

THE INTERGENERATIONAL FAMILY BUSINESSES AS AN INSTRUMENT FOR DEVELOPMENT OF THE FOOD INDUSTRY

Assoc. Prof. Daniel Pavlov, PhD

Department of Management and Social Work,

University of Ruse "Angel Kanchev"

E-mail: dpavlov@uni-ruse.bg

Abstract: *The small food production firms have different challenges to survive the strong marketing competition with the big companies. They rely on the support, provided by their relatives and some strategic friends. But most of the young family members are not willing to work together with their parents due to variety of reasons. Instead, the youths could establish their own economic activities, which are linked to the firms of their parents. The purpose of this report is to present the student willingness to go for such businesses and the research has been organized within the INTERGEN international academic network, which focused to study the intergenerational family business as a stress management instrument.*

Keywords: food production, family businesses, INTERGEN

JEL Codes: D1, M13

ВЪВЕДЕНИЕ

Дигитализацията, автоматизацията и роботизацията във все по-голяма степен засилват дехуманизацията в редица икономически дейности, както в сферата на услугите, така и в организацията на материалното производство. Фирмите предприемат все повече дейности в посока на дигитализация на своята дейност (Boneva, M., 2018), както и да разработват съответните дигитални модели за своята трансформация (Kostadinova, I., 2019).

В отговор на настъпващите обществено икономически промени научни екипи от Русенския университет „Ангел Кънчев“ провеждат различни международни проучвания за модернизация на висшето образование (Antonova et al., 2016) и ролята на семейството в този процес (Pavlov, D., Sheresheva, M., & Perello, M., 2017); обръща се сериозно внимание и на възобновяемите енергийни източници (Kunev, S., Antonova, D., & Kostadinova, I., 2020); нуждите на студентите от обучение в предприемачество (Todorova, M., Ruskova, S., Gedinach, V., Buciuman, C., & Taucean, I., 2011) и се отдавна засилващо се внимание към управлението на данни за създаване на съответната научна инфраструктура (Antonova, D., Kunev, S., Venelinova, N., & Kostadinova, I., 2021). Висшите училища стават все по-важни за развитието на съответния регион, в който се реализират техните възпитаници (Kirova, M., Nedyalkov, A., Pencheva, M., & Yordanova, D., 2018).

По време на COVID ограниченията в периода 2020-2022 г. част от борбата срещу вируса се изразява в призив към хората да останат в домовете си (Stay home), а не във фирмените помещения. Нарастващата дехуманизация в редица отрасли допълнително води до увеличаване на структурната безработица и грижата за оцеляването на индивида става приоритет предимно на семейството, а не толкова на публичната администрация. В основата на семейните фирми е роднинската обвързаност между роднините, които полагат грижи един за друг (докато наетите служители бързо се освобождават от работните им места когато работодателят прецени, че те вече са ненужни).

От незапомнени времена хранително-вкусовата промишленост успешно успява да сплоти различни роднини, които заедно превъзможват различни кризи. В българското съвремие съществуват различни семейни фирми, които се занимава с производство на храни, напитки и други изделия. Но част от новите поколения не желаят да наследят семейния бизнес, виждайки в него многобройните трудности, пред които са изправени техните родители. Вместо това, те предпочитат да създават нови бизнеси, в които директно да включват своите роднини или да ги привличат като подизпълнители/поддоставчици. Именно този техен подход към междупоколенческия бизнес е обект на изследване в

международната академична мрежа INTERGEN(Bakracheva et al., 2020), която проучва студентските намерения в университети от осем държави. Други научни проучвания (Ruskova, S., Stoycheva, B., & Dráb, R., 2020) представят възможности за изграждане на клъстери на българските пазари на органична храна, с което допълнително подсилват успеха от изграждане на междупоколенчески бизнеси.

