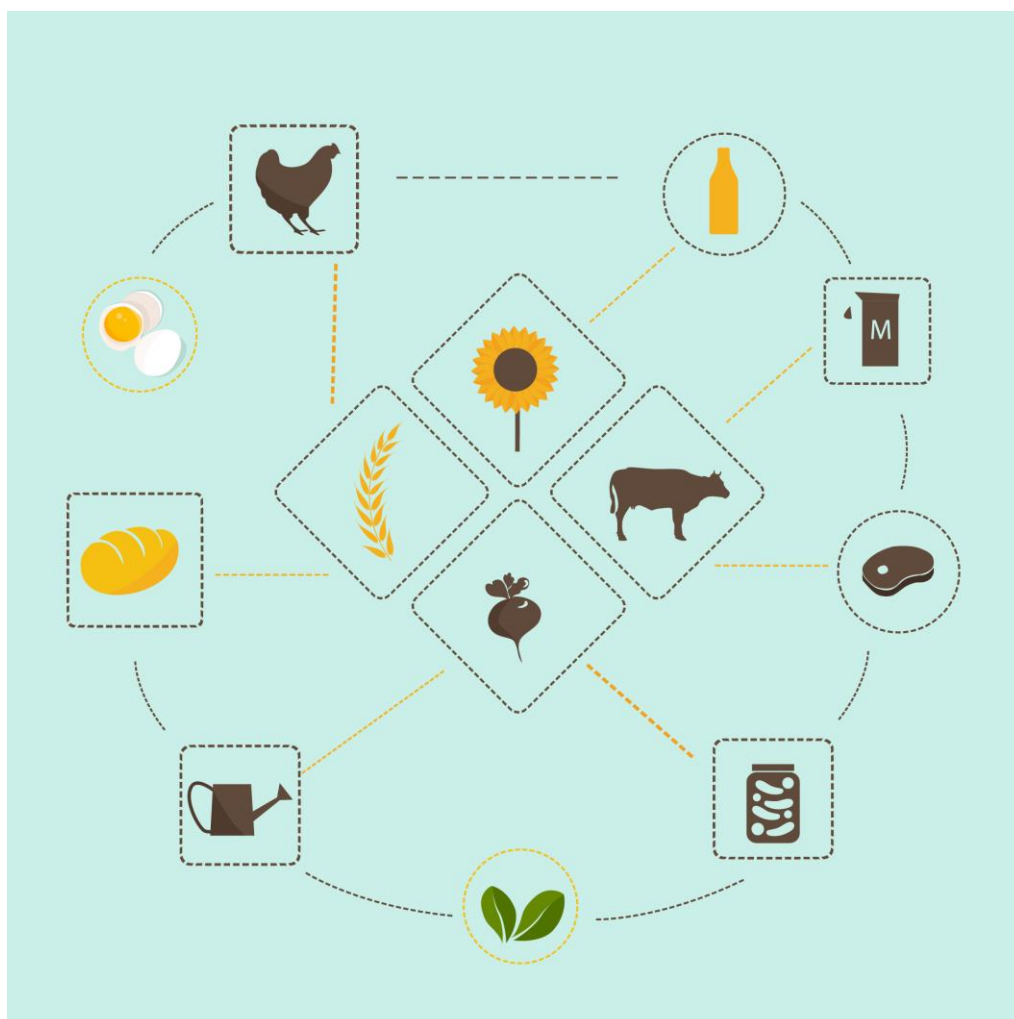


Анализ на потенциала за създаване на клъстери в областта на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково. Препоръки и предложения за оптимизиране на процеса по сдружаване

D 4.1.1 Total package of personalized support services

Association “Business Center-Maritza”

<http://www.bcentermaritza.info/>



The analysis of the potential for creating clusters in the field of organic farming, livestock, and aquaculture in Haskovo region is based on the relevance and significance of the topic in recent decades as a factor for increasing the competitiveness of European economies. The development of organic production in Haskovo faces several challenges, related both to consumer distrust and the need to create conditions for sustainable growth, which requires more active actions, especially when efforts are focused on adding value on a regional basis. Thus, the advantages of clusters as a strategic mechanism for promoting sustainability and regional specialization come to the forefront. The creation of clusters and the implementation of a consistent cluster policy in the region will provide an opportunity to redefine the role and interaction between the public and private sectors within the framework of the implemented economic policy, especially in the field of organic farming as in our case. In addition to this, clusters are an instrument for structuring sustainable regional sectoral complexes and an opportunity to add value by addressing key societal problems and needs, including also an impact on the environment with regards to climate change issues.

Based on the conducted analysis, a cluster project proposal for organic farming, livestock, and aquaculture has been developed, designed as a cluster model for regional development. The goal of implementing this model is to increase the competitiveness of Haskovo region and reveal the strategies and sectors that will enhance the value of the region's brand. The model focuses on "collaboration among multiple stakeholders" as a distinctive characteristic of the cluster approach in the design, detailing, and implementation processes.

Анализът на потенциала за създаването на клъстери в областта на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково се основава на актуалността и значимостта на темата през последните десетилетия като фактор за повишаване на конкурентоспособността на европейските икономики. Пред развитието на биопроизводството в Хасково съществуват редица предизвикателства, свързани както с наличието на недоверие от страна на потребителите, така и с необходимостта от създаване на условия за устойчив растеж, чието преодоляване изисква по-активни действия, особено когато усилията се фокусират върху добавяне на стойност на регионален принцип. Тук на преден план излизат предимствата на клъстерите като стратегически механизъм за промотиране на устойчивост и регионална специализация. Създаването на клъстери и прилагането на последователна клъстерна политика в региона е възможност за предефиниране на ролята и взаимодействието между публичния и частния сектор в рамките на осъществяваната икономическа политика, особено в областта на биологичното земеделие. В допълнение към това клъстерите са инструмент за структуриране на устойчиви регионални междуотраслови комплекси и възможност за добавяне на стойност чрез разрешаване на ключови обществени проблеми и потребности, включително въздействието върху околната среда по отношение на проблемите, свързани с изменението на климата.

На базата на направения анализ е изготвено предложение за клъстерен проект за биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите, което е проектирано като клъстерен модел за регионално развитие. Целта на прилагането на този модел е да повиши конкурентоспособността на регион Хасково и да разкрие стратегиите и секторите, които ще увеличат стойността на марката на региона. Моделът се фокусира върху „сътрудничеството между множество заинтересовани страни“, като отличителна характеристика на клъстерния подход при проектирането, детайлизирането и процесите на изпълнение.

