

## ПРИЛАГАНЕ НА СЪВРЕМЕННИ СТРАТЕГИИ В СПЕЦИФИЧНИ АГРАРНИ СЕКТОРИ

**Емил Панушев**

Как да се цитира тази статия / How to cite this article:

Panusheff, E. (2023). Prilagane na savremenni strategii v spetsifichni agrarni sektori. (Application of modern strategies in specific agricultural sectors). *Economic Thought Journal*, 68(4), 463-465 (in Bulgarian).

To link to this article / Връзка към статията:

<https://etj.iki.bas.bg/history-of-economic-thought-methodology-and-heterodox-approaches/2023/10/17/prilagane-na-savremenni-strategii-v-specifini-agrarni-sektori>



Published online / Публикувана онлайн: 17 October 2023



Submit your article to this journal / Изпратете статия за публикуване

<https://etj.iki.bas.bg>

Article views / Статията е видяна:

View related articles / Други подобни статии:



View Crossmark data / Вж. информация от Crossmark:

Citing articles / Цитиращи статии:

View citing articles / Вж. цитиращи статии:



## ПРИЛАГАНЕ НА СЪВРЕМЕННИ СТРАТЕГИИ В СПЕЦИФИЧНИ АГРАРНИ СЕКТОРИ

Емил Панушев

Институт за икономически изследвания при Българската академия на науките

Ангажиментите на България към Общата селскостопанска политика на Европейския съюз са сериозно предизвикателство за функционирането на редица аграрни сектори и за подкрепата на техните позиции на международните пазари. Научният интерес към използването на специфични форми на маркетингови стратегии в пчеларството и в зърнопроизводството е в основата на монографичното изследване на доц. д.ик.н. Любомир Любенов „Маркетинг стратегии на агросектори и региони: фактор за надрегионална конкурентоспособност“. В него са предложени научнообосновани концепции за приложение на маркетингов инструментариум чрез създаване на устойчиви функционални структури за успешно пазарно сегментиране на пчелните продукти и използване на регионалния стопански потенциал.

Теоретичните подходи на автора се базират върху идеята за разширяването на възможността маркетингови стратегии и политики от традиционните индустриални сектори да бъдат използвани и в агросектора, който в една или друга степен е регулиран навсякъде по света. Доц. Любенов изследва възможностите за прилагане на пазарен подход, като отчита недостатъците на механизма за подкрепа от страна на Общата селскостопанска политика на Европейския съюз.

Използването на традиционни инструменти за анализ позволява да се проучат пазарите и да се оцени тяхното влияние върху регионалното развитие. Изследването е съсредоточено върху два сектора – зърнопроизводство и пчеларство. И ако за първия сектор има подробна статистическа информация, вторият на практика отсъства от Статистическия годишник на България. Поради това информацията в монографията, свързана с пчеларството, е от съществено значение за формирането на маркетинговите стратегии.

Съвременен характер има формулираният и подробно разработен от автора модел на „зелена кръгова биоикономика“, който той поставя в основата на взаимодействието между зърнопроизводството и пчеларството и на създаването на маркетингови стратегии. Подобен подход съчетава стратегията за „зеления преход“ в икономиката на ЕС с прилагането на кръгови модели на функциониране на стопанските субекти. Тази стратегия „насърчава методи за производство, които

са с по-голяма социална отговорност, и кръгови бизнес модели при преработката и търговията с храни“ (с. 30). В книгата са предложени съвременни форми на прилагане на цифрови платформи и методи за проучване, които да утвърдят пчеларството като конкурентен отрасъл в редица региони на България.

Вижданията на доц. Любенов за създаването на успешни модели на проникване на световните пазари се основават на анализ на националните и на международните пазари на пчелни продукти. Във връзка с това са дефинирани конкурентните позиции на производителите в България, производствените им възможности и състоянието на сектора, както и регионалните специфики, които детайлно извеждат проблемите в пчеларството на регионално и на секторно равнище. Авторът достига до извода, че „усвояването на потенциала на националното и регионалното пчеларство изисква маркетинг стратегии, тъй като увеличават поглъщателната способност на пазарите, вкл. и на пазарите на фактори и средства за производство“ (с. 134). Използвайки сегментиране и позициониране на региона, доц. Любенов очертава възможностите за постигане на значими резултати за устойчивото развитие на регионалната и на националната икономика чрез прилагането на маркетинговите стратегии.

Особено полезен е подробният анализ на факторите и условията за развитие на пчеларството в област Русе – данните са съпоставени с тези за европейски региони и са изведени национални конкурентни предимства в сектора. Авторът представя стратегиите на пчеларските и на зърнопроизводителните стопанства и разглежда регионалните позиции на пчеларството на националните и на световните пазари. Детайлно са проучени хоризонталните и вертикалните връзки в област Русе и възможностите за координирането им в единна маркетингова стратегия. Посочва се, че стратегическите взаимоотношения „засягат основните съставляващи на конкурентното предимство – технологии, разходи и маркетинг“ (с. 188). Подчертано е значението на взаимодействието между регионалните стопанства по линия на хоризонталните, вертикалните и вътрешните връзки и възможностите за утвърждаване на модел на организационна структура на пазарноориентирана мрежова организация в сектора на пчеларството на областно равнище. Доц. Любенов дефинира и ролята на маркетинговите стратегии за съхраняването на биоразнообразието и за подкрепата на регионалните вериги за доставки, особено на биопродукти.

Интерес представлява и представената в книгата оценка за ролята на ЕС и на Общата селскостопанска политика като важен инструмент за стимулиране на националната политика за развитие на пчеларските стопанства. Според автора съвместното прилагане на регулаторни практики и стимули ще „подобрява разпознаваемостта на пчелните продукти и възможностите за излизане на нови и за разширяване на стари пазари“ (с. 272). Това е особено важно за засилването на сътрудничеството между българските земеделски стопанства.

Монографичното изследване на доц. д.и.к.н. Любомир Любенов, базирано на

голям обем информация и на проучванията в България, показва задълбочено познаване на съвременните маркетингови стратегии и инструменти, както и на постиженията на водещи изследователи в тази научна област. Приложени са статистически методи за обработка на данните и за формулирането на изводи. Предложен е регионално дефиниран модел на взаимодействие на териториалните и на пазарните характеристики на отрасъла в условията на международна конкуренция.

Ясните изводи от теоретичното изследване на сектор „Пчеларство“ и неговата регионална интерпретация в условията на област Русе могат да станат добра основа за бъдещи проучвания на автора, свързани с ефективното използване на ограничените ресурси и с намирането на нови форми за по-рентабилно и конкурентоспособно производство.

### Конфликт на интереси

Авторът декларира липса на конфликт на интереси.

### Библиографска справка

Любенов, Л. (2023). *Маркетинг стратегии на агросектори и региони: фактор за надрегионална конкурентоспособност*. Печатна база при РУ „Ангел Кънчев“, 356 с. ISBN 987-619-207-269-8

**Емил Панушев** е доктор по икономика, професор в Института за икономически изследвания при Българска академия на науките, e\_panusheff@iki.bas.bg

**Emil Panusheff**, PhD, is Professor at the Economic Research Institute at the Bulgarian Academy of Sciences, e\_panusheff@iki.bas.bg

Как да се цитира тази статия:

How to cite this article:

Panusheff, E. (2023). Prilagane na savremenni strategii v spetsifichni agrarni sektori. (Application of modern strategies in specific agricultural sectors). *Economic Thought Journal*, 68(4), 463-465 (in Bulgarian).