



КООПЕРИРАНЕТО В МАРКЕТИНГОВ И УПРАВЛЕНСКИ ПЛАН ПРИ СРЕДНИТЕ ФИРМИ ОТ ОБЛАСТ ВЕЛИКО ТЪРНОВО

COOPERATION IN TERMS OF MARKETING AND MANAGEMENT IN RELATION TO MEDIUM-SIZED COMPANIES IN VELIKO TARNOVO REGION

Цанко Стефанов

Tsanko Stefanov

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

Abstract: The article presents a study of marketing and management activities that companies cooperate in. Based on the obtained results, an analysis is performed and conclusions are formulated on the considered issues. The subject of the research are the cooperative activities in marketing and management area, and the object are the medium-sized companies in Veliko Tarnovo region. The main goal is to reveal the specifics of cooperation in the field of researched business activities.

Keywords: marketing, management, cooperation, medium-sized companies, Veliko Tarnovo region

JEL: M30, M31

Въведение

Средните предприятия в повечето случаи разполагат със значителни ресурси, като в същото време са по-адаптивни от големите фирми. Това ги прави интересен обект на изследвания.

Разработката представя проучване на маркетингови и управленски дейности, за които предприятията кооперират усилията си. На база получените резултати се извършва анализ и се формулират изводи относно разглежданата проблематика. Предмет на изследването са осъществяваните кооперирани дейности в маркетингов и управленски план, а обект са средните фирми във Великотърновска област. Основната цел е разкриване на спецификите при коопериране в сферата на изследваните бизнес дейности.

От методологична гледна точка изследването беше проведено в рамките на Великотърновска област чрез използване на метода полустандартизирано интервю в периода от февруари до септември 2018 г.

Съвместни дейности на средните фирми с други предприятия

Почти всички средни предприятия от Велико Търново и региона извършват повече от една съвместни дейности с други юридически лица. В Таблица 1 са представени основните аспекти на сътрудничество.

Табл. 1. Съвместните дейности на средните фирми с други предприятия

| № | Отговори | Отн. дял (%) |
|-----|---|--------------|
| 1. | Договори с дългосрочен характер, сключени с доставчиците | 58,8 |
| 2. | Организиране на семинари и обучения, съвместно с други организации | 41,2 |
| 3. | Придържане към общи правила относно сервиз и продажби | 35,3 |
| 4. | Осъществяване на коопериране с други юридически лица, целящо получаване на по-изгодни условия (ценови отстъпки и други) от доставчиците на материали и суровини | 29,4 |
| 5. | Съвместно ползване с клиенти или доставчици на системи за планиране и контрол на производствения процес | 29,4 |
| 6. | Организиране на консултации с водещи фирми | 17,6 |
| 7. | Съвместно използване на системи за управление и/или контрол на качеството | 11,8 |
| 8. | Използване съвместно на складови бази, предназначени за материали и суровини | 11,8 |
| 9. | Съвместно търсене и намиране на продавачи и купувачи | 11,8 |
| 10. | Други видове съвместни практики | 11,8 |
| 11. | Съвместно използване на складови пространства за готова продукция | 5,9 |
| 12. | Съвместно реализиране на обекти | 5,9 |
| 13. | Включване в клъстери | 5,9 |
| 14. | Извършване на обмяна на персонал с други фирми | 0,0 |

Повечето от половината средни фирми в региона сключват дългосрочни договори с доставчици. Тази практика мениджърите най-често посочват като осъществена съвместна дейност. Често средните предприятия предприемат организирането на съвместни семинари и обучения с други фирми, както и разписват общи правила за продажби и сервиз. Чрез коопериране те се опитват да получат по-изгодни условия или изграждане на системи за планиране и контрол на производствен процес. Противоположно на другите осъществявани съвместни дейности, средните фирми нямат практика да обменят персонал с други предприятия.

Форма на съвместни дейности

Формите на съвместни дейности, които се извършват от средните фирми от Великотърновска област са представени в Таблица 2.

Табл. 2. Форма на съвместни дейности, осъществявани от средните фирми

| № | Отговори | Отн. дял (%) |
|----|--|--------------|
| 1. | Осъществяване на съвместни инвестиции с цел създаване на прилежаща инфраструктура | 17,6 |
| 2. | Осъществяване на общи дейности с други юридически лица, свързани с проучването, анализа и разработването на нови продукти и услуги | 17,6 |
| 3. | Осъществяване на общи дейности с други юридически лица, свързани с проучването, анализа, разработването и навлизането на нови пазари | 11,8 |
| 4. | Кооперирано изпълняване на строителни дейности от различен характер | 11,8 |
| 5. | Сдружаване с временен характер, с цел участие в търгове | 5,9 |
| 6. | Осъществяване на общи инвестиции за съвместна научноизследователска работа (проучване и разработка по технически, технологични, организационни и други проблеми) | 5,9 |
| 7. | Осъществяване на съвместни инвестиции за създаването или придобиването на нови производствени мощности | 0,0 |

Великотърновските средни фирми извършват в най-голяма степен съвместни инвестиции за изграждане на прилежаща инфраструктура, както и общо проучване, анализ и разработване на нови продукти и услуги. В определени случаи те съвместно изпълняват строителни дейности и съвместно извършват проучване, анализ, разработване и навлизане на нови пазари. При средните предприятия не се наблюдава съвместно инвестиране за придобиване на нови производствени мощности.

