

Interreg



Greece-Bulgaria

MarCh

European Regional Development Fund

Cooperation Programme
"Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020"
"Market Changer"
"MarCh"
MIS Code: 5070788

Website: <http://marchproject.eu>

Delivery 3.5.4

REPORT

From

Conducting a survey among local businesses
and various stakeholders



"Regional Industrial Association - Kardzhali"

The project is co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) and the national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.



Author: Trainer consult Ltd

Kardzhali, 2023.

The contents of this guide, publication or product are the sole responsibility of the RIA - Kardzhali and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.

The activity is implemented under grant contract № b6.3a.12 (MIS code-5070788), project title "Market Change (MARCH)", funded under INVESTMENT PRIORITY 1-A: "Competitive and Innovative Cross-Border Area", under the 6th Call of the Interreg V - Greece-Bulgaria Cooperation Programme 2014-2020, financed by the European Union, through the European Regional Development Fund and co-financed by the budget of the Republic of Bulgaria.

Scope of the assignment: development of questionnaire, selection and contact with enterprises and organizations for conducting interviews, processing of questionnaire results, drafting of report - BG and Experts to collaborate with the task leader for the overall conduct of the study, visit to enterprises and organizations to complete questionnaires, processing of results, collaboration in drafting the report.

Introduction: The survey was conducted in the period from 03.2023 to 06.2023, among 60 companies operating in the agro and food industries in the region of Kardzhali, the list was provided by the Contracting Authority , Economic Chamber - Kardzhali. Only Managers representing the companies were interviewed, and the answers were filled in electronic form in order to optimize the process of their subsequent processing. Based on the responses received, comments and conclusions were drawn. The questions were formulated according to the attached questionnaire, Annex 1 to the report. The results are illustrated in the report, through diagrams, as follows:

Diagram №1 Legal form

ПРАВНА ФОРМА (*)

60 отговора

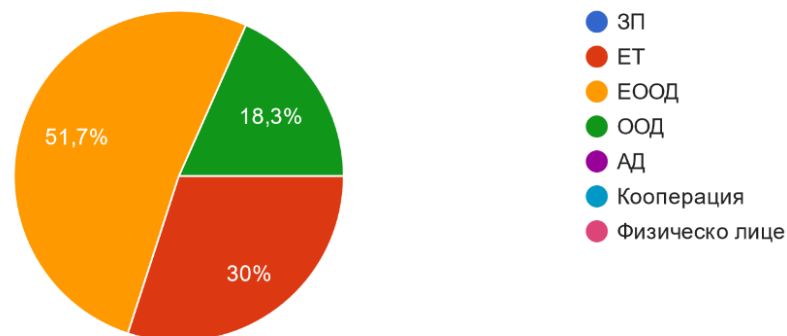


Diagram No. 2 Address : Headquarters

АДРЕС: ГРАД

60 отговора

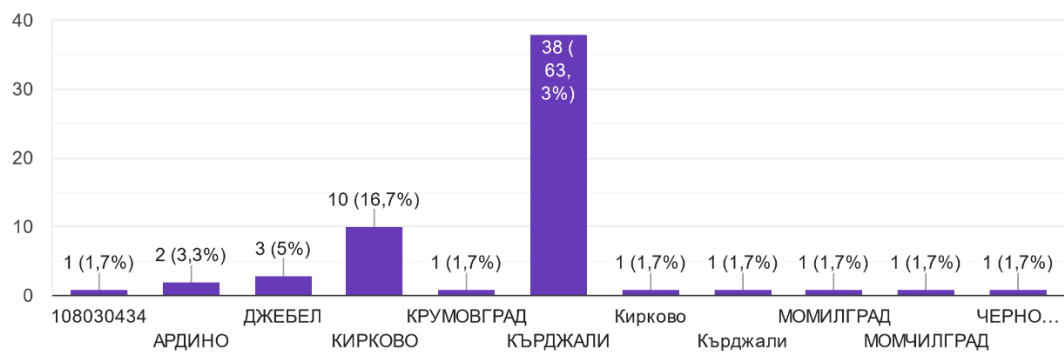


Chart №3 Year of foundation

Година на основаване:

60 отговора

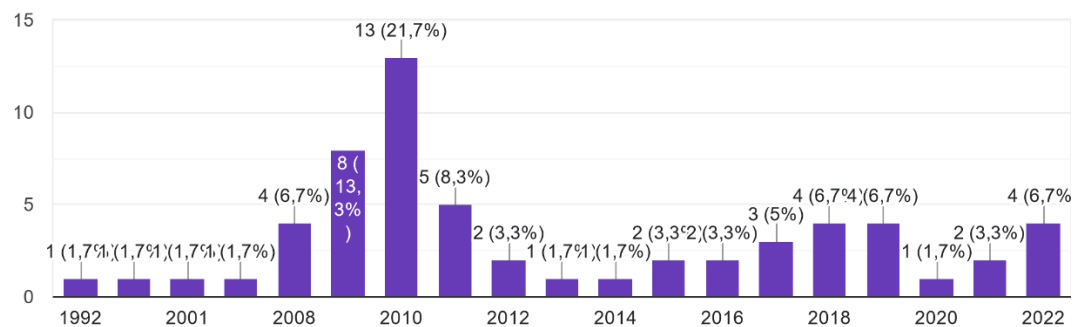


Chart №4 Number of employees in the company (permanent staff)

БРОЙ СЛУЖИТЕЛИ ВЪВ ФИРМАТА (ПОСТОЯНЕН ПЕРСОНАЛ)

60 отговора

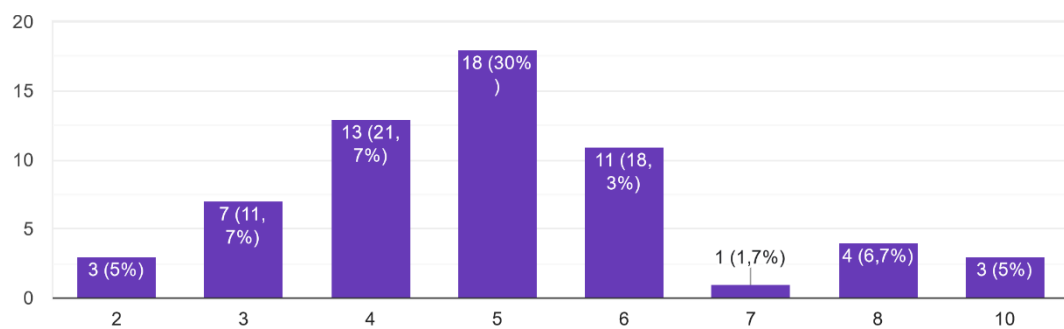


Diagram №5 Supply of basic raw materials (by region)

1. През предходната година (2022 г.) доставките на основните суровини, използвани в производствения процес, по стойност, идват от: (приблизителни проценти)

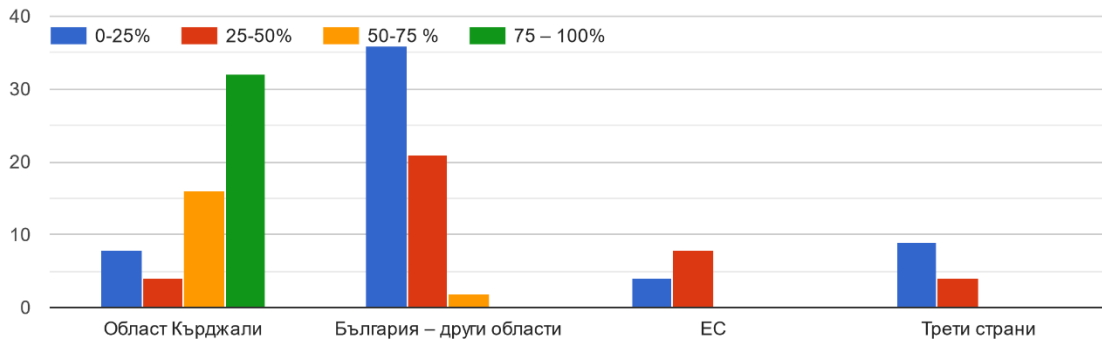


Chart №6 Share of sales (by region)

3. Къде се продават вашите продукти? (приблизителен процент)