1. Анализ на потенциала за създаване на кълстери в областта на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково.

Целта на настоящия анализ е да се разгледат най-разпространените форми на сътрудничество между МСП, в областта на биологичното земеделие и да се проследи процеса на създаване на кълстери, като се разкрият възможностите, перспективите и предизвикателствата пред компаниите, в областта на биологичното земеделие от осъществяването на този вид сътрудничество.

Съвременната икономика отдавна е признала предимствата на бизнес кооперирането и свързването в кълстери, като средство за подобряване на производството и представянето на пазара на предприятията, чрез ефекта на обединяването, икономия от мащаб и подобрен достъп до иновации. За малките и средни предприятия бизнес сътрудничеството в различните му форми предлага безспорни предимства. В много случаи това е единствения начин за тях да получат достъп до задграничен пазар. Партньорството с фирма от друга страна може да им помогне да получат знания от първа ръка за този пазар, може да бъде полезно в намирането на нови клиенти за техните продукти на нов пазар, може да даде достъп до нови технологии, може да даде допълнителен капацитет за производство или достъп до нови финансови средства. Целта на кооперирането с партньор винаги ще бъде да създаде по някакъв начин печалба (добавена стойност) за всички участващи партньори.

Обединяването на малките и средни предприятия в кълстери е съвременна форма на междуфирменото сътрудничество, която допринася за тяхното ефективно развитие и повишаване на тяхната конкурентоспособност.

Понятието "кълстер" е въведено в световната икономическа литература от Харвардския професор Майкъл Портър през 80-те години и представлява технологично и маркетингово обединени фирми със сходно географско местоположение, съвместно достигнали критичен праг от ресурси, компетентности и ноу-хау при опериране на даден клон на икономиката и притежаващи решаващо устойчиво, конкретно предимство над останалите.

Кълстерите са група предприятия и други организации, които работят заедно, за създаване на предимства за бизнеса и икономическа полза за своите членове.

Кълстерите включват концентрации от конкуриращи се, партниращи си и взаимосвързани фирми и институции, които са свързани със система от пазарни и непазарни връзки. Тези връзки трябва да осигурят конкурентно предимство на фирмите в кълстера пред останалите компании. Съществуват много видове и степени на конкурентно предимство. Кълстерите се различават по структура и силно зависят от предимствата, които търсят. Въпреки това, се открояват някои основни общи характеристики.

Кълстерът може да се определи като съвкупност от фирми, доставчици, под-доставчици на услуги, фирми от сходни производства и свързаните с тях институции (правителство, бизнес организации, академични общности, финансови институции и др.).

Клъстерът може да се квалифицира като общност, която работи за една цел: да бъде подпомогнат основния бизнес, като с това се гарантира успешното развитие и на дейностите, които са налице покрай основния бизнес. Освен това те заедно споделят проблемите си и решенията за тях.

Така или иначе, независимо от терминологичните вариации ясно е, че клъстерът е доброволно обединение на компании, които имат общ интерес от това.

В зависимост от характера на връзките между фирмите в клъстера може да говорим за следните **ВИДОВЕ КЛЪСТЕРИ**: вертикални, хоризонтални и секторни клъстери.

- При хоризонталния клъстер фирмите са на едно и също равнище на производство и маркетинг.
- При вертикалния клъстер фирмите са на последователни нива на производство и маркетинг. При тези клъстери фирмите са от различни сектори.
- При секторните клъстери фирмите са от един сектор.

Клъстерите се основават на системни взаимоотношения между фирмите. Взаимоотношенията може да се изграждат върху общи или помощни продукти, производствени процеси, технологии, изисквания за природни продукти, изисквания за умения и/или канали за дистрибуция. Сформирането на клъстери се основава на самоподбор във връзка с това как предприятията и институциите в даден регион определят своите мисии, поставят приоритетите си, използват ресурсите на региона и сформират партньорства.

Клъстерите са географски обособени – включват членове от дадена област или регион. Това, до голяма степен, се определя от разстоянието и времето, което хората са склонни да отделят за пътуване до работа, и, което както работниците, така и собствениците на фирми считат за разумно при пътуване за срещи и създаване на мрежи. Обхватът на клъстера се влияе от транспортната система и трафика, но също и от културните особености, личните предпочитания, семейните и социалните потребности.

Клъстерите не се определят от членството на организации, въпреки че наличието на ключова организация може да се окаже изключително важно. Обществени организации, доставчици и някои други фирми също могат да играят важна роля, въпреки че не са официални членове.

По силата на своето местоположение и общи потребности те могат да реализират същата част външни икономии, като членовете на клъстерите - сдружения.

Необходима е **ОРГАНИЗАЦИОННА СТРУКТУРА, КОЯТО ДА ОСИГУРЯВА ДЕЙНОСТТА НА КЛЪСТЕРА**. Структурата може да приема различна форма. Въпреки това, тя трябва да подsigурява следния основен координационен процес за работа в мрежа:

- Клъстерна идентичност и признаване от държавата;
- Корпоративен статус;
- Силно бизнес лидерство;
- Активно набиране на членове;

- Ясна мисия, цели и план;
- Мотивиран състав;
- Интерактивен уеб портал;
- Структура за набиране на вноски или план за генериране на приходи;
- Реални услуги;
- Честни професионални и социални действия.

Какви са основните **ПРЕДИМСТВА** на тези обединения?

Ако говорим за клъстер от типа "основно производство и неговите доставчици", позитивите от това обединение са ясно разграничими. Базирайки работата си на клъстерното обединение, основният производител на дадено изделие може да разчита на коректност и систематичност в доставките, точно изпълнение на поръчките и на липса на закъснения. От друга страна, за малките фирми-доставчици на основния производител, включването в клъстера е шанс за развитие покрай основната компания. Те могат да разчитат на дългосрочни договори и точност при плащанията. Така за доставчиците участието им в клъстера дава възможност в известна степен да прогнозира бъдещата си дейност и паричните си потоци. Развитието на голямата фирма е фактор за развитие на нейните сателити. Най-важната последица за бизнеса от тези обединения може да се оцени еднозначно - по-добра конкурентоспособност. Разчитайки на дългосрочно сътрудничество помежду си, компаниите могат да намалят разходите си.

Дългосрочните договори с доставчиците например са възможност да се намалят разходите за съхранение на детайли и оттам - цялостната себестойност на продукцията.

