

**DEVELOPMENT STUDIES
(Resume)**

**RAZVOJNE STUDIJE
(Rezime)**

**РАЗВОЙНИ ПРОУЧВАНИЯ
(Резюме)**

**Montana
2012**

PROJECT 2007CB16IPO006- 2009-1-110 - THE FUTURE IS IN OUR HANDS (FINOH)

THE PROJECT IS CO-FUNDED BY EU TROUGH THE BULGARIA – SERBIA IPA CROSS-BORDER PROGRAMME



European Union



Bulgaria - Serbia
IPA Cross-Border Programme

This publication has been produced with the assistance of the European Union through the Bulgaria – Serbia IPA Cross-border Programme. The contents of this publication are the sole responsibility of National Association “Legal Initiative For Local Government” - Montana Branch and can in no way be taken to reflect the views of the European Union or the Managing Authority of the Programme

Contents

DEVELOPMENT STUDIES	4
РАЗВОЙНИ ПРОУЧВАНИЯ	12
RAZVOJNE STUDIJE	8



DEVELOPMENT STUDIES

(Resume)

Two detailed development studies were carried out, with a situation analysis for the feasibility of two respective development initiatives/models.

The following development studies were elaborated with view to adhere to the conclusions of the Research and needs assessment for the CBC strategic documents.

PESTEL ANALYSIS

There are many factors and “variables” that affect directly or indirectly the business environment and the overall state of manufacturing industry. Tax rates, changes in laws, trade barriers and administrative requirements, political and social trends are macro factors which have tangible effects on the operation of enterprises.

According to the acronym, Political, Economic, Social, Technological, Environmental and Legal factors have been analyzed for the Bulgarian and Serbian realities and business environment which should allow us to position and plan the development of enterprises and economic activity in the chosen sectors.

Strategic goals and specific objectives based on PESTEL analysis - the Food and Beverage Sector

A set of strategic goals and specific objectives that can be translated into measurable and feasibly applicable steps to promoting the development of the selected priority industrial sectors in the CBC provinces were formulated.

Strategic goals:

- An increase in the number of enterprises that realize exports and a corresponding increase in real exports of products with a higher value added
- An improvement of the market positioning and shares of the food products exported by the enterprises from the CBC region into key and future priority markets.

In order to achieve said goals we shall break them down into specific objectives:

- Setting up and operating an efficient IT and normative database for support and promotion of food exports from the CBC region.
- Doubling of the number of enterprises receiving institutional, expert and/or financial assistance in the next 5-year period.

-
- Yearly improvement by 10 percentage points of the approval ratings attributed to the developed measures and CBC initiatives on behalf of businesses and their social visibility.

Improvement of vocational qualification of the employed in the sector which will lead to an increase in the number of enterprises which realize exports and will effectively improve the cooperation of the business structures with regional administration, institutions and other relevant CBC stakeholders.

Strategic goals and specific objectives PESTEL analysis- Textile and Clothing Sector

Strategic goals:

- Increased export potential for enterprises in the CBC region working in the Textile and Clothing sector
- Increase of market share of products of enterprises in the Textile and Clothing sector from the CBC region as a share of world export markets

The above-defined strategic goals need to be translated into specific objectives in order to allow for their further structuring in perceptively measurable interventions and steps to be taken on behalf of all concerned stakeholders.

- Improving the competitiveness of export-oriented enterprises on foreign markets
- Stimulating enterprises having export potential, to enter and establish themselves on foreign markets
- Establishing a sustainable base for development, exchange of new technologies and know-how
- Entering new markets identified as growing and showing potential
- Increasing the market share of textile products in existing markets
- Implementing a comprehensive policy for development of the sector in the CBC region.

REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE

What is widely known in economics and market studies as a “comparative advantage” (usually of production) is a principle that affirms the superior position of a given country or an enterprise when manufacturing a specific product (or in a wider definition, offering a service). This advantage exists as a result of a better resource combination – material, human resource, technological support or any other type of factor that conditions the better final price efficiency of the country or enterprise which is said to have the “comparative advantage”.

