

Перспективи при добавяне на стойност от българските зеленчукопроизводители

Докторант Тихомира Радева

Аграрен университет – Пловдив

E-mail: tiha789@abv.bg

Резюме

Управлението на земеделските стопанства е комплексна дейност. Мениджърите имат за задача да изпълняват множество дейности, които са разнородни по своя характер. Тези дейности са свързани с вземане на управленски решения.

Целта на настоящата статия е да се идентифицират перспективи за добавяне на стойност от зеленчукопроизводителите.

Перспективите за развитие се определят по следния начин: потенциалът за развитие на зеленчукопроизводство в България е свързан със затруднения достъп до пазар и ограничените производствени ресурси; при добавяне на стойност в зеленчукопроизводството основните средства са агротехниката и агротехническите мероприятия; прилагането на принципите за добавяне на стойност създава очаквания сред зеленчукопроизводителите да получат по-добра цена за своите продукти; за добавяне на стойност към своите продукти зеленчукопроизводителите имат необходимост от административна подкрепа и стимулиране на съвместни маркетингови дейности; зеленчукопроизводителите очакват подкрепа от страна на държавата за осигуряване на пазар, финансово подпомагане и оказване на административна подкрепа; стопанската дейност в сектора ще се развива в посока увеличаване на производството и предлагане на нови продукти.

Ключови думи: управление; решения; развитие; бизнес условия

Prospects for adding value from Bulgarian vegetable growers

PhD student Tihomira Radeva

Agricultural University – Plovdiv

E-mail: tiha789@abv.bg

Citation: Radeva, T. (2021). Prospects for adding value from Bulgarian vegetable growers. *Ikonomika i upravlenie na selskoto stopanstvo*, 66(2), 79-92 (Bg).

Abstract

Farm management is a complex activity. Managers have the task of performing many activities that are diverse in nature. These activities are related to management decisions.

The purpose of this article is to identify perspectives for value added by vegetable growers.

The prospects for development are determined as follows: the potential for development of vegetable production in Bulgaria is related to the difficult access to the market and the limited production resources; when adding value in vegetable production the main means are agrotechnics and agrotechnical measures; the application of value-added principles creates expectations among vegetable growers to get a better price for their products; to add value to their products, vegetable producers need administrative support and stimulation of joint marketing activities; vegetable growers expect state support for market provision, financial support and administrative support; economic activity in the sector will develop in the direction of increasing production and supply of new products.

Key words: management; decisions; development; business conditions

Увод

Днес пред зеленчукопроизводителите в България стоят множество проблеми (Anastsova-Choreva, 2020), чието разрешаване изисква използване на най-съвременни икономически принципи и инструменти на управление. Необходимостта от прилагане принципите на стратегическото мислене и пазарноориентирания подход на управление е обусловена и от спецификата на сектора. Изискват се много ресурси, които трудно се осигуряват в съвременните обществено-икономически условия.

Съвременната бизнес среда се характеризира с висока степен на неопределеност, турбулентност. Според Voevsky (2020), за да се справят производителите на зеленчуци в условията на такава динамична среда, се поставят по-високи изисквания пред управлението на производството и реализацията на готовата продукция като – „организацията се разглежда като „открита” система, при която главните фактори за нейния успех се търсят не вътре, а извън организацията, като нейният успех се свързва с това доколко тя удачно се приспособява към бизнес средата”.

В днешно време пазарът на зеленчуци в България се отличава с някои твърде важни характеристики (Стоева, Вълчева, 2016):

- Засилва се конкуренцията – предлагането не само надхвърля търсенето, но се увеличава и броят на производителите и вносителите;

- Хетерогенизират се потребностите – повишеният жизнен стандарт предизвиква търсене на продукти с високи хранително-вкусови качества;

- Нараства ролята на държавата и европейската общност в регулирането на този пазар. Проблемите, които съществуват на пазара, и значението на сектора за България стимулират публичните институции да търсят средства и подходи за съхраняване и развитие на зеленчукопроизводството в нашата страна.

Целта на настоящата статия е да се идентифицират перспективи за добавяне на стойност от зеленчукопроизводителите.

Настоящата публикация се подкрепя от „Национална научна програма „Здравословни храни за силна биоикономика и качество на живот“ на МОН, одобрена с РМС № 577/17.08.2018 г.

Теоретични въпроси

Управлението на земеделските стопанства е комплексна дейност. Мениджърите имат за задача да изпълняват множество дейности, които са разнородни по своя характер. Тези дейности могат да бъдат свързани с вземане на следните решения:

➤ Технически – планиране на производствения процес, обезпечаване с машини и оборудване, поддържане на активите, съхраняване на продукцията;

➤ Комерсиални – закупуване на суровини и материали, продажба на готовата продукция;

➤ Психологически – мотивиране на сътрудниците, контакти с бизнес партньорите;

➤ Финансови – управление на паричните потоци, източници на финансиране;

➤ Административни – изпълнение на административни разпоредби и изисквания, контакти с административни структури.