Обединяването на фирмите в клъстери води до големи външни икономии. На първо място, това е наличието на работници и служители със средно специализирани умения. Фирмите разчитат на непрекъснат поток от работници с необходимите умения и знания за съответната индустрия, за да ги прилагат както в рутинни, така и в неочаквани ситуации. В този поток критичният фактор не са високообразованите служители, които могат да се наемат от всички точки на света, а средно- специализираната техническа работна ръка, която е получила местно образование и е по-слабо географски мобилна.

Други външни икономии включват улеснения достъп до специализирани услуги като банкери и счетоводители, които разбират в достатъчна дълбочина технологиите и пазарите на индустрията; доставчици и клиенти, които обменят опит; доверени консултанти, които могат да помогнат за разрешаването на конкретни проблеми и центрове за бизнес подкрепа, които могат да направят оценка на производствените методи и бизнес процедури и да дадат съвети. Някои от тези икономии се дължат единствено на мащаба на създадения пазар и възможности за работа, а не на връзките, изградени на базата на доверие или организационно членство, познати под името "социален капитал." Наблюдава се и т.нар. "просмукване" на знания, при което технологиите достигат до по-малки фирми не чрез формални пазарни взаимоотношения, а чрез обмен на служители в рамките на една база от общ специализиран и технически персонал. В клъстерите със социален капитал, знанията и иновациите се предават много

по-лесно. Често фирмите в клъстерите имат възможност да ползват съвети и скъпо оборудване, което нито една от тях поотделно не би могла да закупи самостоятелно.

Достъпът до иновации, знание и ноу-хау са много сериозни предимства. В новата икономика компаниите търсят своите главни конкурентни предимства в идеи и талант, които изискват географска близост с професионалните си колеги, критично важни доставчици, ключови клиенти, високо квалифицирана работна ръка, подпомагане научно-развойна дейност, и индустриални лидери. Индустриално-специфичното знание и ноу-хау (тактическо знание) се добиват и разпространяват от предприемчивите и иновативни компании.

Клъстери могат да се създават в резултат на различни както обществени, така и частни инициативи. Основната предпоставка е търсеното предимство от гледна точка на конкурентоспособността чрез развитие на по-систематични взаимоотношения между предприятията. Въпреки че сред съществуващите клъстери има значителни различия, могат да бъдат открити някои общи фази на развитие.

Абсолютно дефиниран път за създаване на клъстер не съществува, но всички структури трябва да имат лидерски екип, който да определя посоката, да се привличат нови членове и да се задържат старите, да се правят оценки на ситуацията и да се преценява как да се подобрява клъстерът, както и да се предвиждат действията и да се разработи стратегията.

Анализът на местната икономика е необходим за определянето на действителния и потенциалния лостов ефект (левъридж) на клъстера за местната икономика. Той е една от стъпките при определяне жизнеспособността на клъстера, както и неговата способност да се кооперира и да ползва ресурсите. Целта е да се определи до каква степен клъстерите допринасят за развитието на местната икономика. Клъстерите може да са в ранен етап от своето развитие или по-зрели и с по-голямо значение за региона.

Клъстерите, които изпълняват ролята на движеща сила, вече предоставят експортни услуги като обслужват както туристи от съседните държави, така и други чуждестранни клиенти.

Докато целите на анализа са едни и същи, подходите за изпълнение на задачата могат да са два вида. Те могат да бъдат описани като подходи „отдолу-нагоре“ и „отгоре-надолу“.

Подходът отгоре-надолу, според наличната статистика, се прилага в много държави. Регионалното съотношение определя концентрациите на икономическа активност спрямо други региони. Това, например, може да покаже, че 10% от всички фирми (или от дадена категория умения) са разположени в даден регион, 50% от фирмите в сферата на електрониката се намират в определен регион, което определя високия коефициент 5 за географско разположение, т.е. пет пъти над очакваното средно ниво.

Подходът отдолу-нагоре е свързан с индивидуални и групови обсъждания. Този подход се използва предимно за клъстери, сформиращи се в дадена пазарна ниша, която не се определя от официалните статистически данни, като производството на органични храни.

Клъстерната теория е добре приета за развитието на регионите чрез индустриално развитие. Този подход също има значение за развитието на селското стопанство, особено

когато има икономии от мащаба на пазарите за суровини и продукция. В определени случаи, като органичното земеделие, поддържането на качеството, както и намаляването на разходите за сертифициране изискват клъстерен подход. Той помага за създаването на пазари чрез подобряване както на търсенето, така и на предлагането.

В рамките на настоящия проект след обстоен анализ на състоянието на биологичното производство в област Хасково /д. 3.1.1/ има направена разработка, очертаваща проблемите и перспективите за развитие на биопродукти в областта /д. 3.1.2/. От тези документи става ясно, че **ДЕФИНИРАНИТЕ ПЕРСПЕКТИВИ ЗА БИОПРОДУКТИТЕ В ОБЛАСТ ХАСКОВО СА:**

- ☺ Налице са добри възможности за развитие на биологични продукти на територията на Област Хасково, които включват благоприятни почвено-климатични условия, натрупан опит и добри практики от страна на сертифицираните биологични оператори на територията на областта (273 биологични оператори към 2022 г. с общо 457 сертифицирани поддейности, 4 295,36 ха сертифицирана площ като биологична и в преход, произведен 4 436,58 тона биологичен продукт). Възможностите в това отношение обаче тепърва предстоят, тъй като върху по-голямата част от земеделските площи в региона все още не се практикува биологично земеделие или животновъдство.
- ☺ Профилът на земеделския производител на територията на Област Хасково може да бъде обобщен по следния начин: във възрастовата група 45 - 54 години; образован и с опит; разполагащ с разнообразни клиенти, сред които обаче липсват износителите; с разнообразна продукция, сред която плодове (череша, сливи, ябълки, праскови, дини, пъпеша, ягоди, орехи, бадеми), зеленчуци (домати, краставици, чушки, лук, чесън, моркови, зеле, картофи), зърнени и технически култури (пшеница, ечемик, слънчоглед, ръж, царевича, бобови, рапица, памук), лозя, лавандула, мед и пчелни продукти, мляко.
- ☺ Профилът на потребителя на биологични продукти на територията на Област Хасково може да бъде обобщен по следния начин: във възрастовата група 25 - 54 години, зает предимно в частния сектор, с доход предимно до 3600 лв. на месец.
- ☺ Сравнително доброто разбиране за биологичните продукти сред потребителите, регистрираното средно ниво на потребление на биологични продукти сред анкетираните (повечето потребители консумират такива продукти, но по-рядко или случайно) и сравнително устойчив потребителски интерес към биологичните продукти означава, че е налице изградено доверие към този вид специфични продукти, което е предпоставка за бъдещо потребителско търсене, особено във времето когато здравословният начин на живот добива все по-голяма популярност. За да се насърчи бъдещото потребителско търсене е необходимо да се провежда отворена политика от страна на компетентните институции към гражданите по отношение развитието на биологичните продукти с цел осигуряване на навременна и достоверна информация, която има отношение към формирането на потребителските нагласи. Важно е също така биологичните оператори да спазват добрите практики на биологичното производство и да осигуряват необходимите инструменти, посредством които всеки потребител да се информира безпрепятствено за конкретния биологичен продукт.

