

# НАЦИОНАЛНО И ГЛОБАЛНО ЗНАЧЕНИЕ НА АГРОБИЗНЕСА

Радка Ненова  
Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

## NATIONAL AND GLOBAL IMPORTANCE OF AGRIBUSINESS

Radka Nenova  
Dimitar A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov

DOI: <https://doi.org/10.36997/ARA2021.67>

### Резюме

*Разрешаването на проблема с продоволствената сигурност на населението е предизвикателство на национално и глобално равнище. Основна движеща сила, в това начинание, е агробизнесът. Целта на разработката е да се определи националното и глобалното значение на агробизнеса. За постигането ѝ са формулирани следните задачи: кратка характеристика на водещите агробизнес компании в България и в света; разглеждане на възможностите за различни типове асоцииране при по-малките компании; сравнения на мащаба и ориентацията на агробизнес компаниите в България и в света. На база проучване на съществуващи класации за агробизнес компании, е направено заключението, че в България функционират малки, средни и големи успешни компании, като сред най-динамичните попадат предимно компании от зърнения сектор. В света, водещите агробизнес компании са европейски, а голяма част от тях са насочени към устойчиво развитие, изхранване на населението и намаляване на вредните въздействия върху климата.*

**Ключови думи:** агробизнес; агробизнес компании; асоцииране; значение на агробизнеса  
**JEL Класификация:** O13

### Abstract

*Solving the problem of food security of the population is a challenge at national and global level. The main driving force in this initiative is agribusiness. The aim of the paper is to determine the national and global importance of agribusiness. To achieve it, the following tasks are formulated: a brief description of the leading agribusiness companies in Bulgaria and in the world; considering the possibilities for different types of associations in smaller companies; comparisons of the scale and orientation of agribusiness companies in Bulgaria and in the world. Based on a study of existing rankings for agribusiness companies, it was concluded that in Bulgaria there are small, medium and large successful companies. The most dynamic of them are mainly companies in the grain sector. The world's leading agribusiness companies are mainly European, and many of them are focused on sustainable development, feeding the population and reducing the harmful effects on the climate.*

**Keywords:** agribusiness; agribusiness companies; association; importance of agribusiness  
**JEL Classification:** O13

## **Въведение**

Премахването на глада в световен мащаб е проблем, който изисква целенасочени глобални, но и локални действия. Тази инициатива няма как да се осъществи без устойчиво функционираща верига на агробизнеса, осигуряваща трансформация на природните и други ресурси в суровини и крайни продукти и транспортираща ги до точките за потребление. В унисон с актуалността на темата, целта на разработката е да се определи националното и глобалното значение на агробизнеса. За постигането ѝ са формулирани следните задачи:

- 1) кратка характеристика на водещите агробизнес компании в България и в света;
- 2) разглеждане на възможностите за различни типове асоцииране при по-малките компании от агробизнеса;
- 3) сравнения на мащаба и ориентацията на агробизнес компаниите в България и в света.

## **Агробизнесът в България**

За да се определи *значимостта на агробизнеса на национално ниво* следва да се използват официални статистически данни за основни икономически показатели. По правило в такива случаи се използват: брой заети и Брутна добавена стойност (БДС). Трите основни сектора на българската икономика са: „Аграрен“, „Услуги“ и „Индустрия“. „Аграрният сектор“ обхваща: селско стопанство, горско стопанство и рибовъдство. Следователно наличната статистическа информация за аграрния сектор не е достатъчна за настоящото изясняване на значението на агробизнеса, поради факта, че в агробизнеса се включват и други сектори и отрасли. Не е ясно обаче каква част от БДС, формирана от услугите и индустрията, се пада на агробизнеса. От тази позиция много трудно може да се изчисли реалната величина на БДС, създадена от агробизнеса и съответният брой заети в него. Някои автори (Петров, 2019, стр. 238), при разкриване ролята на аграрния сектор в системата на българската икономика, използват като основен икономически показател – брутната продукция.

В Аграрния доклад 2020 г. (МЗХГ, 2020, стр. 11-13) се посочва, че Брутната добавена стойност (БДС), създадена в България през 2019 г., е в размер на 103 383 млн. лв. по текущи цени. БДС от „Аграрния сектор“ възлиза на 3 876 млн. лв. по текущи цени, или относителният ѝ дял от общата за страната БДС, е 3,8%. В периода 2015 – 2019 г. относителният дял на „Аграрния сектор“ във формирането на БДС на България не се променя значително. През 2019 г., 71,2% от общата БДС се падат на сектор „Услуги“, а

останалите 25% – на сектор „Индустрия“. Броят на заетите лица в селското, горското и рибното стопанство през 2019 г. нараства с 3,2%, спрямо преходната година. Относителният дял на заетите в сектора, от общия брой заети по икономически дейности в България, е около 6,6%.