Това многообразие от дейности изисква мениджърите да имат солидна подготовка от знания и умения, които да прилагат в условия на динамичен пазар, който е характерен за съвременния етап на обществено-икономическо развитие. Взemanето на решения от мениджърите в земеделските стопанства се влияе и от спецификата на сектора. Аграрният бизнес се отличава с някои важни характеристики като:

1. Различни по размери стопански единици – българското земеделие притежава дуална структура. В сектора едновременно функционират както много големи стопански единици, които могат да реализират икономия от мащаба и на тази база да формират конкурентни предимства, така и дребни стопанства, които разполагат с ограничени ресурси и трудно устояват на конкурентния натиск.

2. Семейен характер на бизнеса – преобладаващата част от земеделските стопанства

са семейни и разчитат основно на ресурсите на домакинството. Привличането на външни ресурси често е ограничено и възпрепятства разширяването на бизнеса.

3. Агробизнесът има консервативен характер – това се поражда от семейния характер на бизнеса – семейните традиции, опитът и междуличностните отношения детерминират решенията, свързани с производствения процес. От друга страна, специфичните природно-климатични условия на всяка територия определят нейната пригодност за отглеждане на определени култури и производства.

4. Голям брой производители – земеделски бизнес може да се стартира сравнително лесно, което обяснява големия брой на производствените структури. Това от своя страна определя невъзможност да се влияе върху пазара и да се създават монополни структури.

5. Сезонен характер на производството – производственият цикъл зависи от биологични процеси, при което се създават периоди на интензивна работа. Те изискват привличане на допълнителни ресурси и се усложнява целият управленски процес (особено при растениевъдните производства).

6. Дълга верига при реализация на продукцията – земеделският производител и крайният потребител са отдалечени и са необходими повече на брой посредници, които да придвижат продукта от мястото му на производство до мястото на потребление. Тази отдалеченост няма единствено териториално измерение, а може да се интерпретира и като маркетингова. Има се предвид, че потребителите търсят продукти с висока добавена стойност, за чието постигане се изискват дейности като сортиране, опаковане, преработка.

7. Силна държавна намеса – важноста на сектора нарежда аграрната политика сред основните политики на национално и междуобщностно равнище. От една страна, изискванията към сектора нарастват с оглед опазване на природните ресурси и гарантиране на здравето на потребителите. А от друга, секторът разчита на значителна финансова подкрепа (Общият индикативен бюджет по всички приеми за 2019 г. е 125 683 798 €).

Всички тези особености на аграрния бизнес поставят земеделските производители пред допълнителни предизвикателства, с които трябва да се справят в процеса на управление на своята дейност. Според Dirimanova, Radev (2017) особеностите на аграрния бизнес имат следната връзка с управленската дейност (виж табл. 1).

Успешното функциониране на бизнеса е възможно, като се прилагат различни подходи в управлението на земеделските стопанства и се отчита разбирането, че управлението не е пасивен отговор на действителността, а представлява активна намеса в хода на процесите, с цел постигане на определени цели (Nikolov, Boevsky, Borisov, Radev, 2020). Тази намеса се осъществява чрез вземаните управленски решения, които оказват силно въздействие върху организационното поведение на стопанската организация. От друга страна, самите решения могат да бъдат обект на въздействие и тяхното вземане да е резултат от спецификата на организацията.

Земеделските стопанства се създават за постигане на определени цели, за чието реализиране е необходимо да бъдат изпълнени определени функции и конкретни дейности (Николов, Анастасова, Радев, Борисов, 2015). Тяхното обезпечаване изисква да се изгради структура, която да притежава съответния потенциал и да го развива във времето. Важна характеристика на структурата е нейната автономност. Земеделските стопанства са най-разнообразни по вид и притежават висока степен на автономност, т.е. сами определят целите си (Yovchevska, 2015). Тяхната организационна същност определя границите на управленския процес, който се дефинира като формиране на определено поведение спрямо пазарната среда.

Методика на изследването

Анализът се базира на анкетно проучване на 92 зеленчукопроизводители, функциониращи на територията на Южния централен район на Република България. Анкетиранията лица са собственици на земеделски сто-

Таблица 1. Връзки характеристики на земеделското стопанство и особеностите на аграрния сектор
Table 1. Links characteristics of the agricultural holding and the specificities of the agricultural sector

Особености на аграрния бизнес / Features of agricultural business						
Различни по размери стопански единици / Various scale of business units	Семеен характер на бизнеса / Family nature of the business	Агробизнесът има консервативен характер / Agribusiness is a conservative nature	Голям брой производители / Many producers	Сезонен характер на производството / Seasonal nature of production	Дълга верига при реализация на продукцията / Long supply chain	Силна държавна намеса / Strong state intervention
Цели / Goals	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation	средна зависимост / average relation	средна зависимост / average relation	няма зависимост / no relation
Ресурси / Resources	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation
Стратегия / Strategy	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation
Производства / Production	няма зависимост / no relation	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation	силна зависимост / strong relation	няма зависимост / no relation	силна зависимост / strong relation
Планиране / Planning	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	средна зависимост / average relation	средна зависимост / average relation
Мотивация / Motivation	средна зависимост	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation	средна зависимост / average relation
Стил на ръководство / Style of management	силна зависимост / strong relation	средна зависимост	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation
Структура / Structure	средна зависимост	средна зависимост	няма зависимост / no relation	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	няма зависимост / no relation
Контрол / Control	силна зависимост / strong relation	силна зависимост / strong relation	няма зависимост / no relation	средна зависимост / average relation	средна зависимост / average relation	няма зависимост / no relation
Жизнен цикъл / Life cycle	няма зависимост / no relation	силна зависимост / strong relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation	няма зависимост / no relation

Източник: Дириманова, Радев.
 Source: Dirimanova, Radev.

