



www.competencemap.bg



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051P0001-2.1.06. "Разработване и внедряване на информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони"  
Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Развитие на човешките ресурси", съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

*Инвестира във вашето бъдеще*



Европейски социален фонд



www.bia-bg.com

---

# Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води“

---

---

*Дефицитни работни места, професии (специалности),  
компетентности*

---

---

*София, юли 2012 г.*

---

## РЕЗЮМЕ

*През последното десетилетие в културата на потребление на българина настъпват съществени изменения, които водят до коренни технологични и структурни промени в сектора. Силно се развива водоналивната промишленост. В експлоатация се пускат нови мощности за производство на плодови напитки. На пазара все повече се търсят продукт с подобрени функционални качества. Българският потребител се обръща към напитки с ясно изразени здравословни характеристики. Особено бързи промени настъпват на пазара, което налага нова организация на търговската дейност на предприятията. Всичко това променя изискванията към професионалните качества, умения и компетенции на заетите в сектора.*

*Направен е анализ на основните икономически показатели в сектора, които характеризират влиянието на финансовата и икономическата криза за структурните промени в последните няколко години. Изтъкнато е, че секторът е един от най-динамично развиващите се в отрасъл хранително-вкусова промишленост.*

*Очертани са основните фактори, които оказват влияние върху развитието на човешките ресурси в сектора. Направен е анализ на демографските особености на заетите, на тяхното образователно и квалификационно равнище и връзката им с възрастовата характеристика. Секторът е силно повлиян от законодателните промени в областта на безопасността на храните, което води до бързо редуциране на броя на фирмите в годините след присъединяване на страната към ЕС. На пазара остават по-малко на брой предприятия, които имат финансов и кадрови ресурс да отговорят на високите изисквания за производство на качествени и безопасни продукти. Направена е характеристика на ефективността на водещите в сектора предприятия.*

*Отразени са рисковете по отношение на квалификацията, уменията и компетенциите на заетите за сектора в следващия период, които са свързани преди всичко с процесите, които протичат на пазара.*

*Направени са прогнози за развитието на сектора, свързани с очакваните промени преди всичко с организационната структура в следващия период. Посочено е, че в сектора настъпват качествени изменения, свързани с подобрения в професионалната характеристика на заетите, но броя и относителния дял на кадрите с ниска квалификация остава висок. Дефинирани са дефицитите от професии и нови работни места*

*В анализа е отделено място на стратегиите за посрещане на необходимите умения и компетенции на заетите в сектора и са посочени добри практики на водещи предприятия по прилагането на политики за управление на човешките ресурси, както и на системи на заплащане и стимулиране на персонала.*

*Посочени са слабостите в системата на образование, свързана с подготовката на кадри за сектора. Направени са препоръки за усъвършенстване на отношенията между бизнеса и учебните заведения в страната за постигането на по-високи стандарти на професионално обучение и за практическата подготовка на учащите се. Подчертана е определящата роля на работодателите в разработването на конкретни учебни програми и оценката на потребностите от обучение по професии и специалности, както и значението на междуинституционалните връзки с участниците на пазара на труда и образователните институции.*

Заглавие на анализа:	Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”
Срок за изпълнение:	01.06-31.07.2012 г.
Дата на представяне:	Краен срок за представяне на анализа – 31.07.2012 г.
Наименование на дейността:	Провеждане на основни анализи и проучвания
Задача 5.3.2.9	5.3.2.9 – Секторен анализ на компетенциите на работната сила в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”
ISBN	ISBN 978-954-9636-40-6
Версия:	<input type="checkbox"/> Чернова <input type="checkbox"/> Междинна версия <input checked="" type="checkbox"/> Финална версия
Тип:	Анализ
Ниво на разпространение:	<input checked="" type="checkbox"/> Публично <input type="checkbox"/> Ограничено
Изготвили:	Милчо Бошев Валентин Бъчваров Камен Колев
Отговорник:	Кирил Желязков
Ръководител на дейността:	Силвия Тодорова
Редактор	Доц. д-р Иван Йовчев
Коректор	Анета Алашка
Кратко резюме	<p>Целта на този документ е анализиране на основните тенденции в количествените и качествените показатели в развитието на сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” в България през последните няколко години и влиянието на икономическата криза върху заетостта. Изследвани са основните фактори, които влияят върху развитието на човешките ресурси. Отделено е място на демографските особености в сектора. Анализирано е образователното ниво и квалификацията на заетите в сектора. Направена е прогноза за развитието на сектора, възможните очаквания в неговото технологично и структурно развитие, посочени са очакванията за необходимостта от появата на нови професии, специалности и работни места.</p> <p>Засегнат е въпросът за необходимостта от нови умения и компетенции в сектора. Описани са примери за добри практики, политики и системи за управление на заплащане и стимулиране. Посочени са слабостите в системата на професионално обучение на учениците и студентите, както и в отношенията на бизнеса към образователната система .</p>
Ключови думи	Човешки ресурси, образователно ниво, обучение, качество, оценка, компетенции, квалификация, знания, умения, способности, ключови длъжности, стимулиране

## Съдържание

Резюме .....	2
Раздел 1. Въведение .....	7
1.1. Цел на документа и връзка с другите проучвания/ изследвания/ анализи.....	7
1.2. Цел на анализа .....	7
1.3. Дефиниции, терминология и източници на информация .....	8
1.4. Методология.....	9
Раздел 2. Сценарии и прогнози за развитие. Очаквания за промяна на знанията и уменията в сектора, работните места и професиите .....	10
2.1. Икономически показатели и показатели за заетостта в сектора: на национално ниво и сравнение с ЕС (водещи страни), вкл. влияние на икономическата и финансова криза.....	13
2.2. Основни фактори, влияещи върху развитието на човешките ресурси – текущо състояние в сектора .....	20
2.2.1. Демографски особености .....	20
2.2.2. Умения и квалификация на заетите в сектора .....	21
2.2.3. Рискови фактори.....	24
2.2.4. Нови работни места – характеристики и качество .....	25
2.3. Прогнози за развитие на сектора, промяна на технологиите и организационната структура за периода 2014-2020 г. ....	26
2.4. Изводи за наличните и очакваните да се проявят нови професии, специалности и работни места	30
2.5. Дефиниране на дефицитни професии и специалности в сектора .....	32
Раздел 3. Стратегии за управление и мотивиране на човешките ресурси, повишаване компетенциите на работната сила.....	35
3.1. Стратегии за управление на дефицитите в човешкия капитал.....	35
3.1.1. Политики и системи на управление, заплащане и стимулиране .....	36
3.1.2. Инвестиции в развитието на човешките ресурси .....	37
3.2. Професионално обучение .....	40
Раздел 4. Място на сектора в икономиката на Европа. ....	48
Раздел 5. Административна среда. Препоръки, включително за промяна в нормативната уредба.....	53
Раздел 6. Изводи и заключения.....	55
Раздел 7. Литературни източници .....	57
Раздел 8. Приложения .....	58
8.1. Приложение 1 Потребление на напитки на глава от населението в страните от ЕС и България за 2011 г., в литри .....	58
8.2. Приложение 2 Потребление на неалкохолни напитки на глава от населението в страните от ЕС и България за 2011 г., в литри .....	59
8.3. Приложение 3 Консумация на някои категории безалкохолни напитки в страни на ЕС на глава от населението през 2011 г. ....	60

## Използвани съкращения:

<b>Съкращение</b>	<b>Описание на съкращението</b>
АПБНБ	- Асоциация на производителите на безалкохолни напитки в България
Аутсорсинг	- Организиране на производство извън дадена компания, (от английското outsourcing, което е съкращение от Outside Resource Using)
БАН	- Българска академия на науките
БСК	- Българска стопанска камара – съюз на българския бизнес
ВУ	- Висше училище
ДМА	- Дълготрайни материални активи
ДОИ	- Държавни образователни изисквания
ЕИТ	- Електронноизчислителна техника
ЕС	- Европейски съюз
ИКХТ	- Институт по криобиология и хранителни технологии
ИСОК	- Информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони
ИТ	- Информационни технологии
КИП и А	- Контролноизмервателни прибори и автоматика
МИЕТ	- Министерство на икономиката, енергетиката и туризма
МОМН	- Министерство на образованието, младежта и науката
МСП	- Малки и средни предприятия (и микро)
МТСП	- Министерство на труда и социалната политика
НАССР	- Система за безопасност на храните
НИРД	- Научноизследователска и развойна дейност
НКПД	- Национална класификация на професиите и длъжностите
НСИ	- Национален статистически институт
ОКС	- Образователно-квалификационна степен
ПРОДПРОМ - 2008	- Номенклатура на промишлената продукция (в сила от 2008 г.)
ПГ	- Професионална гимназия
СУК	- Система за управление на качеството
УХТ	- Университет по хранителни технологии
ЦПО	- Център за професионално обучение
NACE Rev 1.1	- Статистическа класификация на икономическите дейности за Европейската общност. (фр. „Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne”) Редакция 1.1 е в сила до м. декември 2008 г.
NACE Rev. 2	- Статистическа класификация на икономическите дейности за Европейската общност. Редакция 2 е в сила от м. януари 2008 г.

## Раздел 1. ВЪВЕДЕНИЕ

### 1.1. ЦЕЛ НА ДОКУМЕНТА И ВРЪЗКА С ДРУГИТЕ ПРОУЧВАНИЯ

Секторният анализ е подготвен по проект „Разработване и внедряване на информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони”. Проектът се осъществява в периода 2009-2013 г. от Българска стопанска камара - съюз на българския бизнес (БСК), в съответствие с договор № BG051PO001-2.1.06/23.10.2009 г. по мярка BG 051PO001-2.1.06 „Повишаване гъвкавостта и ефективността на пазара на труда чрез активни действия на социалните партньори” по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси” 2007-2013, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд и Европейския фонд за регионално развитие. Партньори по проекта са Конфедерация на независимите синдикати в България (КНСБ) и Конфедерация на труда „Подкрепа”.

Проектът се реализира чрез няколко основни етапа:

1. Анализ и оценка на състоянието на пазара на труда, нагласите на бизнеса, отношението към квалификацията и обучението, включително и секторни анализи.
2. Изграждане на Националната референтна мрежа, съставена от 20 секторни консултативни съвети със социалните партньори и 10 регионални центрове за оценка на компетенциите.
3. Определяне на ключовите длъжности и позиции за всеки сектор. Разработване на секторен компетентностен модел, отразяващ стандартите в най-малко 200 длъжности за обхванатите от проекта 20 пилотни сектора. Създаване за всяка длъжност на компетентностен профил, представляващ стандарт за професионално трудово представяне.
4. Изграждане на онлайн базирана информационна система, включваща секторните компетентностни модели и каталози с компетенции, длъжностни профили и стандарти, електронна платформа за е-обучение и оценяване, платформа за анализи на пазара на труда, ресурсен каталог за развитие и др.

Основната цел на проекта е повишаване на адаптивността, ефективността и балансиране на търсенето и предлагането на пазара на труда чрез изграждане на система за оценяване на компетенциите на работната сила на браншово и регионално ниво.

### 1.2. ЦЕЛ НА АНАЛИЗА

Анализът е разработен от екип експерти, предложени от Секторния консултативен съвет „Безалкохолни напитки и бутилирани води”. Във втория етап от изготвянето на секторни анализи през 2012 г. основна задача на анализа е да задълбочи изследването на тенденциите в управлението на човешките ресурси в сектора, като се отчетат очакваните промени в технологично и организационно отношение за периода 2014-2020 г. Водещ акцент в изследването е прогнозата на вероятностните нови умения, компетенции и професии в сектора, едновременно с очертаване на дефицитните работни места, професии, специалности, умения и компетенции.

Структурата и съдържанието на настоящия анализ ще бъдат допълнени и доразвити в следващия етап от изпълнението на проекта с оглед формирането и обосновката на конкретни предложения за секторна политика по отношение числеността, структурата, компетенциите и други съществени характеристики на работната сила в сектора.



Резултатите от настоящото изследване ще послужат и за агрегиране на национално равнище на данните при разработването на други предстоящи за разработване материали по Проекта, в т.ч. най-малко на:

- Анализ на възможностите и тенденциите за технологично развитие на българските предприятия, 2012 г.;
- Проучване на пазара на труда в България, 2012 г.;
- Анализ на основните проблеми при развитие и управление на национално, секторни и регионално ниво на оценяването на компетенциите на работната сила, 2012 г.;
- Подготовка на предложения за промени в приложимата нормативна уредба, свързана с насърчаването на ученето през целия живот и кариерното развитие като основен компонент на гъвкавата сигурност, 2012 г.

---

### 1.3. ДЕФИНИЦИИ, ТЕРМИНОЛОГИЯ И ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ

---

Анализът обхваща сектор „Производство на безалкохолни напитки, минерални и други бутилирани води”. Секторът е обособен сектор на най-ниското ниво на класификация на дейностите съгласно действащия класификатор на икономическите дейности КИД-2008<sup>1</sup>, DA 1107. В действащият до 2008 г. класификатор секторът „Производство на минерални води и безалкохолни напитки” също е дефиниран на най-ниско ниво – С 1598. Обхватът на дейностите по двата класификатора е идентичен.

Този клас включва производството на безалкохолни напитки, с изключение на безалкохолните вина и пиво.

Включва:

1. производство на натурални минерални, изворни, трапезни и други бутилирани води;
2. производство на безалкохолни напитки – тип лимонади, колови, тоници и битери, с плодови и неплодови аромати, портокалови, студен чай и други.

Не включва:

1. производство на плодови и зеленчукови сокове;
2. производство на млечни напитки;
3. производство на продукти от кафе и чай;
4. производство на алкохолни напитки;
5. производство на безалкохолни вина;
6. производство на безалкохолно пиво;
7. производство на лед;
8. бутилиране и етикетирание като част от търговията на едро;
9. бутилиране и етикетирание, извършвани срещу заплащане по договор или еднократно<sup>2</sup>.

Анализът обхваща сектор „Производство на безалкохолни напитки и бутилирани води” за периода 2000 – 2011 г. Включени са данни и информация налични в сайта на Евростат, като за някои от показателите са ползвани и собствени изчисления.

---

<sup>1</sup> <http://www.nsi.bg/Classifics/KID-2008.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.nsi.bg/Classifics/KID-2008.pdf>



Като основни източници на информация за разработването на настоящия анализ са ползвани:

1. Доклади и анализи по проекта, в т.ч.:
  1. Анализ на състоянието и перспективите пред икономиката на България (2011 и 2012);
  2. Анализ на състоянието и развитието на българските предприятия по сектори и региони (2011 и 2012).
2. Официални статистически източници:
  - НСИ;
  - НОИ;
  - Евростат.
3. Други източници:
  - годишници и годишни отчети на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България - 2009, 2010 и 2011 г.;
  - най-добри практики (Best practices);
  - решения и документи на регулаторни органи, държавни ведомства и институции;
  - специализирани изследвания от неправителствени организации, агенции за пазарни проучвания и др.;
  - анкети и интервюта, проведени с основни участници на пазара и потребители;
  - издания на европейски и международни организации;
  - собствени експертни заключения и оценки.

---

## 1.4. МЕТОДОЛОГИЯ

---

Основен инструментариум, използван при разработването на това изследване, например Desk Research, като са използвани следните източници на данни: НСИ, Евростат, БСК, АПБНБ отчети и публикации по темата, отчети на министерства и ведомства, засягащи обекта на настоящия анализ, правителствени стратегии и др. Използвани са данни за сектор производство на безалкохолни напитки по КИД 2008 г., код 1107.

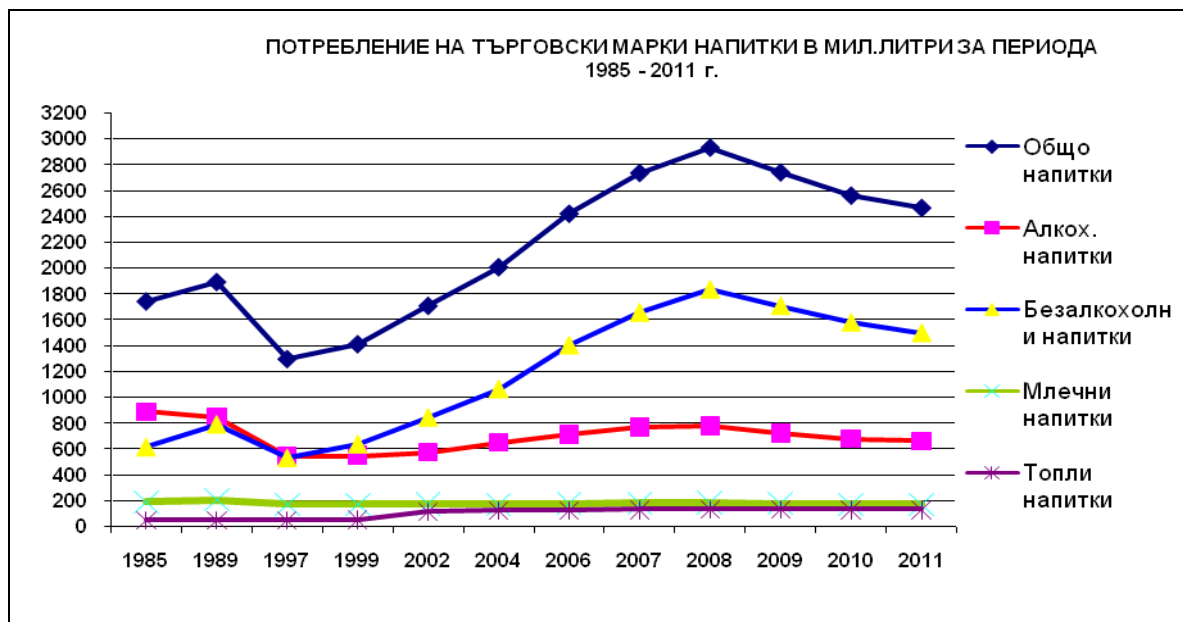
Основните цели на анализа са свързани с:

- Актуализиране на икономическите показатели и показателите на заетостта в сектора;
- Тенденции в развитието на предприятията в сектора;
- Факторите, които влияят върху развитието на човешките ресурси в сектора;
- Изменения в условията на търсенето и предлагането в резултат на промени в държавното регулиране, нормативната уредба, общата икономическа обстановка в страната и ЕС;
- Очертаване на тенденции, които са специфични за сектора;
- Сценарии и прогнозни очаквания за бъдещите нужди от умения, познания, професии;
- Състояние и развитие на икономическите дейности, включени в сектора;
- Изменения в структурата на заетите: по възраст, квалификация, професии;
- Състояние и развитие на образователната и професионално-квалификационна структура на заетите в сектора и отделните икономически дейности;
- Информация за водещи предприятия от сектора;
- Дефицитни професии и длъжности в сектора, включително по водещи предприятия;
- Сравнение със секторен анализ в рамките на ЕС и мястото му в производството на напитки.

## Раздел 2. СЦЕНАРИИ И ПРОГНОЗИ ЗА РАЗВИТИЕ. ОЧАКВАНИЯ ЗА ПРОМЯНА НА ЗНАНИЯТА И УМЕНИЯТА В СЕКТОРА, РАБОТНИТЕ МЕСТА И ПРОФЕСИИТЕ

Сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води“ е един от най-динамично развиващите се в хранителната промишленост на България до 2009 г. В периода след 1990 г. средногодишният темп на нарастване на потреблението, и свързаното с това нарастване на производството, е над 15%. Браншът става водещ сред всички останали сектори, произвеждащи напитки и е определящ за общо нарастване на потреблението на всички видове търговски марки напитки.

Фиг. 1 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ТЪРГОВСКИ МАРКИ НАПИТКИ В ПЕРИОДА 1985-2011 г., млн. литри



Източник: АПБНБ.

В сектора се сегментират и обособяват няколко направления дейности. Особено бързо се развива водоналивната промишленост. Правят се сериозни инвестиции в производството на плодови напитки. Бързото нарастване на потреблението дава възможност за силен интерес и насочване на инвестициите в сектора, които за този период достигат над един милиард лева. Успоредно с това се развива съпътстваща дейност за производство на опаковки и суровини. В рамките на едно десетилетие потреблението на бутилирани води нараства близо 12 пъти, на плодови сокове над 6 пъти, на негазирни напитки над три пъти. Общото потребление на безалкохолни напитки се увеличава близо три пъти, което отрежда челно място на сектора в цялата хранителна промишленост. Това в голяма степен предопределя и сравнително по-доброто заплащане на труда в сектора и възможностите за по-качествен подбор на заетите в него.

Увеличеното потребление на безалкохолни напитки в България позволява много бързо да се постигнат резултати близки до потреблението в страните на ЕС по редица показатели на глава от населението, посочени в приложение 1, приложение 2 и приложение 3.

Съществени промени настъпват не само в количествено отношение, но и в структурата на потребление. В рамките на едно десетилетие се обръщат нагласите в потреблението на българина. Така например консумацията на бутилирани води изпревари потреблението на

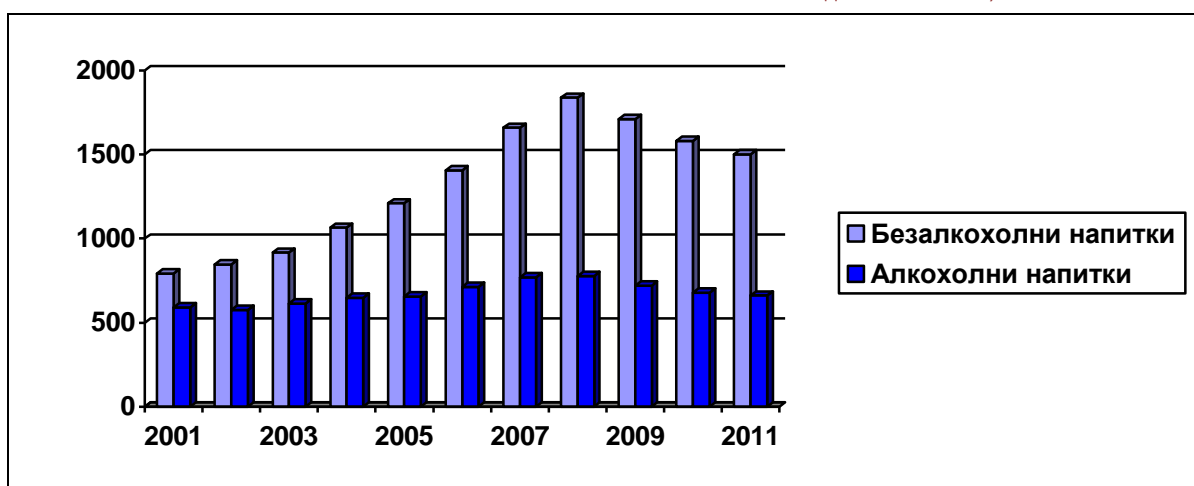
газирани напитки. Съотношението между консумацията на алкохолни и безалкохолни напитки в общото потребление на всички категории напитки на българския пазар от 44%:44% през 1990 г. се променя на 62%:26% в полза на безалкохолните напитки през 2009 г.

Фиг. 2 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ В СЪОТНОШЕНИЕ 1990, 2001, 2011 г.



Източник: АПБНБ.

Фиг. 3 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА АЛКОХОЛНИ И БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ В ПЕРИОДА 2001-2011г., мил. литри



Източник: АПБНБ.

Съществени и трайни промени настъпват в културата на потребление на българския консуматор. Те от своя страна водят до промени в структурата и организацията на работа на предприятията в сектора. На пазара се появяват нови категории напитки – студен чай, спортни, енергийни, функционални напитки, които изискват други познания, технологична подготовка и умения на заетите в производствената и търговската дейност в сектора. Новите категории напитки предполагат нов тип опаковки и разфасовки. На преден план излизат проблеми свързани с ефективността на логистиката, на транспортните схеми, в прилагането на нови пазарни стратегии.

Увеличеното търсене на напитки на студения пазар, или т.н. „хорека“ сектор (хотели, ресторанти и кафета) е причина компаниите да преориентират инвестиционните си програми в закупуване на оборудване за бутилиране на напитки в подходящи за този пазар опаковки и разфасовки (предимно стъклени и в по-малки разфасовки).

Нарастването на обемите и пазарните позиции на някои предприятия предизвиква необходимостта от разширяването на портфолиото им. Тези, които произвеждат „сладки” напитки се ориентират в производството на бутилирани води и обратното – много от предприятия, които до този момент бутилират само води включват в портфолиото си производството или дистрибуцията и на други напитки. Тази пазарна ситуация предполага въвеждането на нови технологични и организационни схеми, както в производството, така и по цялата верига на логистиката, дистрибуцията, маркетинга и пазара. Това е свързано с необходимостта от допълнително обучение и преквалификация или наемане на персонал.

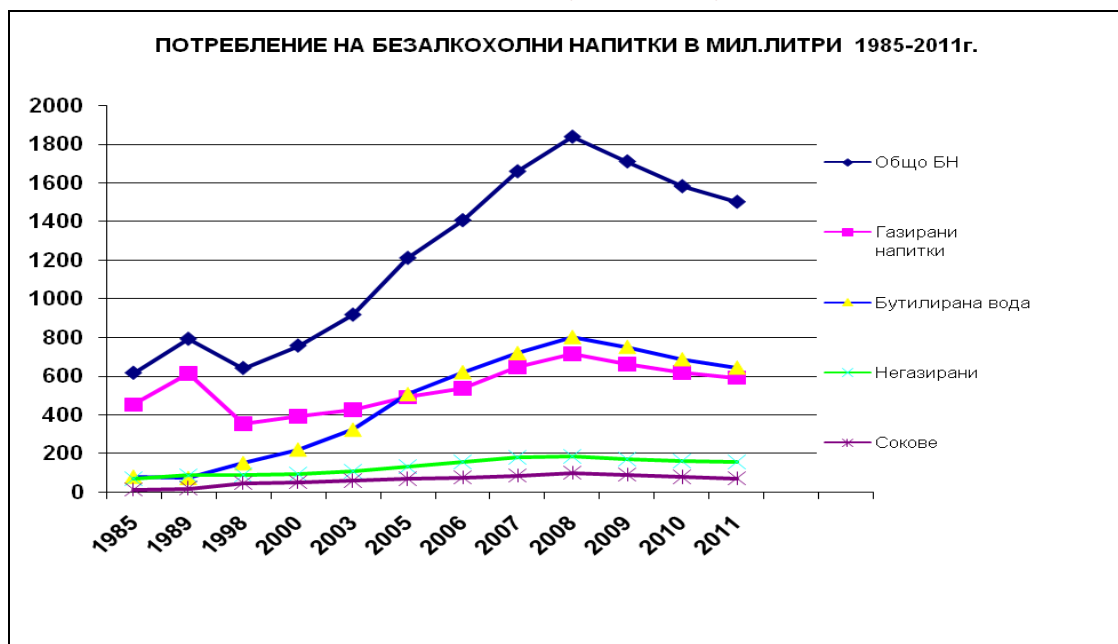
Промените в динамиката на потреблението на безалкохолни напитки са видни от приложените таблица 1 и фиг. 4.

Таблица 1 **ПРОМЯНА В ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ (2005-2011 г.), %**

Година/Индекс	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2006/2005	2007/2006	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010
Безалкохолни напитки (в мил. литри)	1210	1405,4	1658,1	1837,5	1709,7	1581,2	1500,6	16,1	18,1	10,8	-7	-7,5	-5,1
Бутилирана вода	507,8	621,8	719,9	803,6	753,3	688,7	645,5	22,2	15,9	11,5	-6,2	-7,2	-6,3
Газирани напитки	490,9	537,5	648,1	715,2	661,1	617,4	591,2	9,4	20,7	10,3	-7,5	-6,4	-4,2
Плодови сокове и нектари	67,6	74,1	85,2	98,4	89,3	76,8	69,7	9,5	15,1	15,8	-9,2	-14	-9,2
Негазирани напитки и сиропи	132,4	156,6	180,1	182,5	169,2	160,5	155,8	18,6	15,4	1,4	-7,3	-5,1	3
Студен чай	7,7	9,5	14,2	21,1	22,3	26,2	26,5	23,3	60,1	5,7	9,9	17,5	1
Спортни и енергийни напитки	3,9	5,9	10,6	16,7	14,5	11,6	11,9	51,3	79,7	57,5	-13,2	-18,1	2,5

Източник: АПБНБ.

Фиг. 4 **ПОТРЕБЛЕНИЕ НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ (1985-2011 г.), млн. литри**



Източник: АПБНБ.

Периода след 2009 г. се свързва преди всичко с отражението на световната финансова криза върху икономиката на страната. Свиването на доходите на населението води до редица негативни последици в развитието на сектора. Намалението в потреблението на безалкохолни напитки в този период е от -7% през 2009 г. до -5% през 2011 г., като те са показани на таблица 1 и фиг. 4. В различните групи и категории напитки промените в потреблението са различни – при бутилираните води и газираните напитки средно с -6%. Най-силно е отражението в

потребителските нагласи при плодовите напитки (сокове и нектари) – от -9% за 2009 и 2011 г. до -14% през 2010 г. Това е категорията с най-високи цени на литър. Анализът на потребление в сектора в периода на кризата показва, че интересът на потребителите се измества към напитки от по-ниския ценови клас, съответно към напитки в по-големи разфасовки, при които цената на литър продукт е най-ниска.

Прави впечатление, че се отчита спад в потреблението на всички групи и категории безалкохолни напитки без изключение. Това е показателно, че кризата дава отражение върху цялата верига производство, дистрибуция, търговия на едро и дребно, а така също и върху производителите и доставчиците на опаковки, суровини и други материали за основното производство.

Макар и с по-малки темпове (-0,2%) в периода след 2009 г. се отчита спад и в общото потребление на безалкохолни напитки в ЕС, което в известна степен се отразява на възможностите за износ на продукти към страните на Европа. В условията на все по-свиващ се вътрешен пазар голяма част от предприятията ориентират своите продукти към външни пазари и особено към пазарите на страните от ЕС.

Особено драматичен обрат у нас има в потреблението в сектора „студен пазар”. Тук са основните инвестиции, които болшинството от фирмите са осъществили в последните години с кредити от банките. В новата обстановка се ограничават възможностите за възвръщаемост на направените инвестиции. Този факт оказва силно влияние върху финансово-икономическото състояние на предприятията и дава отражение върху развитието на човешките ресурси. В анкетно проучване, направено сред предприятията в бранша през м. юни 2010 г. се посочва, че в условията на криза 56% от тях са замразили възнагражденията на персонала, 24% са намалили работното време, 16% са направили съкращения, а 40% са ограничили социалните разходи и разходите за обучение на работниците и служителите.

Бързо променящата се ситуация на пазара налага адекватни промени в структурата и организацията на работа на предприятията. На преден план излиза необходимостта от нови или допълнителни компетенции и умения на средното ниво управленски кадри и особено на аналитичните и приложни специалисти.

---

## 2.1. ИКОНОМИЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ЗАЕТОСТТА В СЕКТОРА: НА НАЦИОНАЛНО НИВО И СРАВНЕНИЕ С ЕС (ВОДЕЩИ СТРАНИ), ВКЛ. ВЛИЯНИЕ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА И ФИНАНСОВА КРИЗА

---

Сектор „Производство на безалкохолни напитки и бутилирани води” е сравнително малък като относителен дял от заетите – около 2,7 % от заетите в преработващата промишленост и 30-36% от тези в производството на напитки. Успоредно с това, в сектора се създава около 50% от добавената стойност от сектор „Напитки”.

Динамиката на оборота на сектора на „Производство на безалкохолни напитки и бутилирани води” показва, че по този показател е един от най-интензивно развиващите сектори в региона на Балканите – през 2009 г. при база 2005 г., нарастването в България е повече от 67%, докато в Румъния и Гърция е около 35%. Пикова за сектора у нас е 2008 г. През тази година е постигнат най-висок обем на производство и реализация на безалкохолни

напитки и бутилирани води, най-висок обем на нетни приходи и на производителност на един зает в сектора.

Периодът 2005-2008 г. е характерен с това, че в сектора се направят най-големите инвестиции, особено в оборудване, което да отговори на бързо растящото търсене на продукти за т.н. „студен пазар”. Този период съвпада с присъединяването на страната ни към ЕС и отварянето на пазарите за износ на продукти към страните членки.

Таблица 2 Основни икономически показатели за сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”

Показател	Година					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
I. Наети лица в сектора (брой)	6069	6033	6166	6309	5738	5468
Заети лица в сектора (брой)	6486	6288	6391	6357	6212	5945
Дял от всички заети в промишлеността (%)	2,82	2,84	2,68	2,61	2,85	2,71
Дял от заетите (%)	0,84	0,83	0,75	0,69	0,67	0,65
ЕС-27 – дял на заетите в сектора от всички заети (%)	0,22	0,21	0,21	0,22	0,23	0,21
II. Произведена продукция в сектор „Напитки” (в хил. лева)	1128,71	1227,28	1416,22	1749,29	1468,83	1441,63
Подсектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” 11.07 по КИД-2008 (в хил. лева)	346,77	398,21	510,28	635,84	592,03	581,24
Дял на произведената продукция от промишлеността, %	1,10	1,03	1,14	1,28	1,59	1,48
Произведена продукция на един зает в сектора (лева)	53464	63328	79843	100022	95304	94255
III. Нетни приходи от продажби в подсектор 11.07 по КИД-2008 (хил. лева)	346769	398207	510276	699941	647127	595834
IV. Износ на продукти (хил. лева)	5,02	6,12	9,48	15,52	11,70	15,42
Дял от общия износ, %	0,27	0,26	0,35	0,52	0,51	0,51

Източник: НСИ.

Броят на предприятия в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” представлява около 40% от предприятията в сектор „Напитки” за Република България и 0,8% от предприятията от преработващата промишленост. За ЕС тези числа са съответно 21% и 0,2%, което показва, че секторът „Безалкохолни напитки и бутилирани води” е с по-висока значимост за Република България, отколкото за ЕС. Наред с това обаче, в страни като Полша, Румъния, Словакия, Естония и др., броят на предприятията е със значително по-голяма тежест от сектора „Напитки”, както и от преработващата промишленост. Прави впечатление, че в изброените страни са и едни от най-големите предприятия със среден брой заети. България по отношение на броя на заетите е около средното за ЕС.

Таблица 3 Брой на предприятията и персонала в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”

Сектор/подсектор 11.07 по КИД 2008	Година						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Предприятия	444	376	336	285	228	213	202
Заети лица	6069	6033	6166	6190	6309	5738	5468

Източник: НСИ, Евростат.

Анализът на броя на предприятията и заетите в тях показва, че в периода преди кризата от пазара се оттеглят почти половината от малките предприятия, които нямат условия да покрият нарасналите изисквания за производство на безопасни и качествени продукти. Въпреки това броят на заетите в другите фирми расте, но то е в тези предприятия, които осигуряват стабилен темп на растеж на производство. Показателен за процесите, които се случват в сектора в годините на кризата е фактът, че в периода между 2009 и 2011 г. броят на предприятията намалява с 11,5%, а броят на заетите с 13,4%. Това е в потвърждение на наблюденията, че има корелация между намаленото потребление на безалкохолни напитки с 14% за три години и влиянието му върху спада на производството в сектора. В този процес са въвлечени вече и големите фирми, в които спада в производството се отразява също върху намалението на персонала.

Таблица 4 Дълготрайни материални активи в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева. Източник: НСИ

Сектор/подсектор по КИД 2008	Година	2008	2009	2010
Сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”		338 855	336 743	316 433

В периода на криза, който обхваща 2008-2010г., се наблюдава намаление на ДМА в сектора с 6,4%, задлъжнялостта към доставчиците за три години е нараснала с 32%. Това е показател, че процесите на вътрешнофирмената задлъжнялост се отразяват негативно на развитието на сектора. Този фактор ще продължи да дава отражение и в следващите периоди, тъй като задлъжнялостта на предприятията е по цялата верига на възпроизводствения процес – доставка на машини, на суровини и материали, опаковки, търговски вериги и обекти.

Таблица 5 Инвестиции в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева. Източник: НСИ

Сектор/подсектор по КИД 2008	Година	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”		37 828	79 772	104 664	85 652	57 624	34 756

Съществени инвестиции в сектора са направени през 2006-2007 година, като увеличението е с над 150%. Това е повлияло на производителността на труда, изразена като добавена стойност на 1 наето лице, която нараства със 70% за периода. През 2005-2006 г. направените инвестиции са основно за машини и съоръжения – повече от 80%, като този относителен дял спада до около 60% през 2007 и 2008 г. През 2009 г. относителния дял отново е висок – 83%.

Таблица 6 Внос на стоки от сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева. Източник: НСИ

Сектор/подсектор по КИД 2008	Година	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ОБЩО:		16,04	24,51	26,2	51,25	32,5	71,86	80,72

Основният внос на продукти в сектора е от страните на ЕС. Това най-вече се отнася за продуктите на плодова основа, за енергийните напитки и за студения чай. Голяма част от тези продукти са по линия на попълването на портфолиото на мултинационалните компании на местния пазар. Отварянето на пазарите след присъединяването на страната ни към ЕС позволи на българския пазар да присъстват продукти, произведени от почти всички страни на Европа. Присъстват групи продукти, които са внесени и от други географски региони на света – Сингапур, Дубай, Китай, Южна Корея и др. За засиления внос на продукти от вън, особено в периода след 2007 г. голямо влияние оказват търговските вериги, които в последните няколко години разкриха изключително много обекти, в които по линия на тяхната логистика организираха доставки на продукти от различни страни.



Таблица 7 Износ на стоки от сектор „Безалкохолни напитки и бутирани води”, хил. лв. Източник: НСИ

Година	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Сектор/подсектор по КИД 2008							
<b>ОБЩО:</b>	<b>5,02</b>	<b>6,12</b>	<b>9,48</b>	<b>15,52</b>	<b>11,70</b>	<b>15,42</b>	<b>28,02</b>

С присъединяването на страната ни към ЕС се разкриха големи възможности за износ на продукти, произведени в България. Това най-вече се отнася до бутираните води, газирани и негазираните напитки. Много от нашите продукти за първи път стъпват на непознати пазари, но намират добър прием. Българските предприятия бързо усвоиха и успешно приложиха изискванията за безопасност на храните и сертифицираха своите дейности по международните стандарти.

Таблица 8 Външнотърговски оборот за сектор „Безалкохолни напитки и бутирани води”, хил. лв. Източник НСИ

Година	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Сектор/подсектор по КИД 2008							
<b>ВНОС</b>	16,04	24,51	26,20	51,25	32,50	71,86	80,72
<b>ИЗНОС</b>	5,02	6,12	9,48	15,52	11,70	15,42	28,02
<b>ОБЩ ОБОРОТ</b>	21,06	30,63	35,68	66,77	34,20	87,28	108,74
<b>САЛДО</b>	11,02	18,39	16,72	35,37	20,80	56,44	52,70

Таблица 9 Производство, внос и износ, потребление на безалкохолни напитки 1990 – 2011 г.

Година	1990	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Вид напитки (млн. литри)</b>								
<b>Бутилирана вода</b>								
Производство	70,9	510,8	623,6	722	807,4	760,2	697,9	654,9
Внос	-	0,5	0,6	0,7	0,8	1	1,2	1,2
Износ	0,2	3,5	2,4	2,8	4,6	7,9	10,4	10,6
<b>Консумация</b>	<b>70,7</b>	<b>507,8</b>	<b>621,8</b>	<b>719,9</b>	<b>803,6</b>	<b>753,3</b>	<b>688,7</b>	<b>645,5</b>
<b>Газирани напитки</b>								
Производство	616,3	491	541,1	686	760,3	698,8	625,6	600,3
Внос	-	0,1	0,2	0,5	0,7	0,7	0,5	1,7
Износ	-	0,3	3,8	38,4	45,8	38,4	8,7	10,8
<b>Консумация</b>	<b>616,3</b>	<b>490,9</b>	<b>537,5</b>	<b>648,1</b>	<b>715,2</b>	<b>661,1</b>	<b>617,4</b>	<b>591,2</b>
<b>Сокове и нектари</b>								
Производство	69,1	67	71,6	82,2	99,7	90,7	65,5	57,9
Внос	1	6,9	7,1	7,8	9,2	10,4	14,4	13,6
Износ	50,6	6,3	4,6	4,8	10,5	11,8	2,6	1,8
<b>Консумация</b>	<b>19,5</b>	<b>67,6</b>	<b>74,1</b>	<b>85,2</b>	<b>98,4</b>	<b>89,3</b>	<b>76,8</b>	<b>69,7</b>
<b>Негазираны напитки</b>								
Производство	70,3	335,5	393,7	481,9	495,8	342,2	260,6	201,6
Внос	-	8,5	6,7	6,4	8,1	8,7	9,8	7,6
Износ	9,4	211,6	243,8	308,2	321,4	182,4	109,9	53,4
<b>Консумация</b>	<b>60,9</b>	<b>132,4</b>	<b>156,6</b>	<b>180,1</b>	<b>182,5</b>	<b>169,2</b>	<b>160,5</b>	<b>155,8</b>
<b>Студен чай</b>								
Производство	-	6,9	7,2	7,5	10,4	5,8	8,1	11,8
Внос	-	0,8	2,5	7,2	11,5	16,8	23,7	18,5
Износ	-	-	0,2	0,5	0,8	0,3	5,6	3,8
<b>Консумация</b>	-	<b>7,7</b>	<b>9,5</b>	<b>14,2</b>	<b>21,1</b>	<b>22,3</b>	<b>26,2</b>	<b>26,5</b>
<b>Спортни и енергийни напитки</b>								
Производство	-	3,3	5,2	9,9	14	10,2	5,6	5,8
Внос	-	1,7	2,4	3,1	5,8	6,5	6,6	6,8
Износ	-	1,4	1,8	2,4	3,1	2,2	0,6	0,7
<b>Консумация</b>	-	<b>3,6</b>	<b>5,9</b>	<b>10,6</b>	<b>16,7</b>	<b>14,5</b>	<b>11,6</b>	<b>11,9</b>
<b>Всичко напитки</b>	<b>767,4</b>	<b>1210</b>	<b>1405,4</b>	<b>1658,1</b>	<b>1837,5</b>	<b>1709,7</b>	<b>1581,2</b>	<b>1500,6</b>

Източник АПБНБ.