Участие на средните фирми във франчайз

Франчайзинговата форма на организация на бизнеса има редица предимства, от които се възползват част от фирмите в област Велико Търново. Франчайзингът не е много популярен сред мениджърите на средни фирми от региона, но 9,1% от тях заявяват, че благодарение на франчайз взимат добри мениджърски практики, които прилагат в своите предприятия.

Независимо от наличието или не на такова участие, ръководителите на средни предприятия са помолени да оценят предимствата, които биха придобили чрез участието си във франчайзинг. В Таблица 3 са поместени получените резултати.

Табл. 3. Преимущества при включване във франчайз за средните фирми

| № | Отговори | Отн. дял (%) |
|----------|---|---------------------|
| 1. | Без мнение | 41,2 |
| 2. | Предлагат продукт с наложена вече търговска марка (бренд) | 11,8 |
| 3. | Изложени са на по-нисък риск от пазарен провал | 11,8 |
| 4. | Придобиват възможност за осъществяване на централизирана рекламна и PR кампания | 0,0 |
| 5. | Възможност за фирмено обучение | 0,0 |
| 6. | Възможност за използване на вече изпитана технология | 0,0 |

Част от ръководителите на средни фирми в региона оценяват участието във франчайз като възможност за защита от пазарен провал и начин за предлагане на продукти с наложен бренд. Голяма част от мениджърите не могат да преценят конкретните предимства.

Извършване на Оценяване от ръководствата на средните фирми на сътрудничеството в организационен и управленски аспект

Повечето средни предприятия от област Велико Търново извършват сътрудничество в полето на организацията и управлението на дейности си. Ефективността на подобни сътрудничества е оценена от фирмените мениджъри и са поместени резултати в Таблица 4.

Табл. 4. Оценка от ръководствата на средните фирми на сътрудничеството в сферата на организация и управление на фирмените дейности

| № | Отговори | Отн. дял (%) |
|----------|------------------------------------|---------------------|
| 1. | Не е налице подобно сътрудничество | 41,2 |
| 2. | Добро | 29,4 |
| 3. | Много добро | 11,8 |
| 4. | Задоволително | 11,8 |
| 5. | Отлично | 5,9 |
| 6. | Слабо | 0,0 |

Основно ръководителите на средни предприятия от региона оценяват като добро сътрудничеството си с предприятия в организацията и управлението на своята дейност, срещат се и много

добри и задоволителни оценки. Съвсем малка част дават отличен на сътрудничеството, а слаби оценки отсъстват.

Извършване на Оценяване от ръководствата на средните фирми на ефекта от съвместните дейности в направленията маркетинг, реклама, обща пласментна мрежа

Повече от три четвърти от средните фирми във Велико Търново и региона участват в специфично сътрудничество в областта на маркетинга, рекламата и дистрибуторската мрежа. В Таблица 5 е оценена ефективността на този вид сътрудничество за ръководителите на средни предприятия.

Табл. 5. Оценка на ефекта за средните фирми от съвместните маркетингови, рекламни и пласментни дейности

| № | Отговори | Отн. дял (%) |
|-----------|---|---------------------|
| 1. | Не са налице подобни съвместни дейности | 23,5 |
| 2. | Отличен | 23,5 |
| 3. | Добър | 17,6 |
| 4. | Задоволителен | 17,6 |
| 5. | Много добър | 11,8 |
| 6. | Слаб | 5,9 |

Най-често това сътрудничество при средните фирми е отлично оценено. Срещат се добри и задоволителни оценки, а по рядко са много добрите и слабите оценки на тези съвместни дейности.

Заклучение

Съвместните дейности с други предприятия са често използвани от средните фирми в област Велико Търново. В повечето случаи те участват в повече от едно сътрудничество. Франчайзингът като форма на сътрудничество не е популярен сред ръководителите на средни предприятия от региона. При тази категория предприятия никога не се регистрира съвместно инвестиране за придобиване на нови производствени мощности.

Ръководствата на средни фирми от областната икономика често оценяват като добро сътрудничеството си в полето на организацията и ръководенето на фирмените си дейности.

Много голяма част от средните фирми извършват сътрудничество в направленията маркетинг, реклама и пласмент, и често го оценяват като отлично.

REFERENCES

1. **Genova, Z., Kotsev, T., Dimitrov, M. & Ileva, R. 2011.** *Synergy and competitiveness of Bulgarian enterprises (Synergy models)*, Plovdiv. (in Bulgarian)
2. **Stefanov, T. 2021.** The strategic cooperation in the marketing and management activity of the organizations in veliko tarnovo region in the field of services. *Scientific-practical conference on the topic: "Development of the Bulgarian and European economy - challenges and opportunities"*, 27–28.05.2021, Veliko Tarnovo. (in Bulgarian)

За контакти:

Цанко Стефанов, доцент, доктор

Служебен адрес: Велико Търново 5000, ул. Арх. Георги Козаров, № 1

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет

Катедра „Икономическа теория и международни икономически отношения“

Ел. поща: tsanko.stefanov@abv.bg
