

НЯКОИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОЦЕНКА НА ИНВЕСТИЦИОННАТА ПРИВЛЕКАТЕЛНОСТ НА ТЕРИТОРИЯТА ПРИ ИЗБОРА НА МЯСТО ЗА ЛОКАЛИЗАЦИЯ НА МЕБЕЛНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

Елена Стефанова
Лесотехнически университет, София

Резюме

В условията на засилваща се конкуренция между производителите на мебели в рамките на Европейския съюз и извън него не е за пренебрегване предимството, което може да се получи в резултат от оптимален избор на място за разполагане на производствените мощности. Необходимостта от съгласуване с клиента на дизайна, конструкцията и размерите на някои видове поръчкови мебели дава основание да се очаква, че поглъщателната способност на пазара в непосредствена близост до производствените мощности би могла да оказва съществено влияние върху икономическата ефективност. Настоящото изследване е посветено на идентификация и апробиране на фактори с регионален характер, влияещи съществено върху икономическите резултати, постигнати от предприятията за производство на мебели в България. Изчислени са коефициенти на корелация между постигнатата икономическа ефективност при 76 предприятия, групирани според тяхната продуктова специализация и характеристики на административно-териториалните области, в които са разположени предприятията. Направени са обобщения и изводи, полезни за теорията и за стопанската практика.

Ключови думи: локализация, икономическа ефективност, предприятия за производство на мебели.

Keywords: localization, economic effectiveness, furniture production enterprises.

JEL: R10.

Увод

Възможностите за оценка на инвестиционната привлекателност на територията би следвало да се свеждат до изследване на състоянието на традиционните локализационни фактори (суровина, работна сила, пазари, степен на развитие на инфраструктурата – транспортна, техническа, производствена и комунално-битова) в контекста на спецификата на продукта (транспортабилност, материалоемкост, съхраняемост, енергоемкост, влияние на производството върху околната среда, потребност от наличието на специфични природни дадености). Съвременната реалност обаче в известна степен отслабва действието на традиционните локализационни фактори и създава предпоставки за появата на други, свързани с тях, които са доминирани от степента на урбанизация на територията и развитието на информационните и на комуникационните технологии. В тази връзка нараства ролята на рекламата и електронната търговия. Туризмът бързо променя представата за модерно обзавеждане на дома и офиса. Растящите доходи и покупателна способност на някои социални групи от населението съкращават сроковете за използване на мебелите и свързват обновяването им не толкова с тяхното физическо изхабяване, колкото с модните тенденции, стремежа към удобство, стил, уют и многофункционалност. Навлизането в масова употреба на сравнително нови материали и аксесоари също съкращава сроковете, в които се извършва обновяването на мебелите. Имаме предвид например холните

и кухненските маси от стъкло и метал, столовете от пластмаси, холните гарнитури от еко кожа, новите системи за окачване на врати и новите модели на амортисьори за кухненски шкафови и други.

Тези съвременни процеси налагат възприемане на комплексен подход при анализа на инвестиционната привлекателност, при който да се вземат под внимание възможно най-широк кръг от характеристики за степента на регионално развитие, за да се потърси връзка с потребностите и възможностите за производство и пласмент на мебели в България. Освен гореспоменатите съображения, които имат регионален (местен) характер, внимание заслужават и макроикономически фактори като: икономическият растеж общо за страната и възможността за свободно движение на хора и капитали в рамките на Европейския съюз, което е предпоставка за подем в строителството на нови жилища и офис-сгради с цел използване за лични нужди, отдаване под наем или за съхраняване на придобити средства с цел постигане на висока възвращаемост чрез продажба в бъдещ момент.