Анализът показва, че ръководствата на предприятията в сектора реагират в условията на криза като насочват продукти навън. Това се отнася в голяма степен до категориите бутилираните води и газирани напитки. Свиването на потреблението в някои от пазарите на страните от ЕС до известна степен ограничава тези възможности. Такива пазарни ниши се откриват обаче в необичайни досега региони – Близкия Изток, Африка, бившите азиатски съветски републики, Китай. Реализацията на тези идеи е свързана с финансовите възможности и допълнителни ресурси на предприятията за реклама и маркетинг. За болшинството от тях обаче те се оказват недостатъчни. Дестинациите са далечни, а пазарите непознати. Липсата на добре подготвени кадри за трайното финализиране на тези намерения се явява още една пречка.

Таблица 10 Водещи предприятия в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по приходи от продажби (2010 г.). Източник: БИК Капиталов пазар, БСК

№ по ред	Предприятие	Град	Приходи от продажби (хил. лв.)		
			2010	2009	2008
1	Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България АД	София	292 648	327 419	358 835
2	Девин АД	Девин	60 831	61 382	63 499
3	Нова Трейд ЕООД	Съединение - Пд	47 433	52 715	44 165
4	Бутилираща компания-Горна Баня ООД	София	31 874	27 398	33 709
5	Куадрант Бевъриджис АД	София	31 417	33 907	36 953
6	Бутилираща к-я Минерални води - Банкя ЕООД	София	27 826	30 718	33 009
7	Етап - Адресс АД	София	8 745	9 921	10 947
8	Булминвекс ГБ ЕООД	София	6 745	7 018	6 741
9	А и Д Комерсиал ЕООД	Перушица	4 474	3 998	3 980
10	Аспазия 92 ООД	София	4 446	3 176	2 806
11	Бутилираща компания Хисар ТПК	София	4 397	5 065	5 004
12	Атлантик дивайн ЕАД	Девин	3 818	3 703	3 630
13	ТПК Бриз	Варна	3 276	2 533	1 309
14	ТПК-Михалково КООП	Михалково	2 539	2 859	2 694
15	77 К ООД	Перник	2 184	1 832	1 931
16	Еко Ботълс ЕООД	Благодеевград	1 700	1 205	1 017
17	Джи енд Ви ЕООД	София	1 676	1 779	1 968
18	Кристал вода 1 ООД	Пловдив	1 611	819	1 086
19	Бенкомерс ООД	София	1 608	1 789	2 581
20	Радулов ЕООД	Стара Загора	1 471	1 810	1 763
21	ЕТ Джонкин	Монтана	1167	1205	1017

Предприятията по показател „темп на изменение на продажбите”, които отчитат нарастване на приходите си от продажби през целия период (както за 2010/2009 г., така и за 2009/2008 г.) са само 8 и отчитат среден прираст от 17.9% през 2010 г. на годишна база. Средният им темп на увеличение на продажбите през 2009 г. към 2008 г. е 21.6%. С най-голям прираст на продажбите през 2010 г. спрямо 2009 г. сред тях е „Еко Ботълс” ЕООД – 41.1%, следвана от „Аспазия 92” ООД с 40% и „Търговско-производствена кооперация Бриз” гр.Варна – с 29.3%.

Таблица 11 Водещи предприятия през в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по брой служители (2008-2010 г.)

№ по ред	Предприятие	Град	Служители (брой)		
			2010	2009	2008
1	Кока-Кола Хеленик Ботълинг Къмпани България АД	София	1 171	1 309	1 352
2	Нова Трейд ЕООД	Съединение	774	851	755
3	Девин АД	Девин	421	408	374

4	Бутилираща компания-Горна Баня ООД	София	330	339	418
5	Куадрант Бевъриджис АД	София	287	294	372
6	Етап - Адресс АД	София	236	235	231
7	Бутилираща компания Хисар ТПК	София	104	102	102
8	А и Д Комерсиал ЕООД	Перущица	100	90	105
9	Булминвекс ГБ ЕООД	София	97	133	113
10	Бутилираща компания Минерални води - Баня ЕООД	София	88	98	101
11	Радулов ЕООД	Стара Загора	62	72	78
12	Бенкомерс ООД	София	61	61	63
13	Аспазия 92 ООД	София	60	64	59
14	Атлантик дивайн ЕАД	Девин	52	50	57
15	Джонкин - Малин Димитров ЕТ	Монтана	50	53	52
16	Стил плюс ООД	Пловдив	50	48	44
17	Джи енд Ви ЕООД	София	47	53	44
18	ПРИЗМА МТА ООД	Ямбол	46	36	43
19	ТПК-Михалково	Михалково	41	47	50
20	Еко Ботълс ЕООД	Благоевград	40	35	49

Източник: БИК Капиталов пазар, БСК.

Таблица 12 Водещи предприятия в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по приходи от продажби на един зает (2010 г.)

№ по ред	Предприятие	Производителност в лева	Код по КИД-2008	Район за планиране
1	БК Минерални води Баня ЕООД	316 204	1598	Югозападен
2	Кока-Кола ХБК България АД	249 359	1598	Югозападен
3	Девин АД	144 893	1598	Южен Централен
4	Куадрант Бевъриджис АД	109 466	1598	Югозападен
5	БК Горна баня ООД	96 587	1598	Югозападен
6	ТПК Бриз Варна	81 900	1598	Североизточен
7	Аспазия 92 ООД	74 100	1598	Югозападен
8	Атлантик дивайн ЕАД	73 420	1598	Южен Централен
9	Булминвекс ГБ ЕООД	69 484	1598	Югозападен
10	ТПК Михалково	61 700	1598	Южен Централен
11	Нова трейд ЕООД	61 240	1598	Южен Централен
12	А и Д Комерсиал ЕООД	44 740	1598	Южен Централен
13	Екоботълс ЕООД	42 500	1598	Югозападен
14	БК Хисар ТПК	42 278	1598	Южен Централен
15	Пирин спринг АД,с.Баничан	40 888	1598	Югозападен
16	Етап-Адресс АД	37 055	1598	Северозападен
17	Джи енд Ви ООД	35 531	1598	Югозападен
18	Бенкомерс ООД	26 360	1598	Югозападен
19	Радулов ЕООД	23 725	1598	Южен Централен
20	ЕТ Джонкин	23 340	1598	Северозападен

Източник: БИК Капиталов пазар, БСК.

От анализа на цифрите може да се направи извод за поведението на ръководствата на отделни водещи предприятия в период между 2008-2010 г., когато започва и се проявява икономическата криза. В една част от тях намалението на заетите варира от 5% до 15%, като средното за водещите предприятия е 7,7%. В същото време има предприятия, които увеличават числеността на персонала, въпреки по-малките приходи от продажби. Общият спад на приходите в стойност в този период е 9,1%, докато спадът в обема на реализираните количества в литри за трите години е 14%. Независимо от влиянието на кризата в част от предприятията се наблюдава запазване на показателя производителност на едно лице през

трите години. Водещите 20 предприятия по показател „ефективност на използване на персонала” през 2010 г. имат среден показател от 86.8 хил. лева на зает. Тяхната средна ефективност в сравнение с 2009 г. нараства с 4.9%. С най-голямо покачване на ефективността на използване на персонала през 2010 г. на годишна база сред тях е „Аспазия 92” ООД – с 24.5 хил. лева на зает или с 49.3%, следвана от „ТРК Бриз” Варна с 23 хил.лева/зает или с 39% и „Булминвекс ГБ” ЕООД с 16.8 хил.лева/зает или с 31.8%. Анализът на този показател показва, че е очевиден стремежът да се търси баланс между намаляване на обемите на продажби и запазване на производителността на един зает. Ръководствата на предприятията не може да не си дават сметка, че колкото и дълго да продължи кризата тя в даден момент ще свърши. Поради тази причина ценните кадри трябва да се съхранят. Този извод идва в потвърждение на факта, че в предприятията най-бързо намалява броят на нискоквалифицирания персонал, от който ръководствата по-лесно могат да се освободят, а в последствие да наемат.

### *Основни изводи и тенденции за значимостта на сектора:*

Секторът производство на безалкохолни напитки и бутилирани води представлява 36% от наетите в отрасъл напитки. През 2011 г. предприятията в сектора са произвели напитки с общ обем 1500 мил.литра на стойност 1261 мил. лева по цени на дребно. Средната производителност труда на наетите в сектора е сравнително по-висока от тази в сектора напитки, което показва, че рентабилността е по-добра. Показателно е, че средната работна заплата в сектор производство на безалкохолни напитки и бутилирани води е по-висока от тази в сектор напитки. В периода от 2005 – 2009 г. разходите за заплати се увеличават над 100%. От 12 икономически дейности по НКИД от отрасъл хранителна промишленост за периода януари-май 2011 г. сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” е на втора позиция по среден осигурителен доход.

Таблица 13 Среден осигурителен доход в секторите от отрасъл хранителна промишленост (януари-май 2011 г. )

№ по НКИД	Икономическа дейност	СОД в лева
10.1	Производство и преработка на месо	437
10.12	Производство и преработка на месо от домашни птици	514
10.3	Преработка на плодове и зеленчуци	440
10.4	Производство на растителни и животински мазнини	524
10.5	Производство на млеко и млечни продукти	480
10.6	Производство на мелничарски продукти	652
10.7 и 10.8	Производство на хляб и хлебни изделия	462
10.81 и 10.82	Производство на захар	619
10.9	Производство на готови храни за животни	564
11	Производство на напитки	470
11.05 и 11.06	Производство на пиво и малц	1207
<b>11.07</b>	<b>Производство на безалкохолни напитки и минерални води</b>	<b>787</b>

Източник: НОИ.

Ситуацията в сектора се променя в годините на кризата след 2009 г. За три години броят на заетите намалява средно с около 7%. Това е период, в който настъпват структурни и организационни промени в сектора.

## 2.2. ОСНОВНИ ФАКТОРИ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ – ТЕКУЩО СЪСТОЯНИЕ В СЕКТОРА

### 2.2.1. ДЕМОГРАФСКИ ОСОБЕНОСТИ

Демографската характеристика на заетите в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” в България е благоприятна. По-голяма част от заетите или около 70%, са на възраст до 44 години. При мъжете този процент е още по-висок – 71%. Това показва, че основната част от заетите са в сравнително млада възраст. Обяснението на този факт може да се търси в няколко направления, свързани с характера на дейност и условията на труд, които има в сектора.

Преди всичко, това се обуславя от сравнително високата степен на автоматизация на производствените процеси. В близо 2/3 от предприятията в бранша технологичните процеси предполагат използването на високопроизводителна техника. В производството в болшинството от тях е внедрена нова и модерна техника, която позволява затваряне на цикъла бутилиране, етикетиране, пакетиране, без намесата на човек. Делът на ръчния и непривлекателен труд е сравнително малък. В по-големите предприятия тежкия труд е заменен с подходяща техника. Товаро-разтоварните операции са механизирани. В повечето предприятия има монтирани машини за издуване на пластмасови опаковки, като процесите са изцяло автоматизирани. Изпакването на готовите опаковки и подаването им към бутилиращите машини също е автоматизиран процес, при който използването на човешки труд е сведено до минимум. Това изискване е записано в Наредба № 5 на Министерство на здравеопазването за хигиената на храни от 25 май 2006 г. и в хигиенните изисквания към обектите за производство на безалкохолни напитки и бутилирани води.

Предимство за сектора е обстоятелството, че факторът сезонност не се отразява в производствената сфера в такава голяма степен. Технологичните възможности за увеличаване на трайността на напитките позволяват те да се продават в широк период от време и да се произвеждат почти целогодишно в по-големи партии. Това предполага сравнително равномерно натоварване на мощностите и по-малка необходимост за наемането на сезонни работници, обстоятелство, което облекчава процеса по веригата търсене-наемане-развитие на кадри.

В производствените и търговските зони на предприятията се поддържа висока степен на лична и обща хигиена, на безопасни условия на труд и благоприятна производствена среда. В сектора вредните въздействия са сведени до минимум или почти изключени. Във всички предприятия задължително функционират системи за безопасност и проследимост на храните, които осигуряват по-голяма сигурност и надеждност на резултатите от труда. Системите за управление на качеството са свързани със спазването на задължителни стандарти в организацията на трудовия процес. Това от своя страна предполага подбор и подготовка на персонал в по-млада възраст, който може по-лесно и бързо да усвоява правилата и изискванията в работата и да ги прилага в практиката.

Търговската дейност е твърде динамична и в голяма степен дава възможност за наемането на по-млади и образовани кадри. Използването на ИТ помощни средства и системи навлиза все по-широко в работата с пазара, което е също една от причините тази дейност да се възлага на персонал в по-млада възраст и с афинитет към прилагането ѝ. Силната конкуренция на пазара изисква кадри с личностни качества като съобразителност, мобилност, комуникативност и оперативност, присъщи на по-младите хора. В същото време стремежът на компаниите в

развитието на търговската дейност е да разширяват периметъра и да обслужват все по-големи територии. Навлизането и разработването на новите територии е свързано с определени трудности, пред които се изправят фирмите. Откриването и наемане на търговски работници, които да имат достатъчен опит или да познават спецификата на продуктите на конкретното предприятие в известна степен създава проблеми. Това се отнася до по-отдалечени региони, в които по чисто демографски причини подборът е по-труден и трябва да се прилагат специфични форми на обучение, отнемащи повече време и финансов ресурс. В отделни случаи някои от предприятията прилагат ротация на кадри от едно място на друго.

Изводът, който може да се направи е, че възрастовата характеристика на сектора е добра предпоставка за бъдещи възможности за обучение и развитие на работната сила. Това дава известно предимство на сектора пред другите в сферата на хранителната промишленост.

### 2.2.2. УМЕНИЯ И КВАЛИФИКАЦИЯ НА ЗАЕТИТЕ В СЕКТОРА

Анализът на регионалното разпределение на производствените предприятия в сектора показва, че като брой заети работници и служители в тях, те са преобладаващо в региона на София, следвани от Пловдив, Смолян, Варна, Благоевград, Стара Загора, Велико Търново. Силното редуциране на броя на предприятията в сектора в последните три години свежда техния брой в някои области до символичен. Така например в област Габрово няма нито едно предприятие, а в области Перник, Кърджали, Разград, Силистра има само по две малки предприятия. Очевидно е, че в тези региони ръководствата на фирмите ще изпитват проблеми с намирането на подготвени кадри. Подобно е положението и други области – Видин, Враца, Монтана, Сливен, Бургас, Ямбол и др., в които предприятията, които произвеждат безалкохолни напитки намаляха 8-10 пъти през последното десетилетие.

В по-горе споменатите области има гимназии с общо професионално направление код 541 „Производство на храни и напитки”, но в повечето от тях отсъства изучаване на специалността 5410106 „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки”. В тази ситуация ръководствата на предприятията в споменатите региони могат да разчитат единствено на ЦПО, в които отделни служители да получат трета степен по специалността „техник-технолог”. Това се явява изключително голям проблем за ръководителите, тъй като е свързано с разход на време и финансови средства.

Факт е, че подготовката и знанията, които получават обучаващите се в ЦПО не са на равнището на това в ПГ. Държавното образователно изискване за придобиване на квалификация по професия „Техник-технолог в хранително-вкусовата промишленост” определя общата, отрасловата и специфичната задължителна професионална подготовка за професията. Тя предполага и задължителната чуждо езикова подготовка по професията. Съдържанието на всеки вид задължителна професионална подготовка включва придобиване на необходимите професионални знания, умения и компетенции при производството на безалкохолни напитки. „Професионални компетенции” са качества на личността, формирани на основата на придобити знания и умения, които способстват за проявяване на инициатива, за работа в екип и за качествено упражняване на професията според държавните образователни изисквания за придобиване на квалификация, които не могат да се формират и добият в ЦПО.

В последните години, и особено след учредяването на Българска агенция за безопасност на храните, настъпиха съществени промени в организацията на работа на предприятията. Това в голяма степен се отрази на изискванията към компетенциите на заетите. В сферата на



производството подготовката на кадрите все повече се доближава до критериите, описани в ДОО и отнасящи се до професионални компетенции на техник-технолог, а именно:

- Познаване на нормативните документи, свързани с производството на безопасни храни, вътрешните правилници по HACCP, ISO, добрите производствени и хигиенни практики;
- Познаване на технологичното оборудване в производството и етапите в производствения процес ;
- Познаване на техническите средства за организация и контрол на технологичния процес ;
- Спазване на изискванията за здравословни и безопасни условия на труд (ЗБУТ);
- Добиване на знания и умения, свързани с:
  - оценка на ситуации и вземане на решения при аварии и трудови инциденти;
  - окачествяването на продукцията, суровините, материалите, опаковките;
  - осъществяване проследимостта на готовия продукт;
  - органолептичен, физикохимичен и микробиологичен анализ на суровините, на междинните продукти и на готовата продукция;
  - работа с лабораторни уреди, прибори и консумативи и др.
  - дейности по прилагане на екологичните норми, изисквания и стандарти по управление на отпадъците при производството на напитки.

Правят впечатление няколко факта, свързани с уменията и квалификацията на заетите в сектора в последните години:

Увеличава се дялът на персонала в предприятията с по-висока квалификация. Ако през 2008 г. нискоквалифицираните са били 32% от заетите в сектора, то през 2011 г. те са намалели, и като брой заети, и като относителен дял – 25%. За сметка на това расте относителния дял на квалифицираните – от 5,2% на 5,6%, на приложните специалисти – от 12,9% на 15,6%, на наетите на ръководни позиции – от 5,2% на 6,2%.

За развитието на сектора определящо значение има сравнително високата степен на квалификация и придобитите образователни и професионални компетенции на работната сила. Може да се твърди, че през последните години професионалните компетенции на човешките ресурси в бранша са съизмерими с тези на колегите от другите европейски страни. Наличието на висококвалифицирани мениджърски екипи с лидерски умения и компетенции за бързо вземане на адекватни решения е от ключово значение за успешното управление на процесите. Това е предпоставка за справяне с влиянието на икономическата криза с възможно най-малко негативи за индустрията.

Техническото и технологичното равнище в производството на безалкохолни напитки е равностойно на това в европейските страни. Големите предприятия за производство на безалкохолни напитки инвестират в машини и съоръжения на високо ниво. Използват се програми и компютърен софтуер за цялостно управление и контрол на производствения процес. Прилагането в практиката на иновативни технологии при производството на безалкохолни напитки и съвременната организация на технологичния и търговски процеси са от решаващо значение за устойчивото развитие на бранша. Това са предпоставки за наемането на по-добре подготвени и с необходимите компетенции служители.



Увеличават се заетите, от които се очакват умения, свързани с търговската дейност на предприятията. В ход е процес на пренасочване на кадри от производствената дейност към търговията. В условията на навлизането на по-нова и автоматизирана техника в производството намалява относителния брой на заетите в нея. В същото време изниква необходимостта от подготвени кадри в областта на стокознанието, маркетинга и управление на търговските процеси. Това предполага и съответна пренастройка в образователните програми на МОМН и застъпването на повече предмети в учебните програми в тази посока.

Все по-голям дефицит има на кадри с подготовка и умения по управление. Това се отнася както за кадрите, които завършват професионалните гимназии, така и за завършващите ВУ. Преобладава мнението, че техник-технолозите и инженер-технолозите имат необходимите теоретични познания, но им липсват умения за управление на хора и лидерски качества. Тези качества могат да се формират в извънкласни форми на работа, но техните функции са силно подценени в учебните заведения.

В последните години все по-важно е кадрите да познават и да могат да анализират финансови резултати и прогнози, независимо от направлението, в което работят. Масовото използване на информационните технологии засяга всички нива в организацията – от оператора на производствената линия и търговския представител до по-висшия ешелон на ръководството. Още по-труден се очертава пазарът на труда за високи позиции в областта на производството, планирането, маркетинга. Така например една не малка част от компаниите изпитват трудности с наемане на ръководители в търговските направления.

Таблица 14 ВЪЗРАСТОВА СТРУКТУРА НА ЗАЕТИТЕ В СЕКТОР „БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ И БУТИЛИРАНИ ВОДИ”, 2011 г.