панства. Анкетната карта съдържа 47 въпроса, групирани в 3 раздела – обща характеристика на земеделското стопанство, перспективи за развитие на земеделското стопанство и маркетингова дейност на земеделското стопанство.

Анализът на резултатите от изследването се извършва в две основни направления – по разпределението на получените отговори за всеки въпрос и по връзката между фирмените стратегически маркетингови дейности, и показателите, характеризиращи отделните земеделски стопанства.

Анализът на разпределението на получените отговори има за цел да представи състоянието, проблемите и перспективите за развитие на сектора като цяло, като се разкрие общото, типичното между земеделските стопанства.

Резултати от изследването

Обща характеристика на изследваните обекти

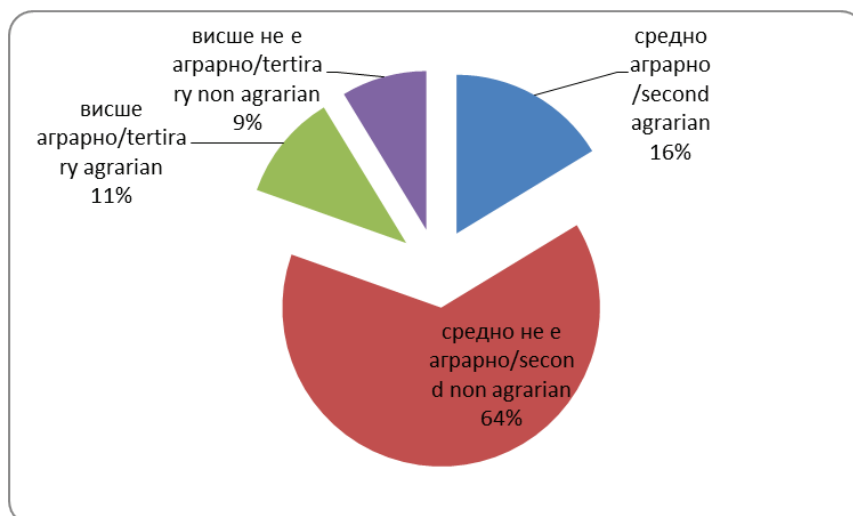
Общата характеристика на изследваните стопанства е представена чрез 8 критерия, които имат за цел да опишат профила на земеделските стопанства, произвеждащи зеленчуци. Първият критерий е площта, на която се отглеждат зеленчуци. Земеделските стопанства, които отглеждат зеленчуци на площ до 5 дка, са 54 на брой, а стопанствата, отглеждащи зеленчуци на по-големи площи, са 38 на брой. Площ от 5 дка за отглеждане на зеленчуци е приета за граница, която разделя зеленчукопроизводители в две групи – малки и големи. От резултатите се наблюдава приоритетен дял на малките стопанства, което е характерно за този тип интензивно производство. Според производствената си специализация всички земеделски стопанства отглеждат плодови зеленчуци (домати, краставици, пипер), грудкови и лукови (моркови, репички, кромид лук). Земеделската дейност на стопанствата е силно специализирана и е съобразена с подходящите почвено-климатични условия в районите, в които те са локализирани. Ли-

чностните характеристики на зеленчукопроизводителите са представени чрез възрастта и образованието им. Най-голям дял имат лицата до 40 години (малко над 50%), следвани от тези на възраст между 41 и 60 години (1/3 от анкетиранияте), а най-малко са над 60 години (17%). По този начин считаме, че извадката включва лица, от които може да се очаква интерес да продължат производствената си дейност в бъдеще. Образованието на анкетиранияте земеделски стопани показва основна част със средно образование (виж фиг. 1), като общият дял на лицата с аграрно образование е нисък (27%).

Ангажираността на земеделските производители към дейността им има отношение с дела на дохода, който се формира от земеделие. Лица, чийто доход се формира изцяло от един източник, определено имат по-силен стимул да развиват своя бизнес и да търсят нови възможности. Зеленчукопроизводителите често разчитат и на други източници на доходи, поради което анкетиранияте лица са разпределени приблизително по равно в две групи. За 51% зеленчукопроизводството не е основен източник на доход, а останалите 49% формират дохода си основно от това производство. В изследването са включени и 16 лица (17%), за които това земеделско производство е единствен източник на доход (фиг. 2). Тази структура на извадката считаме, че представя производителите по удачен начин за нуждите на настоящото изследване.

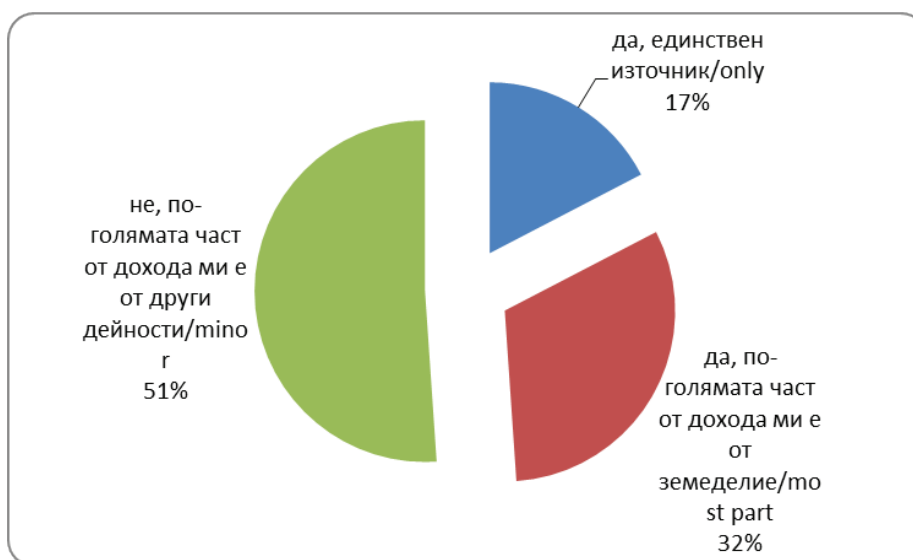
Земеделският бизнес се осъществява в изключително динамична и непредвидима среда, което налага неговото подпомагане. Също така самите земеделски производители търсят възможности за взаимодействие и взаимопомощ помежду си, за да улеснят управлението на своя бизнес и неговото функциониране. Сдружаването в професионални асоциации е начин това да се реализира на практика. Сред изследваните 92 производители на зеленчуци, едва 22 членуват в някакво професионално сдружение.

Подпомагането на земеделския сектор чрез мерките на Програмата за развитие на селските райони осигурява възможност за реализи-



Фиг. 1. Разпределение на анкетираните лица по степен и област на образование
 Fig. 1. Distribution of respondents by degree and field of education

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.



Фиг. 2. Разпределение на земеделските стопани по доход от зеленчукопроизводство
 Fig. 2. Distribution of farmers by income of vegetable production

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

ране на разнообразни бизнес идеи. В Програмата зеленчукопроизводството е определено като приоритетно производство, но спецификата на земеделските стопанства, отглеждащи зеленчуци, често не им позволява да кандидатстват за финансово подпомагане. Изследваните земеделски стопани, участвали по мерките на ПРСР, са в съотношение 2:1 спрямо тези, които до момента не са участвали.

Опитът в бизнеса е важна характеристика, когато се дискутира неговото състояние и перспективи за развитие. В извадката на изследването са определени три групи (виж табл. 2). Първата група е на новите земеделски стопанства, тези, които са създадени през последните 5 години. Втората група включва стопанства, които вече са се утвърдили в този бизнес, те функционират между 6 и 10

Таблица 2. Брой изследвани земеделски стопанства по години
Table 2. Number of agricultural holdings surveyed by year of experience

1–5 години / 1–5 years	6–10 години / 6–10 years	повече от 11 години / more than 11 years
22 земеделски стопанства / 22 holdings	38 земеделски стопанства / 38 holdings	32 земеделски стопанства / 32 holdings

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: own survey.

години. В третата група попадат тези стопанства, които имат повече от 11 години опит в производството на зеленчуци. Структурата на извадката според годините на функциониране на земеделското стопанство е балансирана, като превес имат стопанствата с повече опит в производството на зеленчуци. Това ни дава основание да очакваме добро познаване на спецификата на бизнеса и нагласа за продължаване на дейността.

Нагласата за продължаване на производството на зеленчуци е важна част от визията за развитие на земеделски бизнес. Сред анкетиранията лица 65 земеделски стопани заявяват желание да се занимават с производство на зеленчуци в бъдеще. Все пак не е малък дялът на тези, които се чувстват обезсърчени да продължат своята дейност – 29%. Това разпределение на анкетиранията лица предполага резултатите от анализа да бъдат релевантни по отношение на инвестиране в зеленчукопроизводството, но и за въвеждането на нови мениджърски практики в земеделските стопанства.

Перспективи за развитие на земеделските стопанства, отглеждащи зеленчуци

За изследване на перспективите за развитие на зеленчукопроизводството в България в анкетната карта са предвидени 13 въпроса, които третираат основните предимства и ограничения при прилагане на принципите на добавената стойност. Принципите за добавяне на стойност в стопанската дейност са сърцевината на маркетинговата концепция на управление на бизнеса и могат да намерят важно място за развитие на зеленчукопроизводството.

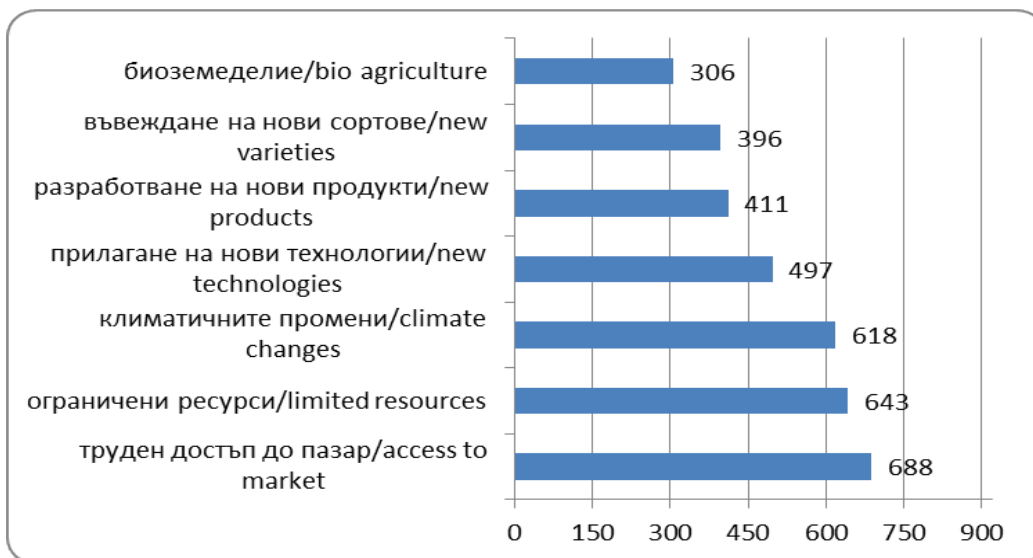
Зеленчукопроизводителите работят в условия на силно динамичен пазар, като множество фактори определят неговото развитие. Проведеното анкетно проучване отчита мнението на производителите за тяхната сила на влияние. За целта 7 фактора са оценени по скала от 1 до 10 (като 10 означава най-силно влияние). Оценките са представени на фиг. 3 и анкетиранията лица открояват 4 групи фактори. Три фактора – достъпът до пазар, ограничените ресурси и климатичните промени, се оценяват с много висока степен на влияние, поради което определяме, че ще имат критично значение за зеленчукопроизводството в бъдеще. С висока оценка на влияние е оценено прилагането на нови технологии. То би трябвало да бъде разглеждано за търсене на отговор при преодоляване на ограничеността на ресурсите и смекчаване на въздействието на климатичните промени.

Третата група фактори е със средна степен на влияние. Земеделските производители посочват разработването на нови продукти и въвеждане на нови сортове. Тези дейности имат маркетингов характер и са важни от гледна точка на перспективите за развитие на земеделските стопанства. Чрез тях стопанствата могат да си осигурят достъп до пазар, т.е. да преодолеят фактора, който е оценен най-високо. Факторът, който е оценен с най-ниска степен на влияние, е биоземеделството. Очевидно този начин на земеделие не се разпознава от зеленчукопроизводителите като перспективен и не може да се очаква преминаване към него. Обобщавайки данните при оценката на потенциала за развитие на зеленчукопроизводството в България, прави впечатление, че анкетиранията отдават по-голяма тежест на трудностите, пред които е изправено тяхното про-

изводство, а в по-ниско оценяват възможните средства за справяне с предизвикателствата на средата. Това ни дава основание да очакваме, че зеленчукопроизводителите ще прилагат по-скоро стратегии на адаптация, отколкото активни маркетингови стратегии.

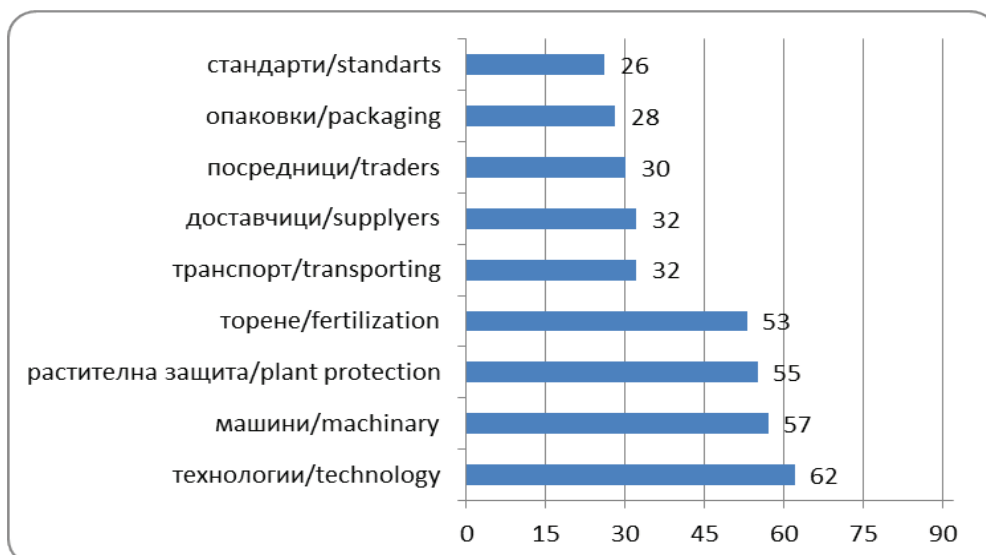
Запитани дали смятат, че добавянето на стойност е важна концепция за развитието

на зеленчукопроизводството, анкетираните лица се разпределят приблизително по равно в своето мнение, като лек превес имат тези, отговорили положително (52%). Този резултат е показателен за нагласите на земеделските производители към тяхната дейност, като не малка част от тях считат, че задачата им е единствено да произвеждат продукцията,



Фиг. 3. Потенциал за развитие на зеленчукопроизводство в България
Fig. 3. Potential for vegetable development in Bulgaria

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.