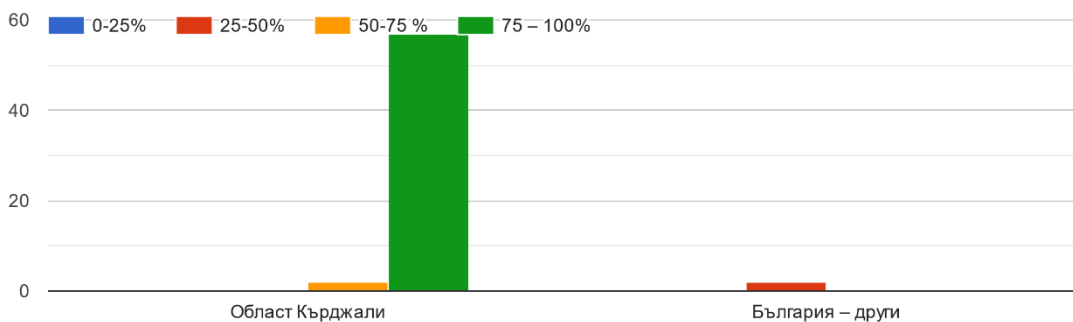


Diagram №7 Availability of a website

4. Имате ли сайт?

60 отговора

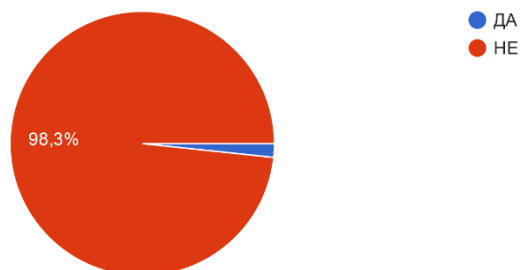


Diagram №8 Areas of potential interest

5. Области с потенциален интерес за Вас, за разработване на иновативни продукти, действия или процеси

60 отговора

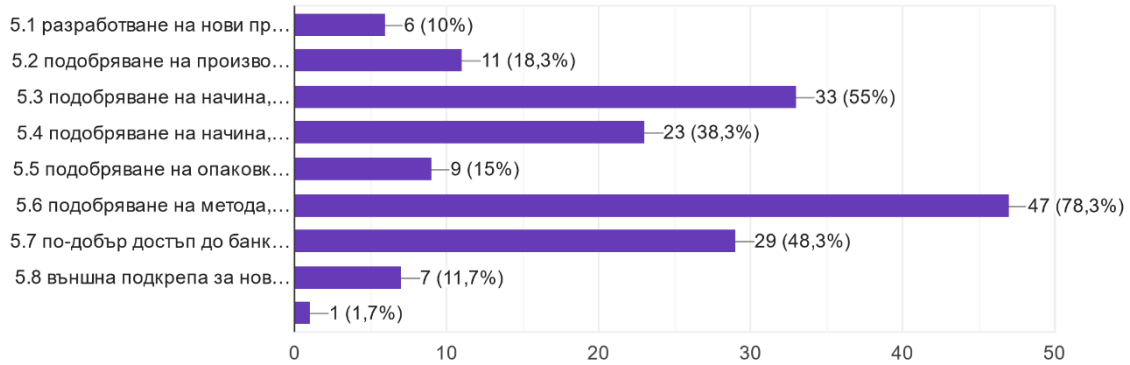


Diagram №9 Measures implemented

6. Какво вече сте реализирали по отношение на горните теми?

33 отговора

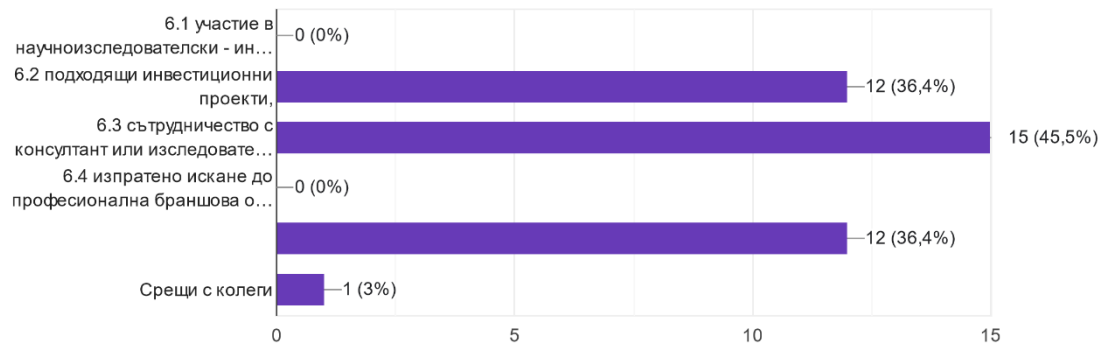


Diagram №10 Employee participation in training

1. Служителите на вашата компания участваха ли в програми за обучение през последните 2 години?