Регионалният анализ в България има сериозни традиции, като предпоставка за неговото целенасочено използване са текстовете от Закона за регионалното развитие [5], които регламентират за управлението на регионалното развитие да се използват редица стратегически и планови документи, чието разработване включва комплексен анализ за социалния и икономи-

ческият статус на територията. Освен анализ, стратегическите и плановите документи в сферата на регионалното развитие съдържат и раздел с индикатори за мониторинг на постигнатия ефект в резултат от изпълнението на набелязаните мерки, свързани с постигането на конкретни цели и приоритети. Тези индикатори, както и самите мерки, когато са на регионално ниво, отразяват спецификата на региона (община, област или район), но съществена част от тях са унифицирани, за да се постигне сравнимост във времето и в пространството. Въпросът е кои от тях могат да бъдат достатъчно точни, надеждни и информационно осигурени, за да могат да послужат като ориентир по отношение на оценката за инвестиционната привлекателност на територията, когато става въпрос за локализация на предприятие за производство на мебели с подходящ мащаб и продуктов профил.

Целта на настоящото изследване е на базата на възможностите за регионален анализ да се разкрият онези характеристики на териториалните общности, които биха повлияли положително за постигане на по-висока ефективност на мебелното производство.

Обект на изследване са административно-териториалните области в България.

Предмет на изследване са връзките и зависимостите между социално-икономическите характеристики на административно-териториалните области и икономическата ефективност на мебелното производство.

Преглед на литературни източници

Когато става въпрос за оценки, свързани с локализацията на производствени обекти, на първо място следва да се дефинира същността на локализационния процес, а именно: установяване на степента на съответствие на потребностите и възможностите на предприятие с конкретен производствен профил и очакван капацитет и възможностите и потребностите на територията [11].

Приема се, че въпреки високите достижения в транспортните технологии, ограничеността на ресурсите и наситеността на пазарите и тяхната териториална диференциация продължават и ще продължават да оказват въздействие върху постигнатите икономически резултати от предприятията за производство на мебели.

Според някои автори на фона на традиционните фактори, които стоят в основата на локализационното решение, решаваща роля имат [3]:

- технологията (от гледна точка на материалоемкост и трудоемкост);
- инвестициите (обемът на вложения капитал);

- интеграционните връзки (специализация, концентрация и коопериране) на предприятията от различни отрасли на общинската икономика.

Интерес представляват някои регионални изследвания, които са фокусирани не върху инвестиционната привлекателност на териториалните общности, а върху техния инвестиционен капацитет, изчислен на човек от населението на базата на собствени приходи и на целеви трансфери от съответното министерство. Някои автори съобщават, че чрез използване на таксономичния метод [13] е извършено райониране на общините, областите и районите за планиране в България по техния инвестиционен потенциал за периода 2001–2006 г. Подчертава се, че реализацията на инвестиции в изграждането на социална, транспортна и комунално-битова инфраструктура се извършва от общините, където има необходимите управленски структури за местно самоуправление със съответни компетенции. Инвестиционният потенциал на областите и районите за планиране се формира от възможностите на общините, включени в тях. Полезността на това изследване относно оценката на инвестиционната привлекателност се заключава в изясняване на възможностите на отделните териториални общности да създават или обновят инфраструктурни съоръжения, които да повишат инвестиционната привлекателност на населените пунктове. Макар че данните са за един доста отдалечен период, те имат значение, тъй като разкриват тенденции, а не са моментна снимка на ситуацията.

За периода 2004–2006 г. общините в България са разделени по своя инвестиционен капацитет в няколко групи:

- с високи приходи по двата показателя (собствени приходи и целеви трансфери) – Несебър, Царево, Бяла – Варненско, Белослав и др.;
- с високи собствени приходи – Столична община, Банско, Чепеларе, Девня, Каварна, Куклен, Приморско, Челопеч и др.;
- общини с непостоянни приходи, но високи целеви трансфери за инвестиции от някои министерства – Минерални бани, Баните, Стамболово, Девин, Маджарово, Лъки и др.;
- малки общини с население до 10 хил. души с високи целеви трансфери на един жител: Кула, Невестино, Трекляно, Георги Дамянов, Златарица, Кайнарджа и др.

Прави впечатление, че в тези групи по една или друга причина на челно място попадат предимно общини с добре развита туристическа дейност, проспериращи индустриални центрове, селища с транспортно значение и малки общини

с неотложни проблеми, получили целеви трансфери за инвестиции.

