесна маса са представени като дървесина на квадратен корен, с цел доставяне на дърва за огрев за местното население.

Частните собственици на гори имат право да се произвежда и търгува с асортименти от дървесина в съответствие със Закона за горите. Той определя методологията и начина на използване на частните гори. Частните собственици могат да използват правото си на производство чрез: специални планове за управление на горите (над 30 ха), програма за управление на горите (за гори с по-малка площ) и годишно използване в частни гори, в които работят съгласно предписаните критерии за дърводобив в частните гори и контрол от ПП „Македонски гори“.

Логистичният отрасъл в Република Македония се снабдява със суровина най-често от държавните доставчици (доминирани от ПП „Македонски гори“).

Обработката на дървесните асортименти се извършва в дъскорезници в следните етапи: първична обработка, вторична обработка и крайна обработка. В нашата практика продуктите се произвеждат във всичките три етапа с цел

удовлетворяване на част от битовите потребности, докато част от продуктите завършват на външните пазари. Продуктите от първично и вторично производство се обработват в съответствие със стандартите за качество или чрез спецификация от поръчките. Най-голямото разширяване на сектора е в областта на преработката на композитни материали и производството на мебели и интериор. Много важни фактори при производството на крайни продукти са качеството, дизайна и маркетинга на продукта, дейности, в които македонските фирми имат огромно поле на работа и подобрения.

Като се има предвид тази структура на позициониране на фирмите в горския сектор и дърводобивната промишленост, реализирахме това проучване, като едновременно имаме предвид включването на различни обекти с различна структура от всички етапи на производството.

Териториален обхват на наблюдението

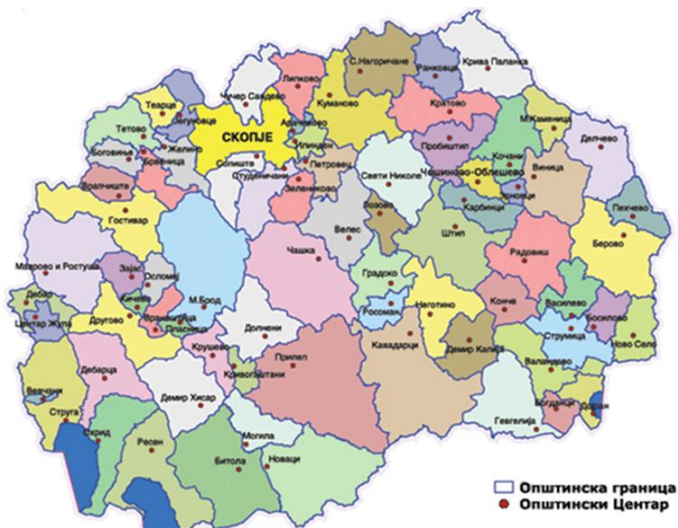
В проекта са определени областите или регионите, които са обект на трансгранично сътрудничество между Република България и Република Македония. От страна на Република България са включени регионите Благоевград и Кюстендил, докато от страна на Република Македония са включени североизточните, източните и югоизточните райони за планиране.

В тези райони на Република Македония съществуват няколко общини, но поголемите центрове, в които има организирано горско стопанство (поделения на ПП „Македонски гори“) по-големи капацитети на дърводобивната промишленост, са следните:

- Североизточен район: Крива Паланка, Кратово и Куманово
- Източен район: Делчево, Пешево, Берово, Винаца, Кочани и Щип
- Югоизточен район: Радовис, Струмица, Гевгелия и Валандово

Фигурата по-долу илюстрира общините в Република Македония.

Фигура 2.43. Общините в Република Македония



Административни данни за фирмите, които са регистрирани за работа във веригата за производство на дървесина, са взети от Централния регистър на Република Македония. Според тези данни: в североизточните, източните и югоизточните райони за планиране са регистрирани общо 753 юридически лица с такива дейности. Този брой юридически лица не е равен на активните компании в сектора на горското стопанство и дърводобивната промишленост, тъй като част от правните субекти са в несъстоятелност или в производство по несъстоятелност. Част от фирмите не са действащи или нямат бизнес дейност. Освен това голяма част от юридическите лица по време на регистрацията на субекта обявяват няколко дейности, а някои от регистрираните дейности изобщо не се извършват на практика.

Фирмите, включени в това проучване, са в сътрудничество с ПП „Македонски гори“ и 12 филиала (управления на горското стопанство), които управляват държавните гори в трансграничните региони. Избрани са фирмите, които обработват или извършват експертни услуги (дърводобив, доставка, транспорт) за нуждите на ПП „Македонски гори“. Броят на активните или частично активни фирми-изпълнители на ПП „Македонски гори“ в изследваната област са 52. Компанияте, които купуват техническата дървесна маса и извършват първична преработка на дървесина (дъскорезници), са около 48, с различен размер и производствен капацитет.

Специално включени и избрани са фирми, които извършват вторична обработка на дървесина, крайна обработка на дървесина, фирми, които произвеждат мебели и интериор и др. Активните компании в тази група са около 20 големи юридически лица и по-голям брой малки юридически лица с по-малко или един служител.

В проучването „Определяне на инициативи за иновативно сътрудничество” са включени общо 89 компании. Проучени са фирми с различен обхват по отношение на брой на заетите, икономическа сила на фирмите, различни дейности във връзка с производството на дървесина, преработката на дървесина и изделия от дърво.

Цел на проучването

Основната цел на изследването е да даде отговор на зададената теза и целите на проекта „Иновационни инициативи за сътрудничество в трансграничния регион”. Проектът е в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество 2014-2020. Секторът на горското стопанство и дърводобивът са потенциал, в който може да се постигне много по отношение на: конкуренция, логистика на излизания пазар, намиране на нови пазари, образование и обучение на наетите, намиране на нови технологии и др.

Потенциалът на горския сектор е голям и значим както за региона, така и за Европейския съюз, особено когато е известно, че производството на дървесина е устойчив източник на енергия и е категоризирано в т. нар. „зелени” енергии. Следователно е много важно да знаем потенциала на горите, които имаме в региона, както и мерките за увеличаване и подобряване на качеството на горите. В бъдеще трябва да се придържаме към основните принципи на горското стопанство за постоянно и увеличено производство, основано на екологичните принципи.

Проектът има за цел да стимулира обмена на знания, нови идеи и възможности, свързани с опазването на околната среда и устойчивото използване на природните ресурси, т.е. гората. Освен това проектът трябва да стимулира дейностите за научно и приложно изследване и да популяризира европейските ценности и опит в тази област.

Проектът има за цел да предложи образователна и обучителна платформа чрез виртуален офис, който ще бъде достъпен по всяко време и навсякъде за всички участници в проекта, както и за всички заинтересовани страни и хора, работещи в горския сектор. Този офис трябва също да подкрепя бизнес мрежата на юридическите лица от сектора на горското стопанство и дърводобива.

Накратко, виртуалният офис трябва да съдържа всички бази данни за състоянието и дейностите в сектора.

Така поставените цели трябва да допринесат за приобщаващо трансгранично развитие и да направят тези региони по-добро място за живот и работа.

По време на изпълнението на проучването беше постигната техническата цел за включване на колкото е възможно повече компании, работещи в горското стопанство, дърводобива и изделията от дърво, различни по размер и дейност, с които да се постигнат съответните и по-нататъшни приложими резултати. От резултатите от проекта се очаква да дадат реална картина на състоянието на сектора, с което би било възможно създаването на подходяща политика. Допълнително получените резултати имат за цел да определят всички нужди за подобряване на връзките между фирмите от сектора в двете съседни страни и по този начин да се изградят постоянни мостове на сътрудничество и приятелство.

Структура на въпросника

Общият брой на въпросите е 48, въпросите от 1 до 6 са основни по отношение на фирмите и анкетираните, а въпросите от 44 до 48 са въпроси за идентифициране и контакт на анкетираните лица, както и данни за фирмите, които са включени в изследването.

Експертната част на изследването се състои от четири групи въпроси:

1. Основна информация и характеристики на дейността на компанията (въпроси от 6 до 22);
2. Иновативна дейност на компанията (въпроси от 23 до 39);
3. Пазари и обществени поръчки (въпроси от 33 до 39);
4. Развитие и конкуренция (въпроси от 40 до 43).

Резултати от проучването

Резултатите от проучването са дадени за четирите групи експертни въпроси.

Основна информация и характеристики на дейността на компанията

Тази група въпроси включва повече въпроси относно характера на анкетираните фирми, както и въпроси, свързани с анкетираните лица.

- Относно пол на анкетираните лица, 82% отговориха, че са мъже, докато 16% отговарят, че са жени. 1% от анкетираните лица не отговориха на този въпрос.
- Възрастта на лицата в проучването е между 29 (най-младите) и над 50 (най-възрастните анкетираните лица). Доминиращата възрастова група при изследваните лица е между 40 и 50 години. Висок дял от 14% от анкетираните лица не отговориха на този въпрос.
- По отношение на образованието на изследваните лица, лицата със средно професионално образование доминират с 40%, а тези с висше образование са 33%. Само 8% от анкетираните лица са с основно образование.
- 89% от анкетираните лица са мениджъри на фирмите. 7% от анкетираните лица са главни експерти, 1% са главен административен персонал, 1% са квалифицирани работници, а 2% от анкетираните лица не са отговорили на този въпрос.
- Теренното проучване е направено във всички по-големи центрове в трансграничния регион на Република Македония с Република България. Изследвани са общо 89 компании. Най-много са анкетираните компании от Струмица (17), следвани от Куманово (12), Пехчево (8), Гевгелия (8), Радовис (7), Берово (7), Винаца (7), Делчево (6), Валандово (5), Кочани (3), Крива Паланка (3), Кратово (2), Скопие (1) (работи в региона), и една фирма в Шип. Две фирми не са отговорили на този въпрос.
- Изследваните фирми са създадени в различни периоди от време: след 2010 г. са създадени 19%, от 2000 до 2010 г. – 29%, от 1990 г. до 2000 г. – 15%, а до 1990 г. – 3% от анкетираните фирми. 33% от фирмите не отговориха на този въпрос.
- Собствеността на компаниите според капитала е преобладаващо частна (84% от изследваните компании). 14% от тях са държавна собственост. Няма смесена собственост върху капитала в компаниите, а 2% от анкетираните компании не отговарят на този въпрос.
- Собствеността на компаниите според мястото на регистрация е доминиращо македонска (94%), има и смесена собственост (2% от фирмите). 1% от фирмите са чуждестранни. 2% от анкетираните компании не са отговорили на този въпрос.
- Правната форма на тези компании е различна. Тук доминират компании с ограничена отговорност (51%), независими дружества с ограничена отговорност (16%), ограничени дружества (2%), еднолични търговци (3%).

Като се има предвид, че опцията за публично предприятие не беше предложена, 18% отбелязват „друга“. 2% не са отговорили на този въпрос. Независими компании доминират в това проучване с висок ръст от 92%.

- Изследваните компании са активни до голяма степен през последните три години (2014, 2015 и 2016 г.) (85% от анкетираните фирми). Останалите са неактивни или не отговориха.
- Размерът на фирмите се анализира според определени финансови показатели, както и брой на служителите в компанията.
- Според баланса на активите, доминират компании с активи до 350 000 евро (68% от изследваните компании), компании с активи от 350 000 до 4 000 000 евро (17% от анкетираните), фирми с активи от 4 000 000 до 19 000 000 евро (7% от изследваните компании), а изследваните компании с активи над 19 000 000 са 2%. 4% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.
- Според нетните приходи от продажби, компаниите са групирани по следния начин: компании с приходи от продажби до 700 000 евро (75% от анкетираните компании), от 700 000 до 8 000 000 евро (6%), от 8 000 000 до 38 000 000 евро нетни приходи от продажби (8% от изследваните компании).
- Според броя на служителите в компаниите, се прави следното разделение: от 1 до 9 служители имат 62% от анкетираните фирми, от 10 до 49 – 19%, от 50 до 249 – 12%, и над 250 – 3% от анкетираните фирми. 2% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.
- Във връзка с въпроса за инвестираните средства за научноизследователска и развойна дейност на анкетираните фирми, висок процент от 54% отговориха, че за тези цели не са направили никакви разходи, 30% от компаниите са инвестирали от 0 до 0.3% разходи за тези дейности, 11% са инвестирали от 0.31 до 0.5%, а над 2% от анкетираните фирми са инвестирали над 0.5% от разходите за научноизследователска и развойна дейност. 2% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.
- Износът като перо от общия оборот на анкетираните фирми се класифицира в следните категории: 71% от анкетираните фирми имат износ до 20%, 3% имат износ от 21 до 49%, 7% от изследваните компании имат износ над 50%. 19% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.

- 72% от изследваните компании използват компютри в дейността си, а 67% от изследваните компании използват интернет. Останалите компании или не го използват, или не отговарят на този въпрос. Интернет най-често се използва за: взаимодействие с публичните предприятия, използване на електронни фактури, използване на социални медии, както и за организиране на интернет страницата на компанията. Голям процент от анкетираните компании (49%) нямат уебсайт, а 33% имат. 18% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.
- Дейностите на фирмите се класифицират съгласно кода на NACE 2008. Според тази класификация се изследват компании с различни дейности, като: 6% управление на горите; 20% дърводобив; 15% помощни дейности в горското стопанство; 6% планиране и импрегниране от дърво; 12% производство на дървени и дървени палети; 4% производство на сглобяеми паркетни дъски; 2% производство на дърводелски и други дървени изделия за строителството; 6% производство на дървени опаковки; 5% производство на мебели за офиси и магазини; 2% производство на кухненски мебели; 1% производство на матраци и гъба; 5% производство на други мебели; 12% търговия и дърво и строителни материали; 0% търговия и мениджмънт с мебели; 2% хардуер и металообработка; 0% търговия на едро от дърво; 2% строителни материали и санитарно оборудване; 1% търговия и управление с дървен материал и строителни материали; и 1% дейността на търговията на дребно с дървен материал с мебели, осветление и други домакински стоки.
- По отношение на сътрудничеството на анкетираните фирми от Република Македония с фирми от Република България, се анализират два въпроса – имате ли клиенти и доставчици от Република България. По отношение на въпроса за клиентите отговориха положително само 10% от анкетираните фирми, докато отрицателно отговориха 83%, а 7% не отговориха. За втория въпрос дали имат доставчици от Република България, положително са отговорили 15%, отрицателно – 79%, а 7% от анкетираните фирми не отговарят.
- Фирмите-доставчици от Република България са активни в следните области: дърводобив 29%, производство на мебели 15%, строителство 12%, производство на опаковки 9%, производство на опаковки 1%, палети 9%, дърва 12% крайни потребители 14%.

Иновативна дейност на компанията

В тази група са дадени десет въпроса в областта на иновационната дейност на изследваните фирми.

Зададен е комплексен въпрос за определяне на приоритетите при въвеждането на технологичните нововъведения, както и няколко подвъпроса, които предлагат отговор за степента на приоритетност (висока, средна и ниска). Подвъпросите се отнасят до: премахване на продукти в края на жизнения цикъл, подобряване на качеството на продуктите, разширяване на производствения асортимент, навлизане на нови пазари и увеличаване на пазарния дял, изпълнение на нови нормативи и стандарти, разширяване или поддържане на съществуващи пазари, увеличаване на гъвкавостта на производството, намаляване на разходите за труд на единица готов продукт, намаляване на разходите за материали, намаляване на разходите за енергия, намаляване на замърсяването на околната среда и други опции. Във всички подвъпроси доминиращият отговор е средният или високият приоритет, докато много малък процент отговори са за нисък приоритет.

За периода 2014-2016 г. част от анкетиранияте фирми са инвестирани в: научноизследователска и развойна дейност (17% от изследваните фирми), получаването на резултатите от научноизследователска и развойна дейност (13% от анкетиранияте фирми), закупуване на нови машини и оборудване (71% от анкетиранияте фирми), доставка на компютърен хардуер (34%), закупуване на компютърен софтуер (27%), придобиване на лицензи, патенти и др. от фирми или организации (25%), обучение на персонала (43%), дизайн (18%), промени в дизайна на стоки или услуги (18%), маркетингови и маркетингови изследвания (25%), и рекламиране (35% от анкетиранияте фирми). Като приоритети, определени от компаниите, проучването показва, че най-много е инвестирано в закупуването на машини и обучение за служители, както и в рекламирането. Процентът на фирмите, които не са инвестирани в посочените иновационни дейности, е голям.

По отношение на въпроса дали са въведени технологично нови или подобрени продукти през последните три години, положително отговориха 48%, отрицателно – 43%, а 9% от анкетиранияте фирми не отговориха. 43% от компаниите, които отговарят положително за нововъведенията, са ги направили в рамките на собствената си компания, 35% - с помощта на други компании и институции, и 22% - в частично сътрудничество с други компании и институции.

През последните три години част от фирмите въведоха нови или подобрени продукти (36% от изследваните компании). Останалите не следват тази тенденция или не отговарят на въпроса.

На въпроса дали през последните години са въведени следните организационни промени или нови управленски техники във вашата компания, са предложени още подвъпроси за следните положителни отговори: техниките за управление (25% от изследваните компании са отговорили положително), електронен обмен на данни (26%), планиране на база на времето или подобна система (26%), използване на електронна поща (54%), използване на интернет (64%), инвестиране в персонал (37%), системи за управление на качеството и/или стандарти (15%), и въвеждане на търговска марка на вашата фирма (19%). Останалият процент от отговорите е отрицателен или изобщо няма отговор на зададения въпрос.

През тригодишния период 2014-2016 г. препятствията при осъществяването на иновативните дейности в компаниите се намират в следните области: високи икономически рискове (34%), твърде високи разходи, свързани с иновации (35%), разходи за финансиране (35%), достъп до средства (28%), недостиг на квалифицирана работна ръка (30%), липса на информация за технологиите (10%), недостатъчна информация за пазарите (21%), пазар е доминиран от вече установени компании (10%), недостатъчно търсене на иновационни продукти и услуги (17%), регламенти/разпоредби на Р. Македония (5%), регламенти/разпоредби на ЕС (9%). До голяма степен фирмите не отговориха на този въпрос или не намериха пречки в предлаганите отговори за реализирането на нови иновационни дейности.

По отношение на въпросите за това какъв вид персонал е изпълнявал следните дейности: графичен дизайн и търговски материали, дизайн на продукти и услуги, мултимедия и уеб дизайн, създаване на софтуер или управление на бази данни, инженерни дейности, най-често срещаният отговор е с вътрешен персонал. Голяма част от анкетираните не са имали такива дейности. 70% от анкетираните не отговориха на този въпрос.

По въпроса за какъв материал купува вашата компания от доставчиците, анкетираните фирми дадоха следните отговори: дървени трупи – 29%, бордове и греди – 11%, фурнир – 10%, детайли – 9%, други продукти – 26%, а 14% не купуват.

Пазари и обществени поръчки

В анкетата има и въпроси, свързани с пазара, както и със снабдяването с продукти. Тази група въпроси е разработена със седем конкретни проблема в тази област.

По въпроса къде са доставчиците на анкетираните фирми, за региона и Република Македония най-често срещаният отговор на анкетираните фирми е

мястото на дейност на самата компания, а малък процент получават необходимите материали и суровини от съседни градове. Закупуването на машини и оборудване се извършва на македонския и световния пазар. Закупуването на материали и суровини от съседните региони в Република Македония извършват много малък и ограничен брой фирми. Голяма част от фирмите нямат отговор на този въпрос.

По отношение на намирането на клиенти и потребители на услуги, най-голяма част от анкетираните компании отговориха, че имат местни потребители. Само малка част от потребителите се намират в съседните градове в региона. Много ясно се посочва, че процентът на потребителите на продукти в трансграничния регион на Република България е малък.

Що се отнася до въпроса какъв процент от продуктите са транспортирани с железопътен транспорт, много малък процент от анкетираните фирми отговориха положително, което е много разбираемо, ако се вземе под внимание лошото състояние на железопътния трафик в Република Македония и несвързаността на региона със съседна Република България. Само тези градове се свързват по жп линията: Велес, Щип, Гевгелия и Кочани.

С цел извършване на анализ на разходите за доставка на продукти, се прави класификация на компаниите по следния начин: фирми, в които разходите за доставка участват до 5% (18%), от 5 до 10% (19%), от 10 до 20% (26%), и компании с разходи, по-големи от 20% (26%). По този въпрос 11% от анкетираните фирми не отговориха.

По отношение на въпроса кой от посочените инфраструктурни проекти ще спомогне положително за дейността на Вашата фирма: поддържане на съществуващите пътища – 39%, разширяване на съществуващите пътища – 36%, споразумение за нови пътища – 19%, подобряване на достъпа до железопътния транспорт – 6% и подобряване на достъпа до близките летища – 1%.

На въпроса ако имате достъп до виртуална образователна платформа, каква информация бихте поискали, положителните отговори се отнасят до: продуктови новини (16%), нови суровини (8%), нови пазари (14%), нови технологии (13%), нови продукти (9%), новини в ИКТ (1%), професионални анализи (3%), добри практики в Македония и ЕС (6%), семинари или срещи (7%), панаири и изложения (9%), сътрудничество и работа в мрежа (5%), информация за доставчици (4%), потенциалните пазари (7%). По този въпрос разликите в положителните отговори по отношение на предлаганите решения са много малки, както и нуждите на анкетираните фирми.

Ако съществуваше виртуален консултантски офис, анкетираните компании ще изискват следната информация от него: информация за възможностите за бизнес и външни пазари (24%), информация за проекти и програми на ЕС (21%), стандарти и сертификация (21%), законодателство – Македония (17%), законодателство – нововъведенията на ЕК и законодателството на NIRD (7%), информация за процедурите (5%), патенти (4%) и други решения (1%).

Развитие и конкуренция

В анкетата има и няколко въпроса, свързани с развитието и конкуренцията на фирмите на вътрешния и външния пазар. Тази група въпроси се разработва с три конкретни въпроса от тази област.

По отношение на въпроса „на какво се дължи вашата конкурентоспособност?“, анкетираните компании дадоха следните отговори: евтина работна сила (19), качествено производство (14%), популярност на компанията (9%), евтин транспорт (11%), уникални производствени процеси (9%), добре обучени експерти (9%), евтини природни ресурси (7%), добре развита транспортна мрежа (7%), популярност (7%) и други (3%).

С този въпрос се прави класификация на анкетираните фирми по отношение на конкуренцията и се получават следните отговори: много силна конкуренция имат 20% от анкетираните, силна – 18%, нито силна, нито слаба – 42%, слаба – 10%, и много слаба – 7% от анкетираните. 3% от анкетираните фирми не отговориха на този въпрос.

Изследваните фирми подкрепят следните предложения, които биха повишили конкурентоспособността на фирмите от горския сектор в регионалния аспект: участие в проекти и програми на ЕС (17%), специализация в производството (14%), повишаване на качеството на производството (12%), подобряване на инфраструктура (10%), обучение на персонала, свързано с ИКТ (9%), инвестиции в основно и непрекъснато обучение (9%), подобряване на производствените процеси (8%), оптимизиране на транспортните връзки (7%), сътрудничество с висши учебни заведения, горски институции (5%), прилагане на пазарните стандарти (5%), пазарни стимули за клъстериране (4%), и разнообразяване на асортимента (0%).

Сравнителни анализи

Получената база данни представлява база за сравнителен анализ между различните групи фирми и техните отговори за иновации в горското стопанство и дървообработващата промишленост. Тези изследвания трябва

да се засилят с формирането на по-голяма база данни и проучване на по-голям брой компании, с които да бъдат получени представителни отговори и анализи. За тази цел са разработени модели на математическа статистическа зависимост на два анализа, които са:

Брой компании по баланса на активите във връзка с няколко въпроса (събития);

Размер на фирмите според броя на служителите във връзка с няколко въпроса (събития).