При анализа на посочените данни трябва да се вземе под внимание и факта, че добавената стойност е най-ниска в първата част на веригата на агробизнеса – при селскостопанското производство. Следователно величината на БДС от аграрния сектор очаквано не е много висока.

Друг подход за отчитане на ролята на агробизнеса е да се отправи поглед към неговите типични представители. В началото на 2020 г. е публикувана класацията „Най-динамичните селскостопански компании“ (Тодоров, 2020) (вж. Таблица 1).

От таблицата се вижда, че на първо място в нея е „Норд табак“ с положително изменение в размера на приходите от 400% за една година. Това е компания от гр. Шумен, чиято дейност е преработка и търговия с тютюн. На второто място се нарежда „Търговска компания“, която притежава зърнохранилище и търгува със зърно. Тя е част от „Амета холдинг“ – един от най-големите производители на пилешко месо в България. На трето място е „Доян агро“, единственият представител в класацията, с предмет на дейност овощарство (отглеждане на ябълки и сливи).

**Таблица 1**

**Най-динамичните селскостопански компании през 2018 г.**

**К | ТОП20 В СЕКТОРА**

№	Име на компания	Регион	Изменение 2018/2017 %	Приходи 2017 (хил. лв.)	Приходи 2018 (хил. лв.)	Печалба 2018 (хил. лв.)	Персонал 2017	Персонал 2018
1	НОРД ТАБАК	Китанчево	399.40	2 988	14 922	3 153	22	26
2	ТЪРГОВСКА КОМПАНИЯ	Ресен	179.46	2 196	6 137	300	5	11
3	ДОЯН АГРО	Първомай	168.93	2 520	6 777	726	38	36
4	ХОУМ ФУУД	Драгушиново	110.73	1 854	3 907	370	15	19
5	ДИЧИЯ	Русе	91.29	2 550	4 878	1 138	10	20
6	ЯСМИН 96 РР	Стара Загора	82.58	27 606	50 404	535	14	16
7	СИЛВЪРСАН БЪЛГАРИЯ	Хасково	76.00	20 538	36 146	1 640	15	15
8	СЪНОЙЛ	Суворово	64.26	22 582	37 094	46	13	13
9	АГРО ЛОВИКО	Горна Росица	60.29	4 550	7 293	298	51	50
10	АГРО МЕЛ 2011	Симитли	57.16	36 545	57 433	734	27	37
11	ДИВЕС ПЛЮС	Блъсково	53.10	3 245	4 968	775	27	25
12	ГРЕЙНСТОР ТРЕЙДИНГ	Костинброд	40.24	11 354	15 923	367	30	32
13	ЗЛАТНА БУЦА	Сухиндол	39.46	8 067	11 250	92	28	28
14	АРО ГРЕЙН	София	36.10	13 306	18 110	422	24	24
15	КООПЕРАЦИЯ ЗОРА - КНЕЖА	Кнежа	35.45	8 030	10 877	1 947	64	64
16	ХИКС	Пазарджик	35.40	5 878	7 959	504	20	18
17	ДЖИ ЕН СИ	Перущица	34.93	3 201	4 319	916	73	68
18	ЕВРОАГРОИМПЕКС	Велико Търново	34.32	13 263	17 815	2 575	20	37
19	НЮ ЛАЙФ-ВАЛЕНТИНА ЙОРДАНОВА	Тръстеник	34.06	8 397	11 257	711	10	15
20	ЕЛКОФАЛ	Ивански	31.56	4 886	6 428	-299	22	24

Източник: (Тодоров, 2020)

Извън челната тройка, но с мнозинство в класацията, попадат производители и търговци на зърно и фуражни заводи: „Дичия“, „Сънойл“, „Силвърсан България“, „Ясмин 96 РР“, „Агро мел 2011“, „Кооперация Зора“, „Елкофал“, „Дивес плюс“, „Хикс“ и др. Авторът на статията коментира, че това не е изненада, т.к. през годините зърненият сектор е най-силно субсидиран, за него има добре развита инфраструктура и лесен достъп до големи международни пазари. В топ 20 обаче попадат предимно малки производители, с изключение на „Агро мел 2011“ и „Силвърсан България“, които имат приходи над 50 млн. лв. Големите компании и групи в зърнения сектор на България (с приходи от над 150 млн. лв.) са „Билдком“, „Севан“, „Агрия груп холд“, които разполагат с големи зърнобази, а някои дори и с пристанища.