- ☺ Добрата ориентация на потребителите за различаване на сертифицираните биологични продукти от евентуални имитации посредством отличителните знаци на опаковките означава, че потребителите имат изградени навици как да се информират дали даден продукт е биологичен. В тази връзка от изключителна важност е да се насърчава активната позиция на гражданите в случаите, когато попаднат на имитиращи продукти, предлагани като биологични. Необходимо е да се промотира сред населението как и къде биха могли да подадат сигнал за подобен вид измами.
- ☺ Проучването показва, че хранителните биологични продукти имат изключителен превес на потребление спрямо козметичните и други био продукти. Тук е необходимо да се проведе по-задълбочено проучване дали липсва предлагане на такъв вид биологични продукти на пазара в региона и каква е нагласата към тях.
- ☺ Проучването показва устойчиви нагласи на потребителите към биологичните продукти като здравословни, качествени, с добри вкусови качества и с бъдещо потребителско търсене, но на висока цена и с недостатъчно предлагане. Тази устойчива тенденция показва наличието на пазар на тези продукти, който не е задоволен и тепърва ще се развива.
- ☺ За запазване на плодородието на почвата от страна на земеделските производители проучването регистрира малък дял на използване на популярни агротехнически мерки като обработка на почвата, сеитбообръщение и др., използване на животински тор, зелена тор и компост, както и тенденция към комбиниране на различни методи за контрол на вредителите от типа „интегрирано управление на вредителите“. Необходимо е обаче тези практики да бъдат насърчавани сред земеделските производители като екологосъобразни с цел запазване на добрите почвени характеристики и подобряване на възможностите за развитие на биологично земеделие в перспектива.
- ☺ Проучването регистрира положителна нагласа на земеделските производители да работят съвместно със свои колеги за решаването на проблеми свързани с производството и маркетинга, което те осъществяват и към момента. Това означава, че има изградени, макар и неформални, мрежи на сътрудничество. Тези мрежи са добра основа за коопериране в сектора и биха били много полезни за разработването на общи проекти за привличане на допълнителни ресурси, за разработването на становища по общи проблеми и представянето им пред компетентните институции. Добър би бил подхода към институционализиране на такъв тип мрежа в регион Хасково, която може да подпомогне фермерите в различни посоки: повишаване на капацитета за развитие на биологични продукти, предоставяне на информация и консултации за развитието на биологични продукти и достъп до експортни пазари, съдействие при привличане на допълнителни ресурси, подпомагане на активна маркетингова и промоционална дейност и пр.
- ☺ Бъдещата перспектива на работа на земеделските производители, която е регистрирана в проучването, показва че през следващите 10 години фермерите планират да продължат да се занимават със земеделска дейност и планират да разширят бизнеса.

ДЕФИНИРАНИТЕ ПРОБЛЕМИ ЗА БИОПРОДУКТИТЕ В ОБЛАСТ ХАСКОВО СА:

- ☹️ Налице е слаба разпознаваемост на биологичните продукти от страна на потребителите, включително такива на конкретни местни производители, което означава, че се прилага слаба маркетингова стратегия при налагането на тези продукти на пазара и потребителите не са достатъчно добре информирани за тях. Липсата на разпознаваеми местни марки на биологични продукти също така означава, че пазарът на биологични продукти на територията на областта е зараждащ се. Наличието на утвърдени марки създава доверие към пазара и е предпоставка за привличане на повече потребители, а недостатъчната разпознаваемост и информираност за биологичните продукти е един от основните фактори за свитото им потребление. Тук могат да се прилагат различни подходи, като например: подобряване на информационната политика от страна на компетентните органи по отношение на разпознаваемостта на биологичните продукти; подобряване на маркетинга на тези продукти от самите производители, като тук могат да се търсят и възможности за сдружаване от общ интерес, привличане на допълнителни финансови ресурси на проектен принцип, особено когато говорим за малки био производители, които не разполагат с достатъчно възможности за утвърждаване на марката си.
- ☹️ Голяма група потребители разчитат на заблуждаващи и недостоверни източници за потвърждение на това дали даден продукт е биологичен (напр. места за продажба, препоръки), което се явява проблем пред развитието на биологичните продукти с оглед на това, че в даден момент потребителят не знае какъв продукт избира и може да бъде подведен, което пък създава нагласа за отръпване от този пазар. В тази връзка актуална и навременна мярка е провеждането на информационна кампания по въпросите на биологичните продукти, насочена към населението.
- ☹️ Малък е делът на тези, които отказват да потребяват биологични продукти или това са потребителите „извън пазара“. Тези потребители изобщо не са запознати с концепцията „биологичен продукт“, следователно на този етап те не могат да бъдат причислени дори към групата на потенциалните потребители на пазара на биологични продукти. Макар и делът на тези потребители да е по-малък, необходимо е да се работи за положителния имидж на биологичните продукти сред населението.
- ☹️ Земеделските производители предпочитат да използват химически пред органични торове, както и химически пестициди пред биологични и органични методи за контрол. Те определят органичните торове и органичните методи за контрол като скъпоструващ разход, а в същото време тези торове и методи са определящи за биологичния начин на култивация. В допълнение използването на органични торове и органични методи води до оскъпяване на производството и намаляване на конкурентоспособността на произведените продукти. В тази връзка от изключителна важност за биологичното производство е неговото субсидиране и от изключителна важност е ролята на държавата за подаване на прозрачна и навременна информацията във връзка с възможностите за финансиране на биологично производство към потенциалните бенефициенти. Ролята на държавата

за развитието на биологичното производство се оценява като изключително важна от земеделските производители, което означава още, че този сектор е силно зависим от държавната подкрепа.