Изводи и дискусия

Основни изводи, произтичащи от условията в сектора и отговорите на изследваните субекти:

В горския сектор в Република Македония един от основните проблеми, според отговорите на част от анкетиранияте фирми, е лошата организация на производството на дървесина и дървесни асортименти в ПП „Македонски гори“. Малките количества дървесина, които се дават само на годишен търг, се отнасят за всеки подраздел поотделно и се отнасят индивидуално за извършване на индивидуални операции в гората: дърводобив, товарене и транспорт, представляват сериозен проблем за осигуряване на стабилна и концентрирана работа. Този начин на организация на дейностите в държавните гори не позволява на фирмите-изпълнители да въведат нови технологии и техники на работа, преди всичко въвеждане на модерна механизация с по-голям капацитет и с това постигане на по-голяма конкуренция в дейностите.

В сектора на горското стопанство се забелязва също сериозна липса на квалифицирана работна сила. Обикновено пътищата в горите не са добра. В този район няма достатъчно плътна и развита пътна мрежа, а съществуващите пътища са с лошо качество и се използват само сезонно.

В сектора на дърводобива съществува проблем с осигуряване на достатъчно количество суровина с подходящо качество (дървесина за преработка). Много често собствениците на дъскорезници се оплакват от лошото производство и обработката на дървесина в асортименти. Също така суровината се предлага само сезонно, защото въобще няма дърводобив през зимата поради лошата инфраструктура в планините. Също така проблем в сектора представлява квалифицираната работна сила, както и честата миграция на работници на различни работни места и все по-честа имиграция в чужбина. Що се отнася до вторичната и крайната обработка на дървесина, се усеща необходимост от

нови технологии, както и подходящ дизайн и качество, които да осигурят появата на нови и по-големи пазари.

По отношение на трансграничното сътрудничество между изследваните субекти, има интерес към сътрудничество, поради: възможностите, които предлага регионът и горският сектор, възможностите за обмяна на опит и положителни практики, както и възможности за съвместно появяване на вътрешния и външния пазар.

Специфични заключения, произтичащи от проведеното проучване и получените резултати:

Основна информация и характеристики на дейността на дружеството:

Проучени са общо 89 фирми от различни области на горския сектор и дърводобивната промишленост. Изследваните фирми имат седалище в различни градове в трансграничния регион към Република България. Структурата на изследваните компании е различна по възраст, пол, образование и работна позиция в компаниите. Преобладаващо анкетираните лица са мениджъри на фирмите, предимно мъже с висше образование или средно професионално образование. Компаниите са предимно частни и регистрирани като дружество с ограничена отговорност. ПП „Македонски гори“ управлява държавните гори чрез собственото си управление на горите, което имат седалища в по-големите градове в региона.

Изследваните компании са предимно малки юридически лица и най-често имат от 10 служители. Тези компании преобладаващо работят на вътрешния пазар.

Изследваните компании използват компютри в работата си и използват интернет най-вече за: взаимодействие с обществените предприятия, използване на електронни фактури, използване на социални медии, както и организиране на интернет страницата на компанията. По-голяма част от фирмите нямат уебсайт.

По отношение на сътрудничеството между анкетираните фирми от Република Македония с фирми от Република България, може да се каже, че то е много малко и изобщо не е съвместимо с възможностите и потенциала на региона. Само 10% от македонските компании имат клиенти от Република България, докато само 15% от изследваните компании имат доставчици от там. Фирмите-изпълнители от Република Македония се занимават с различни дейности.

Иновативна дейност на фирмата

По отношение на иновационната дейност, компаниите имат различни технологични дейности. От анкетата може да се заключи, че досега те са инвестирана най-много в закупуването на машини, както и при обучението на служителите. Процентът е голям и на фирмите, които не са инвестирани в иновативни дейности.

От изследваните компании 43% отговориха положително, че въвеждат технологични иновации, най-вече със собствени, вътрешни ресурси. Също така 36% от изследваните компании са въвели нови и подобрени продукти. Процентът на въвеждане на нови организационни промени или нови управленски техники в компаниите е сходен. Най-голям процент от фирмите не са дали конкретен отговор относно трудностите при реализацията на иновативните дейности.

Като се има предвид, че в запитването участват различни субекти, които имат различни нужди за тяхната дейност, може да се каже, че нуждите от иновации и иновативни дейности са много различни. Оттук се налага въвеждането на широк спектър от обучения и програми с новаторски дейности.

Пазари и обществени поръчки

Пазарът в анализирания регион е много ограничен и предимно локално ориентиран. Много малко суровини и продукти са в съседните общини или в трансграничния регион на Република България.

Решението на тези проблеми трябва да се търси в перспектива, особено като е известно, че транспортните разходи на фирмите, които работят в горския сектор, са много високи. Необходимостта от поддържане на съществуващи и изграждащи се нови пътища, както и изграждането на железопътна линия към Република България се откроява.

Изследваните компании виждат позитивно необходимостта от въвеждане на виртуална образователна платформа. В същото време от тази платформа се изисква широк спектър от оферти, тъй като фирмите имат различни нужди и приоритети за още по-успешното им функциониране.

Част от компаниите положително разглеждат и съществуването на виртуален консултантски офис в следните дейности: информация за бизнес възможности, информация за чужди пазари, информация за проекти и програми на ЕС, стандарти и сертификати, консултации относно законодателството в Македония, България и ЕС; други програми и дейности.

Развитие и конкуренция

Конкуренцията на фирмите на вътрешния и външния пазар разглежда фирмите от Република Македония в различни дейности и условия. Фирмите виждат своята конкуренция в: евтина работна сила, качествено производство, популярност на компанията, евтин транспорт, уникални производствени процеси, добре обучени експерти, евтини природни ресурси, добре развита транспортна мрежа, популярност и др.

Конкуренцията на местните пазари най-често се определя като нито силна, нито слаба.

Изследваните компании са положително настроени към следните предложения, които ще допринесат за увеличаване на конкуренцията на фирмите в горския сектор: участие в проекти и програми на ЕС (17%), специализации в производството (14%), повишаване на качеството на производството (12%), подобряване на инфраструктурата (10%), обучение на персонал, свързан с ИТ (9%), инвестиции в основно и продължаващо обучение (9%), подобряване на производствените процеси (8%), оптимизиране на транспортните връзки (7%), сътрудничество с горските училища (5%), прилагане на стандартите (5%), стимулиране на пазара за обединяване в клъстери (4%), и други.

От посочените отговори може да се заключи, че нуждите от нарастваща конкуренция на изследваните компании са различни. Оттук може да се види, че в бъдеще трябва да се работи в различни дейности с цел подобряване на конкуренцията в горския сектор и дърводобивната промишленост.

Препоръки

- Законодателство (промени в законодателството и системата на функциониране на ПП „Македонски гори“ в производствената част);
- Инфраструктура (мерки за подобряване на инфраструктурата в гората, мерки за поддържане и изграждане на нови пътища в региона, изграждане на железопътен трафик към Република България и др.);

Виртуален офис (база данни, Платформа за професионално образование и обучение, Платформа за консултации в сектора, Развитие на конкуренцията и предприемачеството, Дейност по взаимни проекти на ЕС и др.).

3. Жените в горския сектор в Република Македония

Настоящият доклад представя анализ на отговорите, дадени по въпросник за жените в горския сектор на Република Македония, в малките и средните предприятия в трансграничния регион.

Тук ще разгледаме сегашното състояние в целия регион и ще дадем препоръки и предложения за мерки и дейности, отчитащи реалната икономическа, екологична и структурна обстановка. Подходяща трансформация на обществото и постигане на равен статус на жените в горския сектор ще бъде постигната с ефективна и бърза промяна, особено чрез планирани и координирани мерки и дейности, които трябва да бъдат предприети и приложени в различните сфери на обществения живот в посока към установяване на принципа на равните възможности чрез въвеждане на нови концепции, теми и програмни съдържания за обработка. Развитието на индивидуалния потенциал на жените допринася за по-голямото обществено развитие като цяло.

Въпросникът е резултат от стратегическо планиране в горския сектор, което обединява процесите на изследване, анализ, планиране и контрол, с цел да се осигури реален и практичен поглед върху състоянието на жените в горския сектор в трансграничния регион, и да се постигне очакваната степен на равно представителство на мъжете и жените.

Целева група

Въпросникът беше разпространен сред 500 малки и средни предприятия в трансграничния регион в Република Македония. Основните целеви групи са малки и средни предприятия в горския сектор в допустимите региони, както и търговски и индустриални камари и университети.

Общият брой на респондентите е 29 (словом: двадесет и девет).

Регион

Въпросникът е осъществен в трансграничния регион (източен и югоизточен) на територията на Република Македония.

Методология на изследването

Беше изготвен въпросник за нуждите на това изследване с качествени и количествени подходи, като инструмент, с който статутът на жените в сектора на горското стопанство, злоупотребите, средствата за защита, както и предлаганите дейности и потребностите за повишаване на осведомеността в обществото ще бъдат определени.

Подготвителният етап на изследването сам по себе си съдържа дейности, които осигуряват сериозна основа за подходящо събиране на данни, необходима за анализ, като: консултации и телефонна комуникация ежедневно с координаторите, с цел подготовка на базата на изследването (изисквайки максимална информация); определяне на крайната версия на въпросника за изследването. По-конкретно - изследването трябва да предлага изрични и имплицитни решения за положителните промени, насочени към постигане на по-голямо включване на жените в горския сектор и придобиване на равен статус с мъжете. Същевременно то трябва да предоставя предполагаеми дейности за по-нататъшно развитие, както и насоки за бъдещи проектни решения и дейности.

Въз основа на получените резултати трябва да бъдат предложени мерки и препоръки за повишаване на осведомеността. Освен това ще бъдат определени нуждите от образование и обучение за повишаване на осведомеността относно състоянието на жените в горския сектор.

Резултати

Получените резултати от отговорите на въпросника трябва да дават указания как да продължат дейностите по проекта, какви целеви групи да включат по-конкретно през следващия период, какви теми ще изискат по-подробна информация, съдържание и материали, обучение, какъв формат на дейностите трябва да бъде определен в съответствие с техните предложения и идеи и т.н.

Обща информация за интервютата

- Възрастта на респондентите е в диапазона от 26 години до 64 години.

Таблица 2.1.

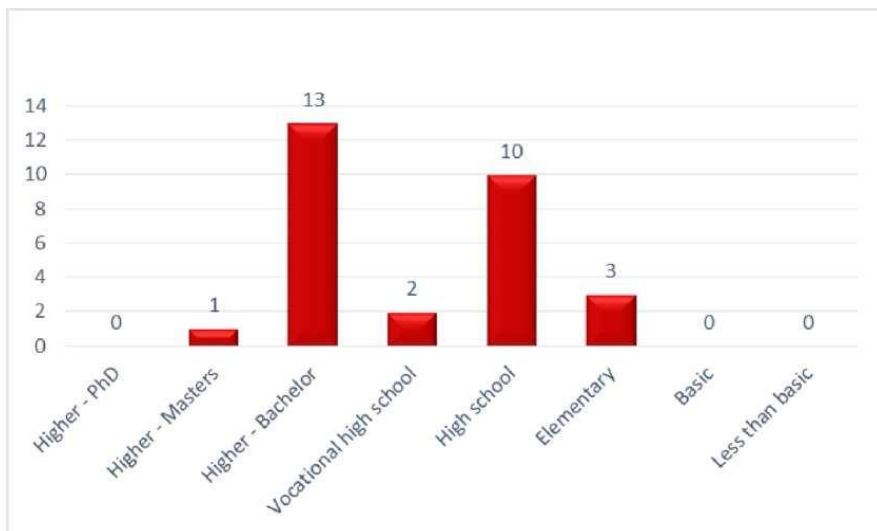
- 3 респонденти са на възраст 38	- 1 респондент е на възраст 35
- 2 респонденти са на възраст 26	- 1 респондент е на възраст 33
- 2 респонденти са на възраст 28	- 1 респондент е на възраст 37
- 2 респонденти са на възраст 43	- 1 респондент е на възраст 29
- 2 респонденти са на възраст 36	- 1 респондент е на възраст 48
- 2 респонденти са на възраст 57	- 1 респондент е на възраст 56
- 1 респондент е на възраст 42	- 1 респондент е на възраст 50
- 1 респондент е на възраст 54	- 1 респондент е на възраст 41
- 1 респондент е на възраст 51	- 1 респондент е на възраст 64
- 1 респондент е на възраст 53	- 1 респондент е на възраст 34
- 1 респондент е на възраст 45	- 1 респондент е на възраст 52

- Семейно положение на респондентите:
 - 26 респонденти със семейно положение женени
 - 2 респонденти със семейно положение неженени
 - 1 респондент не е отговорил
- Брой деца на възраст под 18
 - 3 респонденти имат 3 деца на възраст под 18
 - 13 респонденти имат 2 деца на възраст под 18
 - 2 респонденти имат 1 дете на възраст под 18
 - 10 респонденти нямат деца на възраст под 18
 - 1 респондент не е отговорил
- Общ трудов опит на позицията в компанията с този и/или предишен работодател(и)
 - 9 респонденти с трудов опит до 5 години

- 4 респонденти с трудов опит до 10 години
- 8 респонденти с трудов опит до 20 години
- 6 респонденти с трудов опит до 30 години
- 2 респонденти без трудов опит

- Наличие на професионални болести или намалена работоспособност
 - 28 респонденти нямат професионални болести или намалена работоспособност
 - 1 има професионални болести или намалена работоспособност
- Образование (вид и специалност) – 23 от 28 са бакалаври и със средно образование.

Фигура 2.44. Образование (вид и специалност)



Атрактивност на горския сектор за жените

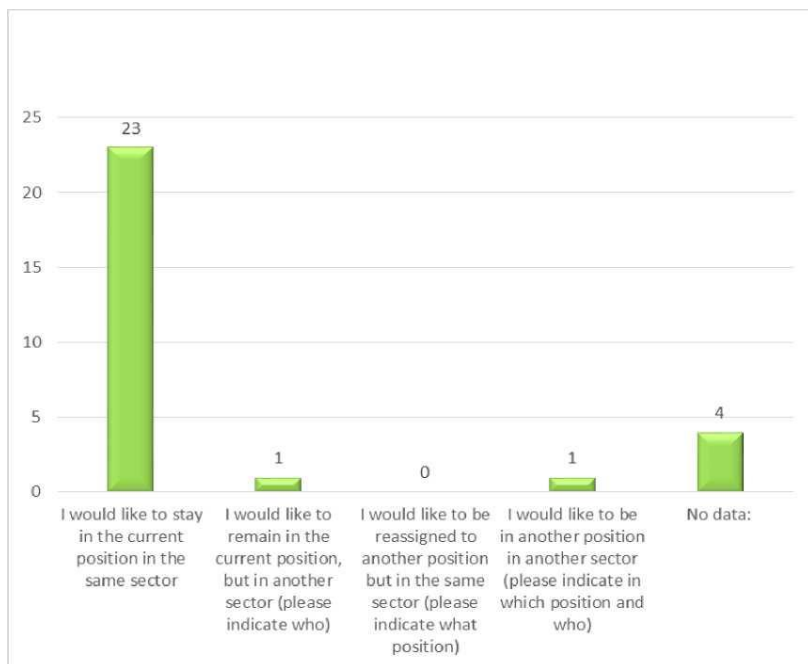
- Моля, избройте основните фактори, които сте приложили към текущата си служебна позиция. Моля, посочете кой е основният фактор за избор на

служебната позиция, като 1 означава незначителен, а 4 – много важен фактор. Моля, посочете за всеки ред.

Твърдение:	Много важен	Важен	Слабо важен	Маловажен	Без данни
● Моята работа е интересна	4	3	2	1	
Брой респонденти	11	13	2	1	2
● Работата е добре платена	4	3	2	1	
Брой респонденти	6	11	4	5	3
● Работата е свързана с моята специалност	4	3	2	1	
Брой респонденти	6	7	5	6	5
● Винаги съм искала такава работа	4	3	2	1	
Брой респонденти	6	7	6	8	2
● Има много възможности за кариерно развитие	4	3	2	1	
Брой респонденти	3	9	5	7	5
● Осигурителният доход за взаимни задължения е висок	4	3	2	1	
Брой респонденти	1	10	8	5	5
● Работодателят предоставя възможности за професионално обучение и повишаване на компетенциите на работниците	4	3	2	1	
Брой респонденти	7	8	6	5	3
● Имах нужда от работа	4	3	2	1	
Брой респонденти	9	11	2	5	2
Друго(моля посочете)	/				

- Какви са вашите бъдещи планове относно вашата служебна позиция?

Фигура 2.45. Какви са бъдещите Ви планове относно вашата позиция във фирмата?

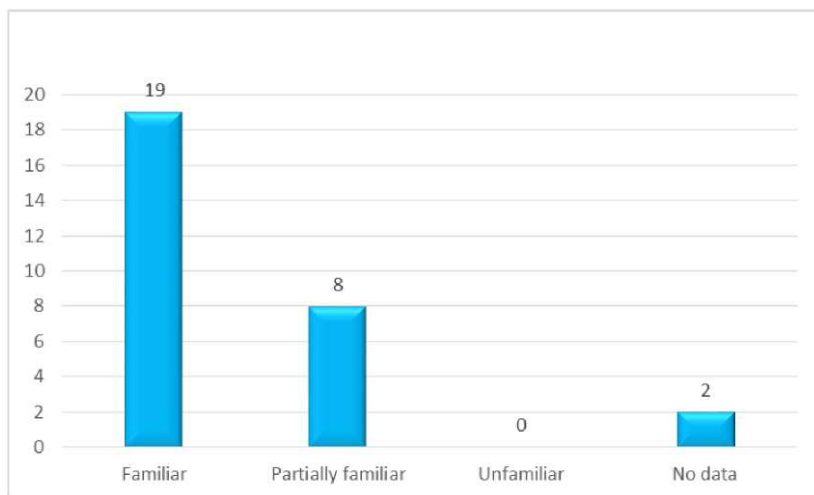


- Моля, посочете степента, до която сте съгласни със следните твърдения, като 1 показва, че не сте съгласни изобщо, а 5 – че сте напълно съгласни. Моля, посочете на всеки ред.

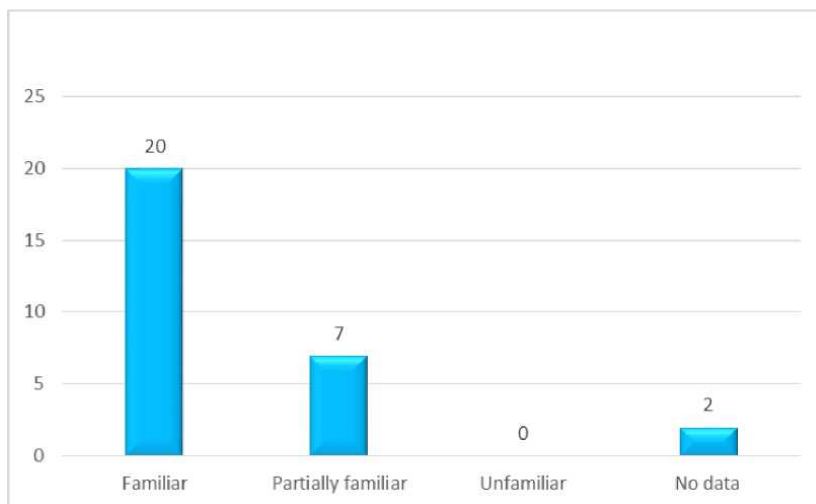
Твърдение:	Напълно съгласна	Почти съгласна	Нито съгласна нито не съгласна	Почти не съгласна	Напълно не съгласна	Без данни
● Доходът от моята работа ме удовлетворява	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	8	9	7	1	3	1
● Работата, която върша, отговаря на заплатата, която получавам	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	8	9	4	2	4	2
● Заплатата, която получавам, отговаря на квалификациите ми	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	9	6	7	3	3	1
● Доволна съм от начина, по който се формира заплатата	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	12	5	4	3	3	2
● Заплатата, която получавам, не се различава от тази на мъжете	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	13	7	3	1	4	1
● Доволна съм от условията на работа на работното място	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	11	11	1	1	4	1
● Допълнителна заплата би ме мотивирала да работя по-добре	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	20	4	3	0	0	2
● По-добри условия на труд биха увеличили моята производителност	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	18	5	3	0	1	2
● За мен няма значение какво пише в договора ми, стига заплатата да ме удовлетворява	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	6	2	1	5	11	4

- Запознати ли сте със следните прازа на жените:

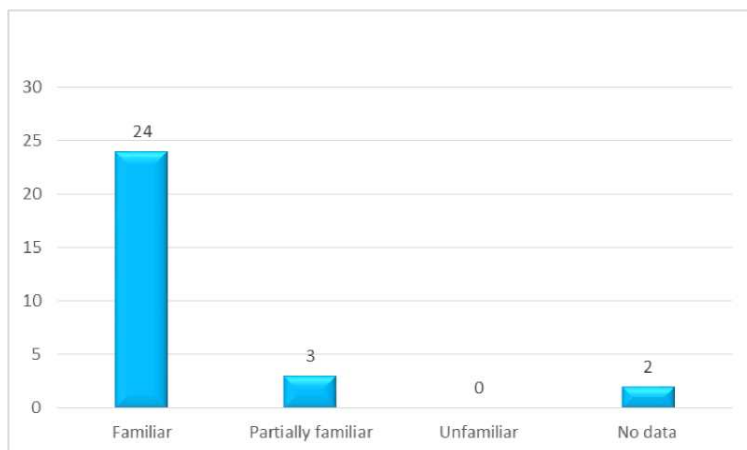
Фигура 2.46. а) Дискриминация на работното място



Фигура 2.47. б) Равно заплащане за мъже и жени



Фигура 2.48. в) Достъп до образование



- Моля, посочете кои са основните ви притеснения за сегашната ви работа. Моля, посочете степента на важност на следните твърдения, като имате предвид, че 1 означава валидно до много малка степен, а 4 – валидно до голяма степен за вас и вашата работа. Моля, посочете на всеки ред.

	Валидно до голяма степен	Валидно	Почти невалидно	Напълно невалидно	Без данни
• Липса на развитие в кариерата	4	3	2	1	0
Брой респонденти	5	15	4	3	2
• Загуба на работа	4	3	2	1	0
Брой респонденти	9	8	4	6	2
• Загуба на отговорности поради отпуск по майчинство	4	3	2	1	0
Брой респонденти	3	8	7	8	3
• Затруднения в съвместяване на работа и отглеждане на деца	4	3	2	1	0
Брой респонденти	4	6	3	13	3
• Загрижена съм, че работодателят не е разочарован от качеството на	4	3	2	1	0

**Глава втора. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в пограничния регион:
резултати от социологически наблюдения**

моята работа					
Брой респонденти	11	5	2	9	2
● Недоразумения с колегите на работното място	4	3	2	1	0
Брой респонденти	7	5	8	7	2
● Работа извън работното време	4	3	2	1	0
Брой респонденти	10	3	7	7	2
● Загрижена съм дали мога да покажа потенциала си	4	3	2	1	0
Брой респонденти	7	8	2	9	3
● Загрижена съм дали мнението ми се уважава	4	3	2	1	0
Брой респонденти	9	6	4	6	4
● Загрижена съм, че съществува междуполова дискриминация	4	3	2	1	0
Брой респонденти	5	2	8	11	3
● Загрижена съм, че ще ми бъдат дадени задачи преди да използвам отпуск по майчинство	4	3	2	1	0
Брой респонденти	5	5	1	15	3
●Друго ... (моля посочете)	/				

- Има ли специални програми/курсове и методи за усъвършенстване на уменията на жените във вашия сектор

1. Да	2. Не	3. Не знам
2	23	3
Без данни:	1	

- Смятате ли, че увеличеният брой обучения за жените в горския сектор ще

1. Да	2. Не	3. Не знам
22	3	3
Без данни:	1	

- Моля, посочете до каква степен следните фактори влияят върху здравния статус на жените работници в сектора на горското стопанство. Моля, посочете от 1 до 5, като 1 показва, че няма въздействие, а 5 – че има много голямо въздействие. Моля, посочете на всеки ред.