Целта на настоящия доклад е да представи настроенятията сред студенти за създаване на междупоколенчески семейни бизнеси, съгласно трактовката на мрежа INTERGEN. В изпълнение на така представената цел са определени и следните задачи пред доклада:

- Представяне на възможни комбинации за междупоколенчески бизнеси, в т.ч. и в хранително-вкусовата промишленост.
- Представяне на настроенятията сред студенти за междупоколенчески бизнеси.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Възможни комбинации за междупоколенчески семейни бизнеси

Многобройни са възможностите за установяване на междупоколенчески бизнеси между две и повече поколения. В Табл.1 са представени някои от тях.

Пример №1. Представителите на първото поколение се занимават с лозарство. Произвеждат и продават грозде и имат добре установени земеделски дейности. Второто поколение не желае да се занимава със земеделие, а с винопроизводство като в производствения процес включва и гроздето, произведено от първото поколение. Третото поколение не желае да се занимава със земеделие, нито с производствена дейност; създава дигитален магазин, в който продава и гроздето на първото поколение, и виното на второто поколение. Трите поколения взаимно се подпомагат.

Пример №2. Първото поколение разполага с магазин за продажба на хранителни продукти. Второто поколение (техните деца) не желаят да работят в магазина, а предпочитат да отглеждат земеделска продукция (орехи), която да преработват във вид на пакетирани орехови ядки и ореховки и да ги продават чрез магазина на своите родители. Двете поколения взаимно се подпомагат.

Пример №3. Първото поколение се занимава с животновъдство и продава мляко и месо. Второто поколение създава мандра, в която произвежда кашкавал и чрез млякото на своите родители. Третото поколение създава физически магазин за продажба на хранителни изделия, включително и за млечните продукти на предходните поколения. Трите поколения взаимно се подпомагат.

Пример №4. Първото поколение има заведение за бързо хранене. Второто поколение произвежда натурални сокове, които се продават в заведението за бързо хранене. Третото поколение организира фестивали и други тържества в близост до семейното заведение за бързо хранене и насърчава участниците да се хранят в него. Трите поколения взаимно се подпомагат.

Пример №5. Първото поколение се занимава с пчеларство и билкарство. Второто поколение започва производство на лековита течност „черен бъз с пчелен мед“. Двете поколения взаимно се подпомагат.

Пример №6. Първото поколение се занимава с транспортна дейност. Второто поколение започва производство на хлебни изделия, които се превозват от първото поколение.

Пример №7. Второто поколение се занимава с производство на конфитюри от плодове (сливи, череши, дюли и др.). Третото поколение създава овощна градина за отглеждане на тези плодове. Двете поколения взаимно се подпомагат.

Таблица 1. Примери за междупоколенчески семейни бизнеси

Примери:	Първо поколение	Второ поколение	Трето поколение
Пример №1	Лозарство.	Винопроизводство	Магазин за хранителни стоки.
Пример №2	Магазин за хранителни стоки.	Производство на пакетирани орехови ядки и ореховки.	Няма.
Пример №3	Животновъдна ферма.	Производство на кашкавал и сирене.	Магазин за хранителни стоки.
Пример №4	Заведение за бързо хранене.	Производство на натурални сокове.	Организиране на тържества.
Пример №5	Пчеларство и билкарство.	Производство на лековита течност „черен бъз с пчелен мед“.	Няма.
Пример №6	Транспортна дейност	Производство на хлебни изделия.	Няма.
Пример №7	Няма.	Производство на конфитюри от плодове.	Овощарство.

В описаните примери:

- Второто поколение се занимава с дейности от хранително-вкусовата дейност.
- Всяко поколение може първо да инициира съответната бизнес дейност, а в последствие другите поколения да добавят своята дейност.

Когато по-младо поколение първо във времето създава бизнес дейности, а в последствие по-възрастните роднини добавят своите дейности, е налице и социално предприемачество. То се изразява в създаване на заетост за по-възрастните роднини, които след определена възраст се чувстват ненужни и изпадат в депресия. Налице е запазване на вътрешносемейни взаимоотношения чрез осигуряване на поминък.

Възможно е и приобщаването на хора в неравностойно положение. То се получава когато икономически активните членове на семействата създават „семейна заетост“ за хората в неравностойно положение, подтиквайки ги да произвеждат стоки или услуги чрез междупоколенческа обвързаност, съгласно примерите в Табл. 1.

Работните места са обект на ускорено съкращаване в условия на растяща дехуманизация в предлагането на стоки и услуги. Икономически активните членове на семействата могат да бъдат стимулирани да осигуряват заетост на своите роднини и така да се ограничават вредните социално-икономически последици от безработицата върху обществото: ниски доходи, кражби с цел оцеляване, бунтове и други. Примерите от Табл.1 показват, че хранително-вкусовата промишленост може да е сред ключовите дейности за опазване на социално-икономическия мир в съответната териториална единица (населено място, община, област, държава).

2. Изследване на настроения сред студенти за междупоколенчески бизнеси.

Елементи от методиката на изследването:

• Обект на изследване: студенти и възпитаници на Русенския университет „Ангел Кънчев“, запознати с идеята за семейни бизнеси чрез дисциплините Управление на малкия бизнес, Планиране и прогнозиране и Застраховане.

• Период: учебната 2021/2022 г.

• Събиране на данни: чрез анкета, изпратена по Messenger. Отговорилите са 289 души и съставляват общо 30% от запитаните.

• Обработка и визуализация на данни: чрез електронна таблица.

Анкетната карта:

• Е разработена в рамките на международна академична мрежа INTERGEN през 2020 г. на английски език и преведена на български език.

- Съдържа 48 въпроса, чиито отговори са построени чрез Ликертова скала от 1 до 5, където: (1) е НЕ; (2) е По-скоро НЕ; (3) е Не знам; (4) е По-скоро ДА и (5) е ДА.
- Съдържа допълнителни въпроси по отношение на пол, възраст, образование и други.

Резултати от изследването:

- В периода 2021/2022 студенти от осем държави попълват анкетната карта. Техният брой е представен в Табл.2.
- В процентно съотношение преобладават жените 2427 (60,6%) спрямо мъжете 1574 (39,4%) поради факта, че анкетираните лица са предимно от факултети по бизнес науки.
- От Русенския университет „Ангел Кънчев“ попълнили анкетата в посочения период са 289 души.

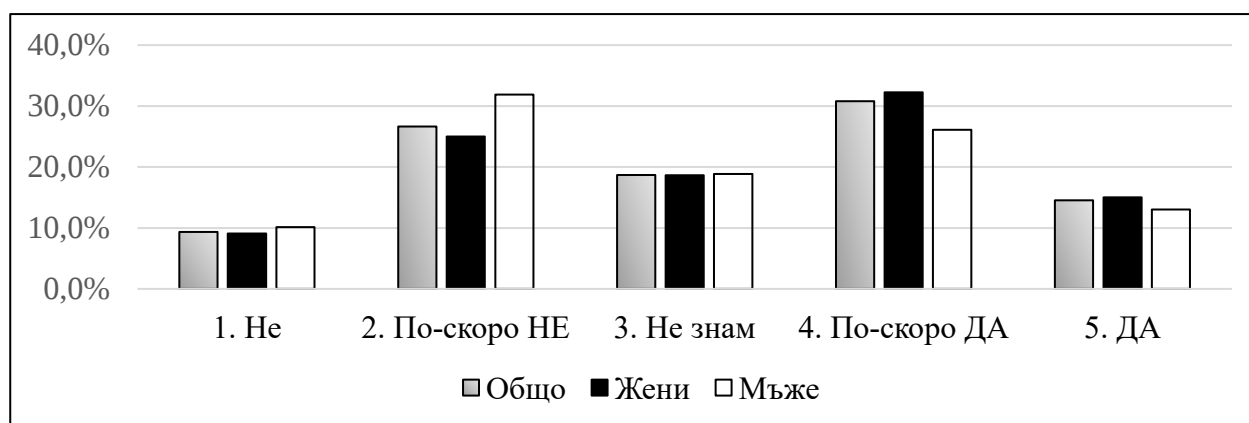
Таблица 2. Брой анкетирани в периода 2021/2022 г.

Висше учебно заведение по държави	Жени	Мъже	Общо
Albania - Tirana University	137	16	153
Bulgaria - "Angel Kanchev" University of Ruse	220	69	289
Bulgaria - "Konstantin Preslavski" University of Shumen	93	54	147
Bulgaria - Svishtov Academy of Economics "D.A.Tsenov"	106	132	238
Bulgaria - "St. Cyril and St Methodius" University of VelikoTarnovo	84	16	100
Bulgaria - Technical University of Gabrovo	44	98	142
Bulgaria - University of Economics – Varna	124	75	199
Iran - AllamehTabatabaeiUniversity – Tehran	79	97	176
Poland - Jan Kochanowski University in Kielce	148	86	234
Romania – Timisoara Politehnica University	167	148	315
Romania - UBB University Center of Resita	153	49	202
Romania - University of Craiova	154	46	200
Romania - West University of Timisoara	160	53	213
Russia - Chelyabinsk State University	195	84	279
Russia - Lomonosov Moscow State Univeristy	81	62	143
Russia - Orel State University	81	126	207
Russia - University of Tyumen	198	46	244
Serbia - University of Belgrade, Technical Faculty in Bor	74	30	104
Uzbekistan - Bukhara Engineering-Technological Institute	64	136	200
Uzbekistan - Management Development Institute of Singapore in Tashkent	65	151	216
Общо:	2427	1574	4001

В настоящия доклад се представят отговорите на запитаните студенти и абсолвенти от Русенския университет „Ангел Кънчев“ по въпрос №29: Бих искал да имам съвместни бизнес дейности с най-близките си роднини. Отговорите на посочения въпрос са представени в Табл.3 и Фиг.1.

Табл.3 Отговори на анкетирани студенти и абсолвенти от Русенския университет „Ангел Кънчев“ по въпрос №29 “Бих искал да имам съвместни бизнес дейности с най-близките си роднини“.

Отговори на Въпрос №29	Общо, бр. (%)	Жени, бр. (%)	Мъже, бр. (%)
1. Не	27 (9,3 %)	20 (9,1 %)	7 (10,1 %)
2.По-скоро НЕ	77 (26,6 %)	55(25,0 %)	22 (31,9 %)
3. Не знам	54 (18,7 %)	41(18,6 %)	13 (18,8 %)
4.По-скоро ДА	89 (30,8 %)	71(32,3 %)	18 (26,1 %)
5.ДА	42 (14,5 %)	33(15,0 %)	9 (13,0 %)
Всичко:	289 (100 %)	220 (100 %)	69 (100 %)



Фиг. 1. Отговори на анкетирани студенти и абсолвенти от Русенския университет „Ангел Кънчев“ по въпрос №29 “Бих искал да имам съвместни бизнес дейности С най-близките си роднини“.

Данните от Табл.3 показват, че общо 131 отговора са положителни, а 104 са отрицателни. Има леко превъзходство на положителните отговори. Това е добра за засилване на обучението по семейни бизнеси, за да се подпомогнат желанията на положително отговорилите в посока изграждане на устойчиви и добре подредени бизнес взаимоотношения с най-близките им роднини.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Междупоколенческите семейни бизнеси са могат успешно да се ползват за частично овладяване на негативните последици от настъпващата дехуманизация в създаването на блага. Представените примери разкриват ролята им за развитие на хранително-вкусовата промишленост както в големите населени места, така и в малките общини.

Преобладаващите положителни нагласи към семейните бизнеси следва умело да се ползват за подобряване на учебния процес чрез интердисциплинарни примери, които ясно показват как междупоколенческите семейни бизнеси допринасят за развитието на хранително-вкусовата промишленост, както и обратното – ХВП е благодатна за създаване и развиване на семейна бизнес култура.

REFERENCES

Antonova, D., Kunev, S., Venelinova, N., & Kostadinova, I. (2021). Data Management Conceptual Algorithm of Transnational Digital Scientific Infrastructure as an Answer to the Globalization Challenges. *20th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences*, presented at the University of Zilina, Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications. Publisher: EDP Sciences, SHS Web of Conferences 92, 0 (2021), 1-9, DOI:10.1051/shsconf/20219205002.

Antonova, D., Pavlov, D., Nedyalkov, A., Kunev, S., Nizamov, A., Namazova, N., Shokirov, K., Azimov, B., Urinov, B., Komilov, A., Berdiev, A., Diyarov, F., Tuychiev, A., Anvarov, A., Kenjaboev, S., Rudawska, J., Mazurkiewicz, S., Kaminska, A., Depczynska, A., Rodríguez-Herrera, G., & Falcón-Martel, A. (2016). WP 1 "BUILDING THE KNOWLEDGE BASIS" - Towards the Modernisation of Higher Education Institutions in Uzbekistan (MATCHES). PRIMAX, Bulgaria. URL: <https://www.academia.edu/30048084>

Bakracheva, M., Pavlov, D., Gudkov, Al., Diaconescu, A., Kostov, A., Deneva, A., Kume, A., Wójcik-Karpacz, A., Zagorcheva, D., Zhelezova-Mindizova, D., Dedkova, E., Haska, E., Stanimirov, E., Strauti, G., Taucean, I., Jovanović, I., Karpacz, J., Ciurea, J., Rudawska, J., Ivascu, L., Milos, L., Manciu, V., Sheresheva, M., Tamasila, M., Veličković, M., Damyanova, St., Demyen, S., Kume, V., & Blazheva, V. (2020). *The intergenerational family businesses as a stress*

management instrument for entrepreneurs (Vol.1). Academic Publisher University of Ruse "Angel Kanchev". URL: <http://intergen-theory.eu/INTERGEN-BOOK-1.pdf>.

Boneva, M. (2018). *Challenges Related to the Digital Transformation of Business Companies*. Presented at the 6th International Conference Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018), Prague, 2018, 101-114. URL: <https://publications.uni-ruse.bg/publication/21714>

Kirova, M., Nedyalkov, A., Pencheva, M., &Yordanova, D. (2018). *University as Prerequisite for Sustainable Regional Development in International Context*. Proceedings of the 18th International Scientific Conference Globalization and Its Socio-Economic Consequences, University of Zilina, Slovak Republic, 10-11 October 2018, 2578-2585, URL: <https://www.researchgate.net/publication/329802157>

Kostadinova, I. (2019). *Digital Models for Transformation of Corporate Social Responsibility Education*. Presented at the Conference Proceedings of 29th Annual Conference of the European Association for Education in Electrical and Information Engineering – EAEEIE 2019, IEEE Digital Xplore., 2019, 277-281. URL:DOI 10.1109.EAEEIE46886.2019

Kunev, S., Antonova, D., &Kostadinova, I. (2020). *Improving the capacity for adoption of renewable energy sources in transport and logistics: approbation of a methodological approach*. Presented at the 2020 Fifth Junior Conference on Lighting (Lighting), URL:DOI: 10.1109/Lighting47792.2020.9240589.

Pavlov, D., Sheresheva, M.&Perello, M. (2017). The Intergenerational Small Family Enterprises as Strategic Entities for the Future of the European Civilization - A Point of View. *Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 2017, Issue 9, 26-38, URL: http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2017/10.%20Pavlov_Sheresheva_Perello.pdf

Ruskova, S., Stoycheva, B., &Dráb, R.(2020). Cluster Research On The Influence Of Social Classes To The Bulgarian Organic Food Market.*Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 2020, Issue 12, 47-54.URL: <http://jei.uni-ruse.bg/Issue-2020/04.Ruskova.pdf>

Todorova, M.,Ruskova, S., Gedinach, V., Buciuman, C., &Taucean, I. (2011). Method For Studying The Students Needs Of Training In Entrepreneurship. *SCIENTIFIC BULLETIN of "Politehnica" University of Timisoara*, 2011, No 5, 5-14.