59 отговора

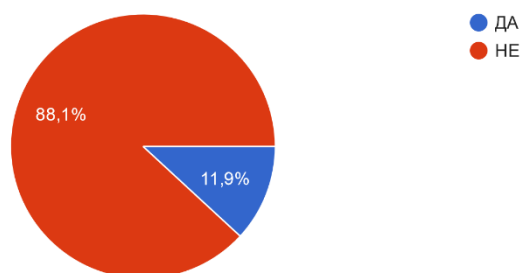


Diagram #11 How many new persons (assistants/employees) do you think you will need in 2023?

2. Колко нови лица (сътрудници / служители) смятате, че ще ви трябват през 2023 г.?

59 отговора

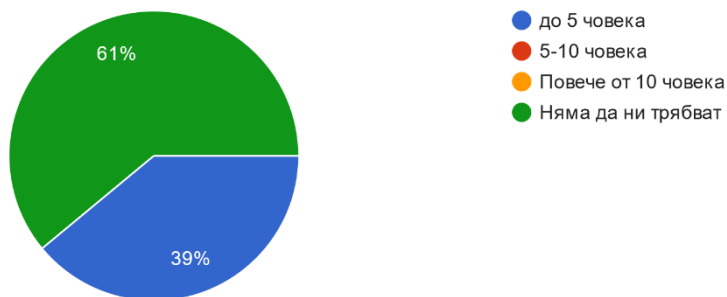


Chart №12 In which specialties

3. В кои специалности

24 отговора

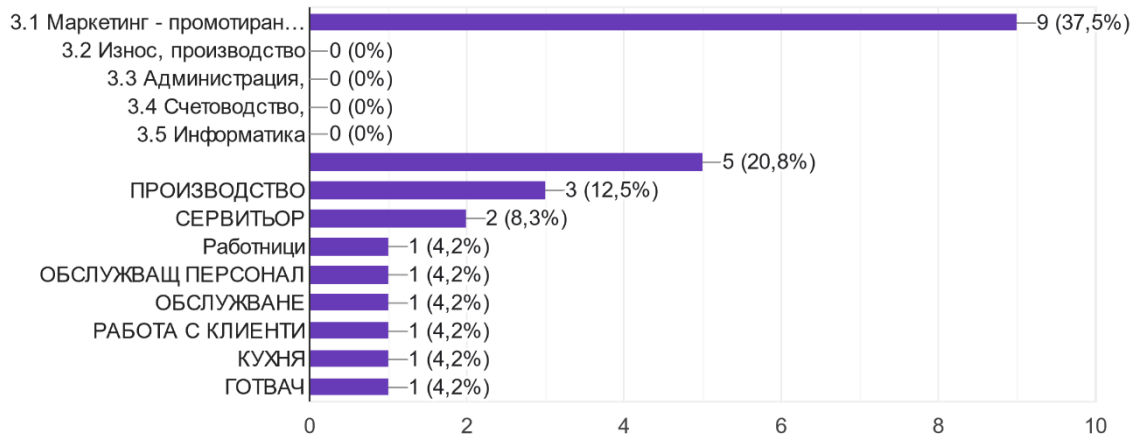


Chart #13 How do you usually find staff:

4. Как обикновено намирате персонал?