Цитираните резултати от проведеното изследване потвърждават тезата, че степента на привлекателност на територията се формира и от природните и демографски дадености и местоположението, но активно се влияе от степента на развитие на местната икономика и от възможностите ѝ да генерира приходи за общинския бюджет.

Някои изследователи [12] вместо инвестиционна привлекателност използват по-широкото понятие „конкурентоспособност на градовете“. Обобщавайки чуждестранен опит те изтъкват на преден план в битката за конкурентоспособност на градовете: разходите за правене на бизнес, динамиката в местната икономика, човешките ресурси, инфраструктурата, съответствието на местните единици за управление с потребностите на бизнеса и качеството на живот. Като източник на сравнителни предимства в конкуренцията между градовете се споменават: цената на земята, инфраструктурата, данъците, цената на труда, достъпът до суровини, транспортът, цената на капитала, местоположението на пазарите и икономите от мащаба. Като иновативни средства за разработване на потенциала на населените пунктове се обсъждат: разработването на бранд на територията, издигане на нейния имидж и репутация чрез успешно промотиране. Съжденията обаче остават в сферата на концептуалното мислене и формирането на методически указания без апробация в реални условия за конкретна териториална общност.

Към групата на традиционните локализационни фактори Л. Василева, Г. Велковска и А. Манолова [2] добавят икономическите и културно-историческите фактори, като недвусмислено подчертават, че икономическите фактори и икономическият анализ са водещи, тъй като при равни други условия или дори при наличие на по-чиста природна среда, благоприятен климат, релеф, води и географско разположение, географски райони, които чрез своята икономика предлагат условия за трудова реализация, са много по-привлекателни относно миграционните процеси. Конкретни показатели за оценка на степента на икономическо развитие на териториалните общности не се визират, което поставя под въпрос практическата полезност на изводите.

Коментирайки политиката на децентрализация на икономиката по райони и модели на териториално-административно устройство в рамките на Европейския съюз Лиляна Василева в своя публикация [1] твърди, че „Вече не държава, дори не регионът, а общината и градът са мястото, в рамките на което все повече ще се

определят икономическият възход и устойчивото развитие, благоденствието и социалните контакти на повечето хора“. По този начин се лансира идеята, че привличането на инвестиции се включва към основните функции на общините, свързани с подобряване на благосъстоянието на населението по пътя на устойчивото развитие. Този извод може да се разглежда като основополагащ по отношение на степента на диференциация на територията при извършване на регионален икономически анализ за целите на локализацията.

В научната литература в Русия съществува обширна дискусия относно същността на инвестиционната привлекателност на регионите и нейната връзка с инвестиционния климат [8]. Налага се мнението, че инвестиционната привлекателност е функция от инвестиционния климат, зависи от него и се формира от инвестиционния потенциал и инвестиционния риск. Тоест, за привлекателен се дефинира район, при който инвестиционният потенциал надвишава инвестиционния риск. Инвестиционната привлекателност се очертава като интегрална характеристика на региона, влияеща върху начина на възприемане на района от инвеститорите. Не липсват и мнения, че за да се оцени инвестиционния климат е необходимо за продължителен период да се прави оценка на инвестиционната привлекателност. Въпреки многообразието от теоретични формулировки относно същността на инвестиционната привлекателност, безспорно е, че тя е по-конкретно понятие от инвестиционния климат и за разлика от него може да се използва не само за райони и отрасли, но и за конкретни инвестиции и както е в нашия случай за определена производствена дейност, тоест за производството на мебели.

Регионалният инвестиционен потенциал се разглежда като „свкупност от обективни икономически, социални, природно-географски и други характеристики на региона, които имат съществено значение за привличане на инвестиции [9]. Към него се отнасят следните компоненти: производствен, трудов, потребителски, инфраструктурен, финансов, институционален, иновационен, природно-ресурсен и туристически потенциал.

Прави впечатление, че туристическият потенциал е изведен като самостоятелна компонента, което подчертава неговата значимост за комплексното развитие на регионите, а също и за изграждане на климат на доверие, етническа толерантност и културни връзки между регионите.