For the relevant manufacturing we have factored in among the



comparative advantages of production mainly the low labor costs; and we also have in place some logistic (basically geographic), energy and other minimal resource advantages. The entire “picture” of competitiveness and specialization according to comparative advantages could be emphasized by standardized coefficients – such as the frequently used Balassa

FURTHER CONSIDERATIONS AND FOUNDATION FOR GOOD PRACTICE EXPANSION

Montana Technological Park

The idea and preliminary specialization was envisioned as: manufacturing, storage and processing of agricultural production; food and beverage industrial production; support, storage and repair of agricultural machines and the like.

Among the services provided the currently developed part should be able to offer management and development of terrain and buildings (including security); technical, administrative and juridical services; completion, connection and further development of utilities infrastructure; a favorable environment for business development and growth, particularly appropriate for light industry, food and beverage manufacturing and agriculture.

Advantages of the Park:

- Attractive location
- The fastest growing and developing Municipality in Northern Bulgaria
- Competitive workforce
- Attractive municipal terrain
- Industrial and residential gas supply
- Close to the Technological Park is the newly constructed Water purifying plant.

Free Zone Pirot

While until recently in Serbia there used to be 14 free trade zones, after some recent legislative changes there are only three left – one each near the Hungarian, Romanian and Bulgarian borders. The town with a population of 45-thousand, situated on the Nisava River is placing expectations and importance for the region's revival on the attraction of European and third country investors which seek to avoid restrictive legislation and heavy complicated taxation within the European Union.

The Municipality is a partner in the Free Zone and is holding 11% of the shares. Intentionally among the sought investors the ones preferred are Bulgarian, Greek and Turkish. Pirot was known for its textile and carpet production all over the Balkan region. However with the ongoing re-positioning of the City and Province the intensively used industrial

and trade opportunities of the location and resources of Pirot take precedence.

National and regional relations and considerations

The trade volume between Bulgaria and Serbia had reached \$ 575.3 million for the year 2006. However, after the accession of Bulgaria to the EU and some new legislative regimes, requirements and restrictions, cooperation and trade slowed down as expected.

Similar considerations concern travel and tourism – those traveling between the two countries and regions in question has greatly decreased because of the few visas that have been issued by the Bulgarian authorities. Despite the opening of a consulate in Nis in December 2007, Bulgarian diplomatic representations cannot handle even a quarter of the potential inflow.

After Bulgaria's accession to the EU the closest regions and countries (in a cultural and linguistic aspect) – Serbia and Macedonia – have been left functionally quite beyond the borders of the Union. This inevitably leads to a reformulation and re-evaluation of future relations, as well as the role of Bulgaria as a lobbying point for a much quicker integration of the region for the mutual benefit not only of Cross-Border Cooperation regions.

Just as an example, Bulgarian businessmen that use the services of Free Zone Pirot could exploit the possibility of exporting goods and services to the vast Russian Federation market with a duty imposition of merely 1%.

Recently the French tyre giant Michelin has bought the local factory “Tigar” (and are subsequently one of the major shareholders of the Free Zone) and are already exporting production volumes in the region of € 100 million annually.

As part of a massive privatization effort by the government we can emphasise also the large “Prvi Maj” textile and clothing factory. The results of such political and economic actions shall influence greatly life and development processes of the region, as the two factories employ a total of almost 6000 people. (Last available information on privatization offers dated December 2011 speaks of interest and negotiations with Benetton and Sergio Tacchini, noted Italian textile and clothing giants.)



RAZVOJNE STUDIJE

(Rezime)

Sprovedene su dve detaljne razvojne studije sa analizom izvodljivosti dve odgovarajuće razvojne inicijative/modela.

Sledeće razvojne studije rađene su tako da se pridržavaju zaključaka strateških dokumenata koji se tiču istraživanja i procene potreba prekogranične saradnje (CBC).

PESTEL ANALIZA

Postoje brojni faktori i "promenljive" koje direktno ili indirektno utiču na poslovno okruženje i ukupno stanje proizvodne industrije. Poreske stope, izmene zakona, spoljnotrgovinske barijere i administrativni zahtevi, politički i socijalni trendovi predstavljaju makro faktore koji imaju vidljiv efekat na poslovanje preduzeća.

U skladu sa PESTEL akronimom, izvršena je analiza uticaja sledećih faktora: političkih (Political), ekonomskih (Economic), socijalnih (Social), tehnoloških (Technological), ekoloških (Environmental) i pravnih (Legal) u okviru trenutnih prilika i poslovnog okruženja u Bugarskoj i Srbiji. Ova analiza bi trebalo da omogući pozicioniranje i planiranje razvoja preduzeća i ekonomske aktivnosti u okviru odabranih sektora.