Фактори/степен на риск	Много силно въздействие	Силно въздействие	Средно въздействие	Слабо въздействие	Без въздействие	Без данни
• Механичен риск от използване и поддръжка на специфично технологично оборудване	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	9	3	5	6	3	3
• Електричество, вкл. статично електричество	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	6	3	2	6	8	4
• Осветлението не отговаря на изискванията на работното място	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	4	6	7	2	8	2
• Опасност от пожар	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	8	5	3	2	7	4
• Шум и вибрации (трясък, ултразвук, инфразвук)	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	10	2	4	3	7	3
• Дървесен прах	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	11	2	2	5	5	4
• Работа навън	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	9	4	6	6	2	2
• Неблагоприятен микроклимат (температура, влажност, скорост на въздуха)	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	7	3	6	4	6	3
• Биологически агенти (микроорганизми, паразити, бактерии и вируси) и горски	5	4	3	2	1	0

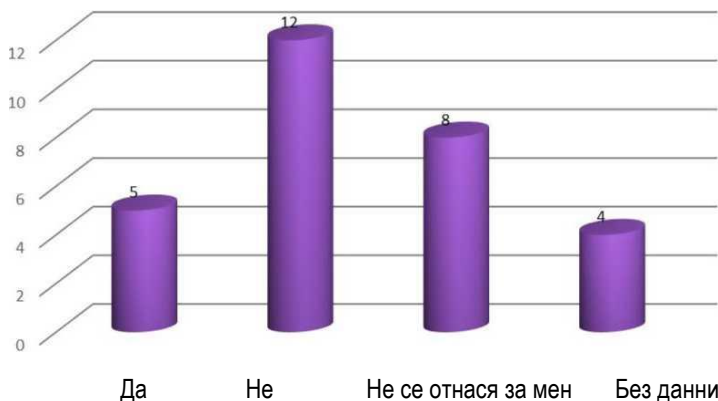
**Глава втора. Иновации и конкурентоспособност в горския сектор в пограничния регион:
резултати от социологически наблюдения**

животни						
Брой респонденти	5	6	4	4	8	2
● Ръчна работа с тежести	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	6	3	4	5	6	5
● Повтарящи се еднотипни движения	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	4	5	3	4	9	4
● Продължително ходене и/или стоене в горски местности	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	5	4	3	3	9	5
● Удължено работно време	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	8	5	3	3	6	4
● Стойка по време на работа	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	7	2	4	3	8	5
● Радиация (ултравиолетова, инфрачервена, лазерна, йонизирана)	5	4	3	2	1	0
Брой респонденти	6	3	5	2	8	5

- Колко време прекарвате навън във връзка с вашата работа?:

Въпрос:	Брой респонденти:
A) 1 час	3
B) 2 часа	5
C) 3 часа	2
D) Повече от 3 часа	5
E) Не прекарвам време навън	11
Без данни:	3

- Бихте ли съкратили отпуск по майчинство, за да се върнете на работа, ако работодателят ви предостави условия за работа и отглеждане на детето в работната среда (например с ясла на работното място)?



Препоръки и предложени мерки

1. Допълнителни образователни материали и обучения за повишаване на осведомеността на всички граждани относно равните права на жените и мъжете;
2. Разработване на образователни материали с цел осигуряване на качествена и точна информация, т.е. подготовка на ръководство/наръчник.

Заклучение

Създаването на капацитет за равно представяне на жените в сектора на горското стопанство, особено образованието по този въпрос, въобще не е лесен процес.. Необходимо е да се положи усилие съвместно да се намерят механизми за намиране на системно решение за по-голямо участие на жените в този сектор, и усилия за изграждане на демократично общество без стереотипи за положението на жените в обществото.

Чрез осъществяването на планиран процес на дейности, граничният регион трябва да се превърне в икономически ориентиран, селско и индустриално ориентиран регион с развита инфраструктура, установен производствен капацитет в горския сектор, увеличаваща конкурентоспособността, равенство на представянето на жените и мъжете, подобряване на качеството на живота

на селското население, увеличаване на доходите и създаване на нови възможности за заетост.

За тази цел е необходимо да продължат дейностите по проекта чрез прилагане на предложените мерки, както и подкрепата на жените не само в граничния регион, и не само в горския сектор, а и на национално ниво, както в публичния, така и в частния сектор.

4. Заетост на жените в горския сектор в България

От резултатите от наблюдението на жените в горския сектор в пограничния регион, обобщени по-горе, е ясно, че повишаването на конкурентоспособността на горския сектор в България чрез използване на потенциала на заетите в сектора жени е важен акцент в проекта. Във връзка с това се характеризират работното възнаграждение, минималният осигурителен доход и нивото на образование, като елементи на цената на полагания от жените труд. На база анализ на законодателната рамка в областта, публикации в научната и специализирана литература, статистически данни и информация от проведени индивидуални интервюта се очертават фактори, които оказват и въздействие върху заетостта на жените в горския сектор.

Равнище на заетост

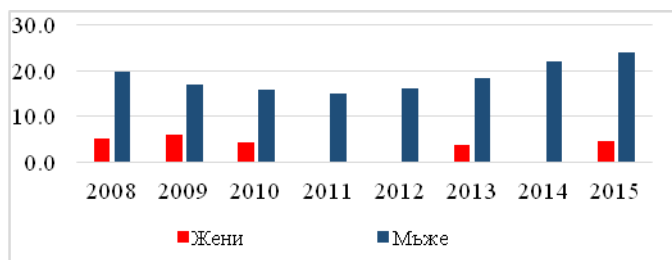
Равнището на заетост в Европа като цяло е особено ниско при жените¹, поради което сред приоритетните задачи на ЕС е постигане на 75 % заетост за жените и мъжете на възраст между 20 и 64 години в държавите – членки на съюза до 2020 г. Предходното следва да се осъществи чрез осигуряване на работни места на повече жени и нискоквалифицирани лица. На национално равнище приоритетна цел на България е до 2020 г. да се повиши коефициентът на заетост, на лицата във възрастовата група между 20 и 64 години, до 76% [5, р.49]. През 2015 г. коефициентът на заетост на разглежданата група лица в България е 67.1%²[6], като в същото време е отчетено „постепенно подобряване на ситуацията на пазара на труда“ в

¹ 63 % в сравнение със 76 % при мъжете на възраст 20-64 години.

² За да се достигне 75% заетост за жените и мъжете на възраст между 20 и 64 години през 2020 г. за всяка една отчетна година от 2015 г. до 2020 г. разглежданият коефициент следва да бележи годишен ръст от приблизително 1.58 процентни пункта. Следва да се отбележи, че за периода 2000г. – 2015г. най-висок коефициент на заетост е отбелязан през 2008 г. (70.70%). В резултат на икономическата криза от 2009 г. до 2015г. разглежданият коефициент е под 69%.

страната [7, с.31]. За същата година броят на заетите жени е с приблизително 9 процентни пункта по-малък от броя на заетите мъже³. Подобни данни биха могли да се разглеждат положително в посока активно участие на жените на пазара на труда, което почти се изравнява с това на мъжете. От гледна точка на горския сектор обаче данните за периода 2008-2015 г. са показателни за наличието на слаба заетост от страна на жените в отрасли като „горско стопанство и дърводобив“, „производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене“; „производство на хартия и хартиени изделия“; „производството на мебели“. ⁴ За 2015 г. делът на възмездно полагащите труд жени в „горското стопанство и дърводобива“ е едва 5% от общия брой на заетите в отрасъла лица (виж фиг. 2.49), като най-голям е броят на заетите жени през 2009 г. (5.9 хил. бр.), а най-малък през 2013 г. (3.6 хил. бр.).

Фигура 2.49. Наети мъже и жени в България в сектора на горското стопанство и дърводобива, 2008-2015, в хиляди



Източник: Eurostat, 2016, [online]:

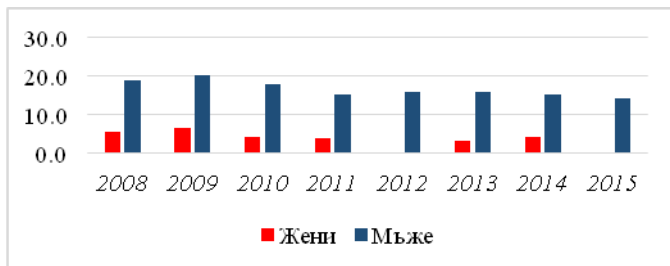
http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=for_emp_ifs&lang=en, изведено на 27.01.17 г.

За отрасъл „производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене“, може да се посочи, че полагащите възмезден труд жени представляват едва ¼ от общия брой на заетите в отрасъла лица (виж фиг. 2.50), като броят им е най-голям през 2009 г. (6.7 хил. бр.), а най-малък – през 2013 г. (3.4 хил. бр.).

³ Посочените данни са на база публикувана информация за заетите мъже и жени в Северозападния, Северно централния, Североизточния, Югоизточния, Югозападния и Южния централен райони.

⁴ Данните са от Евростат за периода 2008-2015 г. на база анализ на заетите мъже и жени за периодите, за които има публикувани данни в посочените отрасли.

Фигура 2.50. Наети жени и мъже в България в производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене, 2008-2015, в хиляди



Източник: Eurostat, 2016, [online]:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=for_emp_lfs&lang=en, изведено на 27.01.17 г.

В предприятията, които произвеждат хартия и хартиени изделия на територията на България най-голям е броят на заетите жени през 2009 г. (4.9 хил. бр.) и 2010 г. (4.8 хил. бр.). В процентно отношение заетите жени са приблизително 40% от общия брой на полагащите възмезден труд в отрасъла лица (виж фиг. 2.51).

Фигура 2.51. Наети жени и мъже в България в производството на хартия и хартиени изделия, 2008-2015, в хиляди



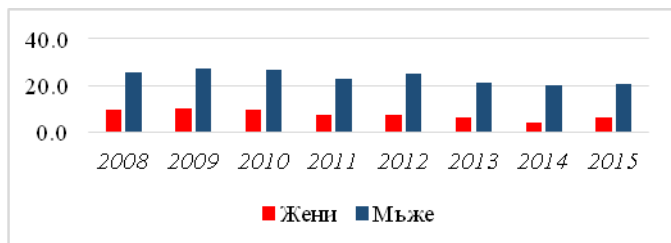
Източник: Eurostat, 2016, [online]:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=for_emp_lfs&lang=en, изведено на 27.01.17 г.

В отрасъл „производство на мебели“ най-голям е броят на заетите лица от женски пол през 2009 г. (9.9 хил. бр.), а най-малък през 2014 г. (4.3 хил. бр.).

През 2015 г. в сравнение с 2014 г. се бележи нарастване на броя на заетите жени с 6.52 %, с което той почти се изравнява с отчетените данни през 2013 г. (4.5 хил. бр.). От 2011 г. до 2015 г. жените са около 20% от общия брой на заетите лица в разглеждания отрасъл (виж фиг. 2.52).

Фигура 2.52. Наети жени и мъже в България в производството на мебели, 2008-2015, в хиляди



Източник: Eurostat, 2016, [online]:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=for_emp_ifs&lang=en, изведено на 27.01.17 г.

На база предходното може да се посочи, че за периода 2008 г. – 2015 г. е отчетен най-голям брой на заетите лица от женски пол при производството на мебели в сравнение с останалите разглеждани отрасли. Техният дял обаче е едва 1/5 от общия брой на заетите в производството на мебели. Един от най-слабо развитите отрасли на база показателя „наети жени“ е горското стопанство и дърводобива. В допълнение, всички разглеждани отрасли отчитат отлив на работна сила от страна на женския пол за разглеждания период, като най-ниска е заетостта сред жените в горския сектор за 2014 г. и 2015 г. Следователно, въпреки че на национално ниво се отчита общо повишаване на равнищата на заетост, данните за горския сектор са показателни за наличието на слаба активност на пазара на труда, което може да повлияе негативно и върху процеса на приобщаващ растеж.

Образование и квалификация на жените, работещи в горския сектор

Сред основните механизми на Европейската стратегия „Европа 2020“ за постигане на приобщаващ растеж е и повишаването на компетенциите и уменията на заетите лица. За тази цел до 2020 г. 40% от жените и мъжете, които са на възраст между 30 и 34 години следва да придобият висше образование или еквивалентно такова [8, с.13]. Приоритетно за България е процентът на лицата, попадащи във възрастовата група между 30 и 34 години,

които имат висше образование да достигне 36% до 2020 г [5, р.56]. За 2012 г. този процент е 26.9%., а за 2016 г. - 33.4%. Наличието на подобни данни е предпоставка да се направи извод, че съществува положителна тенденция за увеличаване на броя на получилите диплома за висше образование лица на възраст между 30 и 34 години. По повод образователно-квалификационната степен на наетите в горския сектор жени данните⁵ сочат, че в отрасъл „Горско стопанство и дърводобив“ за 2009 г. приблизително 3.7 хил. от общо 5.9 хил. наети в отрасъла жени притежават образование, което обаче е по-ниско от основно и средно. В отрасъл „производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене“ данни са отчетени само за жени, притежаващи средно или след средно образование, но не и висше. Техният брой за 2009 г. е 4.2 хил. от 6.7 хил. заети в отрасъла жени. В отрасъл „производство на хартия и хартиени продукти“ за 2009 г. 3.7 хил. от 4.9 хил. заети жени притежават средно или след средно образование, но не и висше такова. За 2010 г. броят им остава непроменен от посочения през 2009 г., при брой на полагащи възмезден труд лица от женски пол - 4.8 хил. При производството на мебели наетите жени, притежаващи средно или след средно образование, но не висше за 2008 г. са 6.9 хил. (от 9.8 хил. заети жени), а за 2015 г. – 3.8 хил. (от 6.4 хил. заети жени). Високото ниво на основни умения и компетенции увеличава способността на индивидите да се представят добре в работна среда [9, с.28]. В допълнение, образованието на жените има положително въздействие върху икономическия растеж, заради връзката му с плодovitостта и развитието на човешкия капитал [3, р.7]. На база предходно посочените данни обаче може да се твърди, че заетите жени в горския сектор в България притежават ниско ниво на образование и компетенции, което намалява тяхната конкурентоспособност, а от там и растежа на макро и микро равнище. В допълнение, в нито един от разглежданите отрасли от горския сектор не са отчетени данни за заети жени, притежаващи висше образование. С цел постигане на приобщаващ икономически растеж, съответстващ на поставените от „Европа 2020“ и Националната програма за реформи в България цели следва да се повиши както нивото на заетост на жените в горския сектор, така и тяхното равнище на придобити компетенции и образование. Съществено влияние върху участието на жените на пазара на труда в горския сектор оказват получаваното възнаграждение, размерът на минималния осигурителен доход и майчинството.

⁵ Изведените данни са от Евростат 2016 г. за заетите в разглежданите отрасли жени, по повод притежаваното от тях по-ниско от средно и основно образование; средно или след средно образование, но не висше; висше образование.

Минимално работно възнаграждение и минимален осигурителен доход на наетите по трудово и служебно правоотношение жени в горския сектор

В специализираната литература се поддържа становище, че съществува правопрпорционална зависимост между участието на жените на пазара на труда и получаваното за положения от тях труд възнаграждение [3, р.9]. Следва да се отбележи, че не се наблюдават значителни отклонения от начина на формиране на възнагражденията на лицата, полагащи труд в горския сектор в България спрямо този в останалите икономически сектори. Впечатление прави факта, че заетите в горския сектор, получаващи допълнително възнагаждение за извънреден труд и за работа в неделя са почти два пъти по-малко от общия за страната брой [10]. В този контекст жените, заети в разглеждания сектор приоритетно разчитат на брутното възнаграждение, посочено в трудовия им договор. За целите на формиране на брутното възнаграждение по договорено между работник и работодател трудово правоотношение съществено влияние оказват минималната работна заплата (МРЗ)⁶ за страната за съответната година и минималният осигурителен доход (МОД) по професии и длъжности за отчетния период.

МРЗ регламентира минималното месечно възнаграждение, което жените заети в горския сектор следва да получат за положения от тях труд. В резултат на промени на икономическо, политическо и социално ниво размерът на МРЗ (за всички професии и длъжности) ежегодно се увеличава, като за 2017 г. минималната работна заплата в страната е 460 лв. [11]. Следва да се отбележи, че България попада в групата на държавите в Европа, в които месечните минимални работни заплати са под 500 EUR⁷. От включените в групата европейски държави само Албания и бивша югославска република Македония имат по-малък месечен размер на МРЗ от България, което е и фактор, оказващ негативно въздействие върху доходите на наетите в горския сектор жени [12]. Годишното изменение на размера на МРЗ е по същество предпоставка за промени и на средната годишна заплата на наетите от женски пол лица в сектора на „селското, горско и рибно стопанство“⁸. Средната годишна заплата на заетите в сектора жени се увеличава, като през 2010 г. тя

⁶ МРЗ е най-ниската работна заплата, на часова, дневна или месечна ставка, която работодателите могат да плащат по закон на работниците и служителите си. МРЗ има брутен характер и се формира на незапазен принцип и се определя ежегодно от държавата.

⁷ В обхвата на посочената група освен страната ни, попадат още Румъния, Литва, Унгария, Чешката република, Латвия, Словакия, Хърватия, Естония, Полша, както и Албания, Черна гора, бившата югославска република Македония и Сърбия.

⁸ Данни, публикувани в НСИ обхващат информацията за целия сектор „селското, горско и рибно стопанство“. Не са публично публикувани детайлни данни, касаещи само горския сектор, поради което следващите данни и заключения са за целия сектор „селско, горско и рибно стопанство“, в който е включен и горския сектор.

е 5196 лв., а през 2015 г. - 7608 лв. В сравнителен аспект с брутното възнаграждение, получавано от мъжете в сектора, следва да се отбележи, че средната годишна заплата при мъжете е 5978лв. през 2010 г. и 9133 лв. през 2015 г. На месечна база, средното месечно възнаграждение при жените за 2010 г. е 433 лв, а за 2015 г. – 634 лв., докато при мъжете е 498.17 лв. за 2010г. и 761.08 лв. за 2015г. Видно от данните въпреки факта, че законодателят дава право на равно възнаграждение [13, чл.243], в разглеждания сектор се отчита различно заплащане за положения от мъжете и жените труд.

Ретроспективно МОД е въведен в Българската правна рамка през 2003 г. и служи за основа при определяне и изчисляване на задължителните и доброволни осигурителни вноски, които се правят за осигуреното лице. За представителите на женския пол осигурителните вноски имат съществена роля при определяне на подлежащите на изплащане от Националния осигурителен институт обезщетения и болнични при общо заболяване и майчинство. За периода 2010 г. – 2017 г. се наблюдава увеличение на минималния осигурителен доход сред всички квалификационни групи професии на заетите в горските стопанства лица. Това увеличение се дължи в голяма степен на промените в минималната работна заплата през разглежданите години. За заетите лица, за които не се изисква специална квалификация до 2013 година (включително) размерът на МОД е над този, на определения за същия период размер на МРЗ. След 2013г. до 2017 г. (включително) двата показателя се изравняват. За периода 2016 г. – 2017 г. за квалифицираните работници в горските стопанства размерът на МОД е еднакъв с този на МРЗ за страната. Във връзка с това законодателят поставя в равноправни осигурителни отношения квалифицирания и неквалифициран персонал. От гледна точка на Минималния осигурителен доход рибното и селско стопанства (попадащи в обхвата на сектор – „селско, горско и рибно стопанство“) предлагат по-големи възможности от тези на горското както за жените - ръководители и специалисти, така и за работната сила, която не заема ръководни длъжности. В този контекст за периода 2012 г. – 2017 г. размерът на МОД за квалифицирания и неквалифициран персонал в рибното и селско стопанства е по-висок от този в горското [14].

На база предходното могат да се направят две основни заключения. На първо място, съществува разлика в заплащането на мъжете и жените в горските стопанства. Като основни причини за подобни разлики могат да се посочат: наличие на дискриминация на работното място; различия в поставяните на жените професионални задачи; различни практики на работното място, свързани с достъп до развитие в кариерата и обучение; подценяване на работата и уменията на жените, както и възможностите за съвместяване на

професионалния живот и семейните отговорности [15, р.5-7]. На второ място, ниските размери на МОД са фактор, оказващ негативно влияние върху майчинството и възможностите за отглеждане на малко дете. С цел увеличаване на участието на жените на пазара на труда в горския сектор е подходящо и полезно да се премахне съществуващата разлика в заплащането на жените и мъжете, като по този начин се цели намаляване на бедността и увеличаване на доходите. В допълнение, въвеждането на по-високи размери на МОД и тяхното законодателно обвързване с работното възнаграждение, квалификацията и компетенциите на заетите в горския сектор жени би подпомогнало в посока на съвместяване на професионалния, личния живот и майчинството.

Майчинството като фактор за увеличаване на заетостта сред жените

В България за 2014 г. заетите жените на възраст между 20 и 49 години, които имат деца под 6 години са с приблизително 13.5 процентни пунктна по-малко отколкото заетите жени, които нямат деца. Посочените стойности са над средните за ЕС за същия период (13.2%) [3, р.4]. Родителството оказва значително въздействие върху заетостта при жените [7, с.38], което от своя страна е и фактор имащ влияние върху производителността и конкурентоспособността на горския сектор. Във връзка с предходното следва да се стимулира заетостта на майките, имащи малки деца както в горския сектор, така и в останалите икономически сектори на страната. Основни фактори, оказващи въздействие върху участието на жените, имащи деца под 6 годишна възраст на пазара на труда са нормативните права на жените, по повод полагащият им се отпуск по майчинство и обезщетението по него; достъпът до услуги, свързани с грижи за деца; работното време и възможността за почасова работа; както и условията на труд на работното място. В съответствие с европейската правна рамка [16] българското законодателство определя бременните и майките като рисков група, осигурявайки им специфична правна закрила. Във връзка с това работничка или служителка в предприятие от горския сектор има право на отпуск поради бременност и раждане в размер на 410 дни за всяко дете [13, чл.163]. По време на отпуска на жените се изплаща парично обезщетение, определено в размер на 90 на сто от среднодневното брутно трудово възнаграждение или среднодневния осигурителен доход, върху който са изчислени осигурителните вноски, за период от 24 календарни месеца, предхождащи месеца на настъпване на временната неработоспособност поради бременност и раждане. Определеният размер на финансовата помощ обаче е под необходимите за отглеждане на дете ресурси и е пряко свързан с осигурителния доход на лицата, чиито минимални размери, са еквивалентни

или близки до тези на МРЗ. Законодателят дава възможност отпускът от 410 дни да се прехвърли на бащата, който следва да полага грижи за отглеждането на детето. Тази разпоредба обаче не стимулира бащите да поемат отглеждането на децата, независимо от факта, че отпускът е платен и се признава за трудов стаж. Наличието на подобно обстоятелство може да се разглежда и като причина за нежеланието на жените да прекратят отпуската си по майчинство и да се върнат на работа, независимо от ниския размер на получаваното обезщетение за отглеждане на дете⁹.

В България за периода 2007-2014 г. процентът на жените, които не са трудово активни, поради отглеждане на дете или възрастен се е увеличил с 5 процентни пункта [3, р.15]. Улесняването на достъпът до детски заведения по същество би подпомогнал майките в отглеждането на деца и би намалил този процент. Услугите за отглеждане на деца в страната ни обаче са недоразвити, като само 11 % от децата на възраст под 3 години посещават детски заведения за повече от 30 часа седмично [7, с.38]. Подобни данни са с 23 процентни пункта под целта на Европейския съвет в тази област [17]. Таксите на детските заведения се посочват като основна причина за неизползване на услугите за грижи за деца [18]. Във връзка с това таксите на детските заведения за целодневна грижа за дете през 2012 г. в България са приблизително с 5% повече, отколкото нетния доход на двучленно семейство [3, р.18]. Липсата на детски заведения е втората по важност причина сочена като фактор за неизползване на услугите за гледане на деца. Следва да се отбележи, че съществува риск продължителните отпуски по майчинство да доведат до негативни въздействия върху заетостта на жените, свързани най-вече със загуба на умения и компетенции [19]. В този контекст предлагането на услуги за отглеждане на деца от предприятията в горския сектор би имало положителен ефект не само върху атрактивността на сектора, но и би стимулирало тяхното използване по време и след изтичане на отпуска по майчинство.