От сектора на животновъдството в класацията попадат само две компании: „Златна буца“, която се занимава с отглеждане на крави и „Ню лайф - Валентина Йорданова“ – с ферми за патици.

От посоченото може да се обобщи, че в България, в системата на агробизнеса, функционират компании, които имат динамичен растеж. В топ 20 попадат компании с ръст на приходите между 30 и 400% за година, което само по себе си доказва, че дейностите, осъществявани от тях, са доходоносни. Впечатление прави, че в класацията не попадат само „големите играчи“, което означава, че и малките и средни български агробизнес компании са гъвкави и успешни. Заедно с това може да се отбележи, че има привилегирани сектори, какъвто е зърненият сектор, а основният фактор за добрите резултати е осъществяването на износ.

Заедно с това следва да се отбележи, че извън 20-те най-динамични компании и „големите играчи“, в системата на агробизнеса функционират още значителен брой компании. По данни на „Кофас България“ към 2015 г. в България има 17 166 регистрирани компании, развиващи дейност в агробизнеса (Стойчева, 2017). Те са изправени пред някои предизвикателства, част от които могат да бъдат преодоляни, посредством различни типове асоцииране.

### **Възможности за асоцииране в агробизнеса**

Локално базираните предприятия за агробизнес в развиващите се страни (Kinsey, 1987) обикновено са малки до средни по мащаб предприятия в селските райони. Тяхната основна дейност е производство на селскостопански суровини или маркетинг, транспорт и други услуги. Икономическите им резултати в повечето случаи не са на достатъчно добро ниво, но могат да бъдат подобрени (Stanton, 2000, pp. 173-187) чрез асоцииране с

по-големи по размер и възможности субекти. Вариантите са: публични организации, обслужващи непряко държавата; мултинационални и големи местни компании; кооперации между производители и самостоятелни частни пазарни предприятия. Въпреки, че две от тези опции не отговарят на целта за повишаване на добавената стойност на местно ниво, те осигуряват предимства на местния район и могат да бъдат критични за развитието на частните предприятия.

*Публични организации, обслужващи непряко държавата* – земеделските стопанства в селските райони често пъти са слабо интегрирани с търговските пазари и от тази гл. т. е оправдано да се разгледа ролята на публичния сектор за подобряване на тяхното развитие. Една от бариерите, пред осъществяването на дребен бизнес в земеделието, са високите транзакционни разходи, които възникват в много ситуации. В действителност, обичайното оправдание за широкото участие на обществеността в селскостопанския сектор в световен мащаб, са възприетите социални печалби, свързани с повишаване на доходите на фермите, като в същото време малко частни компании са мотивирани.

Например, може да съществува потенциал на дадена селскостопанска култура за значителен износ, но тази информация не е достъпна за местните производители. В този случай е необходима публична техническа и маркетингова помощ, за да се убедят земеделските стопанства да преминат от отглеждане на традиционните си култури към други. Предимство на публичните организации е, че те имат ясно дефинирана цел и финансова отчетност, но тяхното участие в развитието на агробизнеса е обосновано до момента, в който се привлекат частни инвестиции.

*Мултинационални и големи национални компании* – когато подобряването на резултатите на предприятие от агробизнеса зависи от достъпа му до международни, национални или регионални маркетингови пазари, до по-добри ресурси и до нови технологии, е малко вероятно то да се справи без подкрепата на компании от подобен тип. Въпреки това асоциирането на земеделските производители с мултинационални и големи национални компании не е решение с дългосрочен хоризонт, т.к. в много случаи зависимостта става прекомерна и води до отлив на човешки ресурси от местни фирми.

*Производствени кооперативи* – един от проблемите в селските райони е свързан с малкия размер на повечето земеделски производители. Решението може да се търси във формиране на групи от производители с общи цели. Като пример тук може да се посочи полагането на съвместни усилия за сортиране, окачествяване и опаковане на плодове и зеленчуци и тяхното транспортиране до пазари или до купувачи. Всичко това спомага за

диференциране на цените на продукцията и я прави по-привлекателна за потребителите. Освен това чрез кооперирането, производителите могат да получат техническа помощ, необходима за изпитване на нови култури, да се впуснат в комерсиализирано земеделие и да научат нови техники за управление, което е насочено към увеличаване на интеграцията им на пазарите.

Понякога усилията за сътрудничество са съпътствани от трудности, свързани със сближаването между членовете. Успехът в подобни случаи е по-вероятен, когато става въпрос за хомогенен продукт, в чието производство фермерите от района са специализирани. Друг аспект, на който трябва да се обърне внимание е, че сдруженията на производители не трябва да наброяват много членове, за да може групата да постигне целите си. Други автори (Кабакчиева, 2019) предлагат, като възможност за постигане на конкурентно предимство в селското стопанство, клъстерите, чиято роля също е от значение в случая. Заедно с това следва да се акцентира и върху придобиването на компетенции за осъществяването на контрол по сключените посреднически договори (Филипова, 2019, стр. 137).

*Индивидуални частни пазарни предприятия* – при идентифицирането на икономии от мащаба индивидуалните предприемачи откриват нови възможности за действия. Те познават местния пазар и са гъвкави при задоволяване на нуждите на потребителите в условия на променяща се среда. Техният успех обаче зависи от факторите, които оказват влияние върху дребното земеделско производство, а именно: инфраструктура; достъп до капитал; техническа помощ, свързана с управление, маркетинг, продажби и др.; предсказуемост на пазарната среда. Особено внимание следва да се отдели и на пласментната дейност (Илийчовски, 2005, стр. 497-553).

От посоченото може да се обобщи, че съществуват достатъчно възможности за асоцииране в агробизнеса, които благоприятстват преодоляването на трудностите, стоящи пред по-малките по размер икономически субекти.

### **Представители на агробизнеса по света**

Водещите агробизнес компании в света, за разлика от тези в България, представляват една по-различна картината. Несъответствието се дължи не само на мащаба, но и на тяхната ориентация. През септември 2020 г. е публикувана класация на 11-те най-големи компании от агробизнеса в света (Haqqi, 2020).

На последното 11-то място в класацията е Fresh Del Monte Produce Inc. Това е една от водещите световни агробизнес компании, в която са интегрирани вертикално

производители, търговци и дистрибутори на висококачествени пресни и прясно нарязани плодове и зеленчуци. Fresh Del Monte Produce Inc е и водещ производител и дистрибутор на приготвени плодове и зеленчуци, сокове, напитки и закуски в Европа, Африка и Близкия изток. Предлага продуктите си на пазара по целия свят под марката DEL MONTE®, символ на продуктова иновация, качество, свежест и надеждност.

На 10-то място е BASF. Немската компания е най-големият химически концерн в света. Сегментите на дейността на BASF включват: химикали, пластмаси, специални продукти, функционални решения, растителна защита, нефт и газ и други дейности.

Деветото място е за CNH Industrial NV. CNH Industrial е световен лидер в сектора на капиталовите стоки, който чрез своите различни начинания проектира, произвежда и продава селскостопанска и строителна техника, камиони, търговски превозни средства, автобуси и специални превозни средства, в допълнение към широкото портфолио от приложения за силови агрегати. Представен на всички основни пазари в света, CNH Industrial е фокусиран върху разширяването на присъствието си на пазари с висок растеж, включително чрез съвместни предприятия. Италианската компания притежава 12 бранда, сред които: CASE, New Holland, IVECO и др.

На 8-мо място е Yara International. Компанията е основана в Норвегия и е насочена към развиване на знания за изхранване на населението по отговорен начин и чрез защита на планетата. Визията на Yara International е за свят без глад, която може да се постигне чрез стратегия за устойчив растеж на стойността, включваща решения за фермерите и хранителната индустрия, които нямат негативни последици върху климата и същевременно са високодоходни.

Седмата позиция е за Syngenta AG. Швейцарската компания е специализирана в производството на агрохимикали и семена. Нейната мисия е да помогне на фермерите в борбата с климатичните промени.

На 6-то място стъпва отново немска компания – Bayer AG. Въпреки че е известна предимно като фармацевтична компания и с това, че притежава футболния клуб Bayer Leverkusen, тя има голямо земеделско подразделение – Bayer CropSciences.

На 5-то място се нарежда канадската компания Nutrien. Тя е най-големият производител на калиеви торове в света и трета по производството на азотни торове. Мотото на компанията е „да изхраним бъдещето“.

Четвъртата позиция е за химическият концерн DuPont. Дейностите на компанията са организирани в пет основни категории: Електронни и комуникационни технологии, Материали, Покрития и цветни технологии, Сигурност и охрана и Селско

стопанство и храни.