Инвестиционният риск [7] се разглежда като „вероятност за възникване на финансови загуби под формата на загуби на капитал или на доход

поради наличие на неопределеност в условията за инвестиционна дейност". Към него се отнасят: несъвършенства в нормативната база, управленчески (политически) риск, екологичен риск, социален риск, икономически риск, финансов риск, криминален риск и др.

Освен същността на инвестиционната привлекателност като понятие, на изясняване подлежи и обхватът на региона, за който се отнася. Този обхват влияе върху избора и начина на представяне на факторите. Например поглъщателната възможност на пазарите, изразена с броя на населението и неговата покупателна възможност, се променя съществено. Известно е, че решението за локализация на промишлени обекти се взема в диалог на инвеститора с представителите на местното самоуправление или на правителствата в зависимост от големината и значимостта на обекта. Мебелните предприятия са от местна значимост и решаваща роля играят органите за местно самоуправление, от които зависи издаването на разрешения за строеж, присъединяването към водопроводната мрежа, използването на пречиствателни съоръжения за отпадни води и депа за твърди отпадъци и др. В България органи за местно самоуправление съществуват на ниво община. Някои автори [4] обаче подчертават, че липсват достатъчно проучвания по отношение на факторите, които определят инвестиционната привлекателност на общините. Причината вероятно е в многообразието на форми на проявление на фактори като релеф, транспортна достъпност и инфраструктура, структура на икономическите дейности характерни за отделна община, образователна и възрастова структура на населението, равнище на трудова заетост и покупателна способност на населението и др. За общините акцентът е върху местните фактори, формиращи тяхната конкурентоспособност в борбата за привличане на инвестиции, а за районите акцентът е върху макроикономическите условия, които са от национално значение и зависят от приоритетите в регионалната политика на правителството.

За оценка на инвестиционната привлекателност по райони акцентът според някои автори [6] пада върху степента на изграденост на производствената, транспортната, търговската и социалната инфраструктура. За сравнение на регионите се използват осреднени бални експертни оценки.

Съществуват опити за специфициране на модел [4] на факторите, определящи инвестиционната привлекателност на общините, в които се включват като равнопоставени следните групи фактори: социално-икономически, инфраструктура на общината, политически, културно-

географски, икономическа политика на общината, институционални. Според нас значимостта на тези фактори и възможностите да се влияе на тях от страна на органите за местно самоуправление съвсем не са еднакви, а от там и тяхната тежест и начин на действие не са идентични. Освен това част от тях трудно се поддават на количествена оценка.

Според нас относно локализацията на предприятия за производство на мебели в България инвестиционната привлекателност е най-рационално да се изследва на равнище административно-териториални области. Считаме, че регионите предоставят твърде общи условия, а общините – твърде частни. Възможни са изключения, когато общината представлява например силно развит областен град или курортно-туристически център, но по принцип пазарният ареал на предприятията за производство на мебели и ежедневните трудови пътувания за упражняване на подходяща професия надхвърлят пределите на една община. Малките населени пунктове, разположени в близост до големи градове, са типичен пример за това.

Основна теза

Като критерий за инвестиционна привлекателност относно локализацията на предприятие за производство на мебели може да се използва влиянието на регионалните фактори върху постигнатата икономическа ефективност на този вид предприятия.

За да се изследва инвестиционната привлекателност са изчислени коефициенти на корелация между постигнатите равнища на икономическа ефективност от отделни предприятия за производство на мебели и основни показатели, характеризиращи териториалната общност, в която те са локализиращи. Идеята е, че действително постигнатите икономически резултати са най-верен критерий за уместно избран вариант на локализация.