60 отговора

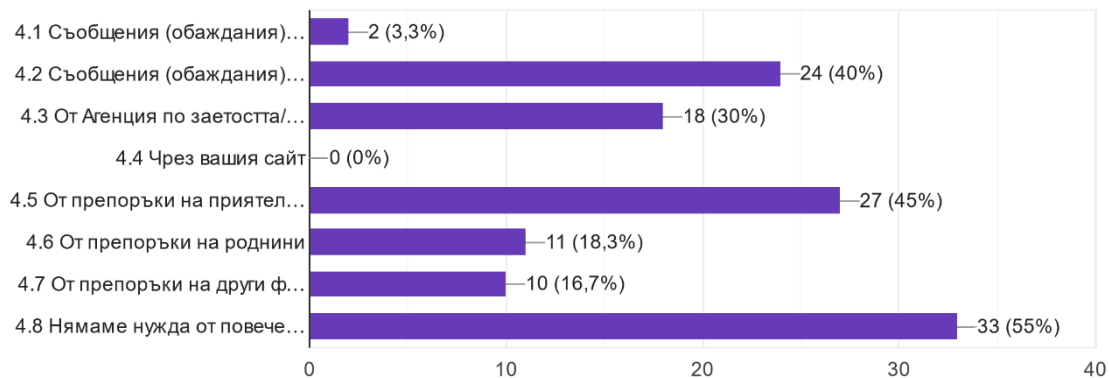


Diagram №14 How do you find external collaborators

5. Когато имате нужда от външни сътрудници (например консултанти, експерти и т.н.), как обикновено ги намирате?

60 отговора

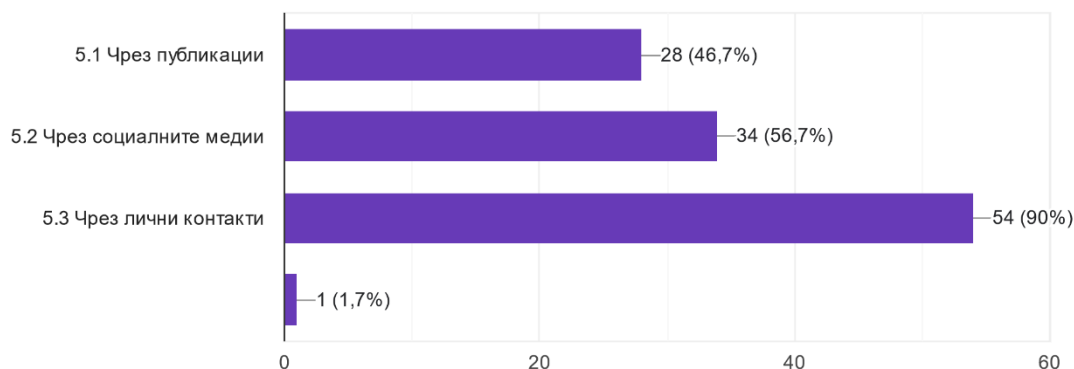


Chart №15 Over the last three years the company's turnover has been:

6. През последните три години оборотът на дружеството е:

60 отговора

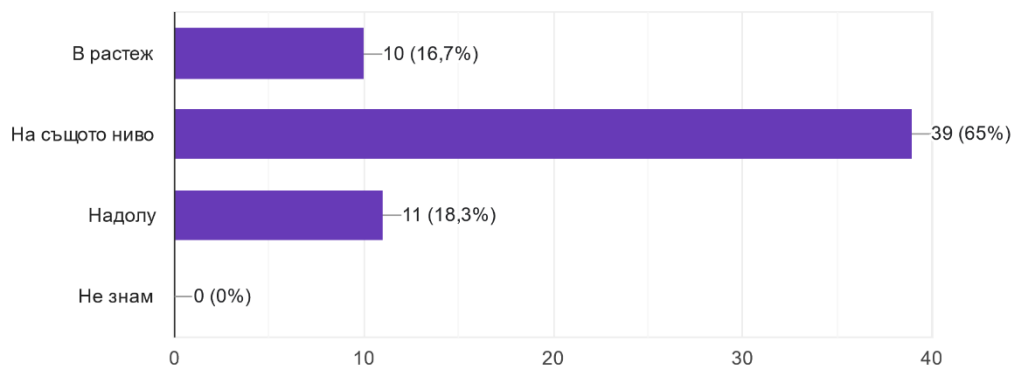


Diagram #16 What do you think are the strengths of your business?

7. Кои според вас са силните страни на вашия бизнес?

60 отговора

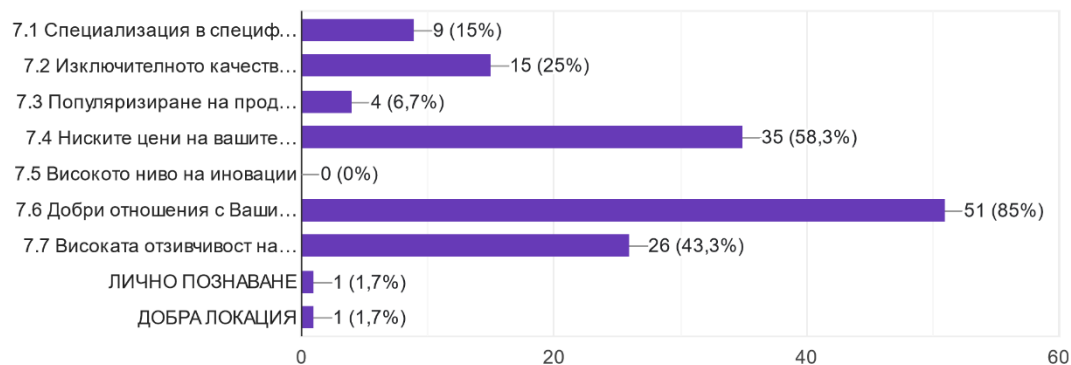


Diagram №17 In your opinion, what are the main problems facing your business?

8. Според Вас кои са основните проблеми пред Вашия бизнес (освен разходите за енергия и растящите цени на суровините)?

60 отговора

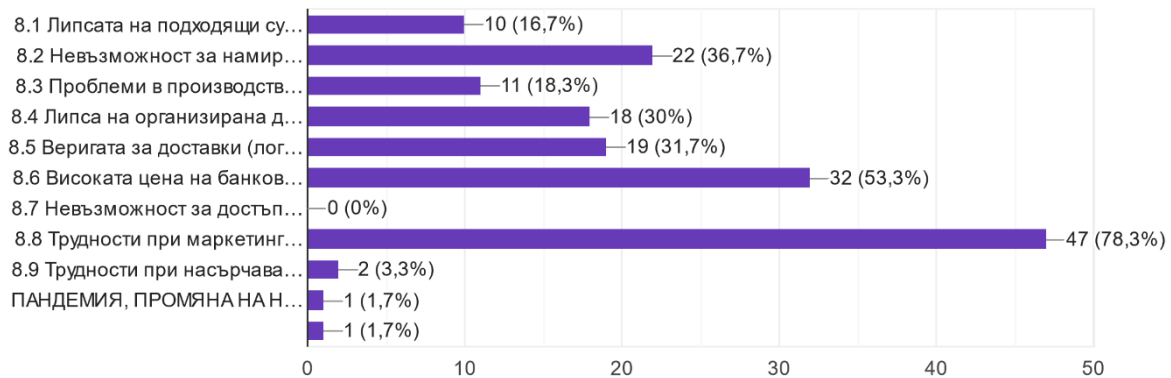
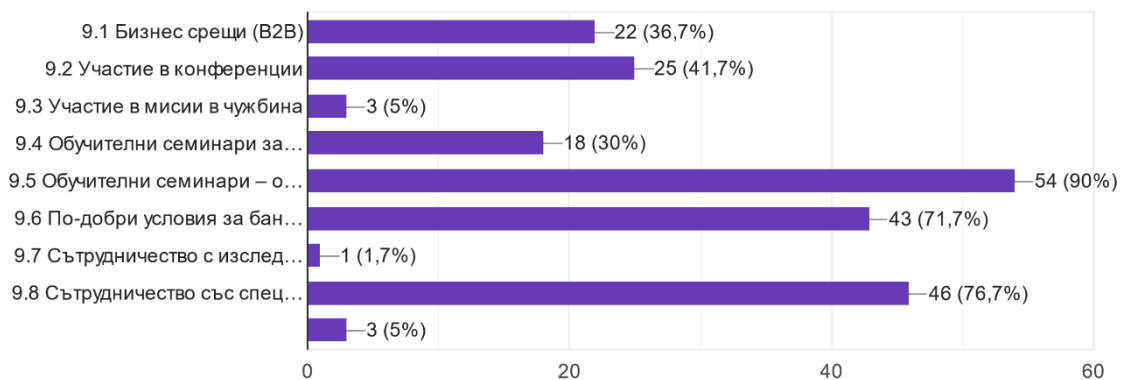


Chart #18 Actions needed to support your business and local entrepreneurship?