Strateški ciljevi i konkretni zadaci zasnovani na PESTEL analizi – sektor hrane i pića

Formulisani je skup strateških ciljeva i konkretnih zadataka koji se mogu prevesti u merljive, ostvarivo primenljive korake za podsticanje razvoja odabranih prioritetnih industrijskih sektora u CBC okruzima.

Strateški ciljevi:

- Povećanje broja preduzeća koja ostvaruju izvoz i odgovarajući porast realnog izvoza proizvoda sa većom dodatom vrednošću
- Poboljšanje tržišne pozicije i udela prehrambenih proizvoda koji su izvezeni od strane preuzeća iz CBC regiona, na ključna tržišta koja su budući prioritet

U cilju postizanja navedenih ciljeva, potrebno je rasčlaniti ih na sledeće konkretnе zadatke:

- Uspostavljanje i vođenje efikasnog IT sektora i normativne baze podataka za podršku i promociju izvoza hrane iz CBC regiona.
- Udvоstručavanje broja preduzeća kojima se pruža insitucionala, stručna i/ili finansijska pomoć u periodu od narednih 5 godina.
- Godišnje poboljšanje rejtinga od 10 procentnih poena zahvaljujući

sprovedenim merama i CBC inicijativama u ime preduzeća i njihove socijalne vidljivosti

Unapređenje stručne spreme zaposlenih u ovom sektoru će dovesti do povećanja broja preduzeća koja ostvaruju izvoz, kao i do efektivnog unapređenja saradnje poslovnih struktura sa regionalnom upravom, institucijama i drugim relevantnim akterima prekogranične saradnje.

Strateški ciljevi i konkretni zadaci zasnovani na PESTEL analizi – sektor teštila i odeće

Strateški ciljevi:

- Povećanje izvoznih potencijala preduzeća u CBC regionu u okviru sektora teštila i odeće
- Povećanje tržišnog udela proizvoda preduzeća iz sektora teštila i odeće u okviru CBC regiona kao dela svetskog izvoznog tržišta.

Gore definisane strateške ciljeve potrebno je rasčlaniti na konkretne zadatke, kako bi se omogućilo njihovo dalje strukturiranje u vidu uočljivo merljivih intervencija i niza koraka koje treba preuzeti u ime svih zainteresovanih strana.

- Unapređenje konkurentnosti preduzeća orijentisanih ka izvozu na inostrana tržišta
- Podsticanje preduzeća koja imaju izvozni potencijal da se uključe i učvrste na inostranim tržištima
- Uspostavljanje održive osnove za razvoj, razmena novih tehnologija i ekspertiza
- Ulazak na nova tržišta koja su identifikovana kao tržišta koja rastu i pokazuju potencijal
- Povećanje tržišnog udela teštinskih proizvoda u okviru postojećih tržišta
- Implementacija sveobuhvatne politike razvoja ovog sektora u CBC regionu

OTKRIVENA KOMPARATIVNA PREDNOST

Ono što je opšte poznato u ekonomiji i tržišnim studijama kao "komparativna prednost" (što se najčešće odnosi na proizvodnju) je princip koji afirmiše superiornu poziciju određene zemlje ili preduzeća koje proizvodi specifičan proizvod (ili u širem smislu nudi specifičnu uslugu). Ovakva prednost nastaje kao rezultat bolje kombinacije resursa – materijala, ljudskih resursa, tehnološke podrške ili bilo koje druge vrste faktora koji uslovjavaju bolju konačnu cenu efikasnosti zemlje preduzeća za koje se kaže da ima "komparativnu prednost".

Za relevantnu proizvodnju, u komparativne prednosti proizvodnje, uglavnom smo uračunali nisku cenu rada; takođe smo uračunali i



neke logističke (uglavnom geografske), energetske i druge minimalne resursne prednosti. Cela slika konkurentnosti i specijalizacije, u skladu sa komparativnom prednošću, može se prikazati standardizovanim koeficijentima – npr. često korišćen Belassa efekat.

DALJA RAZMATRANJA I OSNOVA ZA ŠIRENJE DOBRE PRAKSE

Tehnološki park Montana

Ideja i preliminarana specijalizacija zamišljena je kao: proizvodnja, skladištenje i preradu poljoprivrednih proizvoda; industrijska proizvodnja hrane i pića; podrška, skladištenje i popravka poljoprivrednih mašina i slično.

Pored pruženih usluga, trenutno razvijeni deo treba da bude u stanju da ponudi upravljanje i razvoj terena i objekata (uključujući bezbednost); tehničke, administrativne i pravne usluge; završetak, povezivanje i dalji razvoj komunalne infrastrukture; povoljno okruženje za razvoj i rast poslovanja, naročito pogodno za razvoj lake industrije, proizvodnju hrane i pića i poljoprivredu.

Prednosti parka:

- Atraktivna lokacija
- Opština sa najbržim rastom i ravojem u Severnoj Bugarskoj
- Konkurentna radna snaga
- Atraktivno opštinsko zemljište
- Dovod gasa za industriju i stambeni prostor
- U blizini tehnološkog parka nalazi se novoizgrađena fabrika za prečišćavanje vode

Slobodna zona Pirot

Do nedavno je u Srbiji postojalo 14 zona slobodne trgovine, ali je nakon nekoliko nedavnih promena u zakonu ostalo samo tri – po jedna u blizini mađarske, rumunske i bugarske granice. Grad sa populacijom od 45 hiljada stanovnika, smešten na reci Nišavi, nada se privlačenju investitora iz evropskih i trećih zemalja, željnih da izbegnu restriktivne zakone i vrlo komplikovane poreze unutar Evropske Unije, i ističe značaj oživljavanja regiona u ovom smislu.

Opština je partner u Slobodnoj zoni sa vlasništvom nad 11% akcija. Među traženim investitorima radije se biraju bugarski, grčki i turski investitori. Pirot je bio dobro poznat širom Balkana po proizvodnji tekstila i tepiha. Međutim, sa repozicioniranjem grada i okruga koje je u toku, prednost imaju resursi Pirote i intenzivno korišćene industrijske i trgovinske prilike koje postoje zahvaljujući njegovoj lokaciji.

Nacionalni i regionalni odnosi i razmatranja

Obim trgovine izmedju Bugarske i Srbije dostigao je 575,3 miliona dolara za 2006. godinu. Međutim, nakon prijema Bugarske u EU i primene novih zakona, zahteva i ograničenja, saradnja i trgovina su očekivano usporene.

Slična razmatranja važe i za putovanja i turizam – znatno je smanjeno putovanje izmedju dveju zemalja i regiona o kojima je reč, zbog malog broja viza izdavnih od strane bugarskih vlasti. Bugarska diplomatska predstavništva nisu bila u stanju da obrade ni četvrtinu potencijalnog priliva, uprkos otvaranju konzulata u Nišu u decembru 2007.

Nakon prijema Bugarske u EU, najbliži regioni i države (u kulturnom i jezičkom smislu) – Srbija i Makedonija – funkcionalno su zaostale iza granica Unije. Ovo neminovalno dovodi do redefinisanja i ponovne procene budućih odnosa, kao i uloge Bugarske u lobiranju za mnogo bržu integraciju regiona kako bi se ostvarila zajednička korist, ne samo za region prekogranične saradnje.

Uzmimo za primer sledeće: bugarski biznismeni, koji koriste usluge Slobodne zone Pirot, mogli bi da iskoriste mogućnost izvoza robe i usluga na veliko tržištu Ruske Federacije sa carinom od jedva 1%.

Nedavno je Mišelin, francuski gigant na tržištu guma, kupio lokalnu fabriku "Tigar" (kasnije jedan od glavnih akcionara u Slobodnoj zoni) i već postiže obim proizvodnje za izvoz u regionu od 100 miliona dolara godišnje.

U okviru masovne privatizacije, u koju je vlada uložila veliki trud, možemo istaći veliku fabriku tekstila i odeće "Prvi Maj". Rezultat ovakvih političkih i ekonomskih mera imaće veliki uticaj na život i razvoj u regionu, s obzirom na činjenicu da dve fabrike upošljavaju skoro 6000 ljudi. (Poslednja raspoloživa informacija o ponudama u okviru privatizacije datira iz decembra 2011. i govori o zainteresovanosti i pregovorima sa poznatim italijanskim gigantima industrije tekstila i odeće, kompanijama Benetton i Sergio Tacchini.)