След изтичане на отпуска по майчинство и при завръщането си на работа в горския сектор лицето има право да предложи на работодателя изменение на трудовото правоотношение, продължителността и разпределението на работното му време за определен срок, които да улеснят процеса на адаптация [13, чл.167 б.]. Работата на непълн работен ден обаче не е често срещана практика в България. По-малко от 5% от заетите лица работят на непълн работен ден [3, р.5]. Следва да се посочи, че информираността на жените по отношение на законодателната рамка по въпросите за

⁹ На база проведени индивидуални интервюта със заети в горското стопанство жени, които текущо са в майчинство, предстои им бременост и раждане или са родители на малко дете до 6 годишна възраст.

майчинството не е обект на проучване при изследване на репродуктивните нагласи на населението, поради което текущо не съществуват данни за жени, възползвали се от вмененото от законодателя право.

В специализираната литература се твърди, че фактор косвено влияещ на конкуренцията на пазара на труда е репродуктивното поведение на жените [20, с.70], свързано най-вече с опасения по повод влиянието на работния процес и условията на труд върху ембриона (фетуса). В този контекст като част от причините за възможни спонтанни аборти сред жените могат да се посочат полагането на тежък физически труд, както и наличието на вредни условия на труд и стрес на работното място. За периода 2006 - 2010 г. злополуките в горското стопанство са най-често свързани със загуба на контрол върху машина, превозни или подемно-транспортни средства, ръчни инструменти, предмети, животни; движение на тялото при физическо натоварване (обикновено водещо до вътрешно увреждане); счупване, разрушаване, разцепване, плъзгане, падане, срутване на материалния фактор; подхлъзване или спъване с падане, падане на човек. Малък дял от наетите обаче имат усещането, че здравето им е изложено на риск по време на работа и че работата оказва отрицателно влияние върху здравословното им състояние [21]. В тази връзка въпреки че в горското стопанство има отчетени трудови злополуки, то се характеризира с относително ниска степен на отсъствия по здравословни причини [22, с.7]. В допълнение, законодателят вменява изискването за обзавеждане на стаи за лична хигиена на жените и за почивка на бременните, забранява полагането на тежки и вредни работи от жени, както и трудоустрояването на бременни жени или кърмачки, чрез преместването им на подходяща работа или облекчаване на условията на труд за изпълняваната дейност. Във връзка с предходното може да се направи заключение, че горското стопанство не се характеризира, като високорисково от гледна точка на безопасността и сигурността на жените.

Изводи и препоръки

Заетостта на жените в горския сектор е слабо и най-общо може да се свърже с влиянието на фактори от финансов, социален и законодателен характер.

От финансова гледна точка горският сектор не предлага високи възнаграждения на жените, като се открояват и индикации за междуполова дискриминация по повод заплащането. С цел стимулиране на заетостта следва да се премахнат разликите в заплащането между мъжете и жените в сектора. Предходното може да се осъществи чрез законодателното увеличаване на МРЗ и МОД, съответстващи както на спецификата на изпълняваните от работничката задачи, така и на нейните компетенции. Във

връзка с това е подходящо въвеждането на изисквания по повод нивото на образование на работниците както за квалифицираните, така и за неквалифицираните длъжности. В длъжностната характеристика на същите следва да се въведе изискване за ежегодно повишаване на равнището на знания и умения, което не следва да се прекъсва по време на отпуск по майчинство. Осигуряването на условия за поддържане и повишаване на професионалната квалификация на работниците и служителите е не само законодателно задължение спрямо работодателите, но и възможност за повишаване на конкурентоспособността. То може да се осъществи чрез използването на интерактивни техники на обучение, като виртуални образователни платформи и използване на всички възможности на дистанционното обучение. Във връзка с това актуален е въпроса за прилагане на универсалния модел на веригата на доставки, обхващащи дейности по планиране, доставка, производство, управление на поръчките, логистика, рекламами; дизайн, изследвания, създаване на прототипи, предпазарно и пазарно производство, координация и др. [1].

Социалните фактори, имащи влияние върху заетостта на жените, могат да се обвържат с възможността те да съчетават работата с личния си живот. Това има най-силно влияние върху бъдещите родилки и текущи майки на деца до 6 годишна възраст. В контекста на предходното изграждането на детски стаи и предлагането на услуги за отглеждане на деца от страна на работодателите би подпомогнало съвместяването на работните с лични задължения. По същество въвеждането на подобна фирмена политика би заменила и необходимостта от гъвкаво работно време. Подходящо е провежданите инструктажи по безопасност на труда да имат фокус и върху правната уредба по повод майчинството, правата на жените относно условията им на труд, както и превенция на рисковите фактори, които могат да доведат до спонтанен аборт. Подобни социални политики подлежат на оповестяване в нефинансовите декларации и доклади на предприятията, с което би се подпомогнало и за повишаване на имиджа на въвелите ги организации.

От законодателна гледна точка следва да се отбележи, че въпреки хармонизирането на националното с европейско законодателство, няма отбелязан съществен напредък по повод поставените стратегически цели и задачи. В тази връзка подходящо и полезно е да се стимулират предходно посочените фирмени политики, чрез въвеждане на законодателни облекчения за социално насочените предприятия в горския сектор.

ГЛАВА ТРЕТА. СРАВНЕНИЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОУЧВАНЕТО МЕЖДУ БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ

В настоящата глава идентифицираме потенциала за разработване на иновативни съвместни инициативи, насочени към повишаване на конкурентоспособността в този регион. В тази връзка изследваме и сравняваме състоянието на бизнеса в предприятията в горския сектор на двете страни на границата, като прилагаме основните изисквания на Ръководството от Осло за събиране и тълкуване на данни за технологичните иновации.

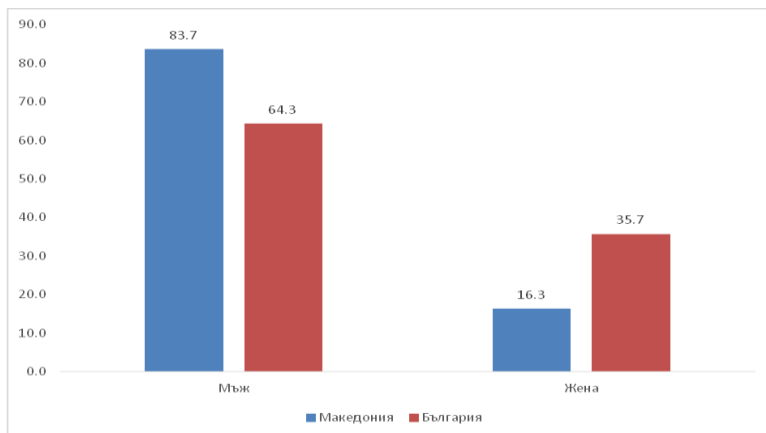
Изследването обхваща всички сектори от веригата за доставки – горското стопанство и дърводобива, дървообработването, производството на хартия и мебели и търговията в България и Македония. Целта на настоящото изследване е да се изследват и сравняват горепосочените сектори в България и Македония. Това ще даде възможност за идентифициране на съществуващите предизвикателства, както и някои необходими и възможности за сътрудничество в този сектор в трансграничния регион. Резултатите ще посочат области за подобряване и сътрудничество между регионите.

По-нататъшна обработка или обобщаване на данните е направена, за да се позволи извършването на смислени сравнения между двете страни. Всички данни, представени на графиките, са в проценти.

1. Обща характеристика на наблюдението

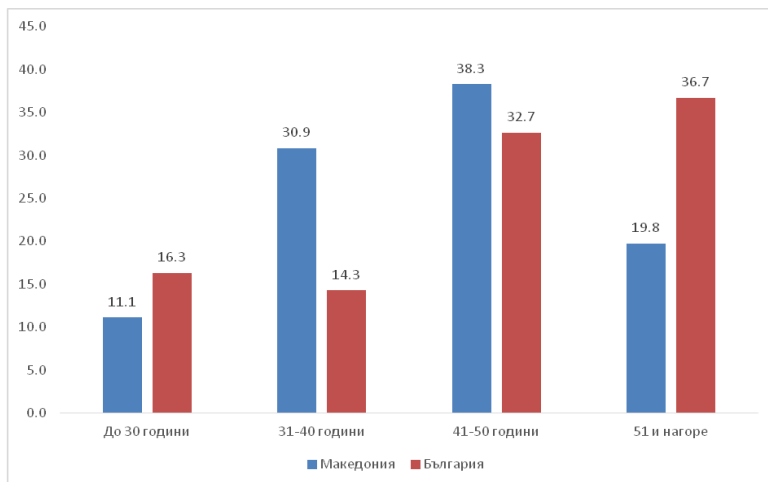
Социално-демографска структура на отговорилите

Фигура 3.1. Пол



83.7% от отговорилите служители в Македония са мъже, срещу 64.3% в България. В България и Македония от анкетираните жени са съответно 35.7% и 16.3%.

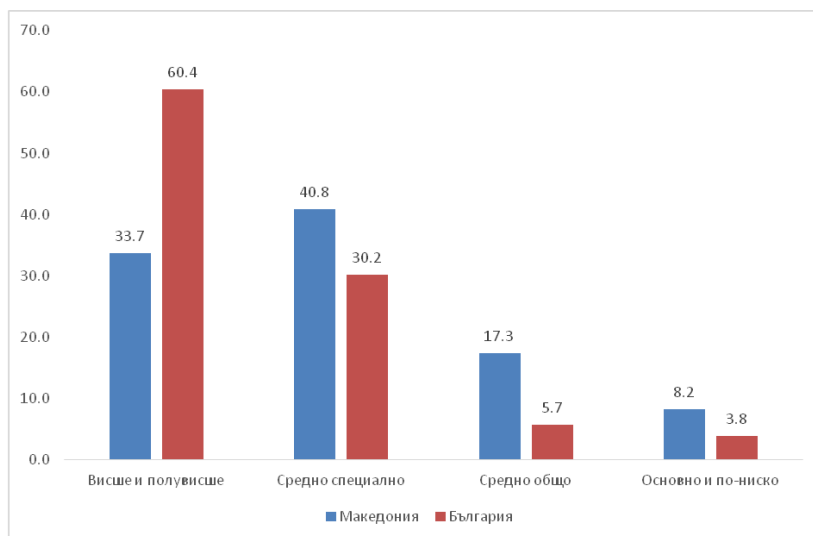
Фигура 3.2. Възраст



И в двата региона, Благоевград и Кюстендил в България и в североизточните, източните и югоизточните райони за планиране в Македония, компаниите в наблюдаваните сектори имат застаряващи служители. В България най-голям дял от участниците в анкетата са на възраст 51 и повече години (36.7%). В Македония най-голям дял от служителите са на възраст между 41 и 50 години (38.3%). Хората на 41 години или повече, са 58.1% от респондентите в Македония и 69.4% в България.

Това може да е проблем, тъй като работните места в секторите, които се наблюдават, изглеждат непривлекателни за младите хора. И двата региона трябва да се опитат да привлекат млади хора в отраслите.

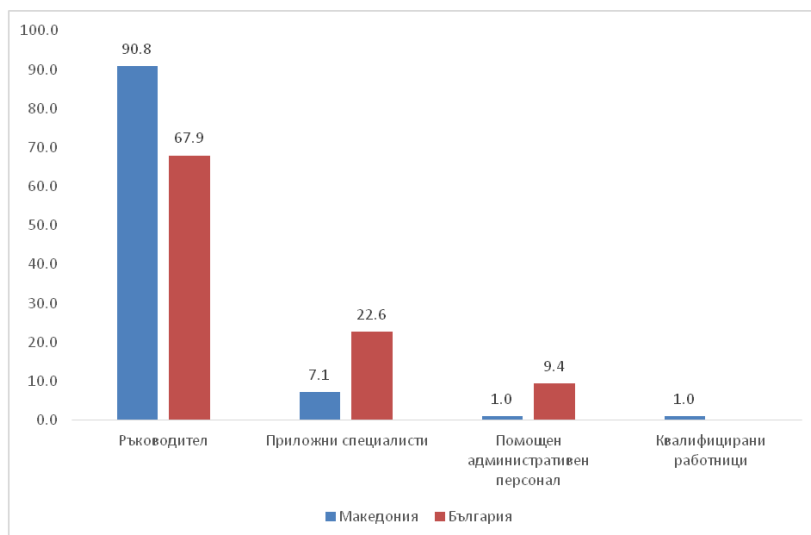
Фигура 3.3. Образование



Най-голям дял от заетите в наблюдаваните сектори в България притежават диплома за висше образование (60.4% от анкетираните в България срещу 33.7% в Македония). В Македония по-голямата част от служителите са завършили професионално училище (40.8% срещу 30.2% в България).

Позиция на интервюираните лица в проучването

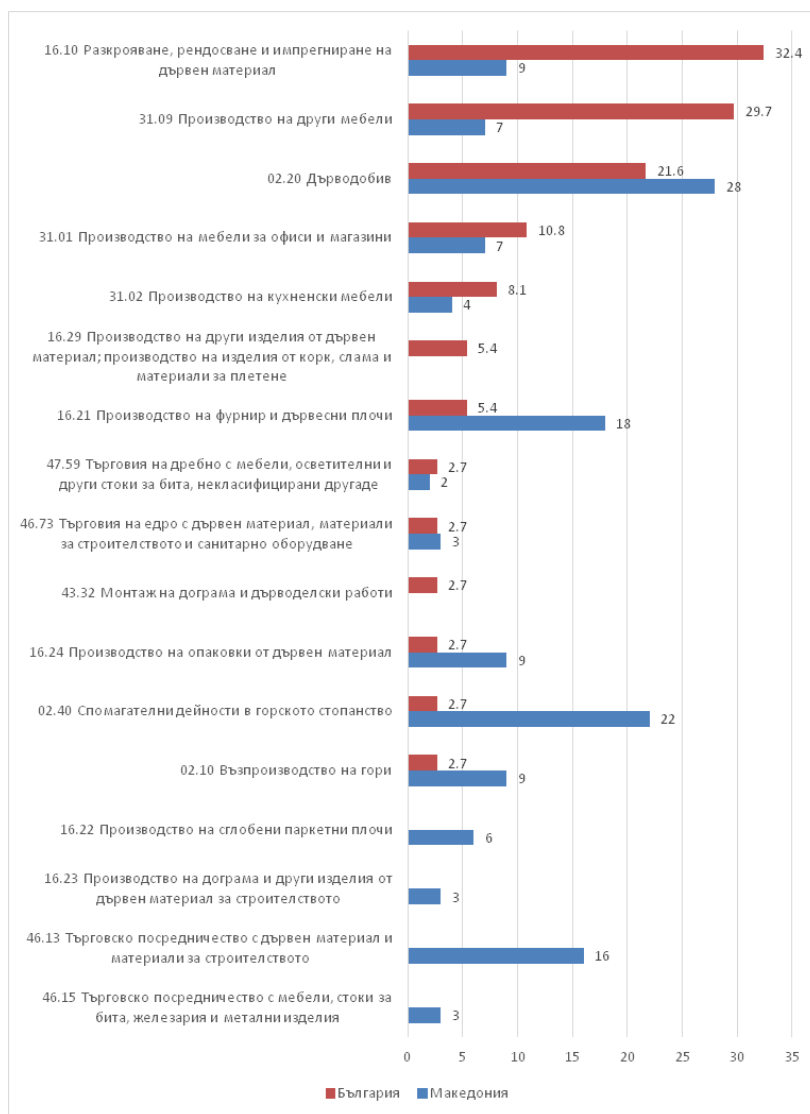
Фигура 3.4. Длъжност в компанията



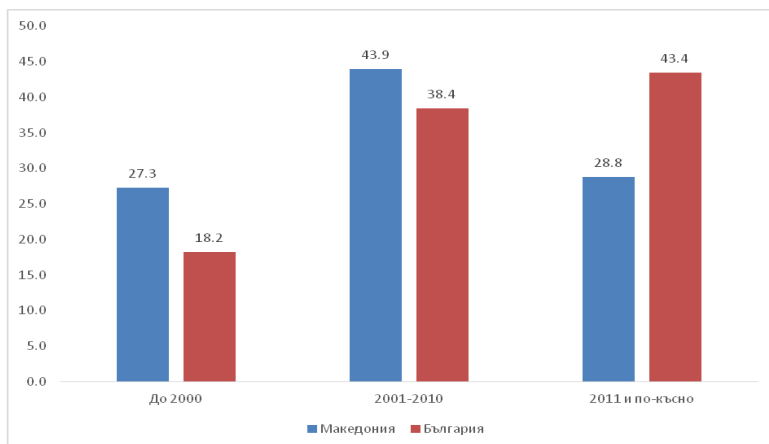
От фирмите, участвали в проучването в двете страни, се изискваше, ако е възможно, да осигурят своите мениджъри да отговарят на въпросите. В резултат на това мнозинството от респондентите в двата наблюдавани региона са мениджъри (90.8% в Македония и 67.9% в България). В по-малък брой от случаите хората, които отговаряха на въпросника, са приложни специалисти, административен персонал или квалифицирани работници.

Профил на компаниите

Фигура 3.5. Икономическа дейност по NACE Rev. 2

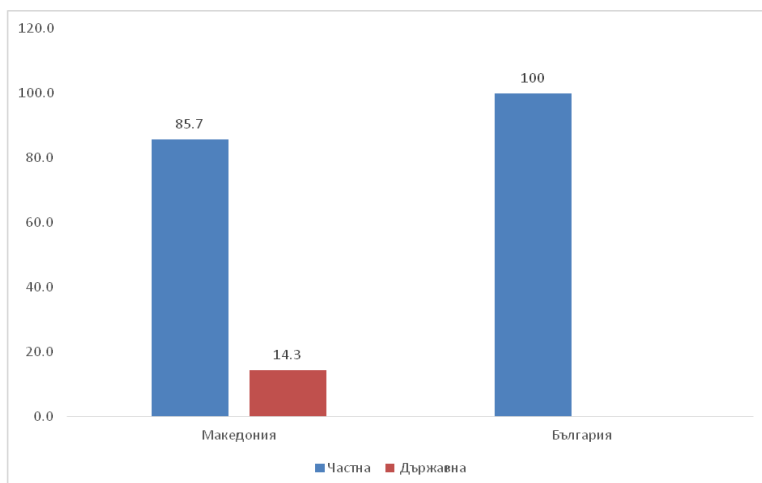


Фигура 3.6. Година на създаване на компанията



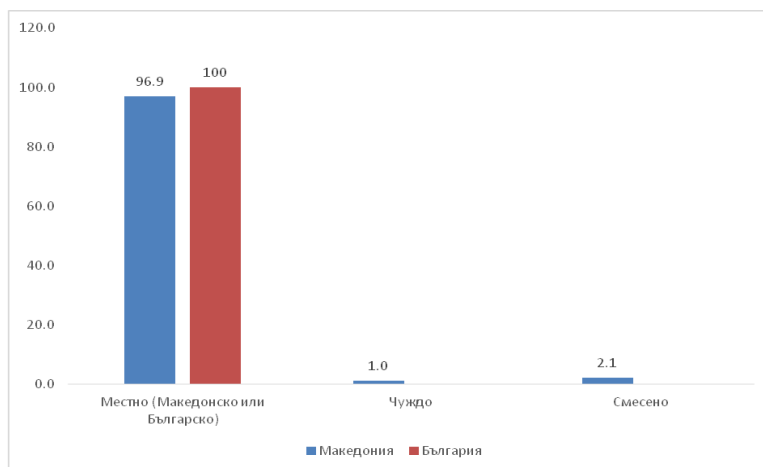
Най-голям дял от фирмите, участвали в проучването в Македония, са създадени в периода 2001-2010 г. (43.9% от тях). В България подобен процент (38.4%) от предприятията е създаден по същото време. 43.9% от македонските фирми в секторите на проучването и 38.4% от българските фирми оперират по-малко от 16 години. Най-голям дял от компаниите, участващи в проучването в България, са започнали през 2011 г. или по-късно (43.4% срещу 28.8% в Македония).

Фигура 3.7. Вид собственост



Всички изследвани предприятия в България са частни, докато в Македония 14.3% са публични.

Фигура 3.8. Местна и чужда собственост на компанията



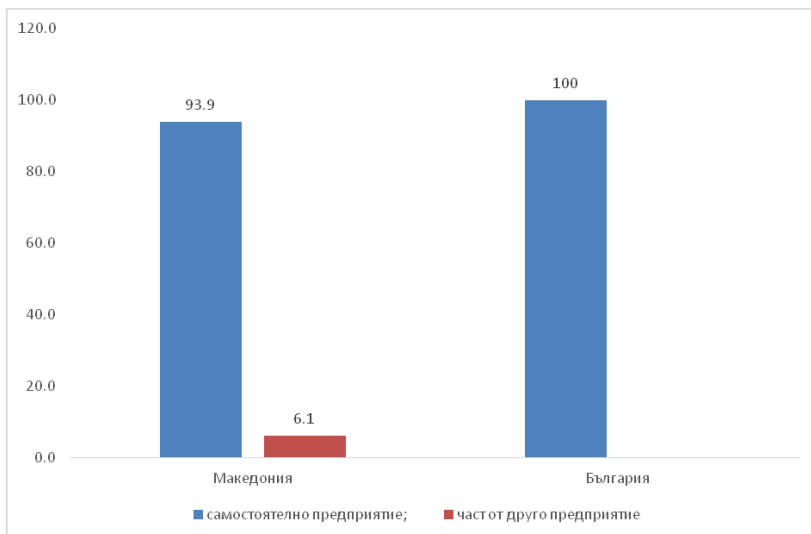
И в двата наблюдавани региона фирмите са преобладаващо местни (като собствениците са българи или македонци). В Македония има случаи на чужда или смесена собственост.

Фигура 3.9. Правен статут



Класифицирани според техния правен статут, организациите в България са предимно еднолично дружество с ограничена отговорност (60%). В Македония 51.5% от изследваните предприятия са дружество с ограничена отговорност. Тъй като в Македония има публични компании, те са отговорили „други“ на този въпрос.

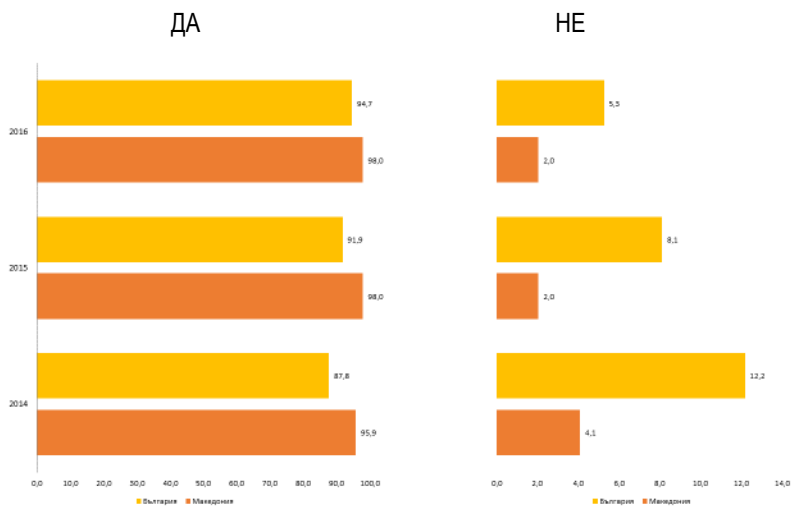
Фигура 3.10. Компанията независима ли е или част от по-голямо предприятие?