- ☹ Земеделските производители са на мнение, че употребата на химически препарати не се отразява неблагоприятно върху здравето на хората и животните и че без употребата на химически пестициди ще се стигне до силно заразяване с вредители, въпреки че са запознати с предлагането на органични торове и пестициди. Тази нагласа не благоприятства в положителна посока развитието на биологичните продукти, дори напротив, затруднява преминаването към биологично производство в бъдеща перспектива.
- ☹ Според земеделските производители стопанствата с биологично производство се радват на добър имидж, но местното потребление на биологични продукти е недостатъчно, поради високата цена на продуктите. Биологичното земеделие е трудоемко и същевременно с ниски добиви, според мнението на фермерите.
- ☹ Проблем за развитието на биологични продукти е непознаването и недоверието на земеделските производители към органите за контрол и сертификация на биологичните продукти, както и определянето на процеса по сертификация и инспекция, като изискващ високи разходи, което се регистрира в проучването.
- ☹ Проблем за развитието на биологични продукти представлява достъпа до информация и консултации в тази сфера и проучването регистрира, че повечето земеделски производители се затрудняват да намерят информация и съвети за биологичното производство и за достъп до експортни пазари на тези продукти. Тук следва да се отбележи, че на регионално ниво липсва официална обобщена статистика за биологичното производство, както и липсват стратегически и планови документи за биологично производство. Оскъдни са и тези документи на национално ниво. Всичко това освен че затруднява фермерите, които биха желали да се занимават с биологично производство, затруднява и процеса на формулиране на ясни, навременни и адекватни политики в тази посока.
- ☹ В резултат на проучването е налице следната тенденция: по-голямата част от земеделските производители на територията на Област Хасково определят стопанствата си като неподходящи за биологично земеделие, нямат възможност да използват органични торове, не могат да си позволят разходите за сертифициране и инспекция, не биха произвеждали биологични плодове и зеленчуци през следващите пет години.

По дейност 4.1.1. от Проект EU2BIO има разработена обща стратегия за развитието на биологичното производство за област Хасково. В този документ формулираната Визия за областта е: „Област Хасково – водещо място за устойчиво био производство в България“. В работата на институции, организации и частни субекти би трябвало да бъде заложено : Да се работи за това регионът да стане водещият доставчик на органични продукти в България, както и иновативен и конкурентен притегателен център за органично производство със своите дадености в тази насока. Мащабируеми и възпроизводими практики, силна производствена и маркетингова инфраструктура и подобряване на сътрудничеството между участниците трябва да се възприемат като ключови елементи за

постигане на заявената цел. Мащабирането позволява адаптиране на успешни проекти към по-широки и различни групи и получаване на резултати с добавена стойност чрез прилагане на получените методи според динамиката на целевата група и по този начин може да се използва като уважаван инструмент за устойчивост.

2. Препоръки и предложения за оптимизиране на процеса по сдружаване

Предложението за клъстерен проект за биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в настоящата разработка е проектиран като **клъстерен модел за регионално развитие**. Целта е да повиши конкурентоспособността на регион Хасково и да разкрие стратегиите и секторите, които ще увеличат стойността на марката на региона. Възможно е да се види характеристиката на „сътрудничеството между множество заинтересовани страни“ на клъстерния подход при проектирането, детайлизирането и процесите на изпълнение.

Като цяло разработката има за цел да допринесе за укрепване на стойността на продуктите от биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково и повишаване на националната и международната конкурентоспособност.

Специфичната цел е: Принос за повишаване на конкурентоспособността и ефективността на биологичното земеделие и за подобряване на устойчивото и пазарно ориентирано междурегионално и/или вътрешнорегионално търговско сътрудничество между участниците (съюзи на производители, преработватели, търговци на дребно и др.).

В резултат на процеса на участие на множество заинтересовани страни, трябва да бъдат организирани работни срещи и срещи на фокус групи във всяка от 11-те общини, с приноса и участието на съответните институции и организации. Като се използват резултатите от проучванията направени в рамките на Проект EU 2 2BIO, да се проведат интервюта с институции, организации и лица от региона и с национални и международни институции и организации и лица извън региона, които имат пряко или косвено отношение към сектора на биологичното производство. Текущата информация да бъде оценена с цел да се определят най-подходящите продукти от гледна точка на биологично производство при даденостите на региона. Чрез изпълнението на пилотни проекти в региона да бъде създаден пилотен проектен пул по отношение както на сътрудничеството, така и на групирането.

В програмите на Европейския съюз за развитие на селските райони „клъстерирането“ се появява като групиране на независими предприятия, институции, произвеждащи информация, изследователски центрове, органи за вземане на решения и консултанти. Клъстерната структура, образувана от такива групи, насърчава икономически и иновативни дейности, подобрява обмена на информация, повишава ефективната комуникация и взаимодействие между участниците и поставя отправната точка на програми и проекти, които насърчават клъстеризиране, основано на знания и технологии, и регионална

специализация, в рамките на три основни области на политиката, които са регионалното развитие, науката и технологиите и индустриалните политики¹.

В региона като Хасково е възможно социално-икономическо, екологично и културно развитие с укрепване на местните играчи. Колебанията на пазарите, променящите се очаквания на потребителите, повишаващите се стандарти за качество и необходимостта от устойчиво използване на ресурсите, която нараства с въздействието на изменението на климата, би трябвало да накарат местните власти и производителите да разработят общи ефективни инструменти, за да повишат конкурентоспособността и капацитета за иновации на днешното земеделие. Клъстерът, който обединява фермери, селскостопанска индустрия, научни институции и институции за управление в селските райони, би могло да се счита за ефективен модел в това отношение.

Клъстерирането се подобрява в областта на селското стопанство и храните заедно със стратегиите за веригата на стойността. Като примери може да се дадат Германия, Италия и Испания, където клъстерирането се използва заедно със стратегии за подобряване на способността за достъп до веригите за създаване на стойност, за да се подобри конкурентоспособността на производителите на пресни зеленчуци². Взаимодействието между всички участници във веригата на селскостопанската стойност и подкрепящите институции във веригата за доставки играе ефективна роля в разпространението на иновациите, повишаването на конкурентоспособността в селскостопанския сектор и ефективното насочване на публичната подкрепа.

