



## МАРКЕТИНГОВ АНАЛИЗ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАСТЕЖ НА ПЧЕЛАРСКИТЕ СТОПАНСТВА ОТ ОБЛАСТ РУСЕ

### MARKETING ANALYSIS OF GROWTH OPTIONS BEE FARMS FROM THE RUSE REGION

Любомир Любенов  
Lyubomir Lyubenov

БТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
„St. Cyril and St. Methodius“ University Veliko Tarnovo

**Abstract:** The study found that integrated development provides excellent opportunities for significantly increasing sales of the predominantly small bee farms from the Ruse region. The integration of beekeeping horizontally and vertically allows for higher added value, higher control, lower cost, better access to markets, greater market power, better allocation and reduction risk. Integrator as the leader takes the greatest risk, but also the greatest opportunities to use these benefits. When the integrator is external, there is a danger that the beekeeping stock will become its raw appendage. In the case of an internal integrator, as a state body, a branch organization, and beekeeping farms, the latter can develop more complexly, not just in the production direction, making them more diversified and potentially more peculiar and independent.

**Keywords:** beekeeping, integrated development, integrator.

**JEL:** M31, Q13

## ВЪВЕДЕНИЕ

Пчеларските стопанства от област Русе трябва да анализират възможностите си за пазарно развитие от гледна точка на перспективите за най-интензивно нарастване на продажбите на пчелни продукти. За целите на този анализ ще използваме матрицата „продукт – пазар“ на Игор Ансов (фиг. 1.), с помощта на която ще анализираме трите основни нива по отношение на възможностите за развитие – интензивно, интегрално и диверсифицирано. Основната цел на изследването е чрез анализ на отделните нива да се определи това, което предоставя най-добри пазарни възможности на пчеларските стопанства от област Русе за увеличаване на продажбите им.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

Интензивното развитие показва възможностите за развитие на пчеларските стопанства чрез увеличаване на продажбите им по отношение на съществуващите пчелни продукти и съществуващите пазари, чрез три базови стратегии – пазарно проникване, разработване на пазара и разработване на продукта:

– пазарното проникване е насочено към разширяване на пазарния дял чрез съществуващи пчелни продукти и пазари, привличане на част от клиентите на конкуренцията с комплексно маркетинг въздействие, съчетаващо разнообразни продуктови модификации (различни видове пчелен мед и др.), по-ниски цени, по-изгодни условия за покупка, по-активна реклама и др.;

– разработването на пазара налага пчеларските стопанства да се стремят да запазят и/или да увеличат обема на продажбите, като излизат на нови пазари. При тази стратегия вниманието е

концентрирано върху пазарните проучвания, избора и изграждането на система от канали за реализация, активна реклама и действия за насърчаване на продажбите;

– разработването на продукта се прилага от пчеларски стопанства, които искат да запазят или да подобрят позициите си на перспективен пазар, но продуктите, които предлагат, не са достатъчно конкурентоспособни. За да подобрят конкурентоспособността им, те трябва да ги развият, усъвършенстват и брандират.

Продукт	Пазар		Възможности за развитие:
	съществуващ	нов	
	съществуващ	нов	
	Пазарно проникване	Разработване на пазара	1. Интензивно;
	Разработване на продукта	Диверсификация	2. Интегрално;
			3. Диверсифицирано.

Фиг. 1. Матрица „продукт – пазар“ (Prid, Ferrell, 1996, p. 334; Lyubenov, 2014, p. 93)

Възползването от възможностите за интензивно развитие налага пчеларските стопанства от област Русе да имат проактивна маркетинг политика, която изисква – пазарни проучвания, продуктови и др. иновации, изграждане на система от канали за реализация, активна реклама, насърчаване на продажбите чрез ценови отстъпки и др. Дори най-големите и професионално ориентирани пчеларски стопанства от област Русе имат много ограничени възможности за провеждане на такава маркетинг политика, не само поради липсата на познания, маркетинг специалисти и ограничен бюджет, но и поради факта, че произвеждат основно суровини, т.е. пчелни продукти с ниска добавена стойност. Следователно възможностите за увеличаване на продажбите на пчеларските стопанства от област Русе чрез интензивно развитие са сравнително скромни.