Показатели	15-24 години	25-34 години	35-44 години	45-54 години	55-64 години	Над 65 години	Общо
Брой заети	451	1792	1590	1051	534	50	5468
В т.ч. - Мъже	298	1095	958	589	332	39	3311
- Жени	153	697	632	462	202	11	2157
Дял от общата численост на заетите, %	8,2%	32,8%	29,1%	19,2%	9,7%	0,9%	100%
В т.ч. - Мъже	5,4%	20,0%	17,6%	10,8%	6,1%	0,7%	60,6%
- Жени	2,8%	12,8%	11,5%	8,4%	3,6%	0,2%	39,4%

Източник: НОИ.

Анализът на възрастовата структура на заетите в сектора показва, че в сравнение с 2008 г. относителният дял на мъжете в по-млада възраст до 44 години нараства от 42,0% на 43,0%. Това е знак, че има интерес за навлизане на заети в сектора мъже, което е станало за сметка на заетите жени в тази възраст, които са намалели с 0,9%.

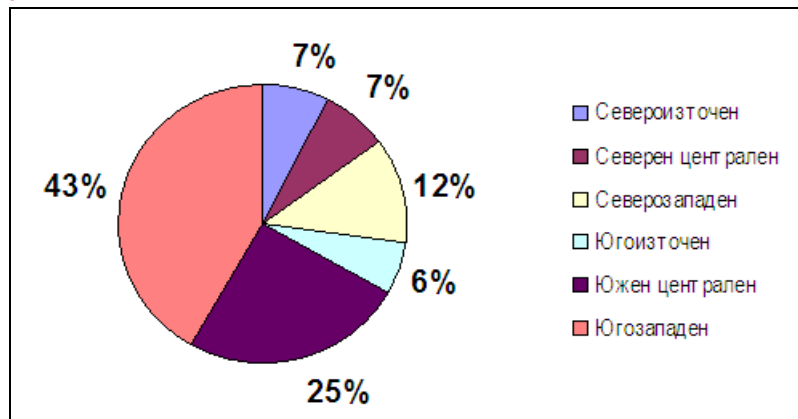
Таблица 15 КВАЛИФИКАЦИОННА СТРУКТУРА НА ЗАЕТИТЕ В СЕКТОР „БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ И БУТИЛИРАНИ ВОДИ”, 2011 г. СПОРЕД КЛАСОВЕТЕ НА ЗАЕМАНИТЕ ДЪЛЖНОСТИ (НКПД)

№ по ред	Категория персонал	Брой	Относителен дял, %
1	Ръководители	342	6,3%
2	Специалисти	231	4,2%
3	Техници и приложни специалисти	853	15,6%
4	Помощен административен персонал	433	7,9%
5	Персонал, зает с услуги, търговия и охрана	478	8,7%
6	Квалифицирани работници	297	5,5%
7	Машинни оператори и монтажници	1289	23,7%
8	Професии, неизискващи специална квалификация	1399	25,6%
9	Без професионална група	137	2,5%
	ОБЩО ЗАЕТИ:	5459	100,0%

Източник: НОИ.

Сравнението в квалификационната характеристика на заетите в сектора в периода 2008 - 2011 г. показва значително нарастване на броя на заетите в търговия. За четири години относителния дял на заетите в тази дейност нараства от 2,8% на 8,7%. Това идва в потвърждение на наблюденията за пренасочване на кадрите от производствената сфера към търговската, тенденция, която ще се задълбочава.

Фиг. 5 РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ЗАЕТИТЕ В СЕКТОР „БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ И БУТИЛИРАНИ ВОДИ”, ПО РАЙОНИ ЗА ПЛАНИРАНЕ, 2011 г.



Източник: НОИ.

Разпределението на заетите в сектора по региони е огледален образ на относителния дял на населението в България и почти съвпада с дяловете на потребление на безалкохолни напитки в страната. С излизането на редица предприятия от пазара, поради прекратяване на дейност, делът на заетите в двата най-големи района – Югозападен и Южен централен ще се увеличава. Това предполага и съответни нагласи в образователните програми, тъй като тази тенденция ще се задълбочава и в периода 2014 – 2020 г., което в голяма степен предопределя необходимостта от подготовката на кадри за сектора в съответните региони на страната.

### 2.2.3. РИСКОВИ ФАКТОРИ

Основните рискове по отношение на квалификацията, уменията и компетенциите на заетите за сектора в следващия период са свързани преди всичко със структурните промени, които могат да настъпят на пазара. Навлизането на търговските вериги във все по-малки селища и увеличаването на броя на обектите им в големите градове променя съществено начина на организация на търговската дейност на предприятията в сектора. Това от друга страна предопределя цялостната организация на производствената дейност. Предприятията са изправени пред няколко възможности:

- Да предоставят продуктите на търговските вериги и да разчитат на минимални приходи от реализация. Като се има предвид наложената практика от големите търговски вериги и ограничената възможност да се работи с повече от една верига рискът от загуба на пазари е голям. При така организирана търговска дейност съществува и друг риск – минималните приходи, които се очакват да постъпят от реализацията на продукцията, да не позволят по-нататъшното възпроизводство на предприятието. Тази практика в близките години доведе до фактически фалит голям брой фирми.
- Да развият собствена търговска мрежа. Тази форма изисква голям финансов ресурс, широко порфолио, изключително подготвен търговски екип и добра организация на работа. На този етап малко фирми могат да отговорят на такива условия и успехът за резултат от прилагане на подобна схема е съмнителен.

- Прилагането на смесена форма на работа, което е най-често използвания модел на работа. Тук най-много проличава умението на ръководствата на предприятията в намирането на верния баланс: умения избор на обектите, предлагането на най-подходящите продукти като асортимент, опаковка и разфасовка, оптимизирането на маршрутите, вида на транспорта. Способността за мотивация на наетите, формите на стимулиране, оценка на труда и начина на заплащане в крайна сметка са определящи за ефективността на работа на предприятията.

#### 2.2.4. НОВИ РАБОТНИ МЕСТА – ХАРАКТЕРИСТИКИ И КАЧЕСТВО

---

Анализът за развитието на сектора, на технологичната и организационната структура на производство показва, че в близките години се очертава необходимост от кадри с по-широк профил на подготовка. От проведени проучвания в предприятията се прави изводът, че очакванията от завършващите са да имат повече умения за работа в екип, по-висока степен на комуникативност, мобилност и способност за работа в различни ситуации. Тези качества би следвало да се формират в учебните заведения в условията на съчетаване на теоретичните занимания с решаването на практически казуси и участие в ролеви игри. По мнение на ръководители на фирми теоретическата подготовка на завършващите е добра, но получения документ за съответната степен на образование не е достатъчно доказателство за качествата, необходими за заеманата длъжност или позиция. В мнозинството от случаите специфичните професионални знания не се допълват от умения, които да отговарят на динамиката на времето.

С навлизането на автоматизацията на технологичните процеси в сектора се променя характера на труда и изискванията към квалификацията на заетите в производствената сфера. Знанията, свързани с рутинни дейности, се изместват от задължителното и задълбочено познаване и ползване на ЕИТ и от компютърни умения. Освен добре подготвени оператори на технологичните линии предприятията ще изпитват остра нужда от специалности по КИП и А. С навлизането на по-модерна и автоматизирана техника в производствените предприятия необходимостта от такива кадри ще нараства много.

По-голяма необходимост ще има от добре подготвени кадри по технологичен и микробиологичен контрол. В сектора има дефицит на кадри с квалификация технолог-лаборант. Търсенето им се предопределя от все по-нарастващата нужда от производството на повече и по-разнообразни напитки с изразени здравословни и безопасни качества.

Изместването на центъра на внимание към организацията на търговската дейност открива възможности за реализацията на кадри с подготовка по маркетинг и логистика, с развити умения за търговска комуникация. Силно нараства необходимостта от търговски представители. Разширяването на периметъра на продажби на предприятията налага търсенето и наемането на персонал с подготовка и умения в търговската сфера. Не случайно ръководителите на предприятията поставят тази длъжност сред първите ключови.

В условията на все по-нарастващата междуфирмена конкуренция на пазара, с по-широкото и свободно навлизане на продукти от почти всички географски ширини на света, на предприятията ще им се налага да разширяват своето портфолио, за да могат успешно да се противопоставят. Това обстоятелство предопределя необходимостта от привличането и наемането на бранд мениджъри в предприятията. Тази категория специалисти се формира трудно, но интересът към нея ще става все по-голям. Ще нараства необходимостта от наемане

на кадри с подготовка по извършването на пазарни проучвания и анализи, с умения да планират и организират рекламни кампании, да сключват търговски и рекламни договори.

Работата, свързана с управлението на технологичните процеси предполага добри познания по организация и управление, по стопанска отчетност и икономика, познаване на новите счетоводни стандарти, опит в управлението на проекти, съставянето и управляването на бюджети, оптимизацията на разходи.

С оглед изпълнение на изискванията, свързани с устойчивото развитие на предприятията, ще са необходими подготвени кадри и специалисти по екология. Контролът по рационалното използване на водните ресурси, енергията и горивата, грижата за намаляване на вредното въздействие върху околната среда предполага добри познания по нормативната уредба и умения, свързани с управлението на екологични проекти и програми. Секторът ще се нуждае от подготвени кадри по управление на пречиствателни и неутрализационни станции, по управление на дейности, свързани с когенерацията на отпадните топли води и пара от технологичните процеси.

---

### *Основни изводи и фактори, влияещи върху развитието на човешките ресурси в сектора:*

---

В сектора демографските условия са благоприятни и предполагат възможности за успешното му развитие. В ход са структурни промени, които са повлияни от високите изисквания, свързани с производството на качествени и безопасни продукти, от процеси на редуциране на броя на опериращите на пазара предприятия. Това е в интерес на обществото, на потребителите и на сектора като цяло. На този етап намалението на потреблението на напитки в условията на криза среща адекватна реакция от страна на ръководствата на предприятията и целта е да се запази производителността на един зает и кадрите, от които трудно могат да се лишат.

В тези условия структурните промени в сектора ще имат преимуществено значение пред технологичните. Секторът ще има нужда от кадри, които да отговарят на динамиката на времето. По-голямата степен на автоматизация на производствените процеси ще изисква специалисти с високи познания. Нарасналите потребности към производството на безопасни продукти предполага образователната система да отговори на нуждите от подготовката на технолог-лаборанти и лаборанти по микробиологичен контрол. Разрастването на търговската дейност ще засили търсенето на кадри с подготовка и умения в сферата на маркетинга и рекламата.

---

## **2.3. ПРОГНОЗИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕКТОРА, ПРОМЯНА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ И ОРГАНИЗАЦИОННАТА СТРУКТУРА ЗА ПЕРИОДА 2014-2020 г.**

---

В годините след прехода в развитието на хранителната промишленост условно се обособяват два етапа - до 1999 г. и след нея. Периодът след 1999 г. се свързва с приемането на Закона за храните от Народното събрание на Република България. Именно след неговото влизане в действие в хранителната промишленост настъпват генерални промени. Това засяга и питейната промишленост, в частност и безалкохолната индустрия. Задължителното условие за

регистриране на предприятията – производители на храни и напитки, принуждава голяма част от опериращите на пазара производители да се оттеглят доброволно, тъй като не покриват най-елементарни условия за производство и предлагане на хранителни продукти. При първата регистрация през 1999-2000 г. в Министерство на икономиката са регистрирани 680 производители на безалкохолни напитки. По данни на НСИ в началото на прехода през 1990 г. на територията на страната има близо 3000 производители на безалкохолни напитки и бутилирани води.

Приемането на поредица от нормативни документи в изпълнение на Закона за храните, особено в хода и по време на преговорите за присъединяване на страната към Европейския съюз, изиграва особена роля за последваща промяна в работата на предприятията от бранша – задължителното въвеждане на системи за безопасност на храните HACCP, строгите изисквания относно етикетирането на продуктите и коректното отразяване на хранителната информация, високите хигиенните изисквания към производствения процес, концесионирането на находищата на минерална вода за бутилиране, хармонизирането на законодателството в областта на бутилираните води с това на ЕС и много други. В периода 2008-2012 г. в резултат на засиления контрол от страна на здравните органи и потребителските организации, на широкия обществен интерес и натиск, свързани с изискванията за предлагането на продукти с ясно изразени здравословни качества, голяма част от предприятията са принудени да се оттеглят от пазара. Те нямат необходимия финансов и най-вече подготвен кадрови ресурс да отговорят на наложените по-високите критерии за безопасност и качество. Наблюденията в бранша в периода след създаването на Агенцията по безопасност на храните през м. януари 2011 г. показват силно редуциране на броя на предприятията. В средата на 2010 г. техният брой е 260, а година по-късно само 170. На практика на пазара остават все по-малък брой предприятия, но такива, които имат по-висок технологичен и кадрови потенциал.

Тези количествени изменения определят бъдещите изисквания към нивото на подготовка и компетенции на работещите в сектора в периода 2014-2020 г. Те ще се определят от няколко основни аспекта, свързани с фирмената култура на компаниите, без които развитието им е няма да бъде възможно.

Преди всичко от **корпоративната социална отговорност** на фирмите, която намира отражение в:

- качеството на продуктите и отношението към пазара;
- използването на алтернативни източници на енергия;
- ефективното използване на ресурсите и оползотворяването на отпадъците;
- грижата за развитието на служителите;
- приносът към обществото.

**Качеството на продуктите** ще бъде определящо за конкурентоспособността на предприятията и техния имидж в обществото. Добавянето на стойност към продукта е свързано с прилагането на иновативни решения, познаването и използването на най-добрите практики, сертифицирането на системите за безопасност на храните HACCP, на системите за управление на качеството СУК, на системите за здравословни и безопасни условия на труд и др., които изискват допълнителни умения и квалификация на наетите по цялата верига на производствения процес. Познаването на системите, личната ангажираност, убеденост и участие на всеки един работник и служител в тяхното прилагане е предпоставка за реализиране на намеренията на ръководството на фирмата.

**Използването на енергоспестяващи технологии** е направление, което предполага подбор на персонал с подготовка и компетенции по прилагане в практиката им. Такива възможности дават внедряването и използването на метода „студено асептично пълнене” при производството на плодови напитки. Това са технологии, които са доказали висока енергоспестяваща ефективност.

Добра възможност дава експлоатацията на термоинсталации за добиване на енергия за отопление и за битови нужди, използване на термални води и енергията на минералните води, където има бутилиране на такива.

Възможности дават и други форми на работа, свързани с ограничения при използването на енергия – санирането на сградния фонд, изолирането на цялата топлопреносна система, когенерацията на отпадните топли води, използването на топлината от инсталациите за издуване на опаковки, масовото използване на енергоспестяващи осветителни тела и други подобни.

Това са алтернативи, които имат пряко отражение върху оптимизирането на себестойността на продуктите и повишаването на конкурентоспособността на фирмите.

**Ефективното използване на ресурсите и оползотворяване на отпадъците**, които генерира бранша. Секторът е един от основните потребители на пластмасата полиетилен терефталат-РЕТ, използвана масово при производството на опаковки за газирани и негазирани напитки и бутилирани води. Проучването на процесите в това отношение трябва да започва от проектирането на жизнения цикъл на продуктите и опаковките за тях. Това изисква подготовка на кадри, които да съчетават познания, свързани с тенденциите в технологичното и функционално бъдеще на напитките, технологичните възможности и качествените характеристики на суровините и материалите за опаковки, новостите и перспективите в опаковането, маркетинга и предлагането на продуктите на конкретния пазар и потребител. Намалването на теглото на опаковките за единица продукция е пряко свързано с промени в техния дизайн, без да се нарушава функционалността им, като се съчетава то с по-доброто представяне на продукта на пазара. Това е и част от грижата на сектора за намаляване на вредното въздействие върху околната среда.

**Грижата за развитието на служителите** е свързано с подбора, наемането, подготовката и мотивацията на средното и горното ниво кадри, които ръководят и отговарят за работници и служители. Формирането на управленски умения стои в основата на успеха на предприятията. Нито едно уважаващо клиентите и себе си предприятие не може да разчита на успех, ако от реализацията на неговите цели не бъдат мотивирани и заинтересовани всички членове на персонала на тази организация. Това в голяма степен зависи от уменията на ръководния състав, от личните качества на конкретните ръководители, независимо от тяхното йерархично ниво. Умението да се ръководи е нещо, което не идва от само себе си, то трябва да се придобие и възпитава.

**Приносът към обществото** е може би най-концентрирания израз на корпоративната социална отговорност на предприятията. В политиката на много компании се вписват кодекси от рода „Визия”, „Мисия”, „Ценности”, които определят цялата им организационна структура. Всяко уважаващо себе си предприятие трябва да има девиз, който да представя по най-добрия начин продуктите ѝ на пазара и самото него пред обществото. Девизът на компанията, трябва да въплъщава нейната визия и цели, нейното отношение към потребителите и да отразява доверието им. Ръководствата на много от тях често забравят, че предприятията им съществуват



за да служат на клиента, а не обратното. Изграждането на ценностите в една компания е дълъг и труден процес и изисква особена грижа за формирането на умения в целия персонал.

На следващо място уменията и компетенциите на работната сила в голяма степен кореспондират с **представянето на продуктите на клиентите**. Разнообразието от напитки предполага намиране на най-подходящите форми и средства за информиране на потенциалните консуматори. В днешното динамично време потребителите стават все по-информирани. За това съдействат медиите и различните социални мрежи, които предоставят възможност и условия за бърза връзка и разпространение на информацията. Предизвикателство за сектора ще бъде навреме да улавя и да предлага тези решения, както и активно да образова консуматорите за всички важни за тях характеристики на продуктите. Тенденциите са, че потребителят ще става все по-отговорен към здравето и здравословния си начин на живот, ще бъде все по-претенциозен към продуктите, които консумира и търси на пазара. Предизвикателствата в това отношение са много и се свързват с въвеждането на редица ограничения относно консумацията на определени продукти за различните категории и възрасти потребители, непрекъснатите публикации от изследвания по света за ползите или вредите от употреблението на един или друг продукт, за вредите и ползите от използването на едни или други суровини, съставки, добавки и т.н.

С увеличаването на пазарното присъствие на търговските вериги и на т.н. дискаунтъри секторът ще изпитва все по-голям натиск върху **рентабилността на продуктите** си. Това налага нови умения за намиране на взаимноизгодни решения от страна на предприятията и се отнася за целия процес на логистиката, свързан с доставките, транспортирането и складирането на продуктите. Силната конкуренция между веригите и прилагането на различни форми за натиск върху цените предполага адекватна подготовка на кадрите заети в търговската и логистичната дейност на фирмите в сектора. Организацията и управлението на складовите стопанства, поддържането на ефективни стокови запаси и наличности изискват компетенции, от които в зависимост от ефективността и рентабилността на крайния продукт.

Не на последно място в условията на свиващ се пазар и потребление на безалкохолни напитки, основен лост за осигуряване на устойчивост в сектора остава **управлението на разходите**. Използването на възможностите на най-новите технологии, непрекъснатото усъвършенстване на уменията на служителите и стимулиране на индивидуалните и екипни постижения, както и налагането на култура за постоянно подобрене на процесите ще са от най-голямо значение в следващия период. Въвеждането на ефективни системи за управлението на разходите, съответно на приходите, изисква привличането и квалифицирането на кадри с финансова подготовка, с умения за използване на модерни информационни системи за оперативно управление на финансово-счетоводната дейност. Подобна възможност дава системата САП, която успешно се прилага в някои от по-големите компании у нас.

---

### *Основни изводи и тенденции за развитие на сектора – технологии и организационна структура:*

---

Това, което се случва в сектора в годините на кризата, показва, че технологичните промени в производството на безалкохолни напитки и бутилирани води няма да са определящи за развитието му в следващия период. По-скоро решаващо в работата на предприятията в близките години ще бъде промяната в организационната им структура. Наблюденията в сектора показват, че досега се е отделяло много внимание на чисто производствените



проблеми, които по-лесно се поддават на управление и оптимизация. По-високата степен на механизация и автоматизация на производствените процеси предполага освобождаването на кадрови ресурс. Този персонал може да се подготви и насочи към търговски дейности. На пазара протичат много бързи процеси, които налагат друг тип мислене и поведение. Потребителските нагласи се променят много бързо и пазара има нужда от адекватна реакция. Неписано правило е, че „парите“ на са в предприятието, а на пазара и от уменията да се справяш с него зависят твоите резултати.

От друга страна социалната отговорност на предприятията ще изисква изграждането на нов тип управленски кадри и умения на всички йерархични нива. Това ще бъде определящо за осъществяването на цялостната им политика.