През последните години се наблюдава, че селскостопанските и хранителни клъстери са най-значимият фактор на икономическите дейности в селските райони. Клъстерирането насърчава местното производство и въздействието на ускоряването, което създава, се усеща в различни области на икономиката. Селскостопански и хранителни клъстери се разглеждат като нови образувания, където институционалните посредници са избледнели от сцената и производителите и потребителите се събират³. Освен това в този момент местните продукти придобиват стойност.

Клъстерирането в селските райони, ориентирано към селското стопанство и храните, осигурява икономическо подобрение на фермерите и също така допринася за растежа на местните предприятия, появата на нови възможности за заетост и инвестиции и растежа на регионалната икономика както по отношение на дохода на глава от населението, така и по отношение на увеличаване на търговския обем.

Селскостопанските клъстери са географски определени селскостопански производствени райони с уникални културни и природни ресурси, с каквито определено разполага област Хасково.

Политиката на ЕС за развитие на селските райони предвижда развитието на организации по хранителната верига, които да обхващат преработката и маркетинга на селскостопански

¹ OECD. (2007) Regional Innovation Reviews Competitive Regional Cluster: National Policy Approaches. ISBN-92-64- 031839-X

² Riedel B., Bokelmann W., Canavari M. Combining cluster and value chain approaches to analyze the competitiveness of fresh vegetables producers: case studies in Germany, Italy and Spain.

³ <https://geographyfieldwork.com/AgribusinessCluster.htm>

продукти. В развитието на селските райони са включени проекти, които създават добавена стойност за селскостопански продукти и местни пазари⁴. Местното селско стопанство и производството на храни и местната кухня са във фокуса на местните културни клъстери. Франция и Италия се определят като традиционни гурме страни. В този контекст „Slow Food Movement“, наблюдавано в Италия, може да се разглежда като движение за развитие на селските райони, което съчетава местното производство с кулинарната култура⁵. В Италия и Франция селските хранителни клъстери са съчетани с регионални географски и културни характеристики и представят селскостопанската продукция като историческа и културна ценност. Хранителните клъстери осигуряват нови клиенти на местните пазари, както и повишават осведомеността за местната идентичност и повишават националното и международно признание за местните селскостопански продукти.

ПОЛЗИТЕ ОТ КЛЪСТЕРИРАНЕТО СА:

Увеличава производителността района, чрез улесняване на достъпа на земеделските стопани и други участници във веригата до основни и специфични суровини, до информация и обществени услуги;

Увеличава и ускорява иновациите в селскостопанския сектор чрез съвместни изследвания, засилен достъп до информация и повишена конкурентоспособност;

В резултат на конкурентоспособността в клъстерите се появяват нови предприятия и чрез увеличаване на търсенето на произвежданите услуги и привличане на нови инвеститори се появяват динамични бизнес области и се генерира заетост

Имат по-добър и по-ефективен достъп до инфраструктура, капитал, финансови продукти, технологии, човешки ресурси и други важни ресурси в селските райони;

Значително намалява разходите за вложени ресурси и услуги за доставка чрез предимствата на икономии като географска близост, съвместен маркетинг и масово закупуване. Това е много важно от гледна точка на намаляване на разходите, произтичащи от разпръснати дейности в широкомащабни области като селскостопанския сектор;

Осигурява на членовете си достъп до усъвършенствана информация за нови технологии, нововъзникващи пазари и развитие на вложените ресурси и веригата за доставки.

Когато клъстерите станат конкурентоспособни и ефективни в своята област на производство, те формират зона на привличане за местни и чуждестранни инвеститори. В този случай се увеличава стойността на клъстера и допринася за растежа на клъстера чрез увеличаване на инвестиционния капацитет;

Селскостопанските предприятия в активен клъстер постигат бърз успех по отношение на разпознаваемостта и познаването на марката на пазарите.

⁴ European Network for Rural Development (2016). Smart and Competitive Food and Drink Supply Chains. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

⁵ Regional foods and rural development: the role of product qualification. Journal of Rural Studies

СЪЗДАВАНЕ НА БИО КЛЪСТЕР В ОБЛАСТ ХАСКОВО

Био клъстер в област Хасково се основава с цел:

- защита на общите интереси на членовете чрез събиране на физически и юридически лица, работещи в биологичното земеделие;
- развиване на сътрудничество между тях;
- организиране на проучвания за формиране и укрепване на клъстери чрез подпомагане на проучвания като нужди от суровини, вложени материали, доставка на машини и оборудване, логистика, маркетинг, промоция, обучение, научноизследователска и развойна дейност, използване на финансови средства, сътрудничество с местни и национални мрежи и др.;
- принос за опазването на общественото здраве и околната среда и за устойчивото развитие чрез проучвания, насърчаващи и разпространяващи производството, потреблението и използването на органични продукти.

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ

Когато се прегледат практиките, които сравняват клъстерите и управлението на клъстерите по отношение на институционализирането на клъстерите, може да се направят следните изводи:

- Получаването на правен статут е предпоставка за институционализирането и успеха на клъстерите.
- Институционализацията и финансовата устойчивост на клъстерите вървят ръка за ръка и са елементите, които се подкрепят взаимно.

УПРАВЛЕНИЕ

Управленската структура за планиране, изпълнение и координиране на дейностите, следва да включва представители на публичния сектор, частния сектор, академии и неправителствени организации.

- Управителен комитет за създаване на клъстера – общо събрание
- Изпълнителен съвет
- Координатор
- Работни групи

След като се вземат основни решения и се определи моделът на управление и работа следва да се премине през следните етапи:

- Идентифициране на социална и икономическа цел и анализ на географски, екологични и социални/културни граници за работа.
- Идентифициране на подходящи поддържащи фактори и области, които да се използват.
- Анализ/определяне на подходящите варианти за постигане на икономия от дейността.

- Анализ и демонстрация на приложимостта на модела извън региона на Хасково и търсенето, което ще създаде.
- Идентифициране и развитие на институционалния, организационния и политически контекст.
- Идентифициране на заинтересовани страни и партньори, които могат да осигурят подкрепа в различни етапи от изпълнение.
- Проучвания за установяване на сътрудничество с потенциални заинтересовани страни и установяване на сътрудничество. Включване в сътрудничество на различни групи като бизнес и неправителствени организации.
- Разработване на инструменти за повишаване на осведомеността, като информационни кампании, програми за обучение, за справяне с необходимостта и ползите от био производството.
- Идентифициране на инструменти, подходящи за подпомагане на клъстера.
- Създаване на мониторингова група за наблюдение на изпълнението.