9. Действия и действия, които бихте искали да бъдат изпълнени от местните колективни органи в подкрепа на вашия бизнес и местното предприемачество:

60 отговора



Comments and conclusions:

- More than 80% of the companies are sole ownerships, which indicates a lack of attitude/culture for business cooperation and partnership on the part of entrepreneurs in Kardzhali district.
- Nearly 63% of the enterprises are concentrated in the district centre, which leads to an imbalance in the economic life of the district by geography.
- Almost half of the companies have been in business for more than 10 years, indicating good stability and experience of the business, with a positive trend in the increase of registered companies after the Covid-19 pandemic.
- Approximately 95% of the surveyed enterprises are micro (up to 9 employees), which clearly defines the usual structure of business organizations in the district.
- Most of the companies source their main raw materials from Kardzhali region or other Bulgarian regions, and a smaller part from the EU and third countries.
- Almost 100% of the sales of the enterprises are in Kardzhali district, which indicates low export potential and insufficient opportunity to enter other markets, including a lack of knowledge and skills to do so.
- Extremely weak presence on the Internet, with only one company indicating the presence of its own website, which confirms the view that the potential for sales on the web is not being exploited, including the failure to position businesses and products for recognition.
- In terms of innovation, priority is given to methods of promoting and selling products, as well as improving the organisation of business processes and, last but not least, securing financing for the activity.
- For methods already applied, mainly collaboration with a consultant or research body and participation in investment projects are mentioned.
- A definite negative trend is the fact that employees of all but one company have not participated in training programs, which largely explains the low professional literacy and capacity of the staff.
- Unfortunately, more than 60% of companies do not foresee hiring new employees in 2023, which may be determined by the uncertain global situation marked by pandemics, wars and natural disasters, and those that do claim new jobs limit them to a maximum of 5.
- The employees sought are mainly in client work and marketing professionals, and the channels for their search is through recommendations from known persons and advertisements on the Internet and social media.
- Nearly two-thirds of the companies indicated that they have stagnated over the last three years in terms of increasing sales, while a relatively equal number (10%-11%) indicated an increase or decrease in turnover.

- More than 85% of the enterprises indicated "good relations with customers" as their main strength and "fast processing of orders" and "low prices" as an addition, which to a large extent formulates their marketing strategies, predetermined by the limited market in Kardzhali region.
- The main share of the companies pointed to difficulties in marketing the products as the main problem they face, naturally combined with the traditional problems of finding staff and expensive loans.
- In terms of the entrepreneurs' view of expected assistance from local collective bodies, the inclusion in training, the provision of advisory assistance and the provision of cheaper credit resources emerged as priorities.
- In conclusion, we can summarize that the challenges related to enterprises doing business in the agro-industry and food sectors in Kardzhali region are mainly related to reaching other than regional markets, including through increased online positioning and incorporation of innovative methods to reorganize business processes and increase sales, as well as necessarily increasing the knowledge, skills and culture of entrepreneurs and employees, to a stronger use of modern marketing tools to achieve their business goals.

За проекта:

Изпълняваната дейност по проект се отнася до провеждането на бизнес проучване на Агро и Хранително-вкусовия сектор в Кърджали в рамките на доставка 3.1.4 от проект "MarCh". Целта на проучването е да се локализируют силните страни (инвестиции в иновации, дигитални технологии или услуги, износ, наличие на маркетингов план, наличие на персонал и т.н.) и слабите страни - потребности (липса на инвестиционни проекти, липса на персонал, ноу-хау, липса на износ, основни проблеми, които намаляват конкурентоспособността) на местните предприятия в Сектора на хранително-вкусовата промишленост.

Изследването се отнася за област Кърджали.

Въпросникът, както и извадката от предприятия, са разработени от Стопанска Камара - Кърджали в сътрудничество с Изпълнителя – „Трейнър консулт“ ЕООД.

Последващата му обработка за успешното провеждане на статистическия анализ ще бъде извършена от Изпълнителя – „Трейнър консулт“ ЕООД.

ВЪПРОСНИК

А. Лична информация (на интервюирания)

(*) *Попълване на терен от интервюиращите преди интервюто и потвърждение по време на интервюто*

ФАМИЛИЯ (*)

ИМЕ (*)

Е-MAIL (*)

ТЕЛ (*)

ПОЗИЦИЯ / ДЛЪЖНОСТ

В. Информация за предприятието

ФИРМА/НАИМЕНОВАНИЕ (*) _____

ПРАВНА ФОРМА (*) _____

ЕИК: _____

АДРЕС:

Седалище _____ УЛИЦА/НО. _____ Производствена
единица (Град) _____

Година на основаване: []