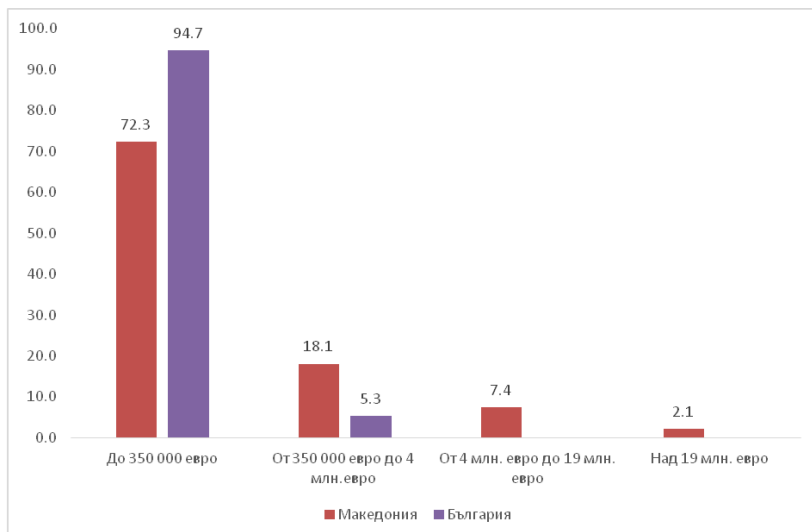
По-голямата част от организациите в изследването в двете страни са независими. В Македония някои компании са част от друго предприятие.

По-голямата част от бизнеса в наблюдаваните отрасли е функционирал през 2014, 2015 и 2016 г. В Македония онези, които не са работили, са между 2 и 4% от отговорилите компании, а в България този процент варира между 5.3% и 12.2%.

Фигура 3.11. Оперирала ли е компанията през следните години?



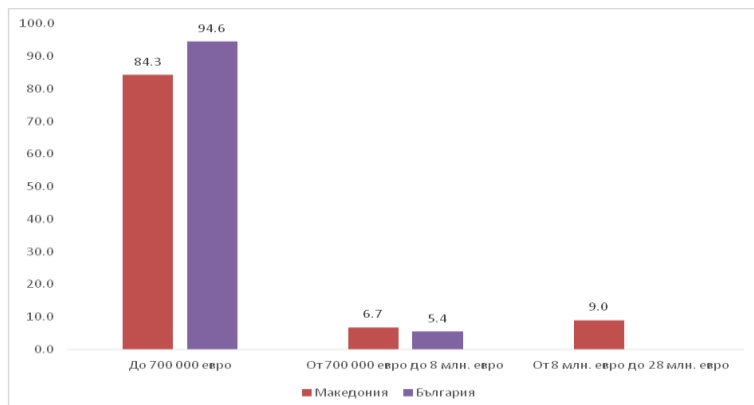
Фигура 3.12. Балансова стойност на активите



Фирмите, участвали в проучването в двата региона, обикновено притежават активи, чиято балансова стойност не надвишава 350 000 евро (72.3% и 94.7% съответно в Македония и България). В Македония 18.1% от интервюираните

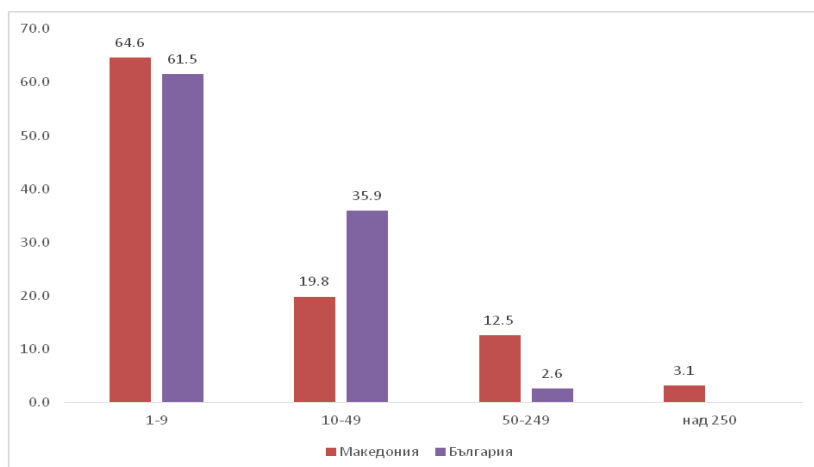
предприятия имат балансова стойност на активите между 350 000 и 4 млн. евро.

Фигура 3.13. Нетни приходи от продажби



Що се отнася до нетните приходи от продажби, стойностите и за двата наблюдавани региона са сходни: 84.3% (в Македония) и 94.6% (в България) на фирмите имат приходи, които не надхвърлят 700 000 евро. 6.7% и 5.4% от интервюираните компании съответно в Македония и България имат нетни приходи от продажби между 700 000 и 8 млн. евро.

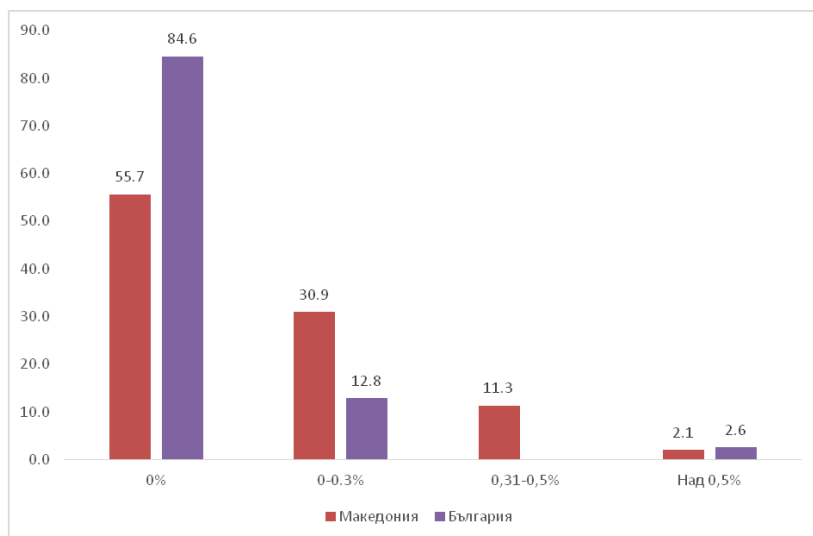
Фигура 3.14. Среден брой служители за отчетния период



Наблюдаваният регион има множество малки и средни предприятия, които оперират в секторите, свързани с дървен материал, на NACE Rev.2, които са предмет на настоящото проучване. По-голямата част от фирмите, участвали в проучването в България и Македония, имат между 1 и 9 служители (съответно 61.5% и 64.6%). 19.8% от респондентите в Македония работят в средни предприятия с 10 до 49 работници (срещу 35.9% в България). Организациите, участвали в проучването и имащи между 50 и 249 служители, са 12.5% в Македония и 2.6% в България.

2.Иновации в сектора

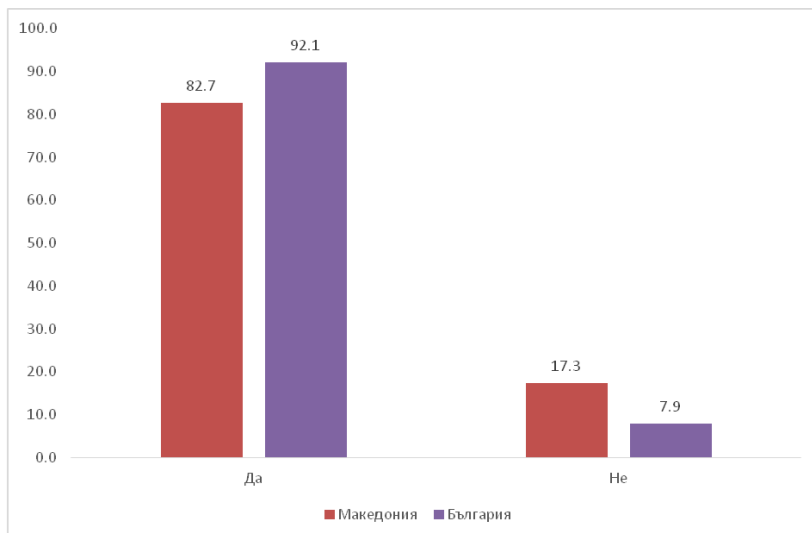
Фигура 3.15. Разходи за НИРД, свързани с оборота на дружеството



Разходите за НИРД са показател за иновационната активност в бизнеса. Изследването показва, че повечето от компаниите в наблюдаваните сектори в областите Кюстендил и Благоевград в България и в североизточните, източните и югоизточните райони за планиране в Македония харчат по-малко от 0.3% от оборота си за научноизследователска и развойна дейност. По-голямата част от предприятията в двете страни изразходват 0% от оборота си за НИРД (55.7% от бизнеса в Македония и 84.6% в България). 30.9% от македонските фирми харчат до 0.3% от оборота си за НИРД (срещу 12.8% от

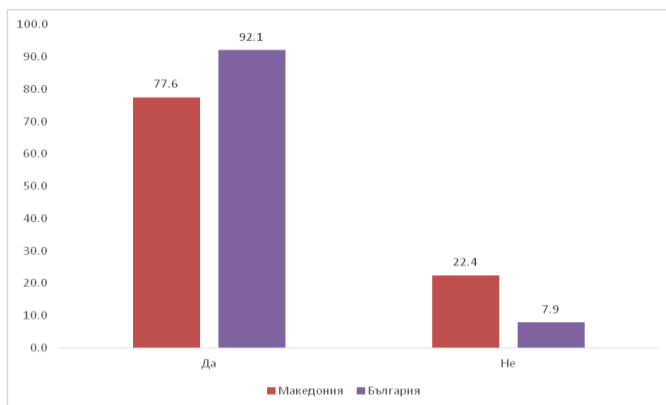
българските организации). Това означава, че иновациите в наблюдаваните сектори са по-малко вероятни и това намалява конкурентоспособността на фирмите както в местен, така и в международен мащаб. Въвеждането на иновации може да доведе до растеж в отраслите, свързаните с дърводобива. По този начин, увеличаването на разходите за научноизследователска и развойна дейност може да се окаже много полезно за фирмите в дългосрочен план. Ето защо трябва да има повече стимули за бизнеса да извършва научноизследователска и развойна дейност.

Фигура 3.16. Използват ли компютри във вашата компания?



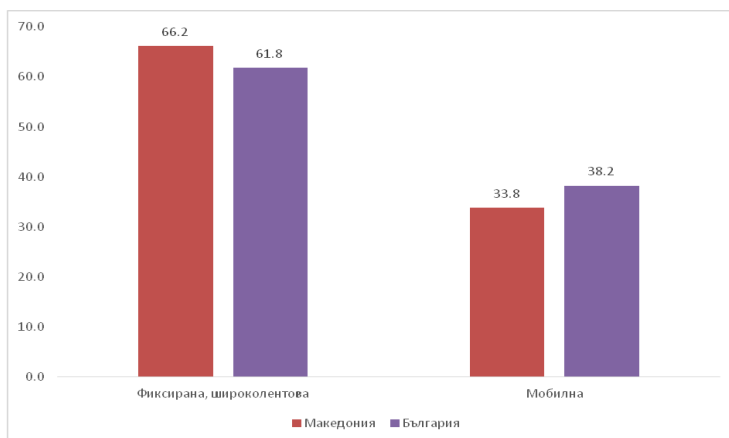
Преобладаващо компаниите в наблюдаваните сектори използват компютри както в България, така и в Македония. В Македония, 17.3% от предприятията са отговорили, че не използват компютър, а в България този процент е 7.9%.

Фигура 3.17. Използвате ли Интернет във вашата компания?



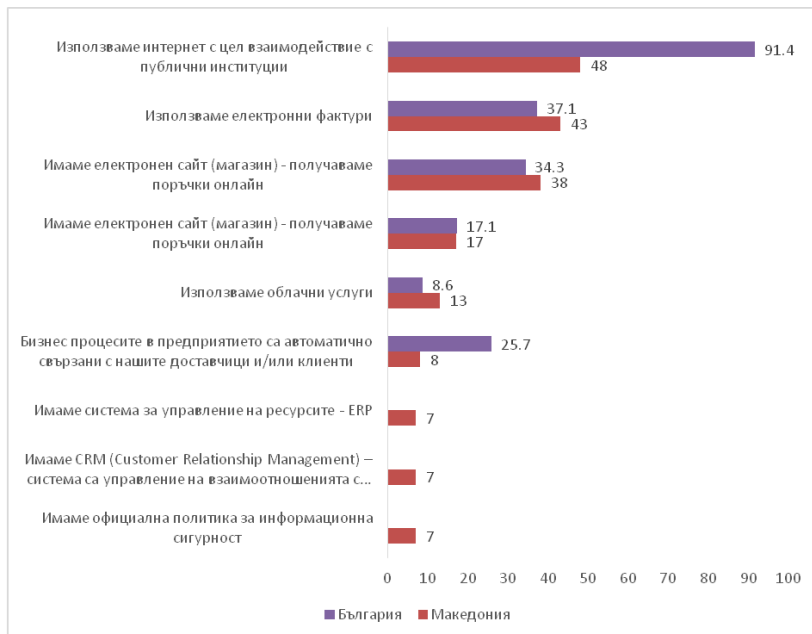
По-голямата част от анкетираните фирми в двата наблюдавани региона използват Интернет. В България 7.9% от анкетираните фирми не го използват, докато в Македония този процент е 22.4. Следователно има възможност за подобрене: свързването на възможно най-голяма част от фирмите с Интернет може да се окаже ефективно (когато става въпрос за поддържане на връзки с клиенти и доставчици) и в крайна сметка да бъде печелившо за организациите в наблюдаваните сектори.

Фигура 3.18. Ако използвате Интернет, какъв е видът на връзката?



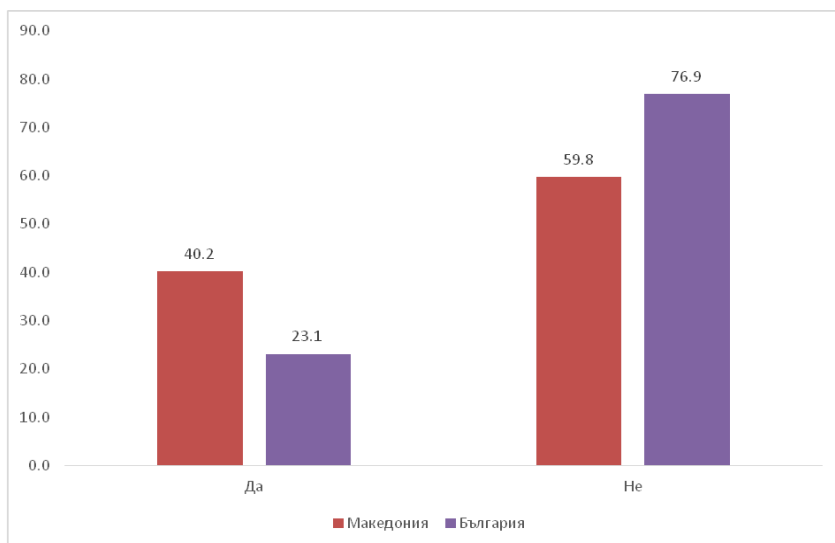
Фирмите, които използват Интернет в Македония и България, имат най-вече фиксирана или широколентова връзка (съответно 66.2% и 61.8%).

Фигура 3.19. Ако използвате Интернет, за какво го използвате?



Най-разпространеното използване на интернет сред изследваните компании е за взаимодействие с обществените институции. Това важи за 91.4% от предприятията в България и 48% за тези в Македония. Електронното фактуриране е друго широко използвано предимство на интернет, следвано от социални медии и автоматизирани отношения с клиентите или доставчиците на фирмите. Някои от компаниите имат онлайн магазини или използват облачни услуги. ERP или CRM системите и политиките за информационна сигурност са по-малко популярни (никой от отговорите не е отговорил, че ги използва в България).

Фигура 3.20. Имате ли интернет уебсайт?



връзката с интернет и научноизследователската и развойна дейност, друг проблем, който изследването показва, е, че повече от половината от интервюираните фирми, както в България, така и в Македония, нямат уебсайтове. 76.9% от българските предприятия и 59.8% от македонските предприятия нямат собствен уебсайт. Това може да бъде голям недостатък в дигитализирания и автоматизиран свят, където онлайн присъствието е от решаващо значение. Следователно би било полезно за фирмите да създават свои собствени сайтове и да привличат своите клиенти чрез тях.

Фигура 3.21. Какви са основните цели на Вашето предприятие при въвеждането на технологични новости? Какъв приоритет им е даден?



Сред най-важните цели на предприятията в България и Македония при въвеждане на технологични новости са:

- подобряване на качеството на продуктите
- разширяването или поддържането на съществуващите пазари
- намаляване на замърсяването на околната среда.

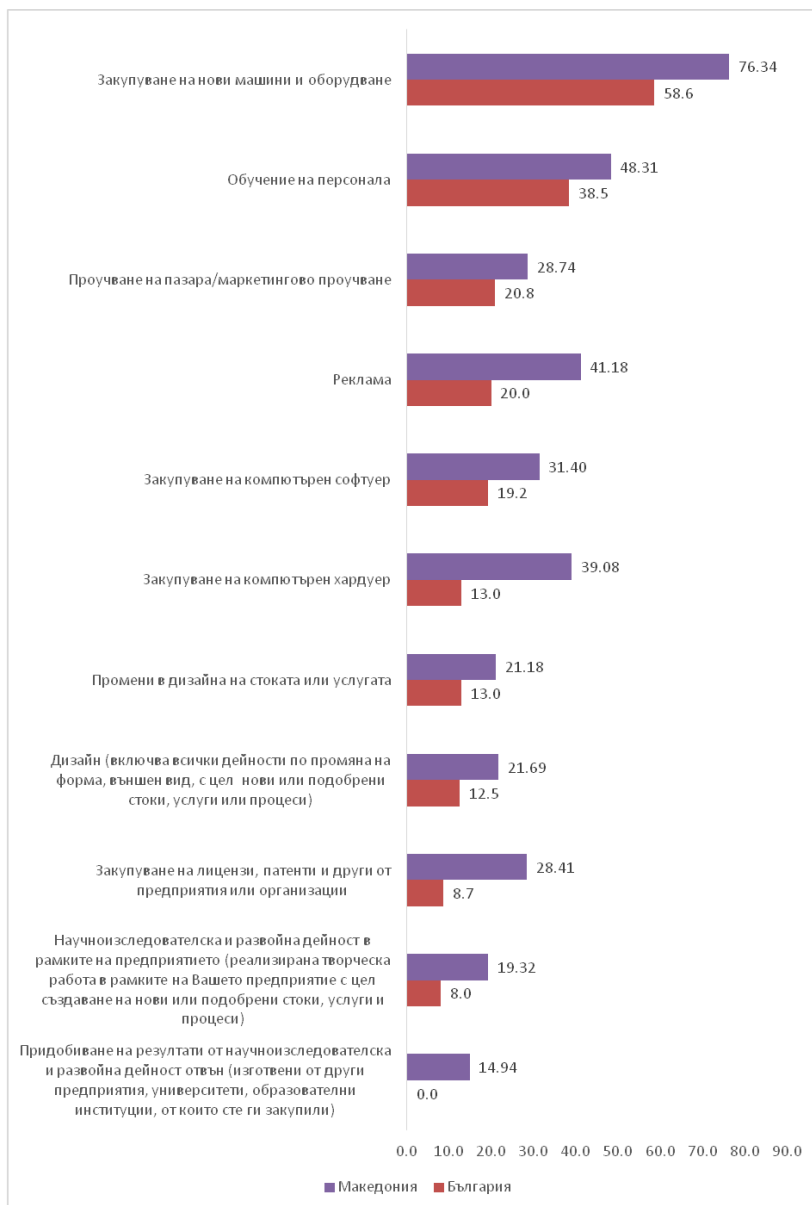
Намаляването на разходите за единица труд и енергийните разходи, както и увеличаването на гъвкавостта на производството са също от голямо значение и в двете страни.

Фигура 3.22. Какви са основните цели на Вашето предприятие при въвеждането на технологични новости? Какъв приоритет им е даден?



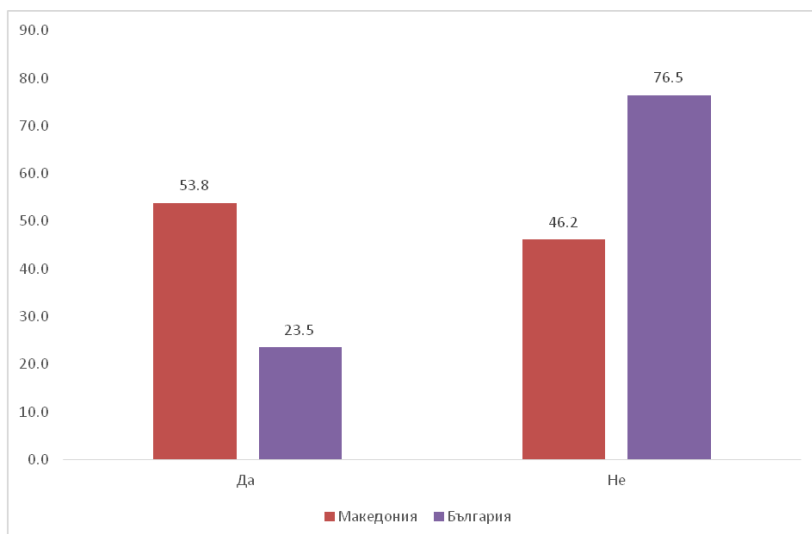
Среден приоритет получи разширяване на продуктовото портфолио, намаляване на разходите за материали, навлизане на нови пазари или увеличаване на пазарния дял, прилагане на нови стандарти и премахване на продукти в края на жизнения си цикъл.

Фигура 3.23. Вашето предприятие инвестира ли в някои от следните иновационни дейности в периода 2014-2016 г.?



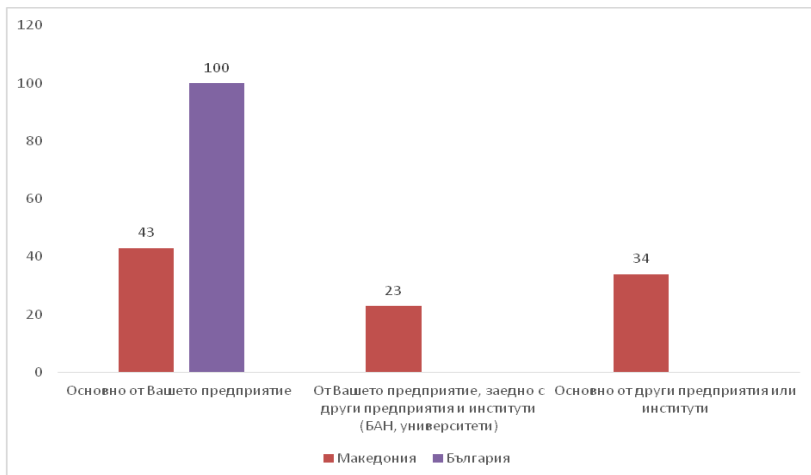
В периода 2014-2016 г. около 76% от интервюираните предприятия в Македония са инвестирали най-много в придобиването на нови машини и оборудване, около 48% в обученията на персонала, 41% в рекламата и 39% в закупуването на компютърен хардуер. В България фирмите също харчат най-много за нови машини и оборудване, обучение на персонала, реклама за пазарни проучвания и компютърен софтуер.

Фигура 3.24. Въведе ли вашата фирма в последните три години технологично нови или модифицирани продукти?



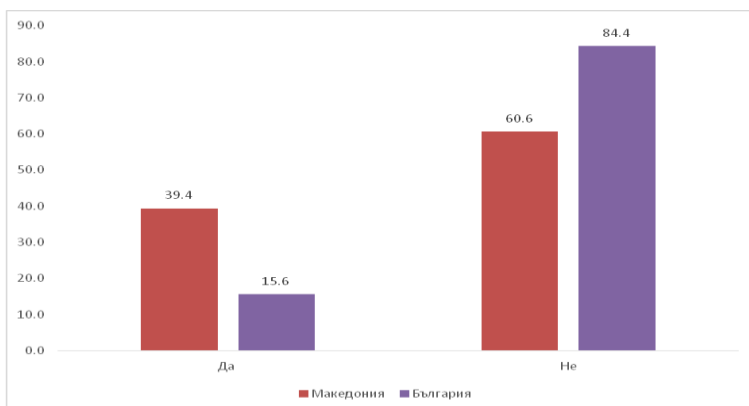
В Македония повече от половината организации, взели участие в проучването, са отговорили, че през последните три години са въвели технологично нови или модифицирани продукти. В България 76.5% от фирмите са заявили, че не са въвели технологично нови или модифицирани продукти на пазара. Това може да е свързано с ниските дейности на НИРД на фирмите.