Предприятията за производство на мебели са групирани по своята локализация. Предполага се, че оборотът и ефективността при някои поръчкови мебели съществено се влияят от потреблението в непосредствена близост от мястото на производство. Причината е във възможността за договаряне с клиентите на индивидуални характеристики, а също и за помощ при сглобяването и за бърз и ефикасен гаранционен и следгаранционен сервиз. При наличието на представителна извадка би могло с помощта на еднофакторен дисперсионен анализ да се провери хипотезата, че производствената специализация влияе съществено върху постигнатите равнища на икономическа ефективност. Тъй като не разполагаме с такава извадка, ди-

ректно експериментираме с измерване на силата на корелационната връзка между равнището на икономическа ефективност, представено чрез размера на приходите на един лев разходи и чрез размера на приходите на един лев ДМА с някои социално-демографски и икономически характеристики на административната област, в която е локализирано предприятието. Според нас съвременното състояние на логистичните системи и на транспортната инфраструктура позволяват набавянето на работна сила и пласментът на продукцията да се извършват успешно и интензивно в рамките на областта, а не само в границите на конкретния населен пункт.

Информационно осигуряване

Ограничително условие при избора на фактори е тяхната информационна осигуреност, сравнимост и съпоставимост по отношение на обхват и време и адекватност на теоретичните концепции и натрупания практически опит за анализ на инвестиционната привлекателност на територията. За да бъдат изчислени показателите за икономическа ефективност, са използвани счетоводни данни за 76 мебелни предприятия, набавени от Търговския регистър [14]. Такъв вид информация за отделни стопански субекти не може да бъде набавена от информационните ресурси на Националния статистически институт поради наличието на изисквания, поставени в Закона за статистиката за защита на респондентите. Предприятията са групирани в четири групи по своята производствена специализация. Това са:

- „Производство на канцеларски и търговски мебели без столове“;
- „Производство на кухненски мебели без столове“;
- „Производство на столове и седалки“;
- „Производство на други мебели“.

Съществува и пета група: „Производство на матраци и дюшеци“, която не е използвана в анализа поради малкия брой на предприятията, който не е достатъчен за изчисляване на надеждни обобщаващи статистически характеристики.

Като факторни величини са използвани предимно такива, за които може да се очаква, че характеризират пряко или косвено поглъщателната възможност на местния пазар, доминирана от броя и покупателните възможности на населението.

Очаква се, че броят на населението в населения пункт и в областта, БВП на човек от населението, общият годишен доход на човек от домакинството, общият брой на жилищата в областта, броят на новопостроените през годината жилища в областта, броят на наетите лица и

броят на лицата в трудоспособна възраст, влияят благоприятно върху търсенето и купуването на мебели, а от там и върху постигната ефективност от фирмите.

Очаква се коефициентът на безработица и броят на бедните да влияят негативно върху икономическите резултати на фирмите поради ниската покупателна способност, с която са свързани високите им стойности.

Очаква се образователната структура на населението да покаже благоприятно влияние върху покупателната способност, свързано с високите нива на образование и неблагоприятно влияние, свързано с ниските нива на образование, които влияят върху доходите.

Степента на развитост на транспортната инфраструктура в областта е представена чрез показателите за общата дължина на пътищата и на железопътните линии. Очаква се тези фактори да влияят положително върху постигнатите икономически резултати, въпреки че не отразяват състоянието и капацитета на транспортната инфраструктура.

Информацията за факторните величини е набавена от сайта на Националния статистически институт [15].

Методически инструментариум

За изследване на силата и посоката на корелационната връзка между избраните факторни и резултативни величини е използван коефициентът на корелация на Пирсън, изчислен с помощта на вградена функция от табличния процесор Excel. Коефициентът на корелация варира в границите от -1 до +1 и има следния вид [10]:

$$r_n = \sqrt{1 - \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (1)$$

където:

y_i са емпиричните стойности на зависимата променлива (показатели за икономическа ефективност);

\hat{y}_i – теоретичните стойности на зависимата променлива;

\bar{y} – средната аритметична величина, изчислена от емпиричните стойности на зависимата променлива;

n – броят на наблюденията.