Интегралното развитие се осъществява чрез интеграция в хоризонтален и вертикален план:

– хоризонталната интеграция се осъществява чрез интеграция между конкуренти. Пчеларските стопанства от област Русе могат да се интегрират с пчеларски и др. земеделски стопанства и предприятия, с които преди това са се конкурирали;

– вертикалната интеграция се основава на технологично и/или пазарно сходство. Тя може да бъде права, т.е. към пазарите, и обратна – към суровините. Правата е насочена към интегриране с преработката и търговията на едро и дребно, а обратната – към интегриране с растениевъдството и доставчиците на техника, суровини и др.

Хоризонталната интеграция е организационно, икономическо и финансово обединяване на две и повече стопанства, изпълняващи идентични процеси по производството или реализацията на продукцията, т.е. обединяват се конкуренти, предлагащи сходни пчелни продукти. Обикновено тя протича по пътя на съхраняване на различните собственици на основата на сключени между тях договори. При това има известна независимост на пчеларските стопанства от предприятието интегратор, тъй като отделните стопанства произвеждат пчелни продукти, които могат да реализират на различни пазари. Понеже интеграторът диктува условията, регулиращи както производствената, така и финансовата дейност на отделните пчеларски стопанства, то последните са зависими в известна степен и от него.

Вертикалната интеграция е организационно-икономическо и финансово обединение на две или повече единици, участващи в производството и обработката на еднаква продукция на различни степени от производствения процес и нейната реализация на пазара. Причините за съществуването на вертикалната интеграция са много и разнообразни, но основната причина е стремежът към осъществяването на контрол. Вертикалната интеграция позволява най-висока степен на контрол, тъй като решенията се вземат основно от предприятието интегратор. Тя може да се осъществи по пътя на единна собственост в рамките на едно предприятие, поради което се нарича „чиста“ или пълна интеграция, или чрез договори при запазване на индивидуалната собственост на пчеларските стопанства, сключили контракти с интегратора.

„Чистата“ или пълната интеграция се основава на единна собственост, когато всички стадии на производството и реализацията на какъвто и да е пчелен продукт се осъществяват от стопанствата,

принадлежащи на едно предприятие. Тя заема неголям относителен дял дори в страни като САЩ и държавите Западна Европа. Основните причини за това са рискът във връзка с възможните изменения на пазарната конюнктура, климатичните промени, епидемиите, технико-икономическите различия на пчеларството от промишлеността, сезонността в производството и др. Затова тя се развива предимно в отрасли, които са капиталоемки и с относително малка зависимост от природно-климатичните условия, като промишленото птицевъдство, свиневъдство и др., но не и в пчеларството.

Значително по-голямо разпространение в развитите страни, вкл. и в България, е получила вертикалната интеграция на основата на договори при съхранение на различните собственици и формална производствена самостоятелност. В този случай се намалява рискът в производството и обръщението, а интеграторът редуцира разходите в резултат на постигнатите икономии от мащаба и по-добрия пазарен фокус. В системата на вертикалната интеграция съществува и смесена форма. Процесът по производството на пчелни продукти, който е с най-голям риск, се прехвърля на пчеларските стопанства, като заготовката, разфасовката, опаковката, маркировката и др. се поемат от преработватели и търговци, а производството на фуражи, медицински препарати и др. – от специализирани предприятия.

Интегралното развитие предоставя отлични възможности за значително увеличаване на продажбите на преобладаващо дребните пчеларски стопанства от област Русе. Хоризонталната интеграция осигурява много по-голяма производствена и пазарна мощ от индивидуалното функциониране на стопанствата, което позволява реализиране на множество икономии от мащаба и много по-големи възможности за проактивна маркетинг политика. Чрез вертикалната интеграция пчеларските стопанства получават достъп до суровини или пазари, което предопределя тяхното бъдещо развитие. Следователно възможностите за увеличаване на продажбите на пчеларските стопанства от област Русе чрез интегрално развитие са големи.