Фигура 3.25. Как придобихте технологично новия или модифициран продукт?



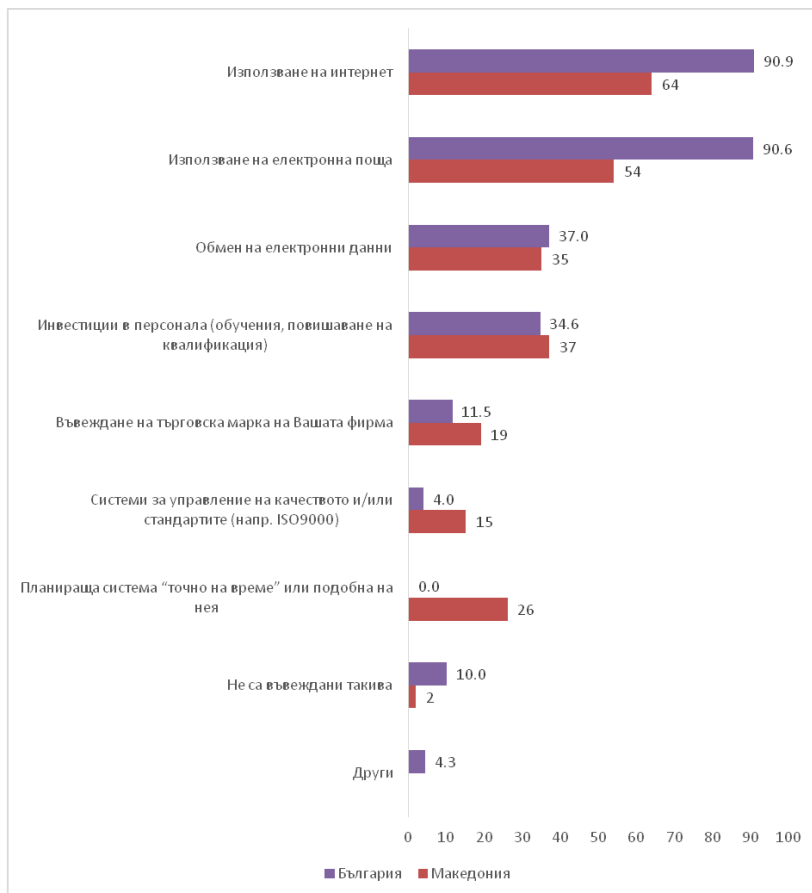
Ако българските компании са стартирали технологично нов или модифициран продукт, те са придобили свързаното с него ноу-хау в рамките на своята организация. В Македония предприятията получават това или вътре, в сътрудничество с други фирми или институти, или директно от други предприятия или институти.

Фигура 3.26. Въведе ли вашата компания през последните три години технологично нови или модифицирани продукти, които са нови и за пазара?



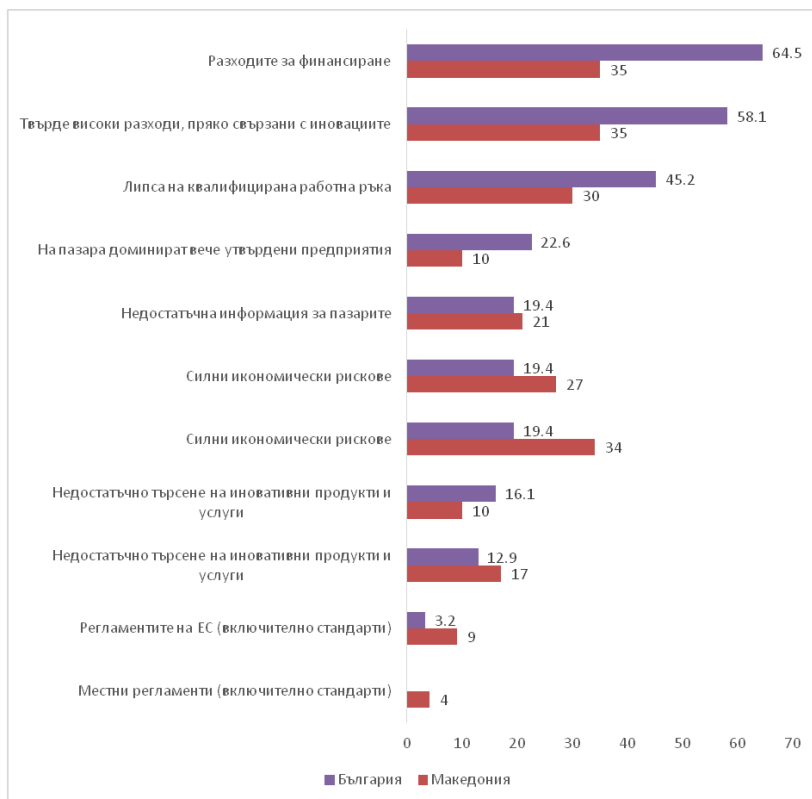
Стартирането на технологично нови или модифицирани продукти, които са нови и за пазара, не е обичайна практика и в двата наблюдавани региона: по-голямата част от фирмите не са въвели такива през последните три години.

Фигура 3.27. Въведе ли вашата компания през последните години следните организационни промени или нови управленски техники?



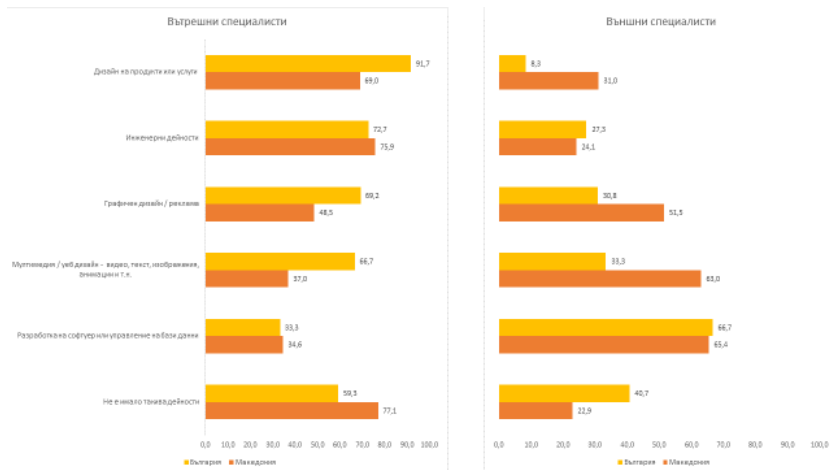
Организационните промени или новите управленски техники, които се случват най-много в изследваните компании в България, са използване на интернет и електронни съобщения, електронен обмен на данни и инвестиране в развитието на персонала. Македонските компании дават аналогични отговори, като там са популярни JIT-планиращи системи за планиране или подобни.

Фигура 3.28. Кои са пречките пред иновациите във вашата компания през периода 2014-2016 г.?



Горният въпрос разкрива причините за ниската иновационна активност на фирмите в региона. Компаниите в двете страни са изправени пред пречки като разходи за финансиране, изключително високи разходи, които са в пряка връзка с иновациите, липса на квалифицирана работна сила. В Македония предприятията посочиха и големите икономически рискове.

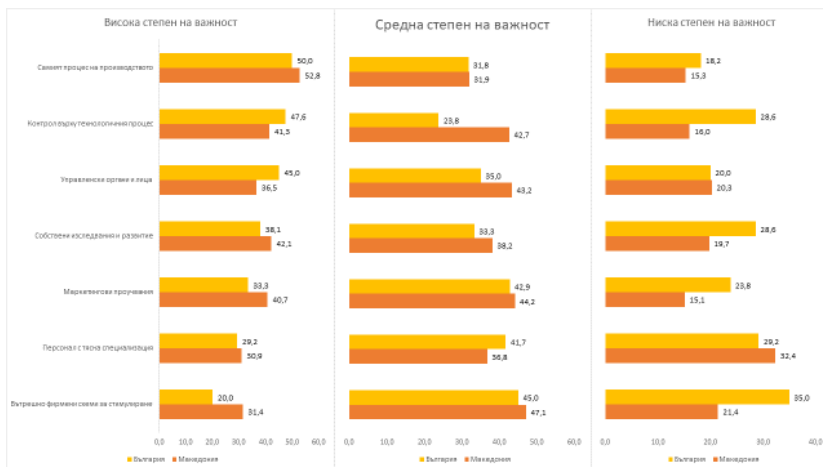
Фигура 3.29. През последните три години какви специалисти са заети със следните дейности?



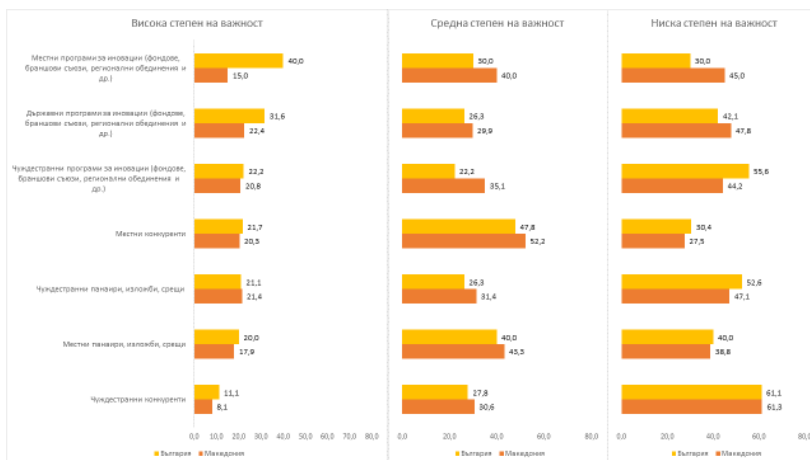
Дейностите, свързани с проектирането на продукти или услуги, инженеринг, реклама, както и мултимедия, графичен и уеб дизайн в българските фирми, най-често включват работата на вътрешни специалисти. Разработването на софтуер и управлението на базата данни се оставят на външни специалисти. В Македония разделението на работата е следното: инженеринг и проектирането на продукти или услуги се извършват и от специалисти от самата фирма. Повечето други дейности, като графичен и уеб дизайн и разработка на софтуер, се извършват от външни специалисти.

Самият производствен процес се разглежда като много важен източник на иновативни идеи както в България, така и в Македония. Българите смятат, че контролът върху технологичния процес, както и органите за управление и физическите лица са от голямо значение и за иновациите. В Македония, собствената научноизследователска и развойна дейност, контролът върху технологичния процес и пазарни проучвания играят ключова роля в новите проекти и иновациите.

Фигура 3.30. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологични иновации на вашето предприятие?



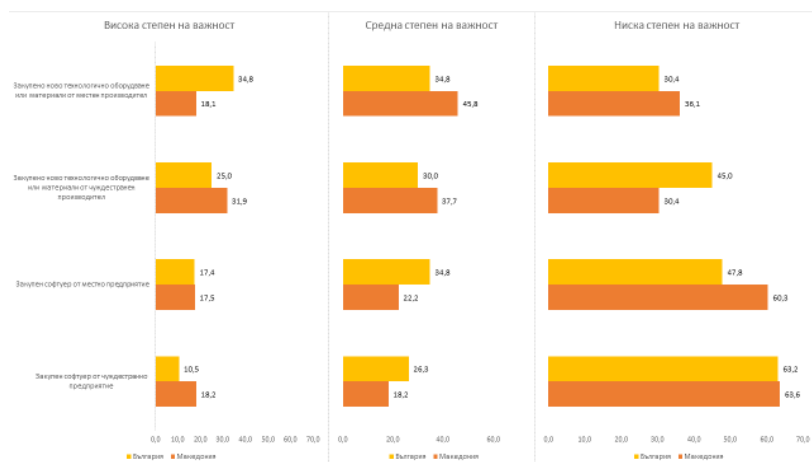
Фигура 3.31. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



В България местни иновационни програми се разглеждат от някои компании като особено важни. Чуждестранните конкуренти имат незначителна роля, когато става въпрос за иновативни идеи както в България, така и в Македония.

По-малко важни за новите проекти и технологичните иновации са панаирите и изложенията, държавните и чуждестранните иновационни програми. Този факт показва, че нивата на сътрудничество са ниски и по този начин дружествата не ги смятат за важни по отношение на иновациите.

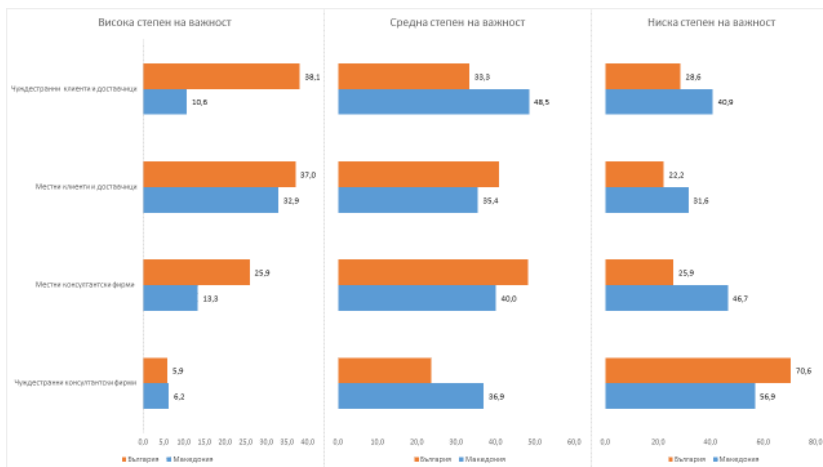
Фигура 3.32. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



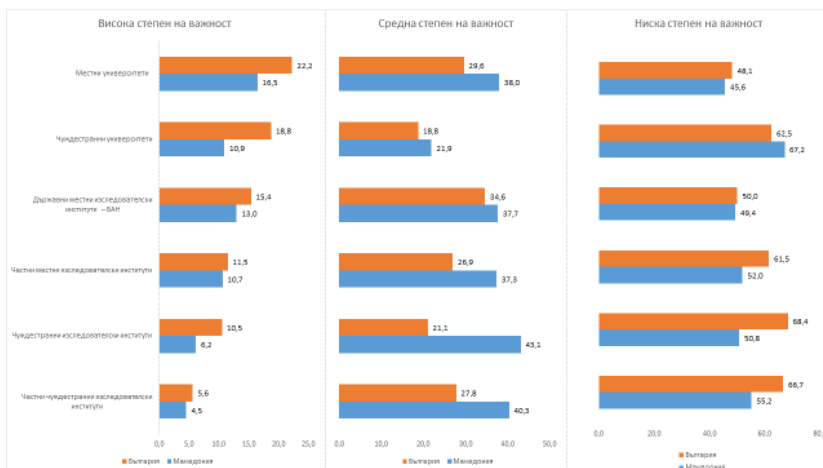
Изследваните компании смятат софтуера, който купуват, за незначителен за иновативните идеи. Ново закупеното оборудване от местни или чуждестранни производители е от средно значение.

Чуждестранните и местните клиенти и доставчици се смятат за средно или ниско значение за иновативната идея, а също и за местните консултантски компании. Чуждестранните консултантски компании се възприемат като важен източник на идеи за иновации.

Фигура 3.33. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



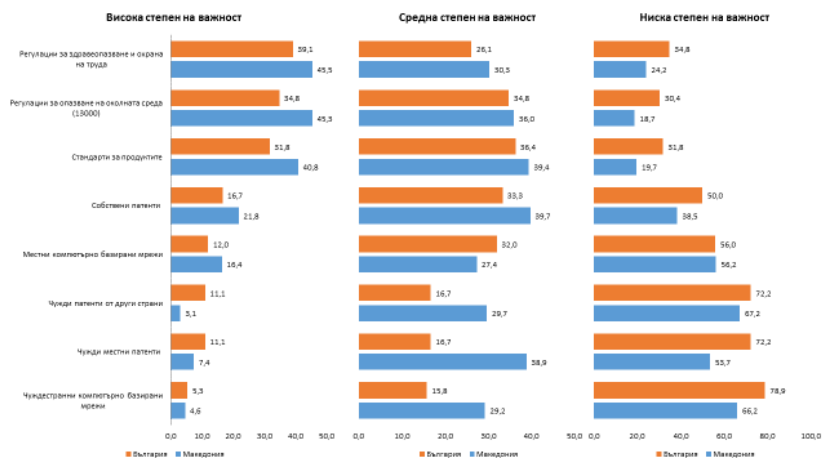
Фигура 3.34. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



Изследователските институции са преобладаващо оценени като източник със слабо значение за новите проекти и технологичните иновации и свързаните с

тях иновативни идеи. Това може да се дължи на регистрираните ниски НИРД дейности, както и на ниските нива на сътрудничество между бизнеса и институциите в наблюдаваните сектори.

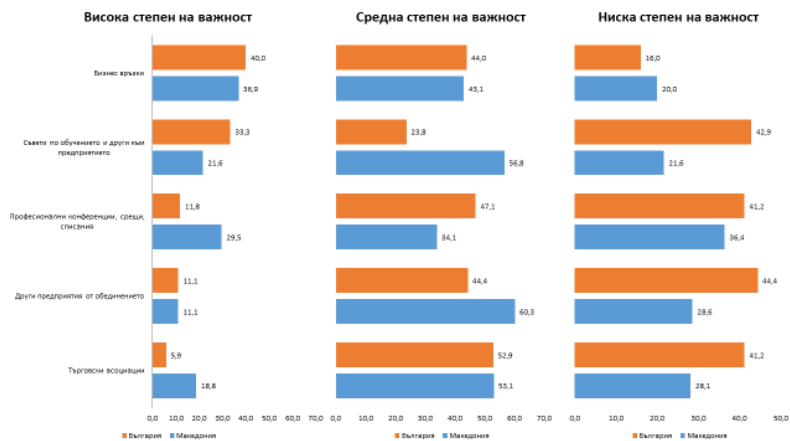
Фигура 3.35. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



в България и Македония посочват, че компютърните мрежи и патентите от други страни са от малко значение за иновативните идеи. Значението на нормите за безопасност и здраве при работа, нормативната уредба в областта на околната среда и продуктовите стандарти е разделено на равни части за различните фирми: някои смятат тези фактори за жизненоважни, други като средно важни, други като незначителни.

Предприятията, участвали в проучването, по принцип смятат, че иновативните идеи могат да идват от техните бизнес връзки, от консултации с компанията, от срещи и конференции, както и от търговски връзки. Всички тези фактори са оценени като средно важни от приблизително половината от фирмите както в Македония, така и в България. Това е много силно свързано с идеята за проекта за създаване на VEP и VOFIS и за създаване на платформа за комуникация и обмен между компаниите в региона.

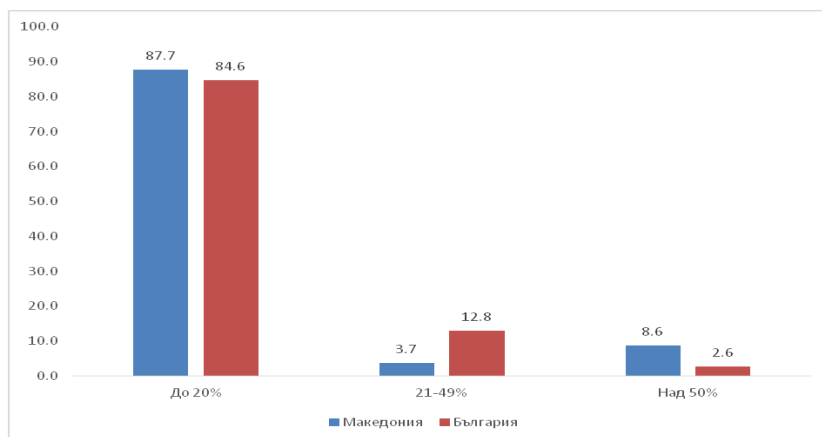
Фигура 3.36. До каква степен са важни новите източници на иновативни идеи за новите проекти и технологичните иновации на вашето предприятие?



Характеристика на конкурентоспособността

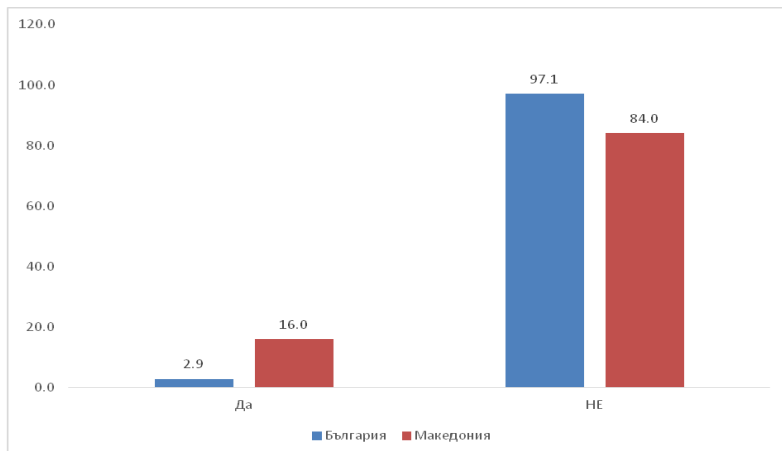
Интензитет на износа

Фигура 3.37. Интензитет на износа (износ/оборот или дял на износа от общия оборот)



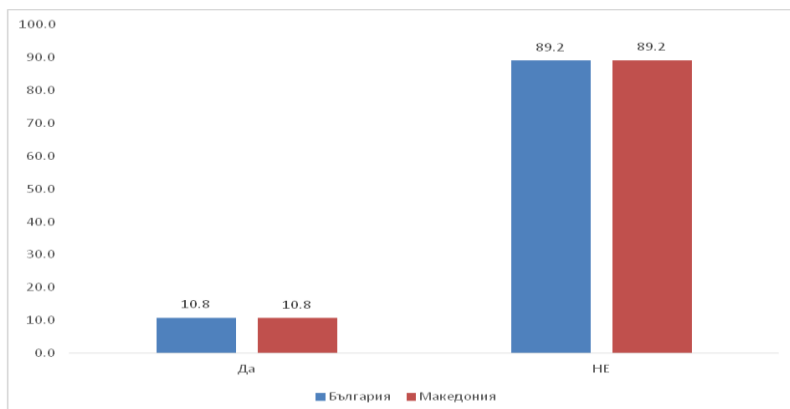
По-голямата част от интервюираните предприятия (87.7% в Македония и 84.6% в България) изнасят стоки или услуги със стойност, равна на до 20% от оборота им. Износът на 12.8% от българските фирми, участвали в проучването, е равен на стойност между 21 и 49% от техния оборот. Износът на 8.6% от фирмите от Македония, участвали в проучването, е повече от 50% от техния оборот.

Фигура 3.38. Имате ли доставчици от съседната страна?



