

**Българо-полска научна конференция „Селското стопанство и селските райони на България и Полша в ОСП през 2014-2020 и след 2020”
12-13 септември 2017**

Бизнес процеси в българското аграрно предприятие – класически или модерни?

Ангел Саров Иван Боевски



ИНСТИТУТ ПО АГРАРНА ИКОНОМИКА
СЪЗДАДЕН ПРЕЗ 1935

СЕЛСКОСТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

СЪДЪРЖАНИЕ

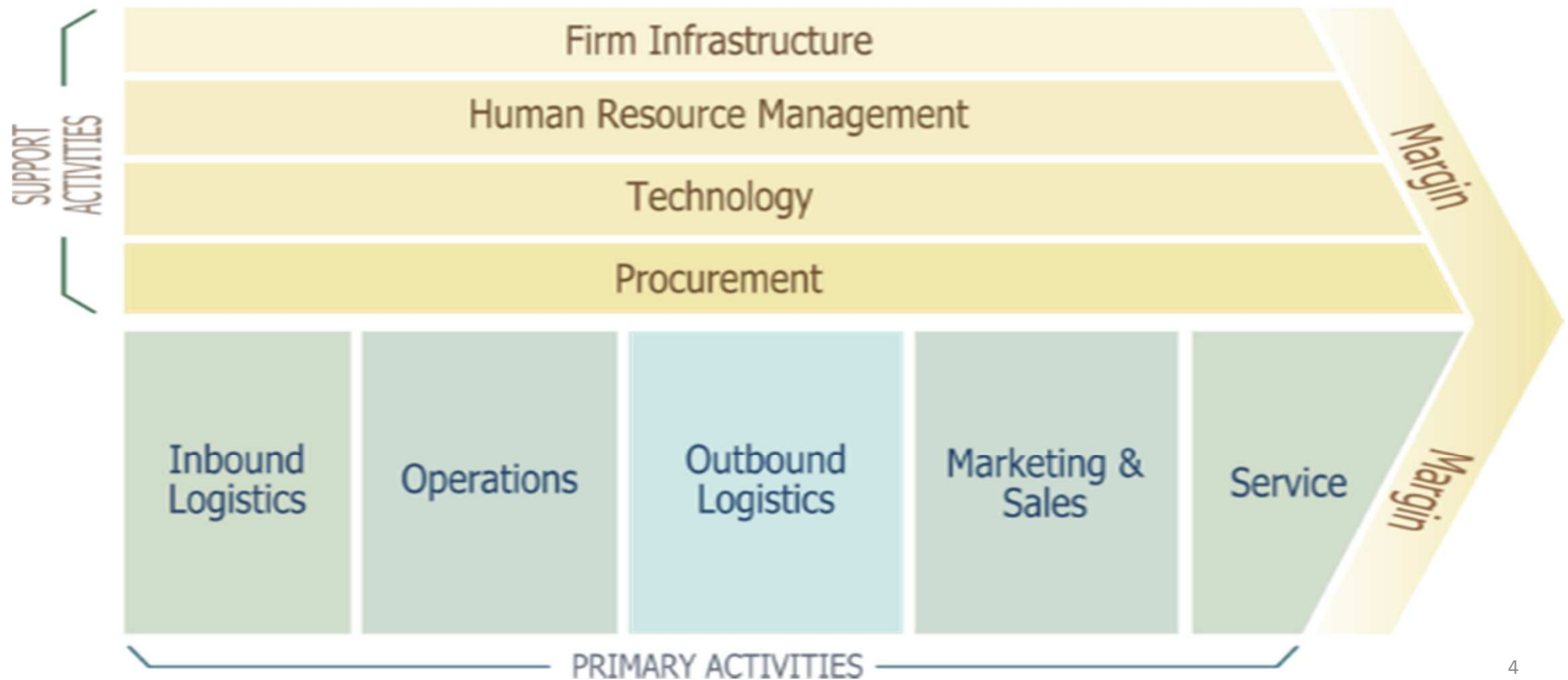
- Бизнес процеси
- Теоретичен модел
 - Класически
 - Модерни
- Казус



Бизнес процеси?