От гледна точка на пазара диверсифицираното развитие представлява излизане с нови продукти на нови пазари. То може да бъде хоризонтално, вертикално и латерално:

- хоризонталната диверсификация предполага, че новите продукти не са свързани със съществуващите пчелни продукти, но се въвеждат на съществуващи пазари;
- при вертикалната диверсификация маркетингът и технологията на новите продукти са свързани със съществуващите, но новите продукти се въвеждат на нови пазари;
- латералната диверсификация се основава на това, че новите продукти не са свързани със съществуващите технологии, продукти и пазари, но се въвеждат на нови пазари. Тук рискът е най-голям, защото новите продукти не са свързани със старите и едновременно с това излизат на непознати нови пазари.

Диверсифицираното развитие предполага най-голяма степен на риск, но и най-голям потенциал за печалба. То изисква пчеларските стопанства да са натрупали значителни знания и капитали, пазарен опит и имидж. Към него се преминава, след като са изчерпани възможностите за развитие на предходните две нива – интензивно и интегрално. То изисква големи и мощни пчеларски формирования, които са натрупали капитали, усвоили са перспективни технологии, наложили са на пазарите свои пчелни продукти и брандове. Изградили са познания и възможности за успешно навлизане в други сектори, които нямат технологични, пазарни и др. връзки с пчеларството. Осъществяването на диверсифицираното развитие е перспектива, която може да се реализира, едва след като има натрупан значителен потенциал от предходните две нива.

Има предприятия от индустрията и търговията, които са силно заинтересовани да се интегрират с пчеларските стопанства. Същевременно самите стопанства са не само доставчици, но и потребители на машини, кошери, инвентар, ветеринарно-медицински препарати и др. Строгите разпоредби за качеството и контрола, предвидени в законодателството, налагат използването на дистрибуционни канали, които позволяват да се идентифицира източникът на проблеми. Като начало се приема пчеларското стопанство и дори звената преди него – доставчиците на фураж, ветеринарно-медицински препарати и др. Потребителите искат да знаят откъде идват пчелните продукти и това налага да има възможности за проследяване и идентифициране на източниците на болести и зарази.

Сериозен проблем е значителното колебание на количеството и качеството на пчелните продукти във времето и пространството. Затова преработвателите и търговците искат производство по предварително зададени изисквания, при предварително известни технологии за отглеждане и очаквани

резултати. Тъй като преработвателите и търговците се намират обикновено в градовете, т.е. далеч от пчеларските стопанства, и разходите от едно неинтегрирано сътрудничество надвишават ползите, търсят се възможности за ефективно управление на пчеларските стопанства от разстояние. Посочените трудности могат да бъдат преодоляни в значителна степен чрез интеграция между пчеларските, търговските и други предприятия в хоризонтален и вертикален план.

Интеграцията в хоризонтален и вертикален план е в интерес и на самите производители на пчелни продукти. Колкото по-големи и специализирани са пчеларските стопанства, толкова повече се увеличава зависимостта им от колебанията на пазарните цени. Необходимостта от по-голяма предвидимост на резултатите и намаляването на риска ги заставя да участват в различни форми на интеграция, дори когато интеграторът не е от сектор пчеларство и има различни цели и интереси от техните. Основните причини, които породжат необходимостта от хоризонталната и вертикалната интеграция, са продиктувани не само от необходимостта за регулярно осигуряване с необходимите пчелни суровини и продукти, но и от възможностите за по-голям контрол.