На фигурата по-долу е представен пътят за създаване на работеща клъстерна организация в областта на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково:

Създаване на партньорска структура
Институционализация
Управление
Застъпничество
Мониторинг, Оценяване, Учене

Изработване на механизми за финансова подкрепа
Сътрудничество
Изграждане на капацитет

Бизнес проучване
Развитие на бизнеса
Промоция, маркетинг и брандиране
Иновация

Заобикаляща среда
Устойчивост
Взаимодействие с други бизнес сфери

СЪЗДАВАНЕ НА ПАРТНЬОРСКА СТРУКТУРА

Основните фактори при създаване на структура на партньорство, в съответствие с натрупания опит и събрана информация, могат да бъдат обобщени, както следва:

- Да се изработи проект на организация с партньорска структура, като се поканят и международни партньори;

- Да се идентифицират подходящи партньори,
- Да се осигури най-подходящия начин на финансиране, напр. международно/национално/съфинансиране и да се реализират партньорства, подходящи за проекта;
- Да се установят различни партньорства, които ще създадат висока добавена стойност със своите дейности

Институционализация

Основните фактори по отношение на институционализацията, в съответствие с натрупания опит и събрана информация, могат да бъдат обобщени, както следва:

- Да се създаде партньорство, насочено към сътрудничество между публичен университет, био производство и свързаните с него дейности и НПО;
- Да се определят основните норми на управление на организацията (като култура на сътрудничество, отчетност, прозрачност, споделяне на ползите) и съответно да се конфигурира институционализацията;
- Да се идентифицира институционалното развитие, ролите, правомощията и отговорностите сред заинтересованите страни по време на институционализирането на клъстера;
- Да се определи икономическата, социалната и правната структура на клъстера;
- Да се създадат хоризонтални и многоизмерни комуникационни канали, за да се осигури ефективно използване и развитие на такива канали за устойчиво споделяне, генериране и разпространение на информация.

УПРАВЛЕНИЕ

Основните фактори при управление на клъстера, в съответствие с натрупания опит и събрана информация, могат да бъдат обобщени, както следва:

- Създаване на условия за съвместен живот, сътрудничество и иновативна проектна култура, като институции с различни екосистеми и модели на управление, във връзка с прогнозирания модел на клъстер в областта на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите в област Хасково;
- Събиране на обратна връзка от участниците чрез действия за планиране, изпълнение и координиране на проектните дейности и осигуряване на информационен поток, подпомагащ управлението;
- Създаване на Управителен комитет, Изпълнителен комитет и работни групи за клъстериране и гарантиране на справедливо и открито управление, с активното участие на заинтересованите страни от сферата на био производството;
- Активна роля от страна на Местните власти и агенциите за развитие при формирането на земеделски клъстер, фокусирани върху развитието на селските райони;
- Да се създаде юридическо лице, което да продължи реализацията на проекти и да се реализират нови проекти в съответствие с придобития опит

Застъпничество

Основните фактори при дейността по застъпничество, в съответствие с натрупания опит и събрана информация, могат да бъдат обобщени, както следва:

- Да се идентифицират инструменти за обратна връзка за вземащите решения и създателите на политики;
- Да се осигури ефективна и устойчива комуникация и информационен поток с лицата, вземащи решения на местно, регионални и национално ниво по отношение на биологичното земеделие, животновъдството и аквакултурите;
- Да се подобрят уменията за застъпничество и лобиране в съответствие с целите за развитие на био район Хасково, чрез идентифициране на методите като стратегически доклади, срещи за предоставяне на обратна връзка, комисии и семинари;

Мониторинг, Оценяване, Учене

Основните фактори при дейностите по Мониторинг, Оценяване, Учене, в съответствие с натрупания опит и събрана информация, могат да бъдат обобщени, както следва:

- Анализирание и докладване на целите и очакваните въздействия чрез предварителна оценка;
- Реализиране на инструменти за мониторинг, като генериране на информация, споделяне на информация, докладване, запис, срещи и механизми за обратна връзка;
- Проучване за оценка на резултатите,
- Анализ по теми като сравнителни очаквания, действителни резултати, разходи, цели и т.н.
- Изработване на инструменти за генериране на информация и платформи за оценка (отчитане, среща, уеб страница и др.);
- Проектиране на отворени и ефективни канали за комуникация, обучение и споделяне за всички заинтересовани страни в учебния процес,
- Гарантиране, че инструментите за обучение, пакетите за обучение, споделянето на най-добър опит са отворени за всички заинтересовани страни и представени по устойчив начин.

ИЗРАБОТВАНЕ НА МЕХАНИЗМИ ЗА ФИНАНSOVA ПОДКРЕПА

- Сътрудничество с всички заинтересовани страни, национални и международни фондове и институции, местни институции и агенции за развитие, за ресурсите за финансиране;
- Създаване на информационно базирана инфраструктура за финансиране чрез информационни доклади и дейности за вземащите решения и създателите на политики;
- Създаване на среда за обмен на информация, мотивация и сътрудничество между институциите за съфинансиране;
- Включване на организации с печалба и институции и предприятия с нестопанска цел;

- Осигуряване на необходимата техническа поддръжка при кандидатстване и писане на проекти

СЪТРУДНИЧЕСТВО

- Развиване на сътрудничество и култура за съвместни проекти между различни заинтересовани страни;
- Проучване и разработване на модели на сътрудничество;
- Поддържане на комуникационни и информационни канали отворени за всички заинтересовани страни и създаване на платформи за възможности за сътрудничество;
- Осигуряване на сътрудничеството, фокусирано върху клъстери, с регионално, национално и международно значение;
- Развиване на хоризонтални и допълващи се възможности за сътрудничество между клъстери и сектори;
- Създаване на среда за сътрудничество в региона и клъстера чрез споделяне на опит и постижения по различни проекти

ИЗГРАЖДАНЕ НА КАПАЦИТЕТ

- Да направи дефиниция за изграждане на институционален капацитет за клъстера, да определи процеса и целите;
- Да се определят ролите и отговорностите на институциите в рамките на клъстера и да се идентифицират необходимите теми за изграждане на капацитет като лидерство и управление на информацията;
- Да подготви материали за изграждане на капацитет, обучения техническа поддръжка;
- Да се бюджетира участие в панаири и вътрешни/чуждестранни технически пътувания, което позволява секторни взаимодействия;
- Осигуряване на условия за споделяне и управление на информация за изграждане на капацитет,
- Осигуряване на обучение в рамките на нуждите от изграждане на капацитет на заинтересованите страни и институции;
- Насърчаване на ефективната комуникация за изграждане на капацитет за устойчиво въздействие;
- Повишаване на възможностите за изграждане на капацитет на партньорите в клъстера по темите на отчетността и доверието.