Факторните величини са обозначени, както следва:

Ф1 – брой на населението в населения пункт;

Ф2 – брой на населението в областта;

Ф3 – БВП на човек от населението в областта в лв.;

Ф4 – общ годишен доход на човек от домакинството в областта в лв.;

Ф5 – общ брой жилища в областта;

Ф6 – новопостроени през годината жилища в областта;

Ф7 – относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години с висше образование в областта;

Ф8 – относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години със средно образование в областта;

Ф9 – относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години с основно и по-ниско образование в областта;

Ф10 – наети лица по трудово и служебно правоотношение в областта;

Ф11 – коефициент на безработни в трудоспособна възраст в областта в %;

Ф12 – брой лица над трудоспособна възраст в областта;

Ф13 – брой на бедните в областта (получаващи 60% от медианния доход);

Ф14 – обща дължина на пътищата в km в областта;

Ф15 – дължина на жп линиите в km в областта.

Резултати от анализа

Резултатите от анализа са представени в табл. 1.

Табл. 1. Коефициенти на корелация между показателите за ефективност, постигнати от предприятията за производство на мебели и някои социално-демографски и икономически показатели в областите, където са локализирани, за 2015 г.

Факторни величини	Производствена специализация на предприятията							
	Производство на други мебели		Производство на канцеларски и търговски мебели без столове		Производство на кухненски мебели без столове		Производство на столове и седалки	
	Резултативни величини							
	приходи на един лев разходи	приходи на един лев ДМА	приходи на един лев разходи	приходи на един лев ДМА	приходи на един лев разходи	приходи на един лев ДМА	приходи на един лев разходи	приходи на един лев ДМА
Ф1	-0,201	0,295	0,455	0,455	0,145	0,119	-0,105	-0,014
Ф2	-0,240	0,373	0,479	-0,293	0,155	0,025	-0,070	-0,014
Ф3	-0,195	0,277	0,354	-0,100	0,222	0,026	0,106	0,194
Ф4	-0,072	0,155	0,330	-0,310	0,134	0,298	-0,291	-0,115
Ф5	-0,238	0,354	0,483	-0,244	0,140	0,032	0,015	0,046
Ф6	-0,068	0,009	0,288	-0,112	-0,980	0,532	0,242	0,225
Ф7	-0,123	0,212	0,379	-0,304	0,047	0,243	-0,227	-0,084
Ф8	0,135	-0,223	-0,449	0,492	0,053	-0,182	0,315	0,407
Ф9	0,081	-0,145	-0,321	0,194	-0,119	-0,276	0,046	-0,181
Ф10	-0,233	0,343	0,426	-0,266	0,220	0,011	-0,090	-0,038
Ф11	0,175	-0,145	-0,535	0,055	0,239	-0,408	-0,115	-0,236
Ф12	-0,237	0,383	0,491	-0,294	0,170	0,033	-0,050	0,020
Ф13	-0,229	0,366	0,484	-0,296	0,023	0,079	-0,023	0,020
Ф14	0,084	-0,170	-0,276	0,465	-0,116	-0,288	0,679	0,581
Ф15	-0,102	0,331	0,241	0,484	-0,021	-0,334	0,489	0,570

Като първи и втори фактор, влияещи върху постигнатата ефективност, бяха изследвани броят на населението в населения пункт и в областта. В случая идеята е да се провери дали разширяването на ареала за пласмент на продукцията в непосредствена близост до производственото предприятие оказва въздействие върху постигнатите резултати. Оказва се, че за използваната извадка броят на населението, живеещо в непосредствена близост до мястото, където е локализирано съответното предприятие оказва умерено силно въздействие върху постигнатата ефективност само при „производството на канцеларски и търговски мебели без столове“ и при един от показателите за ефек-

тивност при „производството на други мебели“. Именно при втората група се констатира осезаемо повишаване на постигнатата ефективност при данните за броя на населението в областта в сравнение с броя на населението в населения пункт.

Получените корелационни коефициенти, отразяващи въздействието на изследваните фактори върху показателите за ефективност, могат да бъдат групирани на базата на абсолютната им стойност, при което се получават следните групи:

– абсолютна стойност на коефициента на корелация до 0,3 включително. С такава стойност са най-голям брой от коефициентите на

корелация. За тази група от комбинации на факторна и резултативна величина може да се приеме, че влиянието на фактора върху постигнатата ефективност е незначителна. Към тази група е влиянието на всички фактори върху приходите за един лев разходи при „Производството на други мебели“. Интерес за целите на локализационния избор представляват онези комбинации от факторна и резултативна величина, при които коефициентът на корелация не принадлежи към тази група.