Интегрирането на пчеларските стопанства с предприятията и крайните клиенти позволява изграждането на трайни взаимоотношения. То е продиктувано от факта, че пчеларските стопанства могат да растат по два начина – или като намират нови клиенти, или като продават повече на съществуващите. Пчеларските стопанства трябва да поставят по-силно ударението върху втория подход, защото цената за спечелване на нов клиент е много по-голяма от задоволяването на настоящ и основно поради нарастващия в перспектива недостиг на клиенти. Това изисква разработването на подходящ маркетинг инструментариум – бранд, опаковка, маркировка, съхранение, транспорт, комуникация, цена и др., което в основната си част и като цяло е непосилно за по-малките по размер и доходи пчеларски стопанства и налага интеграция в хоризонтален и вертикален план.

Обикновено водеща роля за интеграцията в хоризонтален и вертикален план имат преработвателните предприятия, търговците на едро, търговците на дребно и дори консуматорите на пчелни продукти чрез създаване на сдружения на потребителите за покупка на такива продукти директно от пчеларските стопанства. Това се дължи на факта, че преработвателите, търговците и дори потребителите имат по-голяма пазарна мощ от пчеларските стопанства. Интегрирането на пчеларските стопанства с останалите сектори води до намаляване влиянието на природните фактори върху процеса на производство и получаване на висококачествена стандартизирана пчелна продукция, която отговаря на изискванията на националния и регионалния пазар и особено на международните пазари.

Предприятието интегратор в системата на вертикалната и хоризонталната интеграция трябва да притежава редица съществени черти, осигуряващи му ролята на организатор на обединение, което разполага със значителни натрупвания на капитали и опит за интензификация на интегрираните предприятия и стопанства, с възможност за достъп до външни източници на капитали и заинтересованост от получаването на големи партии пчелни продукти с осигурени пазари и възможности за увеличаване производството на свързаните предприятия, като преработватели, търговци и доставчици на техника, инвентар, фуражи и др. Той трябва да изгради обединение, в което всеки член постига по-висока конкурентоспособност и рентабилност, отколкото, ако действа самостоятелно.

Интеграторите се подразделят на две групи – вътрешни и външни. Към вътрешните се отнасят както по-малките по размер и доходи пчеларски стопанства, така и по-големите – кооперативи, акционерни дружества и др., а също и държавата. Към външните се отнасят неземеделските интегратори, като преработватели, търговци и др., които в някаква степен са организационно и технологично свързани с пчеларските стопанства, но не са от агросектора. Важна форма на интеграция в агросектора на развитите страни е тази, в която държавата встъпва в качеството на интегратор. Държавните програми за субсидиране и финансиране на земеделското производство, вкл. и пчеларството, на практика представляват разновидност на договорите за интеграция между държавата и земеделските стопанства.

Интегрирането на пчеларството в хоризонтален и вертикален план позволява да се постигат по-висока добавена стойност, по-висока степен на контрол, по-ниска себестойност, по-добър достъп до пазари, по-голяма пазарна сила, по-добро разпределяне и редуциране на риска. Активната страна в този процес, която поема най-голям риск, но има и най-големи възможности за използване на посочените предимства, е интеграторът. Днес активни интегратори в сектора на българското пчеларство са основно търговците на едро и дребно, както и предприятията от хранително-вкусовата промишленост. Това

поставя българските пчелари в по-неизгодни пазарни позиции, защото за външните интегратори те се явяват предимно доставчици на суровини. Необходимо е да се потърсят вътрешни за сектора интегратори – големи пчеларски стопанства, държавни органи, браншови организации и др., които ще отстояват интересите на бранша.

Главният партньор, който решава въпроса за количеството, качеството и цената на продукцията е интеграторът. Отношенията между него и останалите партньори могат да бъдат уредени чрез сключване на договори. Договорната система е силно развита, тъй като и доставчиците, и купувачите се стремят към по-висока степен на сигурност и контрол, отколкото позволяват чисто пазарните отношения. Договорите обикновено съдържат условията за осъществяване на сътрудничеството, както и санкциите при нарушаването им. Всяка страна трябва да бъде гарантирана срещу евентуално нарушаване на договора от другата. Необходим е и баланс между рационалност и оперативност, защото не е възможно и необходимо да бъдат обхванати всички аспекти на бъдещото сътрудничество, тъй като се ограничава свободата за маневриране.