Челната тройка започва с John Deere – едно от най-разпознаваемите имена в селското стопанство на САЩ, което се дължи предимно на тракторите, въпреки че има и други производства, като багери, специализирани машини, комбайни, редосеялки, прикачен инвентар.

На крачка преди водещата позиция се нарежда Archer Daniels Midland. Това е американска мултинационална корпорация за преработка на храни и търговия със стоки. Водещият принцип на компанията е „ние отключваме силата на природата, за да осигурим достъп до храна за целия свят“.

Първото място в класацията на най-големите компании от агробизнеса в света е отредено за Cargill. Това е и най-голямата по приходи частна компания в САЩ със 113 млрд. долара приходи за 2019 г., което дори е спад спрямо 2018 г., когато приходите надхвърлят 114,5 млрд. долара. Cargill е конгломерат с различни сфери на дейност, но най-печеливша е селското стопанство и то не само през 2020 г., но и през много години назад във времето, а вероятно тенденцията ще се проектира и в бъдещето.

От световната класация може да се обобщи, че преобладават европейски компании. Голяма част от тях са насочени към устойчиво развитие, изхранване на населението и намаляване на вредните въздействия върху климата. Посочените аргументи по безспорен начин доказват значимостта на агробизнеса в световен мащаб.

### **Заклучение**

Направеното проучване върху най-успешните агробизнес компании в България и в света, затвърждава мнението, че значимостта на агробизнеса нараства и тази тенденция ще се запази и в бъдеще. Всички световни топ 20 компании от агробизнеса оперират в България. От една страна това е шанс за по-малки български компании да се асоциират с тях, но от друга е заплаха за местните производства и услуги. Следователно е необходим баланс, който да гарантира защита на интересите на националните агробизнес компании в динамично променящата се среда.

### **Използвана литература:**

1. Илийчовски, С. (2005). Възможности за усъвършенстване на пласментната дейност на зърнопроизводителите. *Годишник. Стопанска академия Д. А. Ценов - Свищов, CV(105)*.



2. Кабакчиева, Ц. (2019). Клъстерите в селското стопанство - възможности за постигане на конкурентно предимство. *e-Journal VFU*(12), с.1-16.
3. МЗХГ. (2020). *Годишен доклад за състоянието и развитието на земеделието. (Аграрен доклад `2020)*. София. Изтеглено на 9 юни 2021 г. от [https://www.mzh.government.bg/media/filer\\_public/2020/12/03/agd\\_2020\\_web.pdf](https://www.mzh.government.bg/media/filer_public/2020/12/03/agd_2020_web.pdf)
4. Петров, П. (2019). Ролята на аграрния сектор в системата на българската икономика. *Международна научно-практическа конференция "Състояние и проблеми при управлението и развитието на селското стопанство"*. Свищов: АИ "Ценов".
5. Стойчева, М. (6 април 2017 г.). *10-те най-големи компании в агробизнеса у нас са с приходи от 2,89 милиарда лева*. Извлечено от money.bg: <https://money.bg/economics/10-te-nay-golemi-kompanii-v-agrobiznesa-u-nas-sa-s-prihodi-ot-2-89-miliarda-leva.html>
6. Тодоров, Т. (януари 2020 г.). Най-динамичните селскостопански компании: Доминацията на зърното. *Капитал*. Извлечено от [https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/01/11/3992531\\_nai-dinamichnite\\_selskostopanski\\_kompanii\\_dominaciata/](https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/01/11/3992531_nai-dinamichnite_selskostopanski_kompanii_dominaciata/)
7. Филипова, Т. (2019). Сравнителен анализ на необходимите търговски компетенции за развитие на женско предприемачество в Италия и България. *Международна научно-практическа конференция "Състояние и проблеми при управлението и развитието на селското стопанство"*. Свищов: АИ "Ценов".
8. Naqqi, T. (2020, September 15). Retrieved from [finance.yahoo.com: https://finance.yahoo.com/news/top-11-agribusiness-companies-world-200431190](https://finance.yahoo.com/news/top-11-agribusiness-companies-world-200431190)
9. Kinsey, B. H. (1987). *Agribusiness and Rural Enterprise*. New York: Croom Helm.
10. Stanton, J. V. (2000). The Role of Agribusiness in Development: Replacing the Diminished Role of the Government in Raising Rural Incomes. *Journal of Agribusiness*, 18,2(Spring).

#### **Информация за контакт с автора:**

Гл. ас. д-р Радка Ненова

Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

e-mail: [r.nenova@uni-svishtov.bg](mailto:r.nenova@uni-svishtov.bg)