– *над 0,3 до 0,4 включително.* При тези стойности на коефициента на корелация връзката между изследваните величини не е силно изразена, но заслужава внимание. Такава е връзката между показателя за използване на ДМА при „Производството на други мебели“ и факторите брой на населението в областта, общ брой жилища в областта, брой на наетите лица в областта, брой лица над трудоспособна възраст, брой на бедните в областта и дължина на жп линиите в областта. Изненада представлява положителният знак пред корелационните коефициенти за броя на лицата над трудоспособна възраст и за броя на бедните в областта. Причина за този резултат може да се търси в предпочитанията на хората от тази потребителска група към артикулите, включени в категорията „Други мебели“. Към тази група коефициенти на корелация се отнасят още и влиянието на факторите Ф3, Ф4 и Ф7 върху приходите на един лев разходи при производствата на „Канцеларски и търговски мебели без столове“. Прави впечатление, че Ф7 влияе положително върху единия показател за ефективност при тази продуктова група и влияе отрицателно върху другия показател. Причината може да се търси в структурата на артикулите вътре в групата, която се оказва несъвпадаща с предпочитанията на населението с висше образование. Отрицателна е и връзката между дължината на жп линиите в областта и степента на използване на ДМА при производството на кухненски мебели. В случая е логично по-слабо развитата транспортна инфраструктура да стимулира потреблението на кухненски мебели местно производство. Положителна е връзката между относителния дял на населението със средно образование и ефективността при производството на столове и седалки. Тази част от активното население е най-многобройна и е логично тя да присъства активно на пазара на стоки за дълготрайна употреба и в частност при покупката на мебели. Стойността на коефициента обаче е твърде близка до долната граница на групата и този фактор трудно би могъл да окаже съществено влияние при локализационния избор.

– *над 0,4 до 0,5 включително.* Най-голям брой коефициенти на корелация с такава стойност са получени при изследване на факторната обусловеност на постигнатата ефективност при производството на „Канцеларски и търговски мебели без столове“. В случая влиянието на факторите Ф1, Ф2, Ф5, Ф10, Ф12, Ф13, Ф14 и Ф15 е положително, а влиянието на фактора Ф8 е положително върху единия показател за ефективност и отрицателно за другия. В тази група попада още отрицателната връзка между равнището на безработица и приходите на един лев ДМА при „Производството на кухненски мебели без столове“ и положителното влияние на Ф8 върху същия показател при „Производството на столове и седалки“.

– *над 0,5 до 0,6 включително.* В тази група попадат четири комбинации на факторни и резултативни величини. При тях връзката е умерено силна и заслужава внимание. Това са отрицателното влияние на коефициента на безработица върху икономическата ефективност при производството на „Канцеларски и търговски мебели“, положителното влияние на броя на новопостроените жилища върху приходите на един лев ДМА при „Производството на кухненски мебели без столове“ и положителното влияние на степента на развитие на транспортната инфраструктура върху приходите на един лев ДМА при „Производството на столове и седалки“.

– *над 0,6.* Тук се отнасят отрицателното влияние на броя на новопостроените жилища върху икономическата ефективност при „Производството на кухненски мебели без столове“ и положителното влияние на общата дължина на пътищата върху икономическата ефективност при „Производството на столове и седалки“. Отрицателният коефициент изглежда нереалистичен, но може да се обясни с голямото количество ръчен труд при производството и монтажа на кухненски мебели и ниската степен на механизация при тази дейност, което прави възможно същия фактор да влияе положително върху приходите на един лев ДМА при същата дейност.