Интеграторът като лидер на обединението проучва пазарите на пчелни продукти, разработва маркетинг стратегии и конкретни маркетинг инструменти. Когато интеграторът е външен, има голяма опасност пчеларските стопанства да се превърнат в негов суровинен придатък. Това означава да поставят акцент предимно върху технологиите за производство на пчелни продукти и намаляването на себестойността. Когато интеграторът е вътрешен, т.е. държавен орган или пчеларско стопанство, те могат да се развиват много по-комплексно, не само в производствено направление, но и да предлагат по-голямо разнообразие на пчелни продукти и услуги с по-висока добавена стойност. В перспектива това ги прави по-диверсифицирани и потенциално по-печеливши и независими.

Предвид факта, че преобладаващата част от българските пчеларски стопанства, вкл. и тези от област Русе, са микро и малки, е необходимо първо да се интегрират помежду си в хоризонтален план. Това се налага не само, за да устоят на увеличаващия се глобален конкурентен натиск, но и за да могат да удовлетворят нарастващите количествени и качествени изисквания на потребителите, преработвателите и търговците. Следователно хоризонталната интеграция в българското пчеларство, вкл. и за област Русе, е предпоставка за осъществяването и на вертикалната интеграция. Освен това без хоризонталната интеграция дребните пчеларски стопанства ще играят ролята основно на суровинен придатък при участие в различни форми на вертикална интеграция.

Подобряването на конкурентоспособността на пчеларските стопанства от област Русе като първични производители на пчелни продукти изисква проактивна политика за интегриране в хоризонтален и вертикален план в хранителната верига. Мотивиращи фактори в това отношение са пазарно ориентираното планиране на видовете, количеството и качеството на произвежданите пчелни продукти, създаването на продукти с висока добавена стойност, както и възможностите за субсидиране и финансиране на хоризонталното и вертикалното сътрудничество по линия на различни европейски и национални програми. В хоризонтален и вертикален план могат да се формират организации и групи на производители, маркетинг кооперативи, клъстери и бордове, чрез които да се изграждат местни пазари и къси вериги на доставка.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Възможностите за увеличаване на продажбите на пчелни продукти чрез интензивно развитие са слаби. Интегралното развитие предоставя отлични възможности за значително увеличаване на продажбите на преобладаващо дребните пчеларски стопанства от област Русе. Развитието чрез диверсификация е перспектива, която може да се реализира едва след натрупване на значителен опит и потенциал.

Интегрирането на пчеларството в хоризонтален и вертикален план позволява да се постигне по-висока добавена стойност, по-висока степен на контрол, по-ниска себестойност, по-добър достъп до пазари, по-голяма пазарна сила, по-добро разпределяне и редуциране на риска. Интеграторът като лидер поема най-голям риск, но и най-големи възможности за използване на посочените предимства.

Когато интеграторът е външен, има опасност пчеларските стопанства да се превърнат в негов суровинен придатък. При вътрешен интегратор, като държавен орган, браншова пчеларска организация и пчеларски стопанства, последните могат да се развиват по-комплексно, а не само в производствено направление, което ги прави по-диверсифицирани и потенциално по-печеливши и независими.

## REFERENCES

1. **Prid, W., O. Ferrell. 1996.** Marketing: Concepts and Strategies, Eighth Edition, Sofia. (in Bulgarian)
2. **Lyubenov, L. 2014.** Marketing. Ruse: AP "A. Kanchev". (in Bulgarian)
3. **Lyubenov, L. 2016.** Agromarketing. Ruse: AP "A. Kanchev". (in Bulgarian)

---

### За контакти:

Любомир Любенов, доцент, доктор  
Служебен адрес: Велико Търново 5000, ул. „Арх. Георги Козаров“, № 1А,  
Корпус 4, катедра „Стопанско управление“, Стопански факултет,  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“  
Ел. поща: [lyubenov@uni-vt.bg](mailto:lyubenov@uni-vt.bg)

---