Фиг. 4. Дейности при добавяне на стойност в зеленчукопроизводството
Fig. 4. Value adding activities in vegetable production

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

без да се замислят как да добавят стойност за клиента. Това се потвърждава при определяне на дейностите, чрез които зеленчукопроизводителите биха могли да добавят стойност. На фиг. 4 се вижда, че приоритет се дава на вътрешните фактори (производствена технология, използваните машини, растителната защита и торенето), а тези, които са насочени пряко към клиента (транспорт, работа с доставчици и посредници, опаковане и стандарти за качество), са едва ли не второстепенни.

Прилагането на принципите на добавената стойност могат да доведат до ползи за зеленчукопроизводителите (фиг. 5). Най-голям брой от участвалите в анкетното проучване – 69 души, споделят, че очакват да получат по-добра (повисока) цена за своите продукти. Подобряването на пазарния имидж на стопанството и на произвежданите продукти е търсена полза от 37 от запитаните, а най-слаби са очакванията за оптимизиране използването на наличните ресурси. Макар да споделяме мнението, че трите ползи имат много висока степен на взаимовръзка, прави впечатление, че производителите на зеленчуци определят цената като основен проблем в своята дейност и очакванията им са свързани именно с постигане на по-добри резултати в това направление.

За да бъдат приложени адекватно принципите на добавената стойност, зеленчукопроизводителите имат необходимост от подкрепа (фиг. 6). За 62 производители е необходима административна подкрепа, най-вече чрез нормативната уредба, касаеща директните продажби. На второ място е подкрепата за изпълняване на съвместни маркетингови дейности, което е заявено от 56 души. Също така насърчаването на работата с посредниците и изграждане на изгодни двустранни взаимоотношения са важна предпоставка за 48 производители.

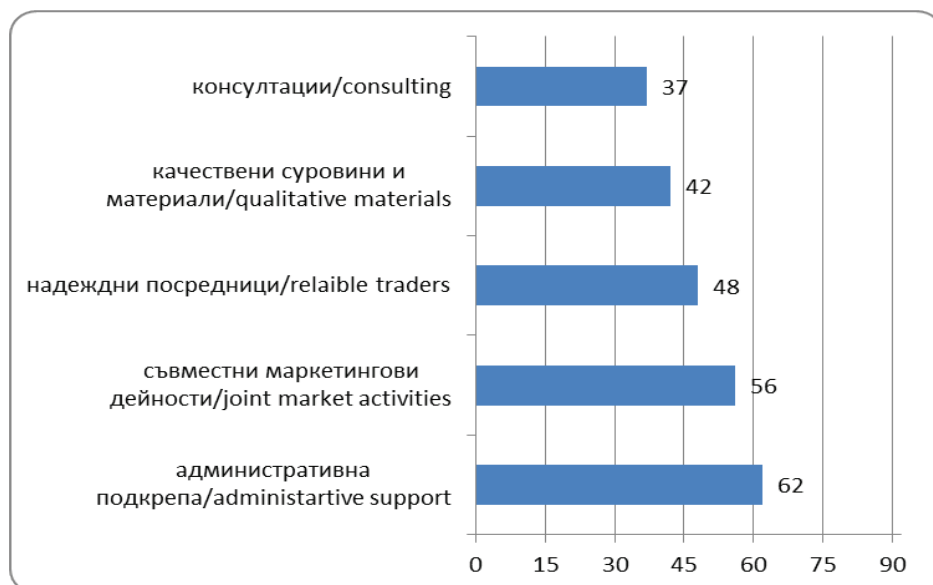
Добавянето на стойност във веригата на доставки, като важна част от стопанската дейност, се разпознава слабо от зеленчукопроизводителите. Това се вижда от отговорите, представени на фиг. 7. Всички възможни средства за добавяне на стойност се използват от по-малко от половината анкетирани земеделски стопани. Това показва, че производителите на зеленчуци трудно определят своето място и принос в цялостната верига за предлагане на зеленчуци в България.

Очевидно зеленчукопроизводителите се нуждаят от определени стимули, за да заявят по-ясно своето място във веригата на доставките чрез добавяне на стойност в целия про-



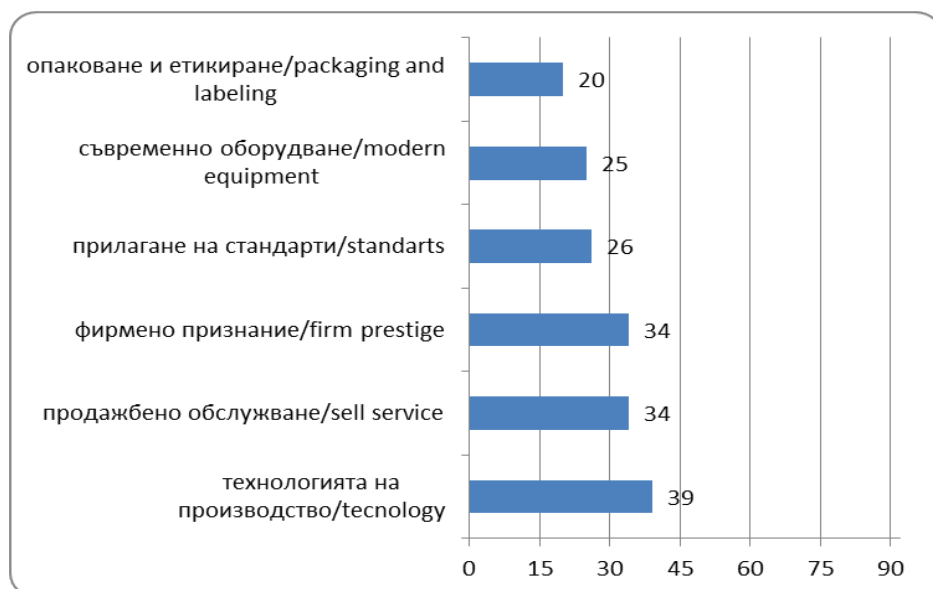
Фиг. 5. Ползи от прилагане на принципите за добавяне на стойност
Fig. 5. Benefits of applying the principles of value added

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.



Фиг. 6. Необходимост на зеленчукопроизводителите за добавяне на стойност
Fig. 6. Needs of vegetable growers to add value

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.



Фиг. 7. Добавяне на стойност във веригите за доставка от зеленчукопроизводителите
Fig. 7. Addition of value in supply chains by vegetable growers

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

цес. Анкетиранията лица бяха помолени да ранжират (определят по важност) 5 стимула. На първо място най-често са посочени финансовите стимули и действията на конкурентите (виж табл. 3). Пазарните сигнали също са

определени като важен стимул за въвеждане на ново технологично решение. Най-слабо въздействие имат посредниците и административните разпоредби. Това се вижда и от обобщената оценка на всеки стимул.

Таблица 3. Ранжиране на стимулите за приемане на ново технологично решение за добавяне на стойност

Table 3. Hierarchy of incentives to adopt a new technological solution to add value

	1 място/ 1 place	2 място/ 2 place	3 място/ 3 place	4 място/ 4 place	5 място/ 5 place	обобщена оценка / total score
Финансови стимули / Financial incentive	29	22	27	14	0	342
Конкурентите / Competitors	24	20	26	15	7	315
Пазарни сигнали / Market signals	14	18	28	22	10	280
Посредници / Traders	14	16	9	28	25	242
Административни разпоредби / Legislations	11	16	2	31	32	219

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

В процеса на добавяне на стойност зеленчукопроизводителите изпитват доста ограничения, които ги правят несигурни в ползите, които биха могли да получат (фиг. 8). Недостигът на ресурси, в смисъл на липса на кадри с компетенции в областта, и голямата пазарна мощ на посредниците се определят като най-силните ограничителни условия за производителите на зеленчуци. Също така има и финансови ограничения, свързани с евенту-

ални инвестиции за изпълнение на дейности, необходими за добавяне на стойност.

Преодоляването на идентифицираните ограничения е възможно да се постигне чрез премерена публична подкрепа. Зеленчукопроизводителите очакват подкрепа от страна на държавните органи, на първо място за достъп до сигурен пазар, финансово подпомагане на дейности и регулиране на пазара по административен път (фиг. 9). По този



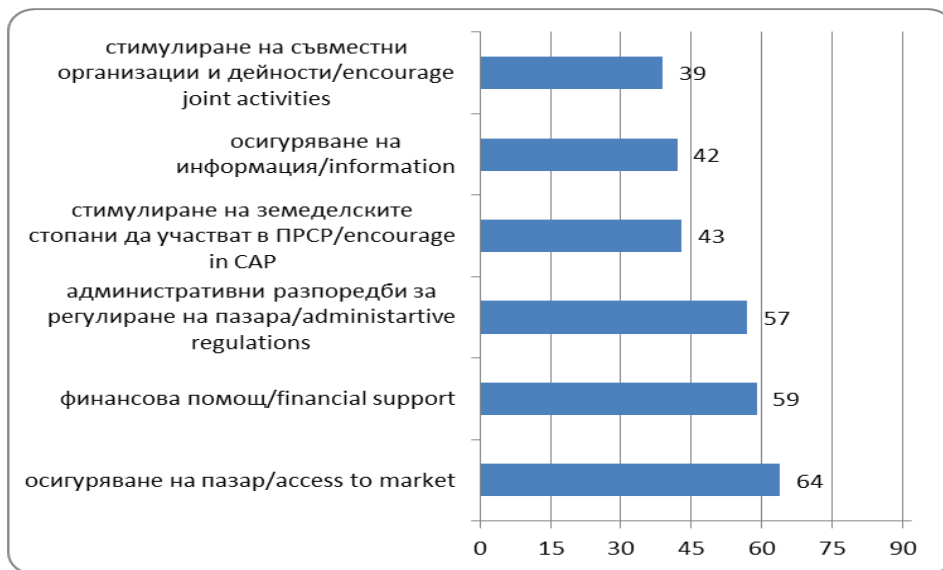
Фиг. 8. Ограничения в процеса на добавяне на стойност

Fig. 8. Limitations in the value add process

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

начин считаме, че производители ще бъдат улеснени да се справят с основните предизвикателства, свързани с бъдещето развитие на зеленчукопроизводството в България. Прилагането на практика на подобни мерки изисква анализиране на интересите и на други стопански субекти, което налага да се приложи системен подход с участие на всички

заинтересовани страни. Например гарантирането на достъп до търговските вериги на местните производители е един добър пример в това отношение. За съжаление производителите на зеленчуци показват ниска степен на желание за провеждане на съвместни дейности и участие в организации на производители.



Фиг. 9. Мерки за държавна подкрепа за зеленчукопроизводителите
 Fig. 9. State support measures for vegetable growers

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.



Фиг. 10. Въздействие върху стопанската дейност
 Fig. 10. Impact on business

Източник: Собствено анкетно проучване. / Source: Own survey.

Прилагането на принципите за добавяне на стойност оказват въздействие върху цялостната стопанска дейност. За анкетираните производители на зеленчуци това са разширяване на производството и предлагане на нови продукти (фиг. 10). Двете въздействия имат пряка връзка, като въвеждането на нови продукти води до увеличаване на предлагането, с което се засилват пазарните позиции на земеделското стопанство. Подобно въздействие би могло да се очаква и за навлизане на нови пазари, но явно текущите пазари имат все още потенциал и се работи за неговото усвояване.

Заклучение

Пред зеленчукопроизводителите стоят множество проблеми, които в разнообразието на произхода си предполагат изработване на комплексни решения с оглед на тяхното решаване в единство и създаване на условия за развитие на земеделските стопанства в дългосрочен план. Основните изводи от изследването могат да бъдат обобщени по следния начин:

✓ Потенциалът за развитие на зеленчукопроизводство в България е свързан със затруднения достъп до пазар и ограничените производствени ресурси;

✓ При добавяне на стойност в зеленчукопроизводството основните средства са агротехниката и агротехническите мероприятия;

✓ Прилагането на принципите за добавяне на стойност създава очаквания сред зеленчукопроизводителите да получат по-добра цена за своите продукти;

✓ За добавяне на стойност към своите продукти зеленчукопроизводителите имат необходимост от административна подкрепа и стимулиране на съвместни маркетингови дейности;

✓ Зеленчукопроизводителите очакват подкрепа от страна на държавата за осигуряване на пазар, финансово подпомагане и оказване на административна подкрепа;

✓ Стопанската дейност в сектора ще се развива в посока увеличаване на производството и предлагане на нови продукти.

Стремежът на земеделските стопани за пазарна ориентация на техния бизнес е важна част от перспективите за развитие на стопанствата, отглеждащи зеленчуци. Някои от тях разработват и прилагат успешни управленски стратегии, но при други съществуват проблемни полета в това направление.

Формулирането и изпълнението на адекватна управленска стратегия подпомага усвояване възможностите за развитие на зеленчукопроизводство в България. При нейното разработване всеки производител на зеленчуци е необходимо да се съобрази със следните важни моменти:

Първо, земеделското стопанство да се разглежда като „открита” система, поддържаща множество вътрешни и външни връзки. Тези взаимодействия са обект на управление и координация, насочени към постигане целите на земеделското стопанство.

Второ, външната бизнес среда е отправна точка на съществуване на бизнеса и е необходимо да се съобразят значенията на параметрите ѝ с тези на земеделското стопанство, т.е. условията за бизнес да се трансформират в адекватен на тях фирмен отговор. Изработването на адекватен отговор от земеделските стопани предполага управление на производствените фактори, съобразено с външните фактори, което същевременно и да установява баланс в интересите на различните икономически субекти (посредници, дистрибутори, потребители и др.).

Трето, изграждането и управлението на земеделските стопанства, основано за прилагане на маркетингова стратегия, изразява в най-висока степен нейното съобразяване с външната бизнес среда. В този смисъл маркетинговата стратегия може да се разгледа по-конкретно като начин за установяване на стратегическо съответствие между вътрешните фактори на земеделското стопанство и динамичните промени в неговото обкръжение, т.е. чрез нея фирмата превръща въздействията на средата в адекватен на тях отговор.

Литература

Николов, Д., Анастасова, М., Радев, Т., Борисов, П. (2015). Състояние и перспективи за развитие на малките ферми. Авангард Прима.

Стоева, Т., Вълчева, Е. (2016). Регионални характеристики и тенденции в развитието на земеделието в Южен централен район. Сборник „Перспективи за развитие на обучението и науката”, Пловдив.

Anastasova-Chopeva, M. (2020). Problems of young farmers with access to agricultural land in Bulgaria and investment problems activity in land resources. *Ikonomika i upravlenie na selskoto stopanstvo/Bulgarian Journal of Agricultural Economics and Management*, 65(3), 14-26.

Boevsky, I. (2020). The role of stakeholder management for the development of Bulgarian credit

cooperatives. *Ikonomika i upravlenie na selskoto stopanstvo/Bulgarian Journal of Agricultural Economics and Management*, 65(1), 31-57.

Dirimanova, V. & Radev, T. (2017). The knowledge transfer in the agricultural sector in South-Central region of Bulgaria. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 23(3), 505-511.

Nikolov, D., Boevsky, I., Borisov, P., & Radev, T. (2020). Opportunities for joint marketing of farmers from the region of Smolyan. *Ikonomika i upravlenie na selskoto stopanstvo/Bulgarian Journal of Agricultural Economics and Management*, 65(1), 70-77.

Yovchevska, Pl. (2015). Vulnerable sectors in Bulgarian agriculture: CAP 2007-2013 impact. *Bulgarian journal of agricultural economics and management*. Vol. 60, No 3.