## 2.4. ИЗВОДИ ЗА НАЛИЧНИТЕ И ОЧАКВАНИТЕ ДА СЕ ПРОЯВЯТ НОВИ ПРОФЕСИИ, СПЕЦИАЛНОСТИ И РАБОТНИ МЕСТА

Развитието на сектора в последните 3-4 години показва, че той е силно повлиян от действието на икономическата криза. Основните промени, които протичат са свързани най-вече с организационната структура, а не толкова с технологичната. В предприятията от сектора много бързо расте относителния дял на персонала с по-висока квалификация. В условията на криза расте относителния дял на квалифицираните работници, на приложните и на аналитичните специалисти, на кадрите на ръководни позиции. С близо 7% намалява относителния дял на нискоквалифицираните. В същото време с 6% е нараснал броят на персонала зает с търговия. Тези показатели потвърждават тезата, че в сектора се наблюдава и отчита тенденция на подобряване на квалификационната характеристика на заетите. Намаленото потребление на напитки в последните четири години е последвано от пренасочване на заети от производството към търговията. Трудно е да се твърди, че това е станало за сметка на преквалификацията на производствените работници в търговски, но при всички случаи този процес е подобрил качествения състав на заетите в сектора.

Въпреки, че намалява броя на служителите с ниска квалификация техният относителен дял остава твърде висок – 25,6% от всички заети в сектора или 1399 души. Това е предизвикателство пред сектора да концентрира усилия за обучение и преквалификация, възможност за справяне с дефицита от недостиг на трудов ресурс, особено в региони, в които няма учебни заведения, от които могат да се очакват подготвени кадри. Това в най-пълна сила се отнася за по-малките предприятия, където производството е с малка степен на автоматизация и служителите с по-ниска квалификация се справят лесно с техниката. Това е фактор, който влияе на общата ефективност и производителност на сектора. В същото време по-елементарното оборудване в някои случаи способства за по-голяма гъвкавост при честата смяна на асортимента в предприятията.

Промените, които настъпват в организационната структура в сектора показват, че в близките години се очертава необходимост от кадри с по-широк профил на подготовка. В условията на криза предприятията се въздържат от инвестиции в ново оборудване. За да гарантират поддържане или увеличаване на пазарния дял на ръководствата им се налага да залагат в годишните си бюджети по-големи разходи за обучение на работната сила, вместо да се наемат нови работници.

В съвременните условия все по-голям натиск върху производителите ще оказват обстоятелствата, свързани с прилагане на технологии и процеси, които създават по-малко

отпадъци, енергийно са по-ефективни, както в производствения цикъл, така и в логистиката, в транспорта, в намаляването на вредното въздействие върху околната среда. Това предполага наемането или подготовката на служители със специфични умения в тази насока.

Конкурентоспособността на пазара на безалкохолни напитки е друг фактор, който ще се нуждае от кадри в средния и висшия ешелон, мотивирани да издигнат фирмената култура на по-високо равнище. Те трябва да имат разбирането, че конкурентоспособността не се ограничава само до характеристиките на дадения продукт. Предимство имат особеностите на технологичния цикъл в предприятието, параметрите на инсталираната техника, нивото на иновациите, компетентностите на работната сила, ефективността в логистиката, сертифицирането на отделните дейности, получените отличия от участия в конкурси и обществени изяви, фирмената организация и структура на управление, мотивацията и корпоративната социална отговорност на предприятието. Това са особености и характеристики, които влияят върху жизнения цикъл на продуктите.

Необходимостта от нови работни места в сектора ще се появи по направлението глобализация и пазари. Предизвикателство е възможността и умението кадрите в предприятията на сектора да се възползват от доставката на нови суровини от различни части на света. Реални възможности се откриват за разработването на външни пазари, дистрибуцията и продажбата на напитки за глобалния потребител. Глобализацията може да се използва за изграждане на подходящи вериги за доставки. Този процес е в ход и много от компаниите от ЕС разширяват способностите си да организират доставки на продуктите извън стандартните и познати вече по-близки пазари.

Действащата единна правна рамка в ЕС, разработването на нови суровини и достъпът до нови пазари, дава възможност на предприятията да отчитат разположението си и обема на производството си в нова светлина. Появата на по-ниски цени в чужбина, където разходите за труд, корпоративно данъчно облагане и разходите за суровини са по-ниски могат да се приемат за по-благоприятно условие. На днешния етап е много важно наличието на адекватни умения на работната сила. Това е ключов елемент от процеса на вземане на решения за мястото на бизнеса. В този смисъл, страната ни се оказва един добър вариант за мултинационалните компании да позиционират своето производство тук. Това обстоятелство трябва да се взема предвид от опериращите в момента на пазара местни предприятия .

Големите търговски вериги на дребно са един от основните канали за реализацията на напитки и поради това могат да се разглеждат като рисков, но в същото време съществен фактор от движещи сили за развитие на пазарната стратегия на компаниите. Променящите се модели на потребителското търсене, свръхпредлагането и големият пазарен дял на търговските вериги, дават основание да се твърди, че в това отношение секторът е „изключително конкурентен”. Тази ситуация дава възможност на ръководствата на предприятията, които избират този канал на развитие и реализация на своите продукти, да подготвят служители с подходящи комуникационни умения за работа с дискаунтъри и големи търговски вериги.

**Потребителското търсене** е най-мощния двигател за развитието на производството на безалкохолни напитки, тъй като продуктът е насочен към задоволяване на определени потребности на потребителя. Все по-често, потребителите очакват напитки с по-високо качество и на добра цена. На този етап потребителското търсене у нас се определя от сравнително ниското равнище на доходи на населението, както и на неговите специфики като

начини на хранене, възрастовата структура, култура на потреблението и др. Следователно, допълнителни преимущества за конкурентоспособността на фирмата биха били:

- Осигуряване на високо качество при разумни цени. Това е постижимо при използване на иновации, внедряване на добри производствени практики, наличие на сертифицирана и ефективно работещи СУК, НАССР, ИСО и др. системи.
- Гъвкавост – производство на малки обеми за специфични пазари и потребителски групи .
- Ниски транспортни и дистрибуторски разходи – локализация в близост до целевите пазари или до други звена от веригата.
- Устойчиво развитие – предприятието е възприело стратегия за непрекъснато подобрене, което засилва шансовете му, че ще продължи функционирането си за по-дълъг период на пазара.
- Допълнителни ползи за обществото (грижа за околна среда, зелена енергия, безопасни условия на труд и т.н.).

Всичко това предполага развитие на нови умения и компетенции на работната сила или наемане на нови служители, които ще дадат възможност на фирмите да отговорят на предизвикателствата на сегашната и бъдеща ситуация.

---

### *Основни изводи и тенденции за новите професии, специалности и работни места:*

---

В организационната структура на сектора настъпват промени, които ще изискват появата на нови професии и работни места. Те са свързани с необходимостта от увеличаване на конкурентоспособността на предприятията, породена не толкова от подобряването на технологичната характеристика на продуктите, колкото от усъвършенстването на фирмената култура и структура на управление, а така също и от корпоративната им социална отговорност.

Необходимостта от нови работни места в сектора ще се появи по направлението глобализация и пазари. Излизането на нови пазари, разширяването на доставките на продуктите извън познатите вече пазари ще изисква наемането на кадри с добри качества за комуникации, с умения за водене на преговори и подготовка за външнотърговски договори.

---

## **2.5. ДЕФИНИРАНЕ НА ДЕФИЦИТНИ ПРОФЕСИИ И СПЕЦИАЛНОСТИ В СЕКТОРА**

---

Както бе отбелязано в анализа демографската характеристика на заетите в сектора е благоприятна. Близко 70% от работещите в него са в сравнително млада възраст – до 44 години. По неблагоприятна е тенденцията, свързана за намаляване на броя на предприятията в някои региони за сметка на по-високата им концентрация в други региони. Това създава диспропорция между реалната необходимост и броя на завършващите учебни заведения в различните региони на страната.

Резултатите от проведено проучване показват, че има разминаване между потребностите на сектора и кадрите, които се подготвят от средното и висше образование, като тази тенденция се задълбочава с годините. Това най-силно пролича с влизането в сила на изискването на чл. 23, ал. 2 от Закона храните:

„(2) (Нова - ДВ, бр. 102 от 2003 г., в сила от 01.01.2005 г.) Във всеки обект за производство на храни трябва да работи лице, назначено по трудов договор, което притежава висше или средно специално образование в областта на хранителната промишленост или има придобита квалификация в същата област по Закона за занаятите...”

Необходимостта от прилагане на това изискване на практика показва, че в голямата си част предприятията нямаха готовност да изпълнят това условие. Така например в рамките само на няколко години през ЦПО при Съюз по хранителна промишленост към Федерацията на научно-техническите съюзи (ФНТС) в гр. София преминаха обучение не по-малко от 100 души от сектора, които получиха удостоверение за квалификация „техник-технолог” трета степен. Засилването на административния контрол върху работата на предприятията и последвалия процес на редуциране на техния брой в известна степен повлия за ограничаване на дефицита от технолози и техник-технолози, особено в регионите с по-висока концентрация на предприятия. Въпреки това в сектора се чувства известен недостиг от такива кадри. Тук влияние има и тенденцията за отлив на младите хора от техническите специалности и изборът им на „по-модерни”, за които в последствие трудно могат да си намерят работа и минават в категорията безработни. За това явление имат вина и учебните заведения, като привличат кандидати с все „по-екзотични” специалности и които не са обезпечени с реални нужди в практиката.

Оценката за завършващите средно образование е, че теоретичната им подготовка е по-добра от възможностите за прилагане на наученото на практика. Това най-вече се отнася до техническите специалности. Проличава липсата на достатъчно практически умения и „ефекта” от неефективното и формалното провеждане на стажове в предприятията, неправилното разпределение на часовете за теория и практика. Вина за това имат и самите предприятия, които в условията на пазарна икономика и страха от конкуренцията затвориха или ограничиха до минимум достъпа на учащите се до тях. Все по-трудно става да се убедят собствениците на предприятия, че в учебните заведения се готвят кадри за тях. От друга страна учебниците в професионалните училища не са актуални, а в учебните планове се отделя много време на общообразователни предмети, за сметка на обучението по специалността. В мнозинството от ПГ материално-техническата база е остаряла или липсва. Тук може да се добави и недостатъчната квалификация и подготовка на преподавателите, липсата на периодичната им атестация, скъсаната връзка на учебните заведения и преподавателите с предприятията. Голяма част от тях не са влизали от години в модерни предприятия и не познават новата техника и прилаганите технологии, не са на ясно със съвременните тенденции при производството на напитки.

По подобен начин са поставени нещата по отношение на висшето образование. С въвеждането на автономията на ВУ в значителната си част те се ориентираха към въвеждането на специалности, които са „модерни”, но за които на пазара на труда има излишък от кадри. В същото време ВУ произвеждат кадри с общообразователна подготовка, особено в бакалавърската степен, която трябва да дава завършени специалисти. В УХТ гр. Пловдив ежегодно завършват около 70 души инженер-технолози по специалността „Технология на виното и пивото”, но сектор „Безалкохолни напитки” може да разчита едва на няколко инженер-технолози, което е крайно недостатъчно. Слаб е и интересът на ръководствата на предприятията за привличането на завършващите. Двете ежегодни стипендии, които дава АПБНБ на завършващи бакалаври едва ли може да замени очакваната по-голямата активност и атрактивни предложения от страна на предприятията. Недостатъчно са кадрите с висше

образование с подготовка по управление на производството, на търговията, на логистиката. И тук, както при ПГ, има разминаване с теоретичната подготовка и практическото усвояване на специалността. Обучението не е с практическа насоченост. Стажове и практики се водят, но реално студентите са наблюдатели, а не участници в производствения процес. Ръководителите на предприятия търсят кадри с практика, но малцина са тези, които допускат студентите до реалната производствена среда. Материална база във ВУ е сведена до елементарна лабораторна среда. Половината от завършващите УХТ специалност „Технология на виното и пивото” посочват в анкетните си карти, че материалната база и техническата осигуреност не са добри.

Може да се твърди, че по вина и на бизнеса, връзката с производството е скъсана. Липсват договори между предприятията и учебните заведения, които да дават гаранция, че подготовката на студентите преминава в реална производствена среда. При съществуващата практика студентите могат да получат ограничени практически умения, сведени до усвояване на методи за анализ и проследяване на някои показатели на суровините, полуфабрикатите и готовите продукти и параметри на технологичния процес. По всички тези причини в настоящия момент липсват прогнози за необходимостта от кадри дори в краткосрочен план. Въвеждането на стажантските практики е може би първата и насърчителна стъпка в това направление, но тя трябва да стане от препоръчителна в необходимата потребност.

---

### *Основни изводи и тенденции за дефицитните професии, специалности, умения и компетенции:*

---

Независимо от факта, че в сектора настъпват качествени изменения, свързани с подобрения в професионалната характеристика на заетите, броят и относителният дял на кадрите с ниска квалификация остава висок. Това е предизвикателство пред ръководствата на предприятията да положат усилия този ресурс да се преквалифицира и пренасочи в дейности, от които сектора изпитва и се очаква да изпитва дефицит в следващия период. Много е вероятно броят на опериращите на пазара фирми да продължи да се редуцира. Това ще става за сметка на по-малките предприятия и пренасочване на кадри към по-големите.

Ще нараства необходимостта от нови умения и компетенции в търговската дейност, в ефективната логистика и транспорт. Както посочихме, секторът ще се нуждае от повече професионализъм в предлагането на продукти с по-високи здравословни характеристики, на конкретни категории и групи потребители.

Социалната отговорност на фирмите се превръща в доминиращ фактор за бъдещото им развитие. Реализацията на тази стратегическа задача ще бъде немислима без умението да се формира екипен дух в предприятието по цялата верига – от производството до крайното потребление.

## Раздел 3. СТРАТЕГИИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ И МОТИВИРАНЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ, ПОВИШАВАНЕ КОМПЕТЕНЦИИТЕ НА РАБОТНАТА СИЛА

Както беше отбелязано, сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” е един от най-динамично развиващите се в хранителната индустрия в България в годините на прехода. Потреблението на безалкохолни напитки се увеличи близо три пъти. Консумацията на бутилирана вода скочи почти 10 пъти и тя стана напитка № 1 сред всички търговски марки напитки на българския пазар. По темпове на растеж на потребление на безалкохолни напитки на глава от населението страната ни изпревари редица държави и се нареди сред първите в Европа.

Тези количествени промени позволиха в сектора да се направят огромни за мащабите на страната инвестиции. Изцяло се промениха техническата и технологическата база и възможности на предприятията. Хармонизацията на законодателството в областта на храните наложи нови критерии по отношение на качеството и професионалните умения на заетите в сектора. Успоредно с нарастването на изискванията към безопасността и качеството на продуктите се променяха и претенциите на потребителите относно здравословните характеристики на напитките. Това от своя страна стана причина за бързо редуциране на броя на опериращите на пазара обекти. Постепенно отпадат тези, които нямат необходимия финансов и подготвен кадрови потенциал. Динамиката в пазарната ситуация налага адекватни промени в организационната структура на предприятията. На пазара трябва да бъдат подготвени и с други умения и компетенции служители. Това е една от причините в последните четири години, които съвпадат с влиянието на икономическата криза, в квалификационната характеристика на заетите в сектора да настъпят положителни процеси. Намалява относителния дял на нискоквалифицираните, расте броят и относителния дял на заетите на ръководни длъжности, на квалифицираните, на приложните и аналитичните специалисти.

Анализът на заетите в сектора по региони на планиране показва съсредоточаване на предприятията в 3-4 области. В много от регионите на страната няма учебни заведения и специалности, които да готвят кадри. Липсата на адекватна информация и база данни за възможностите на образователната система лишава бизнеса от статистика, чрез която да планира нуждите от човешки ресурси. От своя страна и бизнеса не полага необходимите усилия да съдейства за правилното и в перспектива планиране на трудовия потенциал и на практика не участва в този процес. Това налага активна позиция и промяна в похода в планирането, управлението и развитието на човешките ресурси и формирането на компетенции и умения, които да отговарят на бъдещите потребности.

### 3.1. СТРАТЕГИИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ДЕФИЦИТИТЕ В ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ

Стратегията за посрещане на необходимите нужди от нови умения и компетенции на работната сила е в основата на фирмената култура на едно предприятие. Подборът, изборът и управлението на човешкия ресурс е най-важната функция на един ръководител. Дейл Карнеги е бил човекът, който е знаел как да преценява, как да съди за хората и преди всичко как да ги използва. На неговия надгробен камък е написано: „Тук почива човекът, който знаеше как да накара да му служат хората, по-добри от самия него”.



### 3.1.1. ПОЛИТИКИ И СИСТЕМИ НА УПРАВЛЕНИЕ, ЗАПЛАЩАНЕ И СТИМУЛИРАНЕ

---

Системата за управление на представянето, заплащането и стимулирането трябва да има за цел да ангажира и даде възможност на служителите да допринасят за успеха на бизнеса на предприятието. Основна функция на един ръководител е да усъвършенства хората, с които работи, да избере система, в която хората могат да се развиват и израстват. Изборът на системата трябва да подпомага служителите при идентифицирането и набелязването на възможностите за растеж и развитие в фирмата.

Избраната система може да предлага различни политики и процеси. Една добра практика, прилагана успешно във водещо предприятие в сектора, включва следните политики:

- Годишна оценка на представянето, която обхваща всички нива в организацията при спазване на каскаден принцип. Времевата рамка на процеса включва първите месеци на текущата година, като се оценява представянето на всички служители за предходната календарна година. Целта на процеса е по структуриран начин да оцени представянето на всеки един служител в организацията чрез преглед на това „Какво” е постигнато за предходната година и „Как” е било постигнато. Този процес трябва да отразява взаимовръзката между това как индивидуалните умения и постигнатите резултати допринасят към бизнес резултатите на организацията. Цялостната оценка се формира на база на представянето по определени стандарти и процент на постижение на годишните цели по определени критерии.
- Индивидуални годишни цели, като процесът може да обхваща онези нива в организацията, които имат право на годишен бонус при спазване на каскаден принцип. Времевата рамка на процеса е например януари - април, като се поставят цели, които трябва да бъдат осъществени до края на календарната година. Целта е да се гарантира изпълнението на стратегическите цели на отдела и фирмата, като се даде насока у служителя за приоритетите му през годината, както и да се използва при оценяване и определяне на бонусите. Годишните цели могат да се поставят на базата на определени стандарти, целите на прекия ръководител и стратегическите цели на съответния отдел и предприятието. Основното правило е, че целите трябва да бъдат конкретни, измерими, постижими, обвързани с краен резултат и срок.
- Форум за развитие на служителите, целящ идентифицирането и целенасоченото развитие на таланти в организацията. Форумите могат да протичат под формата на срещи, които се провеждат по функции, съобразно структурата на всяка функция, които се водят от мениджър на по-горно ниво и се представят и обсъждат таланти, които биха могли да пораснат едно или повече нива в йерархията на предприятието. Критериите, по които служителите се определят като таланти, се комуникират от отдела по „Човешки ресурси”, а времевата рамка на процеса в този случай е март - април.
- Планиране на индивидуалното развитие на служителите. Тук процесът подпомага развитието на уменията на служителите и израстването на талантите в организацията, като служи за фактор за повишаване на ангажираността на служителите. Времевата рамка на процеса тук е м. април - май. В този случай индивидуални планове за развитие имат всички служители, разглеждани на форум за развитие. По преценка на прекия ръководител и желание на служителя, такъв план може да има и всеки друг служител



на фирмата. Индивидуалният план за развитие може да обхваща области нуждаещи се от развитие, както за настоящата, така и за бъдещи роли.

- Полугодишен преглед на индивидуалните годишни цели и планове за развитие има за цел да проследи прогреса по изпълнението на целите и плановете и при необходимост да коригира съдържанието им съобразно нови бизнес приоритети. Това се случва в периода юли - август.
- Назначение с цел развитие се извършват за определен период от време в зависимост от нуждата, като целите между служителя и неговия пряк ръководител са предварително съгласувани. По този начин се осигурява обогатяване на опита на служителя в дадена област от бизнеса или натрупване на опит в нова сфера и развитие на неговите умения.
- Възнаграждения и стимулиране. В някои компании съществува утвърдена политика за възнаграждения и придобивки. Съгласно съществуващи модели работната заплата на служителите се състои от основно трудово възнаграждение, допълнително трудово възнаграждение и бонус за постигнати резултати. Системите за заплащане на труда, които се могат да се прилагат са сделна, повременно-премиална, повременна и часово заплащане. В такива случаи ежегодно трябва да се прави преглед на заплащането, като следват няколко принципа:
  - пазар на труда – сравняват се на нивата на възнаграждение с тези в други компании на българския пазар;
  - индивидуално представяне – взема се предвид индивидуалната оценка на представяне за предходната година;
  - финансови резултати на компанията – прегледът на заплатите е възможен само при стабилно представяне на компанията и постигане целите по финансовите показатели за предходната и настоящата година.

Тези системи могат да се съпровождат от политики за признание и стимулиране, които да предвиждат материални и нематериални стимули както за индивидуални, така и за екипни постижения, свързани с постигане на изключителни резултати, примери за поведения, важни за фирмената култура на компанията, както и предложения за подобрения и оптимизации в организацията на работа на отдела или компанията.

Принципно правило е, че от приетата система на работа за оценка, развитие и стимулиране на служителите на едно предприятие зависи в голяма степен неговия успех. Подценяването на този принцип е в основата на неудовлетвореността от заеманата позиция, чувството за недооцененост и липса на перспектива у кадрите и текучество в предприятието.

### **3.1.2. ИНВЕСТИЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ**

---

За пълноценното функциониране на предприятията в сектора и за осигуряването на тяхното развитие като цяло решаващо значение придобива инвестирането в човешкия ресурс. Подборът и подготовката на квалифициран и добре обучен персонал, както на равнище мениджъри, така и на равнище служители и работници е в основата на успеха на едно предприятие. Все по-голяма става необходимостта от наличието на добре обучени специалисти и работници с широк профил, които владеят сродни професии и специалности, с широк кръгзор от познания, позволяващи бързо да се адаптират към новостите в техниката и технологията, бързо да се ориентират и правилно да реагират в различните производствени и

икономически ситуации. В хранителната, и в частност в питейната промишленост, изключително нарастват изискванията към добре подготвен персонал по отношение осъзнаването на необходимостта от спазване на правилата за производството на качествени и безопасни за здравето на потребителите продукти, хигиената и безопасността на работното място.

В практиката на предприятията в бранша резултати дават различни форми на работа. Близо една трета от ръководствата на фирмите сключват допълнителни споразумения с обучаемите, като мярка за ограничаване на рисковете при инвестирането в обучение. В трудовите договори се залагат клаузи за оценка на ефективността от използването на фирмената система за обучение. Резултатите от проучването в бранша показват, че най-силен мотив, оказващ влияние върху вземането на решение за обучение и саморазвитие е възможността за повишаване на възнаграждението, следвано от сигурността на работното място. В условията на икономическа криза запазването на работното място взема превес пред проблема за професионално израстване и кариера. На този етап като че ли не се осъзнава в достатъчна степен, че кризата в определен момент ще свърши и по-високата квалификация и компетенции утре ще имат голямо значение.

Въвеждането на новопостъпилите работници в предприятията се осъществява чрез различни форми - въвеждащи програми, наставничество, базово обучение. В една част от предприятията се прилагат лични планове за развитие и стажантски програми.

Най-добър резултат дават въвеждащите програми за новопостъпилите. Целта на тази програма е новопостъпилият служител да получи ясна представа за компанията – нейната структура, бизнес процеси, култура, принципи и политики. Чрез нея може да се гарантира ангажираност на новопостъпилите служители през техните първи 100 дни в компанията и да се осигури в достатъчна степен представяне на стандарта за конкретната позиция.

В практиката на отделните предприятия се използват различни инструменти за постигане на целите. Използвана форма е програмата „Добре дошъл”. Целта на програмата е да предостави на новопостъпилия служител необходимата за работата му информация, основните правила и политики, да засили чувството му за принадлежност към компанията.

Анимираната презентация е друга форма, чрез която новопостъпилия служител се запознава с историята на създаване на компанията, продуктовото портфолио, различните функции и отдели с описващите ги бизнес процеси. Презентацията има за цел да представи на новия служител производствените и логистичните центрове, търговските зони, да опише корпоративните ценности, кодекса за бизнес поведение, каналите за комуникация, а така също органограмата на предприятието – органите, програмата и системата за управление, управлението при кризи и инциденти. Съществена част от такава презентация е представянето и пътя на развитие на успешните мениджъри в предприятието, начините на забавление, инициативи, в които могат да се включват всички служители, социалната програма.

Използвана форма е „Общата въвеждаща програма”. Тя включва посещение на производствените зали, складовите и търговските зони, каналите на дистрибуция, използвани от предприятието.

Съществуват и други специфични въвеждащи програми, които са задължение на прекия ръководител. Целта е да се подготви детайлна и разпределена във времето въвеждаща програма за новия служител, да се опишат функцията на отдела, в който ще работи, както и задълженията и отговорностите за конкретната позиция. В тази програма може да се включи график с регулярни срещи за обмен на впечатления, за въпроси и обратна връзка.

Много съществен момент в работата на предприятията са програмите за обучение на служителите. То трябва да е насочено към развитието на знания, умения и поведение с цел да се достигне стандартно или изключително представяне за позицията. Обучението трябва да е съобразено с бизнес приоритетите на функцията. Методите за провеждане на обучение могат да бъдат презентации, лекции, семинари, обучения в клас, обучения по време на работа, ролеви игри.

За да бъдат ефективни програмите за обучение те могат да включват следните елементи:

**1. Да се обоснове необходимостта от нуждата от обучение като се идентифицират съответните нива:**

- *организационно ниво*: идентифицира нуждата от развитие на специфични знания и умения, валидни за цялата организация (например при внедряване на нови инициативи в предприятието);
- *ниво позиция*: какви нови умения, знания, поведение са необходими за изпълнението на задачите и задълженията, свързани с позицията;
- *на индивидуално ниво*: за развитие на конкретни умения и компетенции на съответния служител.

**2. Нуждите от обучение се определят в зависимост от нивото на обучаемите:**

- На организационно ниво се определят от изпълнителният директор, от функционалните мениджъри (ако има такива), или от одитиращи органи, въз основа на бизнес стратегии и приоритети, процеси на реструктуриране или промяна на бизнеса и т.н.
- На ниво позиция се определя от функционалните мениджъри, функционалните екипи за развитие на способностите и функция „Човешки ресурси”, въз основа на бизнес стратегии и приоритети в отдела или функцията, реструктуриране и промяна на бизнеса, постижения на ключовите бизнес показатели, анализ на пропуски в уменията и т.н.
- На индивидуално ниво се определя от преките ръководители и служители, на базата на годишния преглед на представянето, както и от произтичащи решения или препоръки от форумите за развитие на служителите.

**3. Годишен план за обучение на служителите.**

Той трябва да включва теми, време, участници, доставчици и предвидени разходи, както и необходимите според българското законодателство обучения за съответните позиции. Всеки план трябва да се подготвя в процеса на бизнес планиране, като в него се отразяват бизнес стратегиите на компанията. С годишния план трябва да се обхванат всички работници и служители, които да преминат опреснителни обучения, според изискванията на българското законодателство, по системите HACCP, Системата за качество СУК и процедурите по ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, OHSAS 18001, както и по други вътрешни приети системи, правила и процедури всяка календарна година. Служители на специфични позиции като водачи на МПС, електро и мотокари, огняри, машинни оператори, трябва да бъдат обхванати в опреснителни курсове според българското законодателство всяка календарна година или с различна честота в зависимост от трудовите изисквания.

Ръководен принцип в управлението на процеса на развитието на човешките ресурси е да се планира и мисли в перспектива.

## 3.2. ПРОФЕСИОНАЛНО ОБУЧЕНИЕ

Професионалното обучение на средните кадри за сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води“ се осъществява в редица професионални гимназии в страната. Те са разпределени в различни райони на страната и обхващат професионални гимназии с различен профил на обучение. Такива професионални гимназии са както следва:

- Професионална гимназия по хранително-вкусови технологии „Проф. д-р Г. Павлов“, София, където се извършва обучение по специалността „Техника и технология на алкохолните и безалкохолните напитки“.
- Професионална гимназия по химични и микробиологични технологии „Проф. Пенчо Райков“, София провежда обучение по професия „Техник-технолог в хранително-вкусовата промишленост“ по специалност „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки“.
- Професионална гимназия по хранителни технологии и техника, Пловдив обучава ученици по професия „Оператор в хранително-вкусовата промишленост“, специалност „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки“.
- Професионална гимназия по химични и хранително-вкусови технологии „Д. И. Менделеев“, Варна провежда обучение по „Техника и технология на алкохолните и безалкохолните напитки“. Завършилите получават разширена подготовка по химия, микробиология и технология на алкохолните и безалкохолните напитки.
- Професионална гимназия по химични технологии „Н. Зелински“, Бургас извършва обучение по „Техника и технология на алкохолните и безалкохолни напитки“.
- Професионална гимназия по химични и хранителни технологии, Пазарджик провежда обучение по „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки“, професия „Оператор в хранително-вкусовата промишленост“.
- В Технологична професионална гимназия „Мария Кюри“, Перник се обучават средни специалисти по „Техника и технология на алкохолните и безалкохолните напитки“.
- Професионална гимназия по хранително-вкусови технологии „Св. Димитър Солунски“, Асеновград обучава ученици за „Оператор в производството на алкохолни и безалкохолни напитки“.
- Професионална гимназия по туризъм и хранително-вкусови технологии „Алеко Константинов“, Търговище обучава средни специалисти по „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки“.
- В Професионална гимназия по производствени технологии „Евлогий Георгиев“, Карлово се провежда обучение за професия „Техник-технолог по качество на храни и напитки“ и се получава задълбочена подготовка в областта на алкохолните и безалкохолни напитки.

Обучението по „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки“ се извършва в десет професионални гимназии в страната. При тях получаването на трета степен на професионална квалификация по тази специалност е свързано с обучението по редица дисциплини. В рамките на общата професионална подготовка се изучават дисциплините „Здравословни и безопасни условия на труд“, „Икономика“, „Предприемачество“, „Бизнес комуникации“. Отрасловата професионална подготовка включва дисциплините „Чужд език“, „Техническо чертане“, „Хигиена на храните“, „Хранително законодателство“. Специфичната професионална подготовка включва дисциплините „Суровини и материали за производството на алкохолни и

безалкохолни напитки”, „Технология на алкохолните и безалкохолни напитки”, „Технологично обзавеждане”, „Процеси и апарати в хранително-вкусовата промишленост”, „Микробиология”, „Аналитична химия с физични методи”, „Технологично проектиране”, „Естетика и дизайн”, „Технохимичен контрол”, „Организация и контрол на производството”, „Ремонтно механо-монтажна практика”.

Освен в професионалните гимназии обучение по специалността „Технология на алкохолните и безалкохолни напитки” може да бъде проведено в Съюза по хранителна промишленост към ФНТС по специалност „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки” код 5410106. Центровете за професионално обучение извършват обучение по професия „Оператор в хранително-вкусовата промишленост”, код 5410204 специалност „Производство на алкохолни и безалкохолни напитки”.

Висше образование по специалността може да се получи в Университета по хранителни технологии, Пловдив. Катедра „Технология на виното и пивото” в УХТ е акредитирана да обучава студенти в три степени на висшето образование – „бакалавър” и „магистър” по специалността „Технология на виното и пивото” и „Технология на ферментационните продукти” с преподаване на френски език, както и „доктор” по научната специалност „Технология на алкохолните и безалкохолни напитки”. Тази специалност е една от най-желаните от студентите в УХТ. Всяка година се дипломират около 70 инженери и магистър-инженер. Над половината от тях намират реализация във винарската, спиртната, малцовата, пивоварна и безалкохолна промишленост още през първата година след дипломирането.

В УХТ гр.Пловдив е въведена система за оценяване и поддържане на качеството на обучението – СОПКО, сред дипломантите в ОКС „бакалавър” и ОКС „магистър” за периода 2009-2011 г. Интерес представляват данните от проведената анкета за реализацията на студентите от специалност „Технология на виното и пивото”, проведена от Кариерния център чрез фейсбук. По-голямата част от завършилите или 57% посочват, че очакванията, които са имали при приема са се оправдали. За удовлетворение от избраната професия показва, че 84% от тях не биха си сменили специалността; за 64% са се оправдали очакванията за реализация. Едва 28% биха избрали да работят в чужбина. Показателен е отговорът на 72% от завършилите, които смятат, че на тях се гледа като авторитет, че са завършили УХТ.

Дипломираният магистър-инженер по специалността „Технология на виното и пивото” е висококвалифициран специалист за нуждите на съответните подотрасли на хранително-вкусовата промишленост, включително и безалкохолната промишленост. От анкетираните в УХТ 83% посочват, че са доволни от получените знания. От завършилите се очаква да имат широка и задълбочена фундаментална и професионална подготовка, да владеят много добре стопанско-организационните, управленските и социални механизми в областта на своята реализация в съответните подотрасли на хранителната промишленост, търговската и образователна сфера. Завършилият трябва да притежава значителен обем от задълбочени интердисциплинарни знания и умения:

- да изследва, моделира и оптимизира всички механични, физични, физикохимични, химични, биохимични и микробиологични процеси и технологични операции в питейната промишленост;
- да създава и внедрява нови технологии и асортименти вино, пиво и напитки;
- да проектира предприятия и технологични линии за производството на вино, пиво, висоалкохолни, спиртни и безалкохолни напитки;



- да планира, организира, контролира и управлява, проучва и усъвършенства производствено-технологичните процеси;
- да контролира и управлява качеството на суровините, материалите, полуфабрикатите и готовата продукция;
- да ръководи и провежда необходимите анализи – органолептични, химични, физикохимични, биохимични и микробиологични;
- да оразмерява, регулира и оптимизира работните параметри на технологичното обзавеждане на предприятията за производство на напитки;
- да провежда специализирано обучение на специалисти със средно и висше образование;
- да усъвършенства знанията си и повишава квалификацията си както самостоятелно така и чрез продължаване на образованието си в образователната и научна степен „доктор”.

Темата за професионалното обучение и подготовката на кадрите е тясно свързана с финансирането на образованието. В годините на прехода връзката образование – реална работна среда се разкъса. Това внесе диспропорции в търсенето и предлагането на работна сила, демотивира младите хора към по-високо образование и добиване на квалификация според нуждите на пазара. Наруши се средата, в която пазарните механизми да позволяват на младите хора да направят най-добрия и подходящ избор между качеството на образованието и цената, която могат да си позволят.

От друга страна предприятията останаха на позицията, че ще могат да направят най-добрия избор от търсещите работа или позиция. С годините ножицата се отваряше и днес икономиката е изправена пред ситуация на висока безработица, на голям брой млади хора с ниско образование и квалификация. Не малко са хората в друга група завършили средно или висше образование, но с квалификация или специалности, които никой не търси.

Практиката показва, че най-големият проблем през последното десетилетие е липсата на мотивация у младите хора, които участват в процеса на обучение. Липсата на интерес към избраната специалност се провокира и от скъсаната връзка със следващото звено – реалната производствена среда. От друга страна предприятията не са готови да платят по-висока цена за обучение и да инвестират в подготовката на кадрови ресурс, считайки това за рискова инвестиция, възвращаемостта от която е малка.

В така създалата се обстановка се налага промяна на позициите и на държавата, която инвестира огромни средства в образованието и на бизнеса, който има нужда от подходящите квалифицирани и образовани кадри. Тук е мястото и на работодателските организации и браншовите съюзи в оценката на потребностите от обучение по професии и специалности чрез изграждане на междуинституционални връзки с участниците в пазара на труда и образователната система.

Такава форма на взаимодействие между предприятията и образователната система се явяват стажантските програми. В сектора вече има примери на прилагане на подобно сътрудничество, но то по-скоро е само едно начало. По-важно е, че вече има нагласи и готовност за сключване на договори за обучение.

Успех може да се очаква от студентските кредити, като форма на взаимодействие и публично частното партньорство между учебното заведение и работодателя. Това обаче трябва да се съчетае със създаването на нормативна база, регламентираща публично-частното



партньорство и то да бъде подкрепено с данъчни облекчения върху средствата, които работодателите влагат за обучение.

Използването на въвеждащи програми с новопостъпилите работници в предприятията осъществяването на наставничество, организирането на базови обучения са едни от най-разпространените форми, използвани в предприятията в настоящия момент.

Тук би следвало да се отбележи, че резултатите от прилагането на тези форми на сътрудничество са силно зависими от нагласите на работещите за участие в тях. Практиката показва, че най-силният мотив, който оказва влияние върху вземането на решение за обучение и саморазвитие е възнаграждението, което се очаква да получат като резултат. В това отношение, както отбелязахме по-горе, секторът оценява най-високо работещите в него в сравнение с работещите в другите браншове от хранителната индустрия. Сигурността на работното място е другият мотив, който стимулира кадрите за участие в обучителния процес. И в това отношение сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води“ има своите предимства пред редица други отрасли в българската индустрия.

Може би слабост на цялостната система за определяне на потребностите от обучение е липсата на фирмени системи. С въвеждането на компетентностен подход в управлението и на работещи компетентностни модели ще може да се прецизират дефицитите в компетенциите на заетите и да се инвестират средства в точните направления. Към настоящия момент предприятията не разполагат с ефективна система за оценка на компетенциите на работната сила. Със създаването на компетентностни модели предприятията ще могат по-точно да идентифицират нуждите от обучение и развитие на персонала, да осъществяват точен анализ на дефицитите в уменията на отделния работник и изискванията на съответната позиция и по-успешно да планират обучения.

Друг проблем на системата е, че в секторите няма създадени професионални стандарти, които да са реален измерител на знанията и уменията на работниците и служителите. Със създаването на компетентностни модели, формулиращи стандартите за професионалните компетенции и успешните поведения, ще се постигне по-обективна оценка на съответствието на квалификацията на работниците и служителите с изискванията на длъжностните характеристики. Професионалните стандарти, от една страна, ще гарантират качеството на знанията, а от друга страна, ще дават възможност на всеки специалист да прецени какви са възможностите му в момента и перспективите за в бъдеще.

---

### *Основни изводи и тенденции, вкл. препоръки към професионалното обучение:*

---

Налице е диспропорция между нуждите от квалифицирана работна сила и професионалното обучение и мотивация на младите хора. Основното образование, което е призвано да обучи кадрите, които след това ще преминат в обучение за средно професионално образование, в недостатъчна степен подготвя учениците за следващите етапи на учене. В тази връзка е необходимо да се повишат изискванията към учениците и повиши техния успех и знания.

В професионалното обучение е необходимо да се постигнат по-високи стандарти на обучение. Тук е необходимо да се подобри практическата подготовка на учениците. Предприятията от безалкохолната промишленост трябва широко да отворят своите врати за посещения, стажове и производствени практики. Единствено тогава обучаващите могат да видят производството, технологичните линии и оборудването, с което те ще работят в бъдеще.

Трябва да има изпреварващо обучение, при което учителите да могат да преподават най-новите образци на продукти, машини, апарати и технологии. Модерните методи на преподаване трябва да намерят по-широко приложение в средното професионално образование. Трябва да нараснат критериите и мотивацията на преподавателите да повишават своята квалификация и форми на преподаване.

Необходимо е да се премине към обучение по време на целия живот. Освен професионалните гимназии, УХТ и ИКХТ важна роля може да играе и Съюза по хранителна промишленост към ФНТС. Чрез привличане на висококвалифицирани преподаватели могат да бъдат организирани периодично курсове за запознаване с новостите и тенденциите в областта на питейната промишленост и по-специално производството на безалкохолни напитки и бутилирани води.

Могат да се направят някои препоръки относно професионалното обучение на техник-технолози, лаборанти, еколози и други средни специалисти. Това е свързано, разбира се и с активното участие на предприятията от бранша. Масшабите на сивия сектор и пазар досега внесоха големи диспропорции в сектора „Безалкохолни напитки и бутилирани води”. Това се отнася до големия брой малки предприятия, които оперираха досега. Липсата на стратегия за развитие за един бъдещ период при по-малките предприятия не даде възможност на образователната система да прогнозира в голяма степен какви специалисти ще се търсят след 5 до 10 години. Да се подготвят квалифицирани кадри на момента се оказва трудна задача. Необходим е значителен материален и финансов ресурс, което не е по силите на една ПГ. Тук е мястото на работодателските организации и браншовите структури по области и региони да насочат усилия и засилят връзката с ПГ по места. Чрез сключване на индивидуални договори-стипендии с ученици, показали висок успех още след първата година на обучение по специалността в ПГ, фирмите ще могат да разчитат на техник-технолози, лаборанти, еколози и други кадри, които след дипломиране да работят при тях. Нещо повече, тези ученици могат да провеждат своите производствени и летни стажове на бъдещите си работни места. Така ще се намали и времето за адаптация след започване на работа. Тази практика масово се прилага в повечето европейски страни. Самите ученици ще повишат своята мотивация за учене и ще бъдат спокойни за бъдещата си професионална реализация.

От възпитателна гледна точка е предприятията да се отворят към образователната система, така че децата от малки да се запознават с производството на напитки и ползата от тях в ежедневието. Това може да е форма на професионално ориентиране, която предполага насочване на някои от тях на по-късен етап към този бранш.

Трябва да се направят и промени в учебните планове и програми като се увеличат часовете по практика за сметка на часовете по теория на предмети, които не формират пряко умения и навици по специалността.

Преподавателите-специалисти, които подготвят техник-технолози, лаборанти, еколози и други средни кадри трябва да преминават периодично квалификационни курсове и семинари за новостите в техниката, технологиите и мениджмънта в сектора. Това трябва да бъде заложено в системата за подготовка и преподавателския състав, а така също в системата за ежегодната им атестация.

Съществува разминаване между търсенето и предлагането на специалисти на пазара на труда. Основната причина за това е липсата на система за прогнозиране на необходимостта от кадри в краткосрочен и в дългосрочен план. Държавата, в лицето на образователната система, няма създадена система за планиране на нуждите от кадри. Няма изградена информационна

система за образователния и квалификационен профил на гражданите. Липсва ефективно кариерно ориентиране, което да насочва младите хора към търсени на пазара на труда професии и специалности. По тази причина предприятията в сектора по-трудно набират персонал с определен профил на подготовка и умения.

Технологичното развитие на производството на безалкохолни напитки и необходимост от надграждане и актуализиране на ключовите компетенции на работещите на всички равнища изискват по-активен диалог между работодателите и образователните институции. Част от механизмите, които могат да се приложат, за да се преодолеят проблемите е да има реални стимули и за двете страни, участващи в този процес. За увеличаване на социално-икономическата ефективност на системата за професионално образование и обучение е необходимо включването на работодателите в дейностите по разработването на конкретните учебни програми и в оценката на потребностите от обучение по професии и специалности чрез изграждане на ефективни междуинституционални връзки с участниците на пазара на труда и образователните институти. В това отношение браншовата организация може да поеме посредническата роля и да участва много активно в всички процеси. Сключването на дългосрочни споразумения между участниците в диалога би имало съществено значение за воденето на политики с траен и измерим резултат.

Съществен недостатък е липсата на регистър, който да отчита професионалната реализация на завършващите средно и висше образование. Бизнесът не разполага с данни за образователния и квалификационния профил на хората в работоспособна възраст по региони. Няма регистър на специалистите по сектори и по възраст. Няма създадена база с данни, отчитащи качеството на обучението в средните и висши училища, върху които да се правят прогнози и планове в предприятията за човешкия потенциал. Съществува реален риск в отделни региони икономиката да бъде оголена откъм специалисти по различни причини - застаряването на работещите в тях, липсата на подходящи учебни заведения или специалности в тях, необходими за сектора.

Необходимостта от специалисти с високи професионални компетенции е водеща в производството на безалкохолни напитки. Това се отнася за всички нива на квалификационните групи професии.

Приложен е примерен модел на ключови компетенции в производството на безалкохолни напитки:

#### **1. Професионална компетентност:**

- образователно и квалификационно ниво;
- придобит професионален опит;
- познаване естеството на работа;
- управление на времето;
- преодоляване на стреса при изпълнение на служебните задължения, породен от непредвидими ситуации;
- планиране и реализиране на творчески идеи и задачи;
- последователност в работния процес;
- умение за приоритетно планиране на задачите и тяхното изпълнение;
- внедряване на съвременни методи и иновативни подходи, с цел увеличаване ефективността на трудовия процес.

## **2. Качество на работа:**

- ефективно използване на вътрешните и външни ресурси;
- спазване на срокове за изпълнение;
- постигане на положителни за компанията резултати;
- степен на изпълнение на задачите;
- адаптивност и гъвкавост
- спазване на утвърдените изисквания, норми и стандарти при осъществяване на трудовия процес;
- отговорност към собственото изпълнение на поставените задачи;
- мотивация и инициативност при изпълнение на задълженията;
- координиране на работата с останалите служители, с които е обвързан при изпълнение на трудовите си задължения;
- способности за съвместяване на професии, задачи и отговорности.

## **3. Честност и надеждност в поведението:**

- поемане на отговорност;
- способност за признаване на собствените си грешки и желание за поука от тях;
- възприемане на критиката конструктивно;
- представя честно себе си и ситуацията в работната среда;
- разбиране и поемане на всички отговорности и допълнително възложени задачи с желание;
- ефективно използване и уплътняване на работно време;
- спазване на конфиденциалност във връзка с информация, станала известна по повод на изпълнение на служебните задължения.

## **4. Взаимоотношения:**

- честни и откровени отношения с всички работещи;
- учтивост и приветливост;
- съпричастност към проблемите на другите;
- тактичност, повишено внимание и честност при отправяне на критики към другите, без да се нанаяват техните чувства;
- обективност, справедливост и безпристрастност при оценяване на другите;
- спазване на лична хигиена.

## **5. Комуникативни умения:**

- ясно, изчерпателно и конкретно изразяване при общуване;
- изслушване на другите и насърчаване споделянето идеи и лични проблеми;
- умение за разбиране, осъзнаване и обобщаване на информацията и способност за логични изводи и заключения;

- своевременно и точен обмен на информация и информиране на колегите за предстоящи промени;
- спазване на обещанията.

#### **6. Обучение и повишаване на квалификацията:**

- непрекъснато усъвършенстване на професионалните знания и умения чрез участие в курсове за повишаване на квалификацията, семинари, самоподготовка;
- внедряване на творчески идеи, които биха имали положителен резултат в работата;
- умения за прилагане на практика на новостите в областта, в която работи;
- езикови, компютърни, технически и други допълнителни умения, които способстват за по-качествено изпълнение на работата.

#### **7. Умения за решаване на проблеми (за ръководители):**

- анализиране на проблемни ситуации и предлагане на алтернативи за решение;
- поемане на отговорност за взетите решения;
- критично мислене при анализ на проблемните ситуации;
- предлагане на своевременни и ефективни решения;
- инициране, изслушване и оценка на идеи за решение от другите;
- насърчаване на подчинените да взимат самостоятелни решения.

#### **8. Делегиране на права и контрол върху изпълнението (за ръководители):**

- по-активен подход и умения за насочване на останалите в изпълнение на работата (за мениджъри);
- ефективно подбиране и мотивиране на хората;
- подпомагане за успеха и чувството на удовлетвореност от работата на другите;
- справедливо решаване на конфликтите;
- планиране и грижа за собственото си кариерно развитие и това на другите.

#### **9. Креативност (за ръководители):**

- предлагане на иновативни идеи, които допринасят за успешното решаване на целите и задачите на звеното;
- търсене и осигуряване на начини за подобряване организацията на работата;
- оценяване и въвеждане на нестандартни идеи за решение;
- мотивиране и насърчаване на подчинените да се включват в „състезанията на идеи” с цел повишаване на добавената стойност за компанията;
- поощряване на изявата на иновативно и оригинално мислене.

## Раздел 4. МЯСТО НА СЕКТОРА В ИКОНОМИКАТА НА ЕВРОПА.

### Икономически тенденции в ЕС.

Общият преглед на икономическата среда в ЕС се представя от данните и тенденциите в индекса на промишленото производство, индекса на новите заявки в промишлеността, промените в обема на частното потребление, както и търгуваните обеми в търговията на дребно. Данните са обобщени в таблицата по-долу. Те осигуряват фона, на който да се извърши анализа на икономическите резултати на сектора.

Таблица 16 Икономически тенденции в ЕС

Показатели	Промени на база предходно тримесечие - % на изменение					Годишни промени,%
	IV-то трим. 2010 г.	I-во трим. 2011 г.	II-ро трим. 2011 г.	III-то трим. 2011 г.	IV-то трим. 2011 г.	IV-то трим. 2011 г.
Индекс на промишленото производство	2,2	2,2	0,0	0,1	-0,3	0,1
Индекс на новите поръчки в промишлеността	3,1	2,7	1,6	-5,4	-1,0	-0,9
Търгувани обеми в търговията на дребно – всички сектори	0,0	-0,2	0,3	-0,2	0,3	0,8
Търгувани обеми в търговията на дребно – сектор на храни, напитки и тютюн	0,5	0,2	0,0	-0,6	0,3	-0,6

Източник: Евростат.

Промишленото производство в ЕС е намалял с 0,3% през четвъртото спрямо третото тримесечие на 2011 г., но нараства с 0,1% през четвъртото тримесечие на 2011 г. спрямо същото тримесечие на предходната година. Тенденцията продължава и през първото тримесечие на 2012 г., когато индустриалното производство намалява с още 0,5% спрямо последното тримесечие на 2012 г. Това съответства на намалението на индекса на индустриалните поръчки през третото и четвъртото тримесечие на 2011 г. Годишното сравнение показва, че индексът на промишленото производство намалява с 0.7% през първото тримесечие на 2012 г.

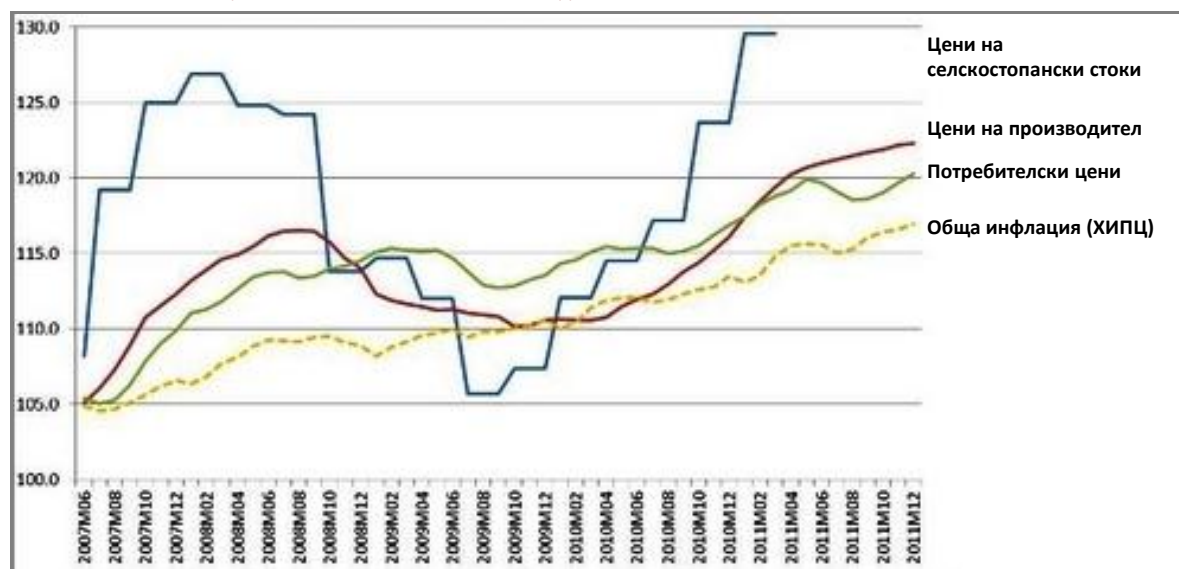
Водещите тенденции за сектора на производството на храни, напитки и тютюни в сравнение с тенденциите в промишлеността в ЕС през 2011 и началото на 2012 г. са за увеличаване на цените на вноса, намаляване на обемите на вноса и износа, намаляване на обема на произвежданата продукция и заетостта, и повишаване на цените на производител и оборотите в сектора.

Производство	Заетост	Цени на производител	Обороти в сектора	Цени на вноса	Износ	Внос	Тенденция в основните селскостопански цени
							

Следвайки тенденцията от предходните тримесечия на 2011 г. цените на производител продължиха да нарастват и надхвърлиха както потребителските цени, така и общия инфлационен индекс.



Фиг. 6 ЕС-27: Ценово развитие по веригата на доставките за сектора на храните



Източник: Световна банка и Международна организация по храните.

Европейската промишленост за производство на безалкохолни напитки обхваща широка гама продукти: от безалкохолни напитки и газирани води, до нектари, енергийни и спортни напитки. Промислеността удовлетворява различни вкусове и възможности от продукти за самостоятелно потребление (единични порции) до големи размери и обеми за споделяне. Тя също така включва и пълен набор от безкалорични и нискокалорични продукти.

Таблица 17 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ В ЕС, 2006-2011 г.

По групи напитки	Мерна единица	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>ЕС ОБЩО<sup>3</sup>:</b>	Млн. литра	115483,0	116676,5	117927,9	118058,8	118123,1	119057,3
	Литра на човек	233,6	235,1	236,6	236,1	235,6	236,9
<b>Безалкохолни напитки</b>	Млн. литра	45053,7	46093,6	47372,5	47446,1	47655,6	48256,4
	Литра на човек	91,1	92,9	95,0	94,9	95,1	96,0
<b>Бутилирана вода</b>	Млн. литра	51393,2	51920,3	51916,2	51912,3	51747,6	52191,6
	Литра на човек	104,0	104,6	104,2	103,8	103,2	103,8
<b>Разтворими напитки</b>	Млн. литра	7572,1	7404,5	7364,3	7574,6	7750,7	7956,7
	Литра на човек	15,3	14,9	14,8	15,1	15,5	15,8
<b>Сокове и нектари</b>	Млн. литра	11464,1	11258,0	11274,9	11125,8	10969,2	10652,5
	Литра на човек	23,2	22,7	22,6	22,3	21,9	21,2
<b>Население</b>	Милиони	494,4	496,2	498,4	500,0	501,3	502,6
<b>Според калоричността</b>							
	Всичко	45053,7	46093,6	47372,5	47446,1	47655,6	48256,4
	Нискокалорични	15,3%	16,3%	16,4%	16,9%	17,3%	17,4%
	Обикновени	84,7%	83,7%	83,6%	83,1%	82,7%	82,6%

Източник: Canadean Wisdom 2012 Annual Cycle.

<sup>3</sup> В „ЕС общо“ е представена обобщена информация за членовете на Европейската асоциация на производителите на безалкохолни напитки UNESDA, която обхваща националните асоциации в следните страни: Австрия, Белгия, България, Чехия, Дания, Естония, Финландия, Германия, Гърция, Унгария, Ирландия, Италия, Латвия, Литва, Холандия, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Словения, Испания, Швеция, Великобритания.

Нарастването на потреблението на безалкохолни напитки в ЕС е средно с 0.6% годишно за периода 2006-2011 г. или общо 3574.2 млн.литра. На човек от населението този показател е съответно 0.3% нарастване на потреблението средногодишно за периода 2005-2011 г., или общо с 3.3 литра. Ясно изразена е тенденцията за повишаване на потреблението на нискокалорични напитки, което отразява тенденциите и нагласите на населението за по-здравословен живот и потребление. Нискокалоричните напитки представляват 17.4% от потреблението на безалкохолни напитки през 2011 г., нарастването е с 2.1 пр.п. в сравнение с 2006 г. (15.3%).

Постепенно се проявява тенденцията на възстановяване на промишленото производство след кризата от 2008-2009 г. Силно изразен е спадът в обема на промишленото производство, който през 2009 г. е с 8.5% по-малко в сравнение с 2005 г.

Фиг. 7                      ИНДЕКС НА ОБЕМИТЕ НА ПРОИЗВОДСТВОТО В ПРОМИШЛЕНОСТА (2005 = 100)



Източник: Евростат.

Секторът на производство на напитки и съответно подсекторът за производство на безалкохолни напитки и бутилирани води, въпреки намаляване на обемите на производството, остават в по-благоприятна ситуация в сравнение с промишленото производство като цяло. Най-голям спад при тях през последните пет години се наблюдава през 2010 г., когато индексите на произвежданите обеми спадат съответно до 100.15 и 101.07.

Постепенно се възстановяват и ценовите равнища на производство и продажби. Индексът на производствените цени в сектора нараства с 0.7% през 2010 г. и 1.9% през 2011 г. (спрямо предходната година). Този темп (1.3% средногодишно) е най-бавен за сектора на производство на безалкохолни напитки и води в сравнение със сектора на напитките, където средното годишно увеличение на цените за периода 2010-2011 г. е 1.55% или промишленото производство – увеличението е с 4.35%.

В сектор „Производство на безалкохолни напитки и бутилирани води“ в ЕС 27 действат малко над 4 хил. предприятия<sup>4</sup> с повече от 150 хил. заети, които представляват 31.7% от заетите в сектора за производство на напитки или 0.48% от заетите в промишлеността. Секторът създава повече от 10.2 млн. EUR добавена стойност, която представлява 29.3% от добавената стойност в производството на напитки и 0.73% от добавената стойност в промишлеността.

<sup>4</sup> Последни данни за 2009 г.

Таблица 18 Основни индикатори. Източник: Евростат

Индикатор	Стойност
Брой предприятия	4 038
Брой на заетите, хил. души	150
Оборот, млн. EUR	42 228
Разходи за персонал, млн. EUR	5 602
Закупени материали, стоки и услуги, млн. EUR	31 975
Инвестиции в материални активи, млн. EUR	2 308
Добавена стойност, млн. EUR	10 207

Общата производителност на труда за сектора е 68 хиляди EUR на един зает, което е с 8% по-малко, отколкото стойността за сектора за производство на напитки, но почти с 50% повече, отколкото средната стойност за промишлеността (46 хил. EUR на един зает). Средните разходи за персонала в сектора са сравнително високи – 38 хил. EUR на един зает, съответно при 40 хил. EUR за сектора на напитките и 34.5 хил. EUR за промишлеността.

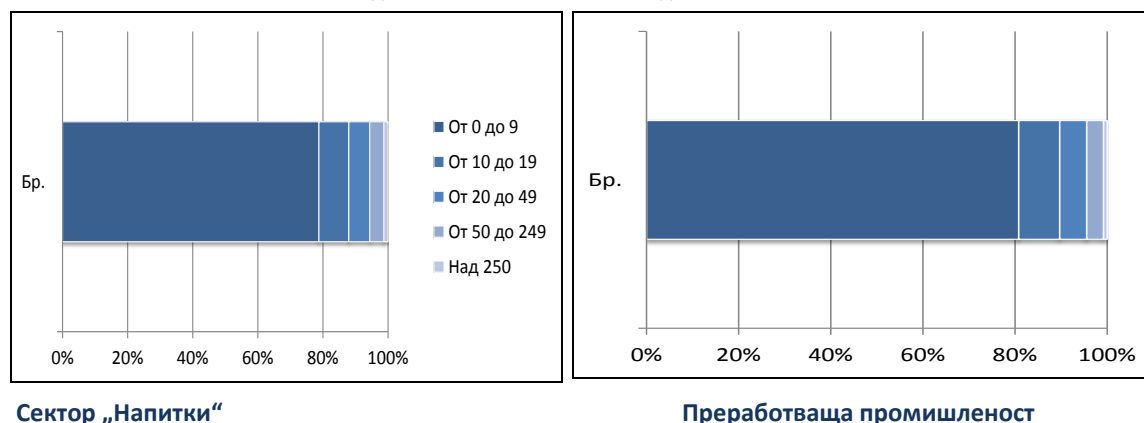
Сред държавите-членки с най-голяма специализация или най-голяма добавена стойност, произведена в сектора на „Производство на безалкохолни напитки и бутилирани води“ е Германия (1 592 млн. EUR), следвана от Франция (1 469 млн. EUR), Великобритания (1 369 млн. EUR) и Испания (1 310 млн. EUR). При анализ на заетите лица в сектора, картината е съизмерима, като Германия води с над 28 хил. заети, следвана от Полша (15 хил.), Великобритания (14 хил.) и Испания (13 хил.).

При анализ на сравнителните предимства и значение на произведената добавена стойност в сектора като дял от промишлеността, най-специализираната държава в ЕС е Кипър с 4.43%; следвана съответно от Гърция (3.21%), България (2.50%) и Румъния (2.34%).

Нормата на печалба и оперативната рентабилност в производството на безалкохолни напитки и бутилирани води е най-висока в Гърция, където брутният опериращ излишък се равнява на 29.4% от оборота, което е значително по-голямо в сравнение със същия показател за следващите в класацията страни, каквито са Финландия (21.7%), Полша (20.1%), България (19.8%) и Румъния (17.1%). Показателят за производителността на труда, коригиран чрез заплащането има най-високи стойности за Финландия (302.1%), следван от Австрия (301.6%), Румъния (284.2%), Португалия (268.4%) и България (265.0%). Най-ниска е стойността на показателя за Германия, Норвегия и Латвия – под 150% или съответно за страните: 114.5%; 131.0%; 141.8%.

По отношение на структурата на предприятията в сектора, преобладават малките и средни предприятия, като структурата е съизмерима с тази на промишлеността: 98.7% и 99.2%.

Фиг. 8 СТРУКТУРА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА В СЕКТОРА СПОРЕД БРОЯ НА ЗАЕТИТЕ. Източник: Евростат



Секторът се отличава със значителен дял на големите предприятия (1.3%), в които зетите са над 250 души. Предприятията със зети между 0 и 9 души са 78.8% от общия брой предприятия.