РАЗВОЙНИ ПРОУЧВАНИЯ

(Резюме)

Проведени са две детайлни развойни проучвания, с цел анализ на ситуацията за осъществимостта на двете инициативи/ модели за развитие.

Следните проучвания бяха разработени, с оглед да се придържат към заключенията на научните изследвания и оценка на нуждите на стратегическите документи за трансгранично сътрудничество.

ПЕСТЕЛ анализ

Има много фактори и „променливи“, които оказват пряко или непряко влияние върху бизнес средата и цялостното състояние на производствената индустрия. Данъчни ставки, законодателни промени, търговски бариери и административни изисквания, политически и социални тенденции, са само част от макро факторите, които имат осезаем ефект върху функционирането на предприятията.

Според съкращението политически, икономически, социални, технологични, екологични и правни фактори бяха анализирани в българската и сръбската икономика и бизнес среди, което ще ни позволи да позиционираме и планираме развитието на предприятия и икономически дейности в избраните сектори.

Стратегически и специфични цели, базирани на ПЕСТЕЛ анализа на сектор „Хранително- вкусова промишленост“

Беше формулиран набор от стратегически и конкретни цели, които могат да бъдат превърнати в измерими и реално приложими стъпки за насърчаване на развитието на избраните приоритетни индустриални сектори в крайграничните провинции.

Стратегически цели:

- Увеличение броя на предприятията, които реализират износ, както и съответното увеличение на реалния износ на продукти с висока добавена стойност;
- Подобряване на позиционираните на пазара хранителни продукти, изнасяни от предприятията от региона на ТГС в ключови и бъдещи приоритетни пазари;

За да се постигнат заложените цели, трябва да бъдат разпределени в конкретни цели:

- Изграждане и експлоатация на ефикасна ИТ и нормативната база данни за подкрепа и насърчаване на износ на хrани от ТГС региона;
- Удвояване на броя на предприятията, които получават институционална, експертна и / или финансова помощ, в следващия 5-годишен период;
- Годишно подобрение с 10 процентни пункта на одобряващите рейтинги на разработените мерки и инициативи за трансгранично сътрудничество от името на фирмите и тяхната социална видимост;
- Подобряване на професионалната квалификация на заетите в сектора, което ще доведе до увеличаване на броя на предприятията, които осъществяват износ и ефективно ще подобри сътрудничеството на бизнес структури с областната администрация, институции и други заинтересовани страни за трансгранично сътрудничество.

Стратегически и специфични цели, базирани на ПЕСТЕЛ анализа на сектор „Текстил и облекло“

Стратегически цели:

- Увеличен потенциал за износ на предприятията в ТГС региона, работещи в сектора „Текстил и облекло“;
- Увеличаване на пазарния дял на продуктите на предприятията в сектора „Текстил и облекло“ от ТГС региона, като дял от световните пазари за износ.

Посочените по-горе дефинирани стратегически цели трябва да бъдат превърнати в конкретни цели, за да се даде възможност за тяхното по-нататъшно структуриране в измерими интервенции и стъпки, които трябва да бъдат предприети от името на всички заинтересовани страни.

- Подобряване на конкурентоспособността на експортно ориентираните предприятия на външните пазари;
- Стимулиране на предприятия, които имат потенциал за износ, да навлязат и да се установят на чужди пазари;
- Създаване на устойчива база за развитие, обмен на нови технологии и ноу-хай;
- Въвеждане на нови пазари, установени като развиващи се и потенциални;
- Увеличаване на пазарния дял на текстилни продукти в съществуващите пазари;
- Въвеждане на цялостна политика за развитие на сектора в региона на ТГС.



Сравнителни предимства

Това, което е широкопознато в икономиката и пазарните изследвания като „сравнително предимство“ (обикновено на производството) е принцип, който потвърждава превъзходящата позиция на дадена държава или на предприятие, които произвеждат даден продукт (или в по-ширака дефиниция, предлагачи дадена услуга). Това предимство съществува следствие на по-добра комбинация от ресурси- материални, човешки ресурси, технологична подкрепа или някакъв друг фактор, който определя по-добрата крайна ценова ефективност на държавата или предприятието, които имат „сравнително предимство“.