БИЗНЕС ПРОУЧВАНЕ

- Добавяне на разходите за технологична инфраструктура за дейности по бизнес проучвания в бюджета на клъстера;
- Разработване на платформа за обмен на информация и обучения, за да могат приложенията за бизнес проучвания да бъдат приети като приоритет в клъстера и да бъдат реализирани,

- Споделяне на резултатите от бизнес проучвания и успешни практики със заинтересованите страни;
- Включване на методите за бизнес проучванията, фокусирани върху данни в управлението и механизмите за вземане на стратегически решения,
- Възприемане на динамиката на икономическия растеж, фокусиран върху данните, чрез клъстера.

РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА

- Създаване на карта на био бизнеса в региона и идентифициране на всички съответни заинтересовани страни,
- Подобряване на конкурентоспособността на микро- и малките селскостопански био предприятия с иновативни бизнес модели и приобщаващ подход и развиване на техните способности за достъп до пазара,
- Създаване на канали за подпомагане на сътрудничеството и комуникацията

ПРОМОЦИЯ, МАРКЕТИНГ И БРАНДИРАНЕ

- Изготвяне на стратегии за промоция, маркетинг и брендиране, като се вземат предвид местните динамики, въз основа на опита и практиките на пилотни проекти;
- Идентифициране на ролите, отговорностите, приноса и очакванията на всички заинтересовани страни в промоцията, маркетинга и брендирането, включително корпоративния представител на клъстера;
- Разработване на подход, интелектуална инфраструктура и дискурс за производството и марките на региона във връзка с културния произход на региона и гарантиране, че тези концепции са устойчиви и приложими по време на целия процес на промоция, маркетинг и брендинг;
- Подготовка на рекламни материали;
- Организиране на дейности като заснемане на документални филми, симпозиуми, срещи за успешни истории, които да се използват в промоцията;
- Чрез форуми, осигуряващи приноса и участието на всички заинтересовани страни (местни, регионални, национални и международни) за промоция, маркетинг и брендиране;
- Създаване на регионални марки, идентифициране и регистрация на марки;
- Прилагане на географски знаци за регионални продукти;
- Подготовка и реализация на платформи за промоция, маркетинг и брендиране (хартиени и меки копия);
- Провеждане на пазарни проучвания за отваряне към нови пазари, включително стратегиите и инструментите за електронна и електронна търговия в рамките на бюджета на проекта;
- Провеждане на проучвания за конкурентно разузнаване за нови пазари и конкуренти;
- Бюджетиране на обучение и консултантски услуги за промоция, маркетинг и брендиране в проекта, подобряване на уменията и способностите на заинтересованите страни в клъстера на местно ниво;

- Разработване на местни, регионални, национални и международни маркетингови стратегии и организиране на събития, панаири, изложби и т.н. в рамките на културната идентичност на местния пазар;
- Осигуряване на участие в регионални, национални и международни панаири и срещи;
- Изготвяне на каталози за продукти, фирми и дейности

Иновация

- Определяне на иновационната стратегия на клъстера, идентифициране на дейности и резултати, които са подходящи за целевата иновация (продукт, процес, маркетинг и т.н.);
- Въз основа на опит от пилотен проект, финансиране на учебни дейности като обучение и консултации, които ще повишат иновационния капацитет на компаниите и местните заинтересовани страни в клъстера в рамките на бюджета на проекта;
- Внедряване на бизнес модели за иновации в проекти и споделяне на най-добър опит в тази рамка;
- Подпомагане на предприемачеството и иновативни бизнес идеи,
- Подпомагане на използването на иновативни технологии,
- Адаптиране и прилагане на практики за социални иновации според регионалните приоритети и нужди,
- Мониторинг и докладване на иновационните процеси и включване на заглавията на иновацията в дейностите по устойчивост.

Заобикаляща среда

- Извършване на анализ на въздействието върху околната среда на клъстера като организация,
- Включване на модел на селскостопанско производство, който защитава околната среда и се основава на ефективно и ефикасно използване на ресурсите, във всички проекти за земеделски клъстери, ориентирани към развитието на селските райони,
- Изготвяне на краткосрочни, средносрочни и дългосрочни прогнози за екологичните ефекти на работата на клъстера върху околната среда, Включително прогнози за изменението на климата,
- Добавяне на иновативни технологии и методи в клъстера и участниците в него с екологичен фокус,
- Повишаване на осведомеността по проблемите на околната среда, създаване на знания за опазване на околната среда, предаване на знания и опит,
- Структуриране на ориентирани към околната среда комуникационни канали и платформи за много заинтересовани страни, осигуряване на сътрудничество между заинтересованите страни и осигуряване на устойчивост на мерките и методите, прилагани за околната среда.

Устойчивост

- Определяне на стратегията за устойчивост на проекта,

- Извършване на анализи на устойчивостта по отношение на околна среда, финанси, институционализация, бизнес развитие, научноизследователска и развойна дейност и иновации,
- Адаптиране на решенията и методите за устойчивост в рамките на възникнали проблеми и обратна връзка, получена по време на проекта.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДРУГИ БИЗНЕС СФЕРИ

- Извършване на анализ на биологичното производство като област, в която клъстерът работи,
- Провеждане на анализ на въздействието на клъстера на база политика,
- В етапа на мащабиране, идентифициране на възможностите за съфинансиране, ново сътрудничество и съвместни проекти с организации в други сфери

Превръщането на хранителните системи в устойчиви за нарастващото глобално население е императив и това е технологично възможно чрез сътрудничество и иновации. Тази промяна на парадигмата включва фундаментално преразглеждане на производството и потреблението и изисква глобален подход, обединяващ широк кръг от организации и ключови заинтересовани.

Целта на предлагания в тази разработка клъстер е чрез сътрудничество и иновации, чрез разработване и прилагане на съвместна стратегия за развитие, да улесни достъпа до пазари за МСП и засили способността на участниците да се адаптират към предизвикателствата, свързани с устойчивостта на храните.