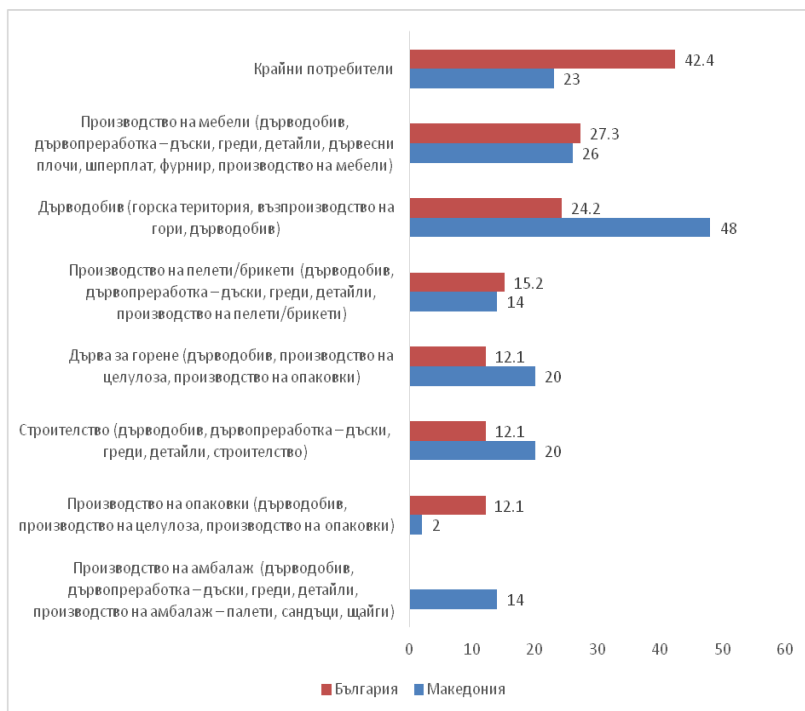
Фирмите в проучването са отговорили, че нямат доставчици от съседната страна: 97.1% от българските фирми нямат доставчици от Македония и 84% от македонските фирми не доставят от български партньори.

Фигура 3.39. Имате ли клиенти от съседната държава?



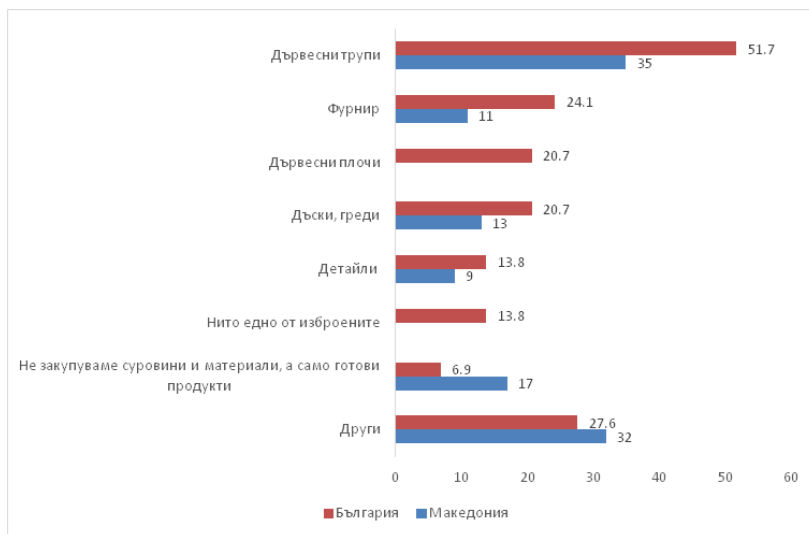
Приблизително 90% от анкетираните компании заявиха, че нямат клиенти от съседната страна. Местните власти и всички заинтересовани страни в областта на горското стопанство, дърводобива, дървообработването, производството на хартия и мебели и търговията биха могли да засилят сътрудничеството между регионите чрез подходящи политики и инициативи. Добрите отношения между двата съседни региона могат да се превърнат в голямо предимство.

Фигура 3.40. В коя от следните категории попадат вашите клиенти?



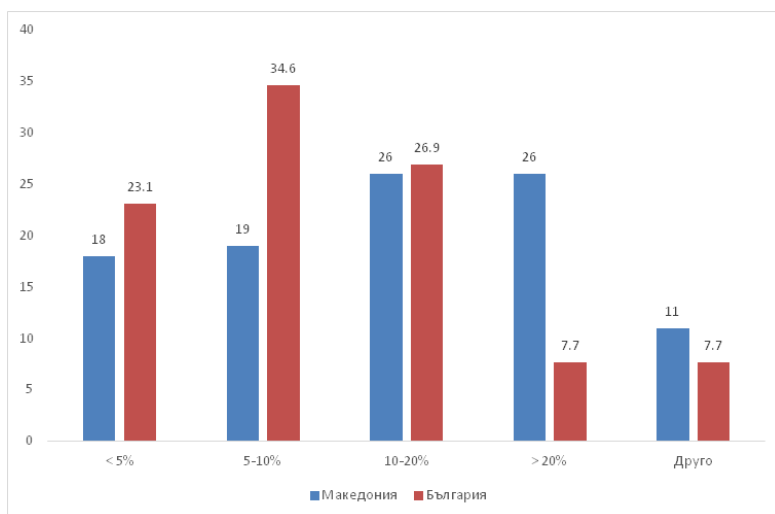
В България повечето от клиентите на интервюираните фирми са крайни потребители – 42.4% от предприятията са отговорили, че доставят на крайни потребители спрямо 23% в Македония. В Македония по-голямата част от предприятията (48%) продават на предприятия в дърводобива. В България 24.2% от анкетираните фирми правят това. И в двете страни има много фирми (27.3% в България и 26% в Македония), които продават на производителите на мебели.

Фигура 3.41. Какъв вид материали купува вашата компания от доставчиците?



Фирмите в двата региона най-често купуват трупи от своите доставчици, последвани от фурнир и други материали.

Фигура 3.42. Разходи за доставка от общия обем на продукцията

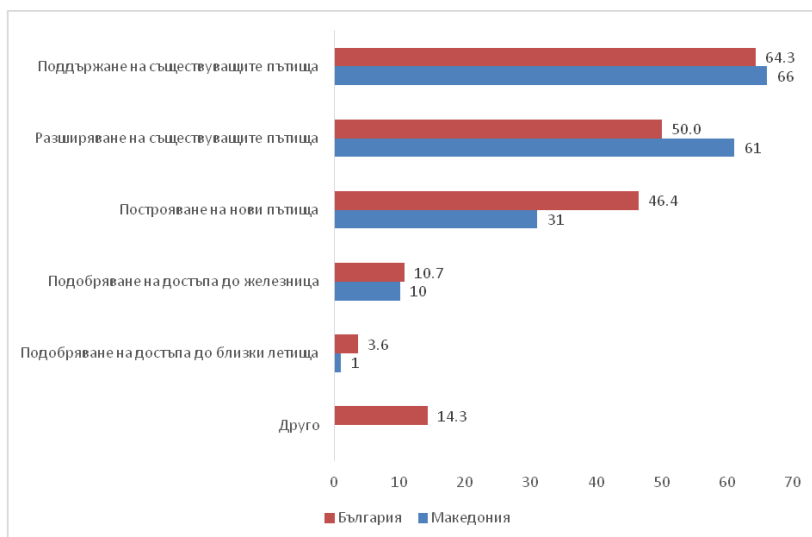


В България 34.6% от фирмите имат разходи за доставка, които са равни на 5 до 10% от общата стойност на продукцията. В Македония разходите за доставка на повече от половината от фирмите са от 10 до повече от 20% от общата стойност на продукцията.

Насоки за подобряване на конкурентоспособността

Необходима подкрепа от държавата

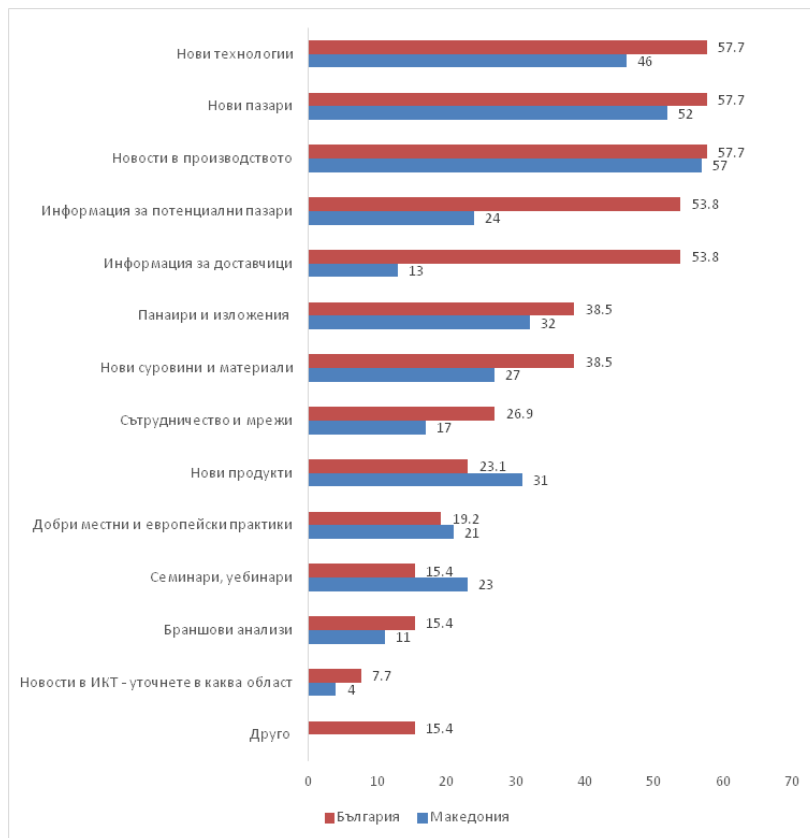
Фигура 3.43. Кой от следните инфраструктурни проекти ще подпомогне работата на вашата компания?



Що се отнася до инфраструктурните дейности, които подпомагат дейността на бизнеса, предприятията от двата наблюдавани региона поставят по-голям приоритет върху правилното поддържане на съществуващите пътища или върху разширяването им. Изграждането на нови пътища се възприема като полезно за българските фирми.

3. VEP и VOFIS

Фигура 3.44. Ако имате достъп до виртуална образователна платформа, каква информация бихте търсили?



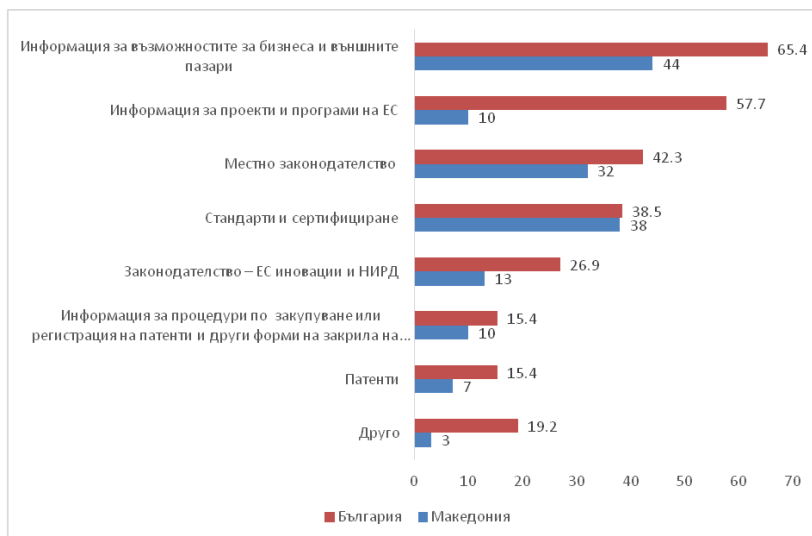
Ако предприятията в двете страни имат достъп до виртуална образователна платформа, информацията, която ще търсят най-вече, би била относно:

- нови технологии;
- нови пазари;
- иновации в производството;

- информация за потенциалните пазари;
- информация за доставчиците;
- нови продукти.

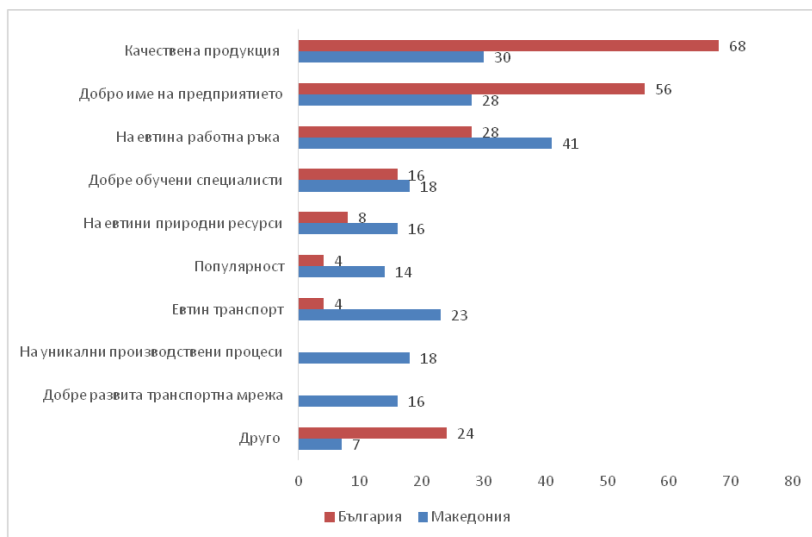
Тези отговори показват, че има нужда от платформа, в която компаниите в сектора биха могли да общуват и да обменят идеи, да търсят потенциални пазари и партньори, да намерят нови продукти и нови технологии.

Фигура 3.45. Ако имате достъп до виртуална консултантска фирма, каква информация бихте търсили?



В България от виртуалната консултантска фирма се очаква информация относно бизнес възможностите и външните пазари, проекти и програми на ЕС, българското законодателство и стандарти и сертификация. Подобна фирма в Македония най-често ще получи искания относно бизнес възможностите и външните пазари, стандартите и сертификация и македонското законодателство.

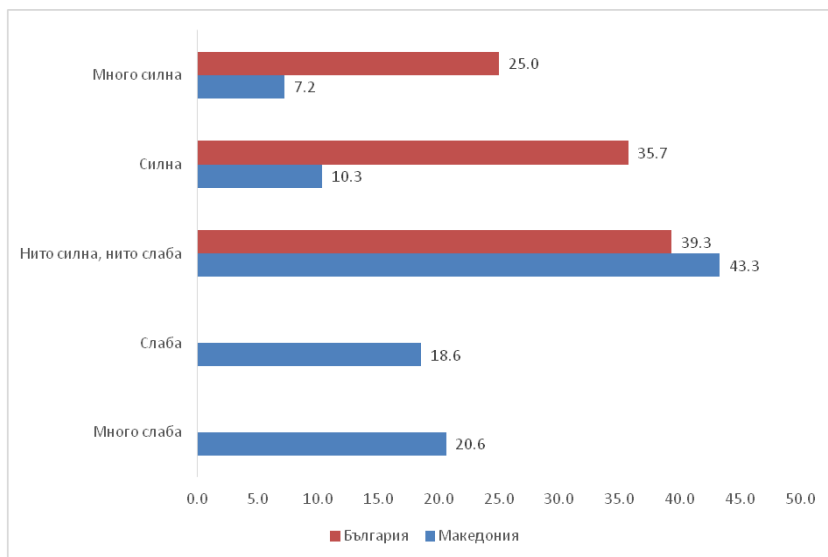
Фигура 3.46. На какво според вас се основава вашата конкурентоспособност?



Докато преобладаващото мнозинство от българските компании смятат, че тяхната конкурентоспособност се основава на качеството на продукцията им и на добрата репутация на фирмата, македонските предприятия вярват, че са производители, чието най-голямо предимство е евтиният труд. Качеството на производството и добрата репутация на компанията са втората и третата сила на бизнес организациите в Македония.

По-голямата част от анкетираниите в България фирми заявиха, че конкуренцията е „много силна“ (25%) или „силна“ (35.7%). Останалите 39.3% посочват, че конкуренцията на местния пазар е „нито силна, нито слаба“. В Македония 82.5% вярват, че конкуренцията на местния пазар е средна, слаба или много слаба. Конкуренцията в България се възприема като по-силна, докато в Македония се възприема като по-слаба. Като част от Европейския съюз, българските производители чувстват силна конкуренция, докато македонските производители все още работят на по-малко конкурентен пазар.

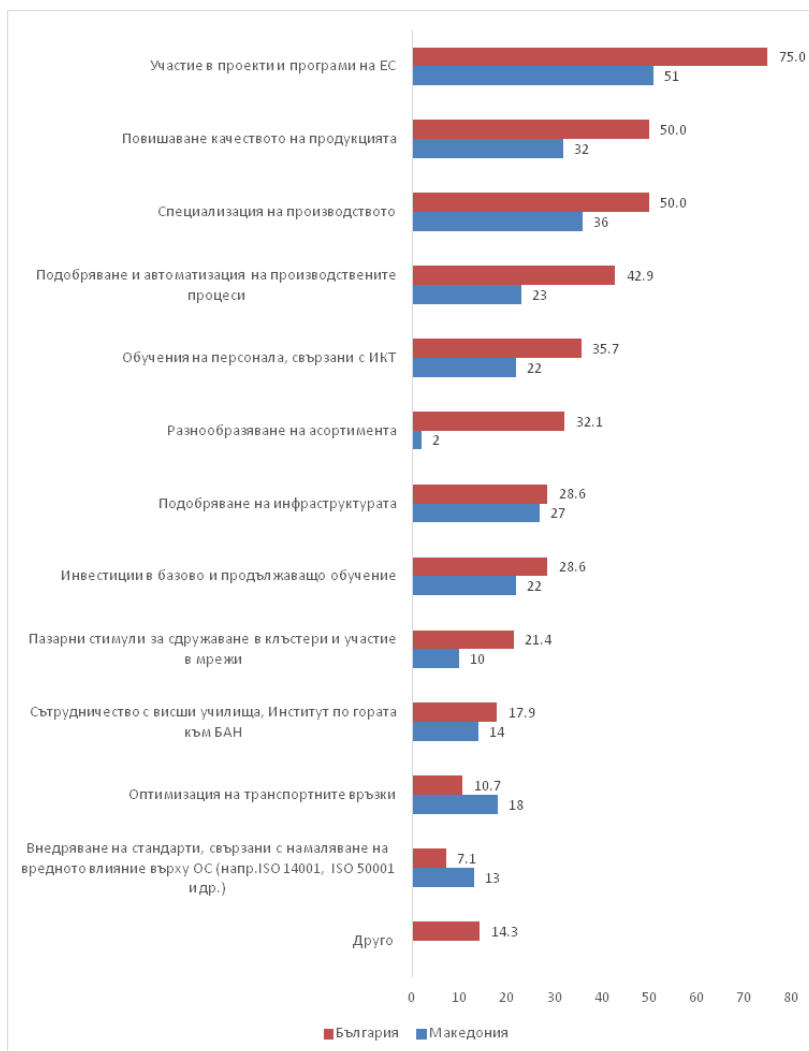
Фигура 3.47. Колко силна е конкуренцията на местния пазар?



Фирмите и в двата наблюдавани региона отговориха, че за да се увеличи регионалната конкурентоспособност, би било препоръчително:

- да участват в програми и проекти на ЕС;
- да подобрят качеството на продукцията;
- да специализират в някакъв вид производство;
- да подобрят и автоматизират производствените процеси.

Фигура 3.48. Какви предложения бихте направили за повишаване на конкурентоспособността на предприятията от горското стопанство и дърводобива в регионален аспект?



4. Жените в горския сектор в България и Македония

В България и Македония повечето от интервюираните жени работят на пълно работно време. Те заявяват, че не страдат от професионални заболявания.

Най-важните фактори, които доведоха до избора на сегашната позиция, според българските жени, са необходимостта от намиране на работа и това, че тя е добре платена, както и високите осигурителни доходи и че работата е интересна и привлекателна. В Македония по подобен начин от жизненоважно значение за избора на сегашната позиция е необходимостта да имаш работа и работата да е интересна. Освен тези, важни са осигурителните доходи, това, че работата е добре платена, както и възможностите за професионално образование и развитие на компетенциите на служителите.

Жените в България и Македония биха предпочели да останат на сегашната си позиция в същото разделение на NACE Rev. 2. Това може да означава, че те са доволни от работата си. И в двете страни интервюираните жени са доволни от условията на труд в тяхната организация. Респондентите в България и Македония оценяват положително възнаграждението, начина, по който се формират заплатите и съответствието на извършената работа към заплатата. Има обаче малко несъгласие дали заплатите отговарят на квалификацията на служителите в двете страни. Българските и македонските жени в сектора на горското стопанство смятат, че подобряването на условията на труд, както и допълнителните възнаграждения, ще ги мотивират и ще увеличат производителността им.

В Македония по-голямата част от интервюираните жени са информирани за правата си по отношение на защита от дискриминация на работното място, равно заплащане на мъжете и жените и достъп до образование. В България жените са напълно или частично информирани за това.

Що се отнася до развитието на кариерата и компетенциите, жените в Македония най-вече се загрижени за липсата на перспективи за кариерно развитие, загуба на работа, загуба на някои от своите компетенции след отпуск по майчинство, качество на работата им и показване на техния потенциал, дали те се справят добре с колегите си на работа и дали тяхното мнение е зачитано. В България, разбирателството с колеги и уважаването на чуждото мнение не се разглеждат като проблеми. Най-големите притеснения са свързани със загубата на работа, качеството на работата и показването на потенциала. И в двата региона жените по-малко са притеснени за комбинирането на образованието на децата с работата си, дискриминацията по полов признак или връщането на работа преди изтичането на отпуска по майчинство.

В Благоевград и Кюстендил, както и в североизточните, източните и югоизточните райони за планиране в Македония, няма специализирани програми или курсове, насочени към подобряване на уменията на жените. Българските жени смятат, че повече обучения няма да доведат до по-голяма производителност в горския сектор. В Македония, напротив, се смята, че обученията наистина ще направят служителите в секторите, които наблюдаваме, по-продуктивни.

Предизвикателствата, пред които са изправени жените в България, са свързани главно с конкуренцията и нуждата да се докажат.

Факторите, влияещи върху здравето на жените в сектора в България, са дървесен прах, работа на открито, неблагоприятен микроклимат (температура, влажност, вятър), биологични агенти (микроорганизми, паразити, бактерии и вируси) и горски животни, ходене и/или стоене на горски терени. Факторите, които имат малко или никакво влияние върху здравословното състояние, включват електричество, статично електричество, опасност от пожар, радиация (ултравиолетова, инфрачервена, лазерна, йонизираща). В Македония основните рискове за здравето на жените се дължат на използването или поддръжката на специализираните машини, опасността от пожар, дървесния прах, шума и вибрациите и работата на открито. Електричеството и осветлението, биологичните агенти, повтарящите се движения, продължителното ходене и стоенето в горските терени, работната стойка и радиацията се възприемат като по-малко опасни.

Жените в наблюдаваните сектори на NACE Rev. 2 и в двете страни не прекарват време навън през работния си ден.

5. Основни изводи

По-голямата част от компаниите в наблюдаваните сектори са малки и средни предприятия. Техният оборот обикновено е по-малък от 700 000 евро, а мнозинството имат служители между 1 и 9 души (62-65%). В повечето случаи стойността на активите е до 350 000 евро. Юридическата форма на дружествата е еднолично дружество с ограничена отговорност или дружество с ограничена отговорност.

Изследването показва, че повечето от компаниите в наблюдаваните сектори в областите Кюстендил и Благоевград в България и в североизточните, източните и югоизточните райони на планиране в Македония, отделят малко пари от оборота си за научноизследователска и развойна дейност (по-малко от 0.3%).

Това означава, че иновациите в наблюдаваните сектори са много ниски, което намалява конкурентоспособността на фирмите в местен и международен мащаб. Въвеждането на иновации може да доведе до растеж в отраслите, свързани с дърводобива. По този начин, увеличаването на разходите за научноизследователска и развойна дейност може да се окаже много полезно за фирмите в дългосрочен план. Ето защо трябва да има повече стимули за бизнеса да извършва научноизследователска и развойна дейност.

Делът на компаниите в двата региона, които използват компютри и интернет, е висок (над 78% в Македония и над 90% в България), но все още много фирми нямат уебсайтове (60% в Македония и 77% в България). Досега основната причина за използването на интернет е взаимодействието с държавната администрация и електронните фактури. По-рядко компаниите използват интернет за социални медии и блогове (около една трета). Някои от компаниите имат онлайн магазини или използват облачни услуги. ERP или CRM - системите за планиране на ресурсите и за връзка с клиентите, и политиките за информационна сигурност са по-малко популярни. Свързването на възможно най-голяма част от фирмите с интернет може да се окаже ефективно (когато става въпрос за поддържане на връзки с клиенти и доставчици) и в крайна сметка да бъде печелившо за организациите в наблюдаваните сектори.