БРОЙ СЛУЖИТЕЛИ ВЪВ ФИРМАТА (ПОСТОЯНЕН ПЕРСОНАЛ) (*)

ИКОНОМИЧЕСКА ДЕЙНОСТ:

Основна

Второстепенна

Други:

ПРОДУКТИ Основни _____ % Второстепенни _____ %

Други _____

** Личната информация, посочена по-горе, няма да бъде публично оповестена, тъй като отговорите и съдържанието на въпросника ще бъдат използвани изключително за нуждите на проекта "MarCh" на INTERREG V-A Програма за сътрудничество Гърция-България 2014-2020.*

С. Изследователски данни

С1. СУРОВИНИ - ПРОДУКТИ

1. През предходната година (2022 г.) доставките на основните суровини, използвани в производствения процес, идват от: (приблизителни проценти)

- 1.1 Област Кърджали % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.2 България – други % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.3 ЕС % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.4 Трети страни % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%

2. Прилагате ли съвременни методи за доставка на вашите суровини, като например договорно земеделие? ДА НЕ

3. Къде се продават вашите продукти? (приблизителен процент)

- 1.1 Област Кърджали % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.2 България – други области % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.3 ЕС % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%
1.4 Трети страни % [_____] 1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75 % 4. 75 – 100%

4. Имате ли сайт? ДА НЕ

Ако ДА, как се изписва и дали има функционалност:

URL. www. _____

- 4.1 По отношение на Вашия бизнес профил?
4.2 С достъп до продуктови листи или ценови листи?
4.3 С онлайн поръчки?

АКО ДА, моля, посочете приблизително какъв процент от продажбите Ви са през интернет

1. 0-25% 2. 25-50% 3. 50-75% 4. 75 – 100%

С2. НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ И ИНОВАЦИИ

5. Области с потенциален интерес за Вас, за разработване на иновативни продукти, действия или процеси)

- 5.1 разработване на нови продукти/услуги
5.2 подобряване на производствените процеси
5.3 подобряване на начина, по който е организиран бизнесът
5.4 подобряване на начина, по който комуникира с доставчици или клиенти
5.5 подобряване на опаковката
5.6 подобряване на метода, по който популяризирате и продавате продуктите си
5.7 по-добър достъп до банково финансиране
5.8 външна подкрепа за нови пазарни тенденции/трендове и възможности
5.9 други _____

D. ОБЩИ ВЪПРОСИ

6. През последните три години оборотът на дружеството е:
В растеж На същото ниво Надолу Не знам

7. Кои според вас са силните страни на вашия бизнес?

- 7.1 Специализация в специфични продукти
- 7.2 Изключителното качество на Вашите продукти
- 7.3 Популяризиране на продукти за специализирани пазарни сегменти (ниши)
- 7.4 Ниските цени на вашите продукти
- 7.5 Високото ниво на иновации
- 7.6 Добри отношения с Вашите клиенти
- 7.7 Високата отзивчивост на вашия бизнес (минимално време за обработка на поръчките)
- 7.8 Други _____

8. Според Вас кои са основните проблеми пред Вашия бизнес (освен разходите за енергия и растящите цени на суровините)?

- 8.1 Липсата на подходящи суровини
- 8.2 Невъзможност за намиране на подходящи човешки ресурси
- 8.3 Проблеми в производствения процес (старо оборудване, дълги срокове за производство и др.)
- 8.4 Липса на организирана дистрибуторска мрежа
- 8.5 Веригата за доставки (логистика)
- 8.6 Високата цена на банковите заеми
- 8.7 Невъзможност за достъп до източници на иновации
- 8.8 Трудности при маркетинга на продуктите
- 8.9 Трудности при насърчаване на износа
- 8.10 Други _____

9. Действия и действия, които бихте искали да бъдат изпълнени от местните колективни органи в подкрепа на вашия бизнес и местното предприемачество:

- 9.1 Бизнес срещи (B2B)
- 9.2 Участие в конференции
- 9.3 Участие в мисии в чужбина
- 9.4 Обучителни семинари за персонала
- 9.5 Обучителни семинари – организирани брифинги за ръководители и предприемачи
- 9.6 По-добри условия за банково финансиране
- 9.7 Сътрудничество с изследователски органи
- 9.8 Сътрудничество със специализирани консултанти
- 9.9 Други _____