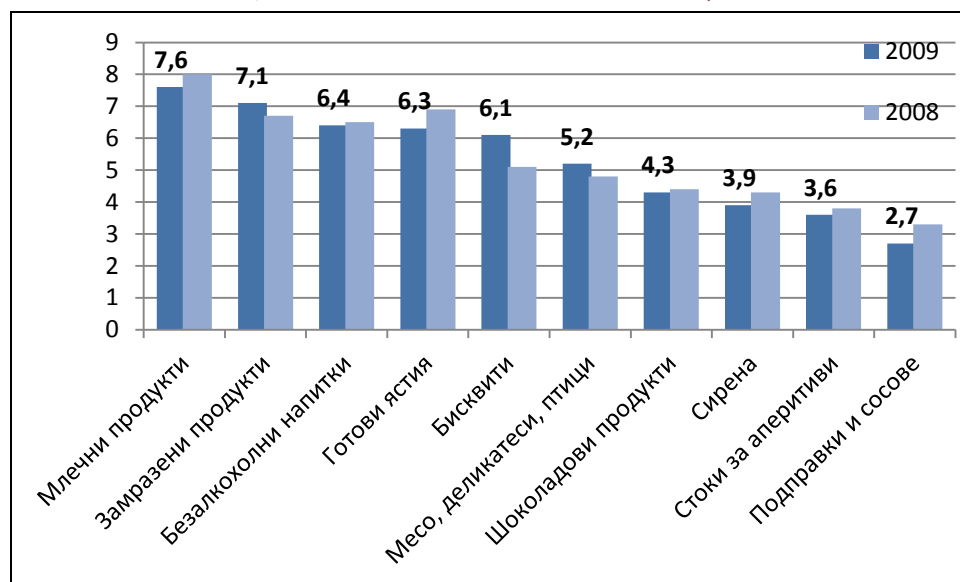
Барьерите за навлизане на пазара са ниски и има два основни начина за конкуренция на този пазар: ценова конкуренция или конкуренция на високото качество. Поради наличието на множество стоки-заместители, потребителите лесно могат да преминат от ползване на един към друг продукт.

При използване на анализа на Портер за петте сили, който позволява изследване на промишлен отрасъл и спомага за дефиниране на стратегиите във фирмите, може да се направят следните изводи за сектора:

- Сила на доставчиците: малка. Стоките и материалите, които са необходими за работа на тази промишленост са неспециализирани, налични са множество доставчици на местно и международно ниво; преминаването от един доставчик към друг е лесно.
- Сила на купувачите: средна. Основните проблеми са ценообразуването и качеството на продуктите. Поради голямата конкуренция на производителите и продуктите, купувачите имат предимство.
- Заплаха от нови конкуренти: навлизането на пазара е лесно, конкуренцията е засилена.

Производството на безалкохолни напитки и минерални води е сред петте най-иновативни сектора на хранително-вкусовата промишленост в Европа, като водещите тенденции в тази област са по отношение на: изтънченост, разнообразие на усещанията, естествени продукти, медицински продукти, продукти за отслабване и др.

Фиг. 9 10-ТЕ НАЙ-ИНОВАТИВНИ СЕКТОРА В ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА ПРОМИШЛЕНОСТ НА ЕВРОПА, 2008-2009 (% ОТ ВСИЧКИ ИНОВАЦИИ В ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВАТА ПРОМИШЛЕНОСТ)



Източник: XTC World Innovation Panorama 2010, [www.worldinnovation.com](http://www.worldinnovation.com).

Съгласно информацията от Европейската асоциация на производителите на безалкохолни напитки, промишлеността е силно иновативна. Около 40% от продуктите, които са в продажба в момента са били разработени и въведени в производство през последните пет години. Над 80% от предлаганите на пазара продукти са марки на производителите, а едва 17% са собствени марки на дистрибуторите.

## Раздел 5. АДМИНИСТРАТИВНА СРЕДА. ПРЕПОРЪКИ, ВКЛЮЧИТЕЛНО ЗА ПРОМЯНА В НОРМАТИВНАТА УРЕДБА

За преодоляване на изоставането на България в системата на образованието спрямо аналогичните показатели в Европейския съюз и за по-пълно съответствие с потребностите на икономиката важни са следните действени мерки:

3. Прилагане на подходящи финансови лостове (например: лишаване на семействата, в които има деца непосещаващи училище, от всички видове социални помощи и плащания) с цел преодоляване на тревожната тенденция на ежегодно увеличаване на броя на децата, които не посещават училище. Осигуряване на подходящи условия за достъп до образование за всяко дете, дори и в най-отдалечените населени места.
4. Залагане в регионалните планове за развитие на конкретни мерки, чрез които да се гарантира достъпът до образование на децата и от най-отдалечените населени места, на децата с увреждания и на децата с особени образователни изисквания.
5. Да се предвидят санкции за семействата с деца, непосещаващи или преждевременно напуснали училище, които се запишат в Закона за социалното подпомагане, в Закона за насърчаване на заетостта и в останалите закони, регламентиращи социални помощи и социални плащания, както и в правилниците и наредбите, регулиращи приложението.
6. Приемане на мерки за развитие на различните форми на образование и обучение – формално, неформално и информално, с цел преодоляване на сериозното изоставане на страната ни по отношение на обхвата на включените лица в програмата „Учене през целия живот”.
7. Включване в нормативната база на стимули и улеснен достъп на българските граждани до програмата „Учене през целия живот” чрез използване на съвременни, ефективни и нетрадиционни форми на обучение за засилване на интереса и привличането им.
8. Промяна в начина на финансиране на предучилищната подготовка, на началното, средното и висшето образование с оглед осигуряване на всеобщ достъп до образование и съответното учебно заведение без оглед на собствеността му.
9. Нормативно осигуряване на условия за реализиране на диференцирано финансиране на образованието според броя на учащите при началните степени на образованието и при отчитане потребностите на икономиката и според професионалната реализация на завършилите при професионалното и висшето образование.
10. Да се създадат ефективни механизми за преодоляване на дисбаланса между търсенето и предлагането на пазара на труда. Министерството на труда и социалната политика и Министерството на икономиката, енергетиката и туризма да изготвят ежегодни анализи, на базата, на които да правят заявки за необходимите кадри на страната за близките 5 години, както и по-дългосрочна прогноза за кадрите, които ще са нужни на страната след 15-20 години. Заявките да се съгласува със социалните партньори.
11. С участието на социалните партньори да бъдат разработени професионални стандарти за всички професии и длъжности. Да се направи преглед и актуализация на съществуващите ДОО (квалификационни стандарти) и привеждането им в съответствие с разработените и съгласувани професионални стандарти за всички професии и длъжности.

12.С участието на работодателските организации да се разработи ефективен съгласувателен механизъм с оглед планирането и утвърждаването на приема в професионалните училища и във висшите училища да отговаря на реалните потребности на бизнеса. Това трябва да бъде част от радикалната промяна в образователната система, която да я направят способна и мотивирана да подготвя специалисти, чиито знания, умения и компетенции, придобити при подготовката, да отговарят на реалните потребности на бизнеса и изискванията на пазара на труда.

13.Да се създадат механизми и нормативно регламентирани данъчни и други финансови стимули за привличането на допълнителни средства от частния сектор. Само така може да бъде осигурено висококачествено образование, което да подготвя висококвалифицирана работна сила с възможности за реализация на пазара на труда.

14.Необходими са промени в критериите за акредитация на висшите училища. Настоящите доведоха до значителни несъответствия между образованието и изискванията на работното място в нашата страна спрямо средноевропейските стойности. Висшето образование трябва да стане източник на високо квалифицирани кадри с определени знания, умения и компетенции за нуждите на стопанския живот на страната.

15.Крайно необходимо е въвеждане на Е-Правителството в социалните дейности, образованието и управлението на човешките ресурси чрез изграждането на ефективно функционираща система за информация, състояща се от съвместими електронни регистри.

Някои от тях са свързани със създаването на пълен и точен регистър на:

- децата, отпаднали или непосещавали училище, необходим за прилагане на посочените по-горе икономически мерки;
- образователния и квалификационния профил на всеки гражданин на страната, предоставен от образователните и обучителните институции в страната;
- специалистите по отрасли и по възрастов състав.



## Раздел 6. ИЗВОДИ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Наличието и развитието на качествен човешки ресурс, притежаващ необходимите знания, умения и компетентности се превръща в ключов въпрос за икономическо развитие на страната. В това отношение сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, като един динамично развиващ се в последните десетина години бранш, има кадрови потенциал, който може да бъде развит на по-високо равнище в съответствие с бъдещите потребности.

Посочените в анализа данни показват промени в организационната структура на предприятията в сектора в резултат на няколко фактора:

- коренна промяна в културата на потребление на българина и необходимостта от производство и предлагане на повече продукти с все по ясно изразени здравословни характеристики;
- наложените по-високи изисквания, свързани с производството на безопасни и качествени напитки;
- пълното прилагане на европейското законодателство в областта на храните;
- навлизането на търговските вериги на пазара и налагането на нови принципи и форми на модерна търговия;
- широкото отваряне на вратите за внос и износ на напитки, увеличаване на възможностите за конкуренция на пазара, а от тук повишаване на ефективността от дейността на предприятията;
- необходимостта от по-активен принос на предприятията в устойчивото развитие и участие в процесите по управление на околната среда.

Основния извод, който се налага е, че се задълбочава дисбалансът между нуждите от квалифицирана работна сила и професионалното обучение и мотивация на младите хора. Слабост на цялостната система за определяне на потребностите от обучение е липсата на фирмени системи за определяне на потребностите от обучение и системи за оценка на компетенциите. Предприятията не разполагат с ефективна система и методи за оценка на компетенциите на работната сила.

С въвеждането на компетентностен подход в управлението и на работещи компетентностни модели ще може да се прецизират дефицитите в компетенциите на заетите. Това ще позволи на предприятията да инвестират средства в точните направления. Към настоящия момент те не разполагат с ефективна система за оценка на компетенциите на работната сила. Със създаването на компетентностни модели ще може по-точно да се идентифицират нуждите от обучение и развитие на персонала, ще може да се осъществяват точен анализ на дефицитите в уменията на отделния работник и изискванията на съответната позиция и по-успешно да се планират обучения и преквалификации.

Липсата на професионални стандарти, които да са реален измерител на знанията и уменията на работниците и служителите е друг фактор, който съдейства на сегашните диспропорции. Със създаването на компетентностни модели, които да формулират стандартите за професионалните компетенции и поведения, ще се постигне по-обективна оценка на съответствието на квалификацията на работниците и служителите с изискванията на длъжностните характеристики. Професионалните стандарти, от една страна, ще гарантират качеството на знанията, а от друга страна, ще дават възможност на всеки специалист да прецени какви са възможностите му в момента и перспективите за в бъдеще.

Необходими са адекватни и спешни административни мерки за промяна в нормативната уредба, които да обезпечат правната рамка за радикална промяна в образователната система. Те трябва да я направят способна да подготвя специалисти, чиито знания, умения и компетенции, придобити при подготовката, да отговарят на реалните потребности на бизнеса и изискванията на пазара на труда.

Трябва да се създадат финансови и икономически предпоставки и стимули за активно участие на бизнеса, на работодателските организации и браншовите съюзи в системата за оценка на потребностите от обучение по професии и специалности чрез изграждане на ефективни междуинституционална връзки с участниците в пазара на труда и образователната система.

## Раздел 7. ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ

Асоциация на производителите на безалкохолни напитки в България - <http://www.bsda-bg.org/index.php>

Годишник на АПБНБ – 2009

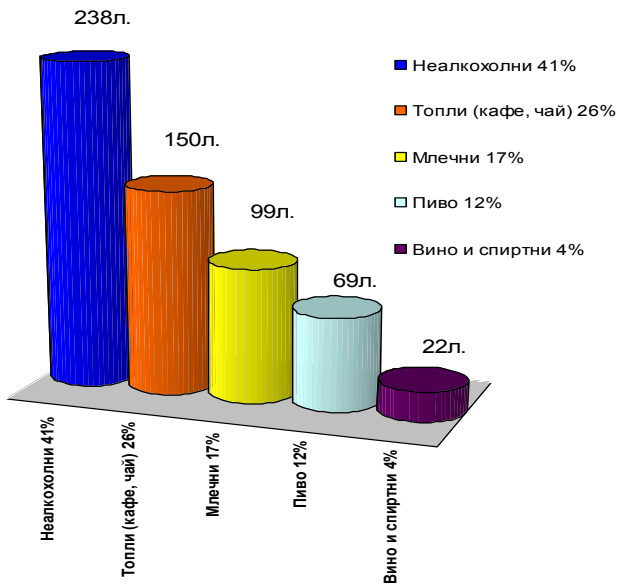
Годишник на АПБНБ – 2010

Годишен отчет на АПБНБ „Производство и потребление на безалкохолни напитки– 2011“

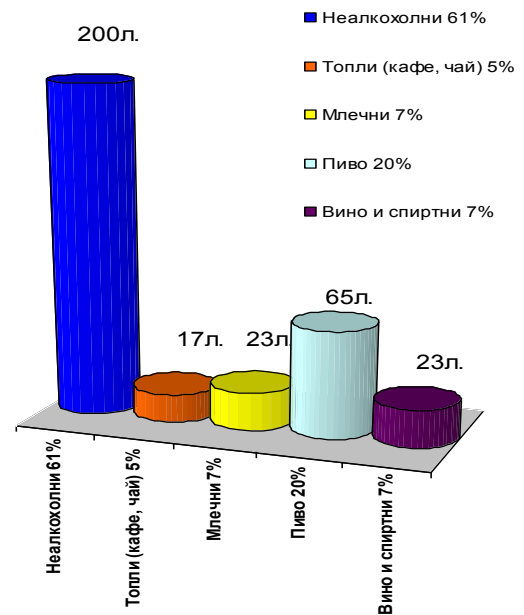
## Раздел 8. ПРИЛОЖЕНИЯ

### 8.1. ПРИЛОЖЕНИЕ 1 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА НАПИТКИ НА ГЛАВА ОТ НАСЕЛЕНИЕТО В СТРАНИТЕ ОТ ЕС И БЪЛГАРИЯ ЗА 2011 Г., В ЛИТРИ

**ЕВРОПЕЙСКА ОБЩНОСТ**  
Общо потребление - 578 л.



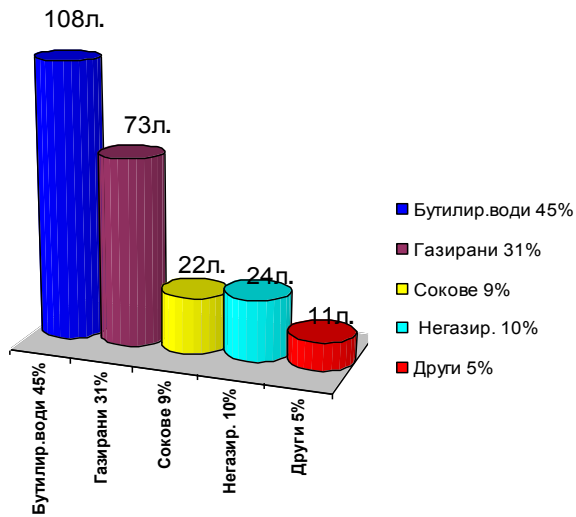
**БЪЛГАРИЯ**  
Общо потребление - 328 л.



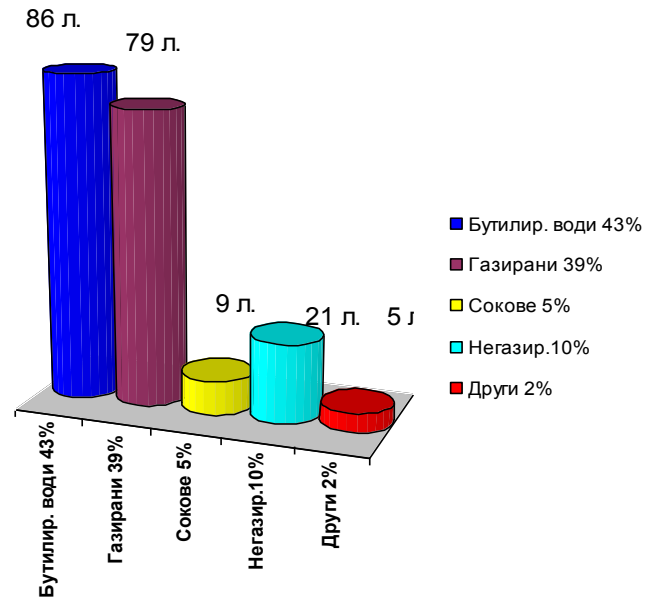
ИЗТОЧНИК АИ ЪНЪ.

## 8.2. ПРИЛОЖЕНИЕ 2 ПОТРЕБЛЕНИЕ НА НЕАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ НА ГЛАВА ОТ НАСЕЛЕНИЕТО В СТРАНИТЕ ОТ ЕС И БЪЛГАРИЯ ЗА 2011 Г., В ЛИТРИ

**ЕВРОПЕЙСКА ОБЩНОСТ**  
Неалкохолни - 238л.



**БЪЛГАРИЯ**  
Неалкохолни - 200л.



Източник АПБНБ.

### 8.3. ПРИЛОЖЕНИЕ 3 КОНСУМАЦИЯ НА НЯКОИ КАТЕГОРИИ БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ В СТРАНИ НА ЕС НА ГЛАВА ОТ НАСЕЛЕНИЕТО ПРЕЗ 2011 Г.

Страна/вид	Газирани и негазирани напитки в т.ч. спортни, енергийни и студен чай	Разреждащи се напитки, в т.ч. сиропи и прахообразни	Бутилирана вода в т.ч. и вода в галони	Сокове и нектари	Общо
Германия	139	0,5	168	34	<b>341,5</b>
Австрия	126	26	115	29	<b>296</b>
Белгия	126	6	125	21	<b>278</b>
Италия	63	3	185	13	<b>264</b>
Полша	98	26	94	21	<b>239</b>
Чехия	139	28	72	10	<b>249</b>
Испания	96	0,6	120	23	<b>239,6</b>
Франция	66	22	116	27	<b>231</b>
Великобритания	108	51	31	23	<b>213</b>
Словения	100	28	62	20	<b>210</b>
Унгария	84	11	113	11	<b>209</b>
Словакия	98	25	70	9	<b>202</b>
<b>БЪЛГАРИЯ</b>	<b>98</b>	<b>7</b>	<b>86</b>	<b>9</b>	<b>200</b>
Португалия	80	4	100	11	<b>195</b>
Гърция	61	0,8	118	15	<b>194,8</b>
Дания	99	35	24	22	<b>180</b>
Холандия	112	15	23	28	<b>178</b>
Ейре	99	28	32	12	<b>171</b>
Швеция	81	28	24	27	<b>160</b>
Естония	62	15	43	24	<b>144</b>
Финландия	68	23	18	31	<b>140</b>
Румъния	63	0,6	69	3	<b>135,6</b>
Латвия	48	1	65	12	<b>126</b>
Литва	49	3	52	13	<b>117</b>

Източник АПБНБ.



## Списък на таблиците и фигурите

Фиг. 1	Потребление на търговски марки напитки в периода 1985-2011 г., млн. литри .....	10
Фиг. 2	Потребление на безалкохолни напитки в съотношение 1990, 2001, 2011 г. ....	11
Фиг. 3	Потребление на алкохолни и безалкохолни напитки в периода 2001-2011г., мил. литри.....	11
Таблица 1	Промяна в потреблението на безалкохолни напитки (2005-2011 г.), % .....	12
Фиг. 4	Потребление на безалкохолни напитки (1985-2011 г.), млн. литри .....	12
Таблица 2	Основни икономически показатели за сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” ....	14
Таблица 3	Брой на предприятията и персонала в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” ....	14
Таблица 4	Дълготрайни материални активи в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани..... води”, хил. лева .....	15
Таблица 5	Инвестиции в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева.....	15
Таблица 6	Внос на стоки от сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева .....	15
Таблица 7	Износ на стоки от сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, хил. лева .....	16
Таблица 8	Външнотърговски оборот за сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани вози”, хил. лева ....	16
Таблица 9	Производство, внос и износ, потребление на безалкохолни напитки 1990 – 2011 г.....	16
Таблица 10	Водещи предприятия в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по приходи о т продажби (2010 г.) .....	17
Таблица 11	Водещи предприятия през в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по брой служители (2008-2010 г.) .....	17
Таблица 12	Водещи предприятия в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води” по приходи от продажби на един зает (2010 г.) .....	18
Таблица 13	Среден осигурителен доход в секторите от отрасъл хранителна промишленост (януари- май 2011 г.) .....	19
Таблица 14	Възрастова структура на заетите в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, 2011 г. ....	23
Таблица 15	Квалификационна структура на заетите в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, 2011 г. според класовете на заеманите длъжности (НКПД) .....	23
Фиг. 5	Разпределение на заетите в сектор „Безалкохолни напитки и бутилирани води”, по райони за планиране, 2011 г.....	24
Таблица 16	Икономически тенденции в ЕС .....	48
Фиг. 6	ЕС-27: ценово развитие по веригата на доставките за сектора на храните.....	49
Таблица 17	Потребление на безалкохолни напитки в ЕС, 2006-2011 г. ....	49
Фиг. 7	Индекс на обемите на производството в промишлеността (2005 = 100) .....	50
Таблица 18	Основни индикатори .....	51
Фиг. 8	Структура на предприятията в сектора според броя на заетите .....	51
Фиг. 9	10-те най-иновативни сектора в хранително-вкусовата промишленост на Европа, 2008-2009 (% от всички иновации в хранително-вкусовата промишленост) .....	52