За съответното производство, ние сме посочили като фактори на сравнително предимство на производството, най-вече ниските разходи за труд; също така сме посочили някои логистични (основно географски), енергийни и други минимални ресурсни предимства. Цялостната картина на конкурентноспособността и специализацията, съгласно сравнителното предимство, може да се подчертава чрез стандартизирани коефициенти- като често използвания Баласа.

Допълнителни съображения и основание за увеличаване на добри практики

Технологичен парк Монтана

Идеята и първоначалната специализация на „Технологичен парк Монтана“ беше заложена като: производство, съхранение и преработка на селскостопанска продукция; промишлено производство на храни и напитки; подкрепа, съхранение и ремонт на селскостопански машини и други подобни.

Сред предоставените услуги развитата част, която се предлага в момента, трябва да бъде в състояние да предложи управление и развитие на терени и сгради (включително и сигурност); техническа, административна и юридически услуги; завършване, връзка и понататъшно развитие на инфраструктурата за комунални услуги; благоприятна среда за развитие и растеж на бизнеса, в частност подходяща за леката промишленост, хранително-вкусовата промишленост и земеделието.

Предимства на парка:

- Атрактивно местоположение
- Най-бързо разрастващата и развиващата се община в Северна България;
- Конкурентна работна сила;
- Атрактивна общинска земя;

- Промишлено и жилищно осигуряване с газ;
- Близо до Технологичния парк се намира новопостроената водна пречиствателна станция.

Свободна зона Пирот

Докато в последните години в Сърбия имаше 14 свободни търговски зони, след като бяха направени някои правни промени останаха само три- по една на границата с Унгария, с Румъния и с България. Градът с население от 45 хил. души и разположен на река Нишава, се надява, че съживяването на района ще дойде като резултат от привличане на европейски инвеститори и такива от трети страни, които търсят да избегнат рестриктивното законодателство и тежките данъчни облаги на Европейския съюз.

Общината е партньор в Свободната зона и държи 11 % от акциите. Умишлено сред най-търсените инвеститори, предпочитаните от тях са български, гръцки и турски. Община Пирот е била известна с производството си на килими и текстил на целия балкански полуостров. Все пак с продължаващото преразположение на града и провинцията, интензивно използваните промишлени и търговски възможности от местоположението и ресурсите на Пирот вземат предимство.

Националните и регионалните отношения и съображения

Търговският обем между България и Сърбия е достигнал \$ 575,3 милиона за 2006 година. Въпреки това, след присъединяването на България към ЕС и някои нови законодателни режими, изискванията и ограниченията, се наблюдава очакван спад в сътрудничеството и търговията между двете държави.

Подобни съображения се отнасят за пътуването и туризма - пътуващите между двете страни и посочените региони, значително намаляват поради въведени визови режими от страна на българските власти. Въпреки откриването на консулство в Ниш през декември 2007 г., българските дипломатически представителства не могат да се справят дори и с 1/4 от потенциалния приток на бежанци.

След присъединяването на България към ЕС най-близките региони и държави (в културно и езиково отношение)- Сърбия и Македония - са били оставени функционално доста отвъд границите на Съюза. Това неизбежно води до преформулиране и преоценка на бъдещите отношения, както и ролята на България като точка за лобиране за много по-бързо интегриране на региона и за взаимна полза не само на трансграничните региони за сътрудничество.

Само като пример, български бизнесмени, които използват



European Union



Bulgaria - Serbia
IPA Cross-Border Programme

PROJECT 2007CB16IPO006- 2009-1-110 - THE FUTURE IS
IN OUR HANDS (FINOH)

услугите на Свободна зона Пирот могат да се възползват от възможността за износ на стоки и услуги до огромния пазар на руската федерация с налагането на само 1% мито.

Наскоро производителят на френските гуми гигант Michelin е закупил местна фабрика „Tigar“ (и впоследствие е един от основните акционери на свободната зона) и вече изнася обеми на производство в района на стойност 100 miliona euro годишно.

Като част от огромните усилия за приватизация от страна на правителството, ние можем да подчертаем и голямата фабрика за производство на текстил и облекло „Първи май“. Резултатите от тези политически и икономически действия трябва да повлият значително върху процесите на живот и развитие на региона, тъй като двете фабрики имат персонал от близо 6000 души. (Последната налична информация за приватизация, датираща от декември 2011 г. говори за интерес и преговори с Benetton и Sergio Tacchini, известни италиански гиганти за производството на текстил и облекло).