Обобщения и изводи

Може да се обобщи, че най-слабо изразено въздействие върху показателите за ефективност на предприятията за производство на мебели от изследваната съвкупност имат факторите Ф3, Ф4 и Ф9, което дава основание да се търси тяхната замяна с по-подходящи, а най-силно изразено е въздействието на факторите Ф8, Ф14 и Ф15, което дава основание задължително да се вземат под внимание при обсъждане на локализационни решения, касаещи предприятия за производство на мебели.

Може да се направи изводът, че изследваните фактори с различна сила проявяват своето въздействие върху икономическата ефективност, постигната при мебелни предприятия с различна продуктова специализация, което доказва необходимостта от възможно най-точно планиране на продуктовата листа на предприятията за производство на мебели, за които се търси оптимално локализационно решение.

Литература

1. Василева, Л. *Единен европейски пазар – продуктово позициониране на отраслите и регионалните икономики*. Университетско издателство „Стопанство”. София. 2011. стр. 104.
2. Василева, Л., Велковска, Г., Манолова, А. *Проблеми на териториалното управление и проекти за териториално развитие*. Изд. „Тракия-М”. София. 2005. стр. 56–58.
3. Василева, Л., Димитрова, П. *Общо теоретически проблеми на икономическия анализ*. Дистанционно-заочно обучение на Балканите. София. стр. 137.
4. Загорчева, Д., Крайчев, С. *Фактори, определящи инвестиционната привлекателност на общините*. Том 1. Раздел Икономика и управление. МАТТЕХ. 2016. стр. 360, 362.
5. Закон за регионалното развитие. ДВ бр. 50/2008.
6. Кузнецова, С., Смирнова, О. *Анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности региона*. Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. №1 (45). 2016. стр. 44–51.
7. Лахметкина, Н. *Инвестиционная стратегия предприятия*. Изд. КноРус, Москва. 2010. стр.166.
8. Литвинова, В. *Инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат региона*. Издательства Финансового университета. Москва. 2013. стр. 6–22.
9. Ройзман, И. *Современная и перспективная типология инвестиционного климата российских регионов*. Инвестиции в России. №3. 2006. стр. 9–11.
10. Стоенчев, Н., Иванов, И. *Статистика – ръководство*. Издателска къща при ЛТУ. София. 2015. стр. 145.
11. Стоенчева, Ц. *Регионална икономика*, Университетско издателство „Стопанство”. София. 2010. стр. 42.
12. Тонкова, Е., Христова, С., Петров, Д. *Разработване на местния потенциал за социално-икономическо развитие на общините*. Изд. къща „Стемо”. Варна. 2015. стр. 19, 34–35.
13. Янкова, Н., Иванов, С., Шопов, Г., Кирилова, Я., Чкорев, Н. *Териториални различия в България – тенденции, фактори и политики*. Икономически институт на БАН. Академично издателство „Проф. Марин Дринов”. София. 2010. стр. 170–172, 233–235.
14. *Агенция по вписванията. Търговски регистър на ЮЛНЦ*. [<https://public.brra.bg/CheckUps/default.ra?0>].
15. *Национален статистически институт. Демографска и социална статистика*. [https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/module.jsf?x_2=3].

SOME POSSIBILITIES FOR THE ESTIMATION OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS AT THE TERRITORY IN THE CHOICE OF A PLACE FOR THE LOCALIZATION OF THE FURNITURE ENTERPRISES IN BULGARIA

Elena Stefanova
University of Forestry, Sofia, Bulgaria

Abstract

In the condition of rising competition between the furniture producers in the frame of the European Union and outside it is not proper to ignore the advantage which could be received as a result of an optimal choice of a place for the situation of production facilities. The necessity to coordinate the design with the client, construction and the size of some types of furniture by design gives the reason to expect that the accumulative ability of the market in a direct proximity to the production facilities could affect considerably the economic effectiveness. The present study is dedicated to the identification and approbation of factors with a regional character, influencing considerably on the economic results achieved by the enterprises for the production of furniture in Bulgaria. The coefficients of correlation are calculated between the achieved economic effectiveness in 76 enterprises, grouped according to their product specialization and characteristics of the administrative-territorial regions in which the very enterprises are situated. Conclusions are made which are useful for the theory and the economic practice.