Използването на нови технологии може да бъде основен недостатък в дигитализирания и автоматизиран свят, където онлайн присъствието е от решаващо значение. Следователно би било полезно за фирмите да създават собствени сайтове и да привличат своите клиенти чрез тях.

Сред най-важните цели на предприятията в България и Македония при въвеждане на технологични новости са:

- подобряване на качеството на продуктите;
- разширяване или поддържане на съществуващите пазари;
- намаляване на замърсяването на околната среда.

Намаляването на разходите за единица труд и енергийните разходи, както и увеличаването на гъвкавостта на производството са от голямо значение и в двете страни.

Като цяло нивата на сътрудничество между двете страни в целия граничен регион са ниски и по този начин компаниите биха искали да засилят сътрудничеството и да допринесат за иновационния процес.

Ако организациите в двете страни имат достъп до виртуална образователна платформа, информацията, която ще бъде търсена най-вече, би била относно:

- нови технологии;
- нови пазари;
- иновации в производството;
- информация за потенциалните пазари;
- информация за доставчиците;
- нови продукти.

Проучването показва, че има нужда от платформа, в която компаниите в сектора могат да общуват и да обменят идеи, да търсят потенциални пазари и партньори, да намират нови продукти и нови технологии.

Компаниите и в двата наблюдавани региона посочват, че за да се увеличи регионалната конкурентоспособност, би било препоръчително да:

- участват в програми и проекти на ЕС;
- подобряват качеството на продукцията;
- специализират в някакъв вид производство;
- подобряват и автоматизират производствените процеси.

Потенциалът и готовността за сътрудничество и кооперативни инициативи е висок и ако се развие, ефектът за всички сектори по веригата на доставки ще бъде положителен и в двата региона.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ

Наличието на ресурси, както и положителните нагласи за сътрудничество определят добри перспективи за развитие на горския сектор в пограничния регион между България и Македония. От друга страна, направените изследвания показват, че съвременното равнище на конкурентоспособност и иновативност на предприятията в този регион е ниско. При сегашното състояние няма потенциал то да се повишава, което става важен проблем на развитието на региона.

Проблемът с перспективата на влошаване потенциала за конкурентоспособност на предприятията от Благоевградска и Кюстендилска области в България и Северноизточен, Източен и Югоизточен региони на Македония се определя от:

- Глобализацията и съпровождащите я процеси на регионална интеграция и концентрация на дейности, включително в Европейския съюз. От друга страна - продължаване на процеса на фрагментация и дезинтеграция на бизнеса от Благоевградска и Кюстендилска области в България и Северноизточен, Източен и Югоизточен региони на Македония. Съществуващите нови форми на организиране на бизнеса не са достатъчно разпространени и не оказват съществено влияние върху състоянието му.
- Преодоляването на кризата в глобален план и тенденциите на растеж на горския сектор, основан на въвеждане на новости, като нанотехнологии и др. От друга страна - горският сектор в региона се характеризира с твърде слабо обновяване, незадоволителна инфраструктура, липса на значими работещи връзки с научни институти и други източници на иновационни идеи.
- Тенденцията в глобален план конкурентоспособността да се определя не толкова от конкуренцията между продукти, колкото между вериги на доставки. От друга страна – наблюдаваната регионална раздробеност и ниско равнище на свързаност на предприятията по верига на доставките и в иновационните мрежи.
- Закономерността по-големите предприятия да са по-иновативни и конкурентоспособни от малките. Тя е потвърдена с резултатите от наблюдението на предприятията в региона. Недобрата перспектива се определя от преобладаването на предимно еднолични търговци или

микро предприятия, които нямат необходимите финансови, информационни и човешки ресурси за обновяване на бизнеса си.

Предлаганото тук решение на проблема за преодоляване на съществуващото недобро равнище на конкурентоспособност в пограничния регион е основано на използване на най-нови научни постижения в областта на операционния мениджмънт и преди всичко на управлението на вериги на доставките. От друга страна, решението се основава на положителната нагласа на хората за съвместен бизнес и на обобщение на предложенията, които представителите на предприятията от региона направиха по време на наблюдението. Това решение има две практикоприложни форми:

СЪВМЕСТЕН БЪЛГАРО-МАКЕДОНСКИ ВИРТУАЛЕН ОФИС (VOFIS) за консултации на предприятия от горското стопанство и индустриите, основани на горски ресурси в пограничния регион, създаден от широк интердисциплинарен колектив при използване на съвременните информационни и комуникационни технологии и

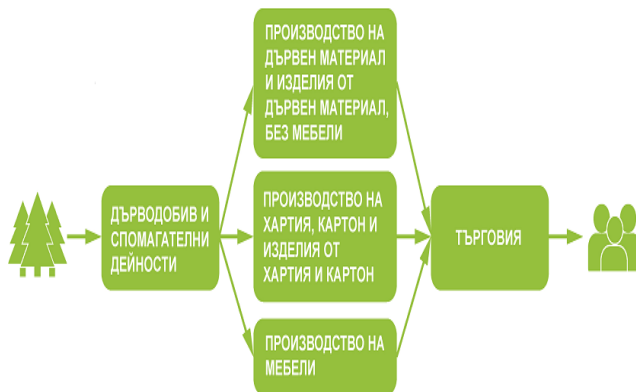
ВИРТУАЛНА ОБРАЗОВАТЕЛНА ПЛАТФОРМА (VEP) за работещите, обучаващите се и всички заинтересовани от развитие на горския сектор.

Услугите, които се предлагат от съвместния виртуален офис включват възможности за ускоряване на комуникацията и предоставяне на необходима информация за:

- Всички предприятия от Горския сектор в Благоевградски и Кюстендилски регион в България и в Североизточен, Югоизточен и Източния регион в Македония по официални източници по кодове на дейност, групирани според мястото във веригата на доставките и с котнакти по електронна поща;
- регистрирани в сайта предприятия, групирани по мястото им във веригата на доставките.

На тази основа може да се иницират нови сътрудничества, като се избират партньори според местоположението и предмета им на дейност, определящ мястото им във веригата на доставките, схематично представена както следва:

Фиг.1 Стилизирано представяне на основни вериги на доставките в горския сектор



Фиг. 2 Връзки на предприятията със секторите на институциите от национална иновационна мрежа.



Може да се установят връзки с основните организации в иновационната мрежа на страната и на Европейския съюз чрез използване на публикуваната структурирана база данни от полезни връзки за други иновационни

партньорства с образователни, изследователски и държавни и неправителствени организации в пограничния регион; национални и международни програми за финансиране; възможности за консултации.

ВИРТУАЛНИЯТ ОФИС предоставя връзки и с над 130 международни браншови организации, както и консултации за стартиране на бизнес и източници на финансиране.

Виртуалната образователна платформа предлага следните услуги:

- различни категории курсове
- информация за нови технологии и продукти, за стандарти и сертифициране в горския сектор
- Курсове за самоподготовка
- Библиотека с научни публикации и филми по темата

За запознаване с провежданата държавна политика са сложени контакти на общините в пограничните райони на Македония и в пограничните райони на България. За започващите бизнес има информация какво представляват и как се правят финансови отчети.

Разработените виртуален консултантски офис и виртуална образователна платформа предоставят услуги, които отговарят на изискванията на потребителите – предприятията от горския сектор в пограничния регион. От друга страна, те предлагат услуги, формулирани на база на най-новите научни постижения в областта на операционния мениджмънт и информационните и комуникационни технологии. Създадени са възможности предприемачите да инициират нови идеи за иновационно сътрудничество на основа на верига на доставките и по този начин да повишат конкурентоспособността на регионалния бизнес. От друга страна, новите практико-приложни решения откриват нови хоризонти пред интердисциплинарните научни изследвания.

проф. д.ик.н. Росица Чобанова

Научен ръководител и координатор на проекта

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. ***: Employment rate, age group 20-64, European countries. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators>
2. ***: Presidency conclusions (2002).Barcelona European council. URL: http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/71025.pdf
3. ***: Sectoral characteristics of working conditions. URL:http://bilsp.org/documents/551_5_%D0%90%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D1%81%20C%20-%D0%A1%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8.pdf
4. ***: Statistics on minimum wage. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Minimum_wage_statistics/bg
5. ***:Gencheva, M., J. Marinova The status of Mothers in Bulgarian legislation: developments and trends or how legislation imposes discriminatory norms and attitudes towards women. URL: <http://www.cwsp.bg/upload/docs/63.pdf>
6. Chobanova, R. & Georgieva, D. (2017). Women in forestry sector in Bulgaria. More wood, better management, increasing effectiveness: starting points and perspective, 114-121
7. Chobanova, R. (2011) Innovativeness of a national economy: The case of Bulgaria. Germany; U.K.; U.S.A.: Lambert Academic Publishing. 361 p. . ISBN 978-3-8465-3096-2
8. Chobanova, R. (2011) Innovativeness of a national economy: The case of Bulgaria. Germany; VDM Verlag Dr. Muller, 361 p. . ISBN 978-3-639-33005-2
9. Chobanova, R. (2016). Intensifying SMES business networks in forestry, 9th International Scientific Conference WoodEMA 2016, The path forward for wood products: a global perspective, p.61-66.
10. Chobanova, R. (ed) (2008) Demand for knowledge in the process of European economic integration. Sofia: Bulgarian academy of sciences – Institute of economics, p. 365 ISBN 978-954-9313-03-1
11. Chobanova, R. 2016 SMEs Resilience through innovative business development In: Impact of economic policies attaining resilient growth.(Eds:M.Radovic Markovic, Marko Mdlovic, Ivana Domazet, Rossitsa Chobanova) Book of abstracts of International scientific conference: Belgarde, 27th of October 2016,pp=13-20 ISBN 978-86-89-89465-25-9:
12. Chobanova, R.; Georgieva, D. (2017). WOMEN IN FORESTRY SECTOR IN BULGARIA In:More wood, better management, increasing effectiveness: starting points and perspectives, Prague: Czech University of Life Science, Editor-in-chief: Roman Dudik, ISBN: 978-80-213-2761-0 pp.114-122
13. Chobanova, R.; Popova, R. (2017). IMPROVING FORESTRY SECTOR MANAGEMENT IN THE REGION OF BLAGOEVGRAD AND KYUSTRNDIL IN BULGARIA . BULGARIA In: More wood, better management, increasing

- effectiveness: starting points and perspectives, ISB Prague: Czech University of Life Science, Editor-in-chief: Roman Dudik N: 978-80-213-2761-0, PP,122-129
14. Communication from the Commission: A new EU Forest Strategy: for forests and the forest-based sector, COM(2013)659 final
 15. Communication from the Commission: A Stronger European Industry for Growth and Economic Recovery. Industrial Policy Communication Update, COM(2012)582, 10.10.2012
 16. Communication from the Commission: An Integrated Industrial Policy for the Globalisation Era. Putting Competitiveness and Sustainability at Centre Stage, COM(2010)614, 28.10.2010
 17. Communication from the Commission: Industrial Renaissance COM(2014) 3 NACE Rev. 2 Division 16 ("Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials")
 18. Communication from the Commission: innovative and sustainable forest-based industries in the EU, COM (2008)113, February 2008
 19. Council Directive 2010/18/EU of 8 March 2010 implementing the revised Framework Agreement on parental leave concluded by BUSINESSEUROPE, UEAPME, CEEP and ETUC and repealing Directive 96/34/EC
 20. Country report Bulgaria (2016), A thorough review on the prevention and correction of macroeconomic imbalances, Brussels, 26/02/2016, the SWD (2016) 72 final
 21. Cuberes D., M. Teignier (2011). World Development Report 2012: Gender Equality and Development, World Bank
 22. Europe 2020 strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels, 3.3.2010 COM (2010) 2020 final
 23. Europe 2020: National reform programme (2015). Republic of Bulgaria, Ministry of Finance
 24. European Commission (2013). Employment and Social Developments in Europe
 25. European Commission: A Blueprint for the EU Forest-based Industries (woodworking, furniture, pulp & paper manufacturing and converting, printing), SWD(2013)343.
 26. European Commission: the EU furniture market situation and a possible furniture products initiative. Final report, Framework Contract /ENTR/008/006, Brussels, November 2014
 27. EUROSTAT, Statistics Explained, Manufacture of wood and wood products statistics – NACE Rev. 2, available at: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Manufacture_of_wood_and_wood_products_statistics_-_NACE_Rev_2#Further_Eurostat_information, last accessed in August 2014.
 28. Georgieva, D. (2016). Opportunities of using interactive teaching methods in accounting disciplines taught at higher education institutions. Modern distance learning: trends, policies and good practices, IBS, 488-499

29. Labor Code, promulgated. SG. br.26 from 1986., last amended and supplemented. SG. 105 from 30 December 2016
30. Labour force participation of women (2015). European Commission, 2015
31. M.Radovic Markovic, Marko Mdlovic, Ivana Domazet, Rossitsa Chobanova, 2016, Impact of economic policies attaining resilient growth, Book of abstracts of International scientific conference: Belgarde, 27th of October 2016,pp=.13-20 ISBN 978-86-89-89465-25-9
32. Revenga A., S. Shetty (2012). Empowering Women Is Smart Economics, Finance & Development, Vol.49, №1
33. Stefanova - Bogdanska, D. (2014). Specifications management salaries in the furniture industry
34. Tracking the gender pay gap in the European Union (2014). Luxembourg: Publications Office of the European Union
35. Чобанова Р, 2016, Новата икономическа концепция за интелигентна специализация на Форѐ и концепцията за иновативност на националната икономика: общо и специфично. В: Алтернативи за икономическото развитие през XXI век: теории, политики, решения, С.: клуб Икономика, с.81-92, ISBN 978-954-90138-3-2
36. Чобанова Р, 2017, Научното и иновационно сътрудничество между БАН и МАНИ – потенциал и перспективи според резултати от пилотно анкетно проучване, В: Чобанова Р., Л.Коцарев (ред), Българо-Македонското научно и иновационно сътрудничество, София – Скопие:ИИИ при БАН и Авангард, 200стр. ISBN 978-954-9313-04-8, ISBN 978-619-160-73
37. Чобанова Р, 2017, Научното и иновационно сътрудничество между БАН и МАНИ – потенциал и перспективи според резултати от пилотно анкетно проучване, В: Чобанова Р., Л.Коцарев (ред), Българо-Македонското научно и иновационно сътрудничество, София – Скопие:ИИИ при БАН и Авангард, 200стр. ISBN 978-954-9313-04-8, ISBN 978-619-160-737-2
38. Чобанова Р., Л.Коцарев (ред) 2017, Българо-Македонското научно и иновационно сътрудничество, София – Скопие:ИИИ при БАН ; Авангард, 200стр. ISBN 978-954-9313-04-8, ISBN 978-619-160-737-2
39. Чобанова Р., Л.Коцарев (ред) 2017, Българо-Македонското научно и иновационно сътрудничество, София – Скопие:ИИИ при БАН и Авангард, 200стр. ISBN 978-954-9313-04-8, ISBN 978-619-160-737-2
40. Чобанова, Р. (2012) Иновативност на националната икономика. София: АИ „Проф. Марин Дринов” 435 с. ISBN 978-954-322-562-0, DOI: 10.7546/9789543225620

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДЕФИНИЦИИ И КЛАСИФИКАЦИИ

Горски сектор – определяне на обхвата и дейностите

Горският сектор включва Горското стопанство и Дървообработващата и мебелна промишленост (дървообработка и производство на мебели), наричана още Горска промишленост.

Горското стопанство е отрасъл от икономиката, който има за цел стопанисването на част от природните ресурси – горите, а **дърводобивът** е дейността по добиване на дървесина. В горското стопанство терминът обхваща отделни дейности като рязане, първична обработка на място, влачене и/или товарене на добития дървен материал (дървени трупи и дънери) в превозни средства, извозване извън гората, обикновено към дъскорезници или складове за дървен материал.

Горската промишленост включва дейностите по дървообработка и производство на мебели, свързани с производството на продукти от дървесина, влизащи в състава на крайния продукт – мебелите.

Дървообработването включва дейности по преработка на дървесната суровина като разкрояване, рендосване и импрегниране на дървен материал, производство на изделия от дървен материал, корк, фурнир и дървесни плочи, паркетни плочи, дограма и изделия от дървен материал за строителството, опаковки от дървен материал и др. изделия. Продукцията на дървообработващите предприятия е основен материал в производството на мебели и това поставя на фокус мебелите като краен продукт и резултат в ДМП.

Производството на мебели включва различни етапи до производството на крайния продукт – мебелите, които се диференцират като *мебели за обществено обзавеждане* и *мебели за жилищно обзавеждане*. *Мебелите за обществени пространства* са предназначени за училища, банки, хотели и ресторанти, офиси, институции и др., а *мебелите за домашно обзавеждане* са за различни функционални зони на жилището – кухненско обзавеждане, мебели за спалня, трапезария и баня. Мебелната индустрия се характеризира и с нарастващо значение на правата на потребителите на мебели. Това поставя на фокус отличителните предимства на мебелните предприятия в ЕС. Те осъзнават, че за да се справят с конкурентния натиск трябва да се фокусират върху основните си умения, с които да увеличат добавената стойност, докато другите услуги и продукти да предоставят на най-добрите подизпълнители и доставчици. На практика, възможностите са две:

- *продуктова диверсификация*: производство на широка гама от продукти (например мека мебел, офис мебели);
- *продуктова специализация*: фокус върху конкретен продукт в много видове и различни цветове, осъществяване на довършителни дейности, използване на разнообразни материали, цветове и размери (например производство само на мека мебел).

Производството на мебели включва някои основни компонента, от които зависи неговата специфика, мащаб, резултати. Използваната технология в предприятията е комплекс от материали, производствени машини, средства за обработка на материалите, информационни системи. Бързата доставка и следпродажбеното обслужване са задължителните изисквания на всички купувачи днес. А интеграцията на производството и дизайна на мебели намалява необходимите площи за проектиране и производство и спестява пространство.

Според КИД-2008 г., икономическите дейности в областта на горското стопанство (02) и горската промишленост (16, 31) в България биват:

02 Горско стопанство

02.1 Възпроизводство на гори

02.2 Дърводобив

02.3 Събиране на диворастящи и недървесни продукти

02.4 Спомагателни дейности в горското стопанство

16 Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене

16.1 Разкрояване, рендосване и импрегниране на дървен материал

16.10 Разкрояване, рендосване и импрегниране на дървен материал

16.2 Производство на изделия от дървен материал, корк, слама и материали за плетене

16.21 Производство на фурнир и дървесни плочи

16.22 Производство на сглобени паркетни плочи

16.23 Производство на дограма и други изделия от дървен материал за строителството

16.24 Производство на опаковки от дървен материал

16.29 Производство на други изделия от дървен материал; производство на изделия от корк, слама и материали за плетене

31 Производство на мебели

31.0 Производство на мебели

31.01 Производство на мебели за офиси и магазини

31.02 Производство на кухненски мебели

31.03 Производство на матраци и дюшеци

31.09 Производство на други мебели

Обхващайки целия процес от добив на дървесина до производството на конкретни тип мебели, **етапите на обработка** от добива до крайния продукт включват:

1. Дърводобив

- Добив на дървесна суровина (обла дървесина)

2. Дървопреработка

- Производство на фасонирани материали (дъски, греди, детайли)
- Производство на плочести материали (ПДЧ, ПДВ, MDF, OSB)
- Производство на шперплат
- Производство на фурнир
- Производство на дограма
- Производство на амбалаж
- Производство на опаковки и др.

3. Производство на мебели

- Производство на мебели за дома
- Производство на мебели за обществените пространства

Технико-икономическите особености на Горската промишленост се свеждат до (Григоров, 2008):

- основната суровина, която се използва в дървообработващите производства, е дървесината;

- върху дървесината се извършва механична обработка, която в производствата на плочи, шперплат, слоеста дървесина и др. се съчетава и с химична;
- ниска транспортбилност на суровините, материалите и продукцията на база дървесина;
- значителните количества дървесни отпадъци, съпровождащи различните фази на обработка на дървесината и степента на тяхното използване;
- при многократното участие на дървесината в различните фази на технологичните процеси за механична обработка с количеството прибавен труд в процеса на производството, се увеличава икономическата ѝ стойност.

Типовете производства в Горската промишленост са свързани с начините на обработка на дървесната суровина или материали на база дървесина, производствената технология, специфичните особености на вида производство. Операциите, свързани с етапите на обработка в Горската промишленост включват: разкрояване; рязане; сушене; рендосване; пресоване; фрезоване; пробиване; фурнироване; шлайфане; кантиране; лакиране и др. При производствата на плочи от дървесни частици (ПДЧ) и плочи от дървесни влакна (ПДВ), чийто начин на обработка на дървесината е чрез пресоване, независимо от мащаба на производствените мощности, тяхното производство е от масов тип, а формата на организация на производството е поточна. В тези случаи на производство на масова продукция, каквито са ПДЧ и ПДВ, потребителите не могат да влияят, тяхното влияние е вече в по-следващия етап на облагородяване на плочите - при ламиниране (мат или гланц), каширане, фурнироване, лакиране и т.н. (Григоров, 2008)

Със същата характеристика и поточна форма на организация са и производствата на шперплат и на фурнир, с разлики, които се определят по-скоро от дебелините и от вида на произвежданата продукция. Така напр. шперплатът може да бъде водоустойчив, огнеустойчив, технически и т. н., но с това неговото масово производство, както и на фурнира, не се променя.

Когато начините на обработка на дървесината са чрез рязане, каквито са повечето от извършваните операции в дърворезно-амбалажното производство, технологиите на разбичване (разкрояване) на дървесната суровина се определят в зависимост от вида на използваната основна машина в производствения процес: гатер, блок-банциг, фрезопризмраща машина, циркуляри, сдвоени банциги, комбинирани. Характерно за дърворезно-амбалажното производство е, че за разлика напр. от производството на

мебели или дограма, неговата продукция не може да бъде отнесена към нито един вид на дребно, средно или голямо серийно производство.

Дърворезното производство подлежи на специализация по отношение асортимента на продукцията, дали да произвежда само дъски или само греди, само янове, само траверси, или групи от тях, както и по отношение на размерите - най-вече по дебелина и по широчина. Независимо от степента на специализация, обаче, продукцията си остава фасонирани материали. Съществена особеност е, че при разкрояването, което в голяма степен зависи и от дървесната суровина, се произвеждат и съпътстващи материали (подкапачни дъски, детайли за мебели и др.). Като се има предвид специализацията на извършваните производствени операции и използваното специализирано оборудване, както и характерът на произвежданата продукция, дърворезното производство се класифицира към производствата с групова форма на организация на производството. Разбира се, и тук може да има изключение, ако се използва фрезопризмираща машина и частта от облата дървесина, оставаща след нейното профилиране, се надробява на технологични трески. Тогава може да бъде конфигурирана и поточна форма на организация на производството. Следва да се подчертае, че влиянието на потребителското търсене на фасонирани материали по отношение на индивидуализиране на потребностите не е фактор, който да влияе на производството. Разбира се, и тук както при всички други производства, изискванията от гледна точка на размери и качество на фасонираните материали остават и с времето тези изисквания ще се увеличават.

В мебелното производство, за разлика от производствата на плочести и фасонирани материали, съществува голямо разнообразие от гледна точка на серийност на произвежданата продукция и форма на организация на производството. В малките занаятчийски работилници и единичен тип производство в условията на работа по поръчка, формата на организация е индивидуална. В предприятията с дребно, средно и голямосерийно производство, с преминаването от поръчковия към конфекционалния способ на производство, с увеличаване специализацията на производствените операции и на използваното оборудване и обемите на еднотипно произвежданата продукция, се преминава към групова форма на организация на производството. В производството на мебели е трудно организирането на поточна линия, която да обхваща всички производствени операции и процеси, поради факта, че със смяната на производството на едни модели с други, се променят и техните конструкции, а заедно с това и основните (лимитиращи) машини, в потоците на обработка на масивна дървесина и на плочести материали.