- Съвкупност от организационно свързани дейности
- Целта е да предоставят продукт или услуга на клиента
- Входящи канали на суровини или ресурси, производство и изходящ краен продукт (или услуга)
- Усъвършенстване, трансформиране и адаптиране към променящата се околна среда

Porter Value Chain, 1985 (Процесен подход)



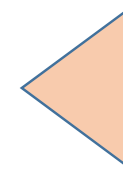
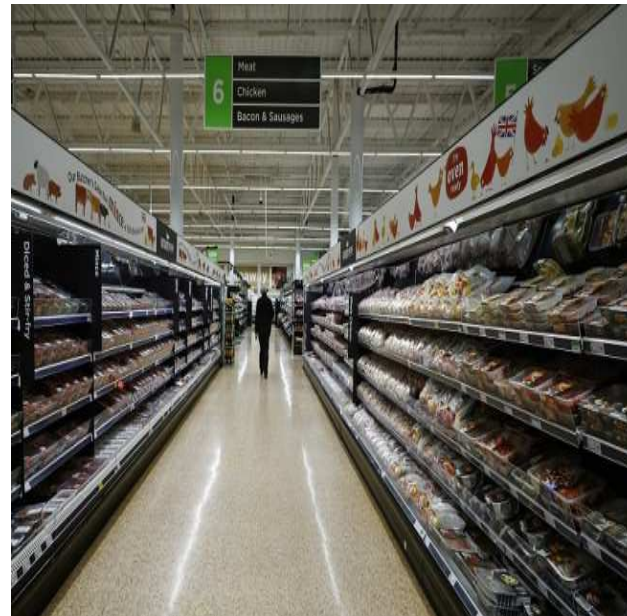
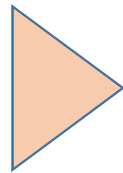
Управление на бизнес процеси в аграрното предприятие - класически модел (Процесен подход)



Източник: Доразвита по Станимирова, М., кол. (2013, стр.46)

Преход към Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 1

Класически маркетинг



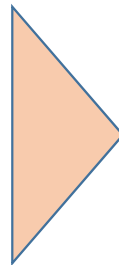
Модерен маркетинг



Преход към Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 2

Класически маркетинг

- цена и качество
- вертикална интеграция



Модерен маркетинг

- ползи за (на) клиента
- сътрудничество

Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 1

- *Ядрови процеси*
- *Допълващи процеси*

„Да правим онова, което можем най-добре, а останалото да се прехвърли на външни подизпълнители.“

Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 2

- **Стратегически алианси**
- **CRM**
- **Аутсорсинг**
- **Сливане**
- **Придобиване**
- **Съвместно предприятие**
- **Други**

Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 3

Какви са ползите?

- Подобряване на продуктовото портфолио (био продукти, диетични храни, технологии)
- Достъп до нови технологии, продукти, ноу-хау, навлизане на нови пазари
- Гъвкавост, адаптивност, устойчивост
- Увеличаване на продажбите

Модерен подход в управлението на бизнес процесите в аграрните предприятия - 4

Какви са ползите?

- Персонализиран маркетинг - засилва лоялността на потребителите
- Планиране на потребителското потребление
- Концепция за споделената стойност

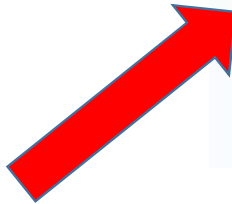
КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 1



КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 2



до 1993 г.



след 1997 г.



ЗА НАС

СВС 98 ЕООД

СВС 98 ЕООД е фирма с 15 годишен опит на пазара на пилешки продукти в България, последните 10 години от които в ролята на пазарен лидер, иноватор и специалист в производството, дистрибуцията и търговията с висококачествени пилешки продукти.

СВС 98 ЕООД е първата компания в България, която през 1993г. въведе новия тип опаковки познати като "тарелка", използвани днес от всички производители и преработватели.

СВС 98 ЕООД е първата компания в България, която през 1997г. разработи, въведе и наложи на българския пазар прясно охладените пилешки продукти, непознати до този момент на търговците и потребителите в страната.



„Пилето РОСО” - търговската марка на „СВС 98” ЕООД

КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 3



2007 г. в България



Породата е създадена 1990 г.

КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 4

Съвместно предприятие - стратегическо партньорство

- Според информация в Търговския регистър през 2008 г. е регистрирано **съвместно френско-българско дружество** (предприятие) ДЮК РОСО БАЛКАНИ (ДРБ – АД) с предмет на дейност производство, преработка и търговия на територията на България с марката Дис на продукти, произведени от птиче месо. Акционери в ДРБ са Дис – Франция, с 51%, "СВС-98" с 33% дял, а по 4% притежават 2-ма френски и 2-ма български граждани

КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 5

Аутсорсинг



Селекция във фермите на DUC Франция – хибрид между бройлер и фермерско пиле (домашна кокошка)



Стада – отглеждане в България според френското ноу-хау



Хранене 100% растителна – специална рецепта,
- 50% царевица,
- без антибиотици
- без животински хормони



Угояване до 56 дни-
Месото е зряло

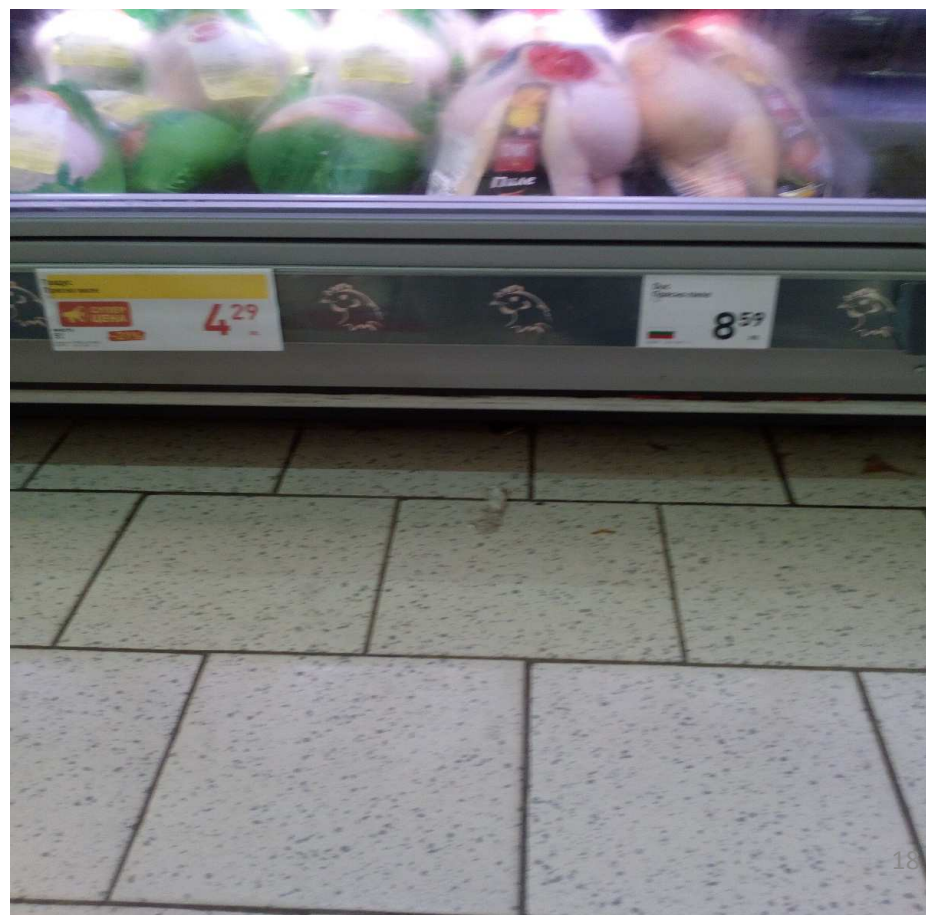
Гледа се според изисквания за био производство – по 15 пилета на кв.м.
(При бройлерите – по 20 пилета на кв.м)

КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 6



- Охладеното пиле DUC е с жълт цвят. Този цвят е белег на породата и се получава от по-богатото отлагане на каротин (провитамин А), а не от натрупването на мазнини
- Силно устойчиво на стрес и на заболявания

КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ 7



КАЗУС ОТ БЪЛГАРСКО АГРАРНО ПРЕДПРИЯТИЕ - 8

10 на производителите на продукти на пилешко месо за 201

Производител	3 ноември 2017		11 ноември 2017 (курс БГЛ)	
	Производство	Постройки	Производство	Постройки
МАКО FOOD	46 004 568	46 289 369	138 148	16 09
ЧДМС-1 ООД	23 077 000	14 139 858	40 630	88
НС-98 FOOD	4 672 437	4 697 167	16 531	82
ИМЕЛ FOODS FOOD	3 759 356	3 236 280	14 381	13 29
МАКСИ ЧИКОН FOOD	3 433 581	2 440 955	12 717	7 17
ФУМА FOODS АД	41 315	39 501	10 039	10 03
ЖИВЕЕ FOOD	3 161 655	2 904 909	8 053	1 18
ПАРД ООД	2 335 543	2 206 437	6 853	

КАПИТАЛ

БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО