**АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ**

във връзка с изготвяне на анализ на тема „Анализ на потребностите на земеделските производители от територията на МИГ за създаване на интегриран продукт и коопериране на производители и преработвали с цел създаване на запазена марка“ на територията на **МИГ Свиленград ареал**

**Информация за анкетирания:**

А: Пол

* Мъж
* Жена

Б: Възраст

* До 29 г.
* От 30 г. до 40 г.
* От 41 г. до 55 г.
* Над 56 г.

В: Образование

* Основно
* Средно
* Средно специално
* Висше
* Друго/квалификационни курсове ……………….……………….………………........................

Г: Представител на заинтересованата страна

* Земеделски производител
* Растениевъдство (моля, напишете какво произвеждате)………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………
* Животновъдство (моля, напишете какво отглеждате) ………….…………………………………………………………………………………………..............................................................................................................................................................................................
* Преработвател:
* На растителни неживотински продукти (моля, напишете какви)………………………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………………….
* На животински продукти (моля, напишете какви)…………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….
* И производител, и преработвател (моля, напишете на какво)………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..
* Пчелар
* Лозя и вино (моля, напишете само лозя или произвеждате и вино)………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..
* Друго………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..

**ВЪПРОСИ:**

1. Какви са най-големите проблеми във вашето стопанство/фирма и вашия сектор?
2. Липса на достатъчно средства да развивам бизнеса си, включително за модернизация на производството, маркетинг и реклама
3. Липса на достатъчно предприемачески опит и компетентност
4. Стопанството/предприятието ми е много малко и трудно се конкурирам с по-големите
5. Ниските цени на продукцията ми, включително и под натиска на посредници и прекупвачи
6. Продукцията ми има много ограничен пазар, предимно в района
7. Конкуренцията на големи местни и национални производители, както и на вносните продукти, подобни на тези, които произвеждам
8. Не съм търсил или не мога да си позволя професионални консултации за производството, включително за реклама и маркетинг
9. Нямам такива проблеми
10. Друго……………………………………………………..…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………
11. Според вас, кои икономически сектори имат перспектива за развитие на територията на МИГ?
12. **Селското стопанство** (моля, уточнете кой подсектор и опишете по-конкретно продукта – например ябълки, сливи, орехи, жито и т.н. или крави, свине, яйца, мляко, бройлери, месодайни животни и т.н.)
13. Растениевъдство…………..............................................................................................................................................................................................................................................................................................................................
14. Животновъдство……………………………………………………………………………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………….
15. **Преработвателна дейност** (моля, уточнете по-точно продукта – хляб, олио, сладка, лютеница и т.н. или сирене, кашкавал, луканка, салам, консерви и т.н)
16. Преработка на растителни продукти ……..........................................................................................................................................................................................................................................
17. Преработка на животински продукти…………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………….
18. **Лозарство и винарство**
19. **Пчеларство и производство на мед**
20. Могат ли малките фирми и стопанства да разширят пазарите си и да увеличат продажбите си?
21. Не, няма как да се справят с конкуренцията на големите, които произвеждат повече и на по-ниски цени
22. Не, защото нямат достъп до големите пазари, особено в чужбина
23. Не, защото нямат достатъчно пари за реклама
24. Да, ако предложат по-качествени стоки, защото потребителите напоследък търсят качество
25. Да, ако предложат някакъв уникален продукт, който не се произвежда от друг
26. Да, ако обединят усилията си за общо предлагане на продукцията
27. Има ли вашият регион (в по-широк смисъл от територията на общината) някаква специфична характеристика – икономическа, природна или културна, според която да се определи идентичността му? (например както са минералните води за Хисаря, виното за Сакар, фолклора в Родопите, езерата в Рила и т.н.)
28. Да. Моля, изброете една или няколко………………………………………..…………………………………

……………………………………………………………………………………

1. Не
2. Склонни ли сте да участвате в някакъв вид коопериране с други производители или в коопериране производители/преработватели, или с фирми от сферата на услугите?
3. Да. Защо?………...………………………………………………………………….

…………………………………………………………………………………………..

b. Не. Защо? ……………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………..

1. Склонни ли сте да участвате в регистрирането на обща марка (независимо каква) с други производители, или производители/преработватели, или с фирми от сферата на услугите?

a. Да. Защо?………...………………………………..…………………………………

…………………………………………………………………………………………..

1. Не. Защо……………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………..

1. Според вас, каква обща марка е по-добре да се регистрира и ще върши повече работа за производителите, преработвателите и търговците на територията на МИГ, дори да вие да не участвате?
2. Обща търговска марка, която обединява продукцията на производители на един и същи продукт – марка за сирене; марка за конфитюр, марка за месо и месни продуктии т.н. (например месото „Алмо“ – обща марка за продукти, произведени от различни ферми в район в Австрия, FarmTopOats – обща марка за овес в селски район на Финландия, брашно Giambastiani- обща марка на 50 ферми в Тоскана и др)
3. Общатърговска марка, която обединява различни земеделски продукти –месо и сирене, произведени от различни ферми в региона (например „Маджаров” – месни и млечни продукти), марка за мед, сладка и конфитюри, марка за зеленчуци, плодове, яйца, мляко и сирене (например „Произведено във фермата“, марка от селски район на Словакия, „Лакомства от селото“ в Литва – за зеленчуци, плодове и сладка)
4. Обща марка само за дистрибуция и продажба (каквито има в LIDL- Dulanoза месо, „Родна стряха“ за български продукти, или марката Cleverна BILLA)
5. Марка, която акцентира върху произхода и географското означение на продуктите, независимо дали е за еднотипна продукция или за няколко различни продукта (например Произведено в България, Тракийска керамика, Коняк, Шампанско, Ел би Булгарикум)
6. Регионална марка, която е съсредоточена върху района и обединява земеделска продукция, занаяти, култура и туристически услуги (например „Понитрия“– марка за натурални селскостопански продукти, производство на сувенири и туристически услуги в регион на Словакия, „Долината на Висла“ – марка за кулинария, хранителни продукти и туризъм в Полша)
7. Присъединяване или регистриране на марка, гарантираща преди всичко качеството и която е допълнителна към основната търговска марка и се дава на участниците само при положение, че са изпълнили определени условия (например такава е марката за биологично производство, марката Michelin за ресторанти, означението WOOLMARK – добавя се само на вълна с определено качество, Най-добър гръцки вкус, Fairtrade– марка, която се присъжда на определени ферми в Ломбардия и др.)
8. По-добре е да се използва вече регистрирана марка на голям производител, на принципа на франчайза и да се произвежда под тази марка, при спазване на приетите ангажименти и стандарти (например Baskin-Robbins - марка за сладоледи, десерти и йогурт; повечето местни заводи на световни марки за храна и напитки; ресторанти за бързо хранене)
9. Общата марка, ако бъде регистрирана, трябва да обхваща продукти:
10. Само от територията на МИГ, съответно населените места на общината
11. По-добре от територията на МИГ и някои съседни общини, тъй като често пъти стопанствата в две различни общини са по-близо и с по-обща специфика, отколкото с други на територията на същата община
12. От територията на цялата област, тъй като някои сектори са разпръснати в различни общини (например винарските изби)
13. От територията на региона (независимо дали области или общини), тъй като така по-добре ще се подчертаят характерните му особености (например южен топъл регион, регион на някои сортове вино)
14. За какво би съдействала най-добре общата марка, ако бъде регистрирана? (възможен е повече от един отговор)
15. За увеличаване на продажбите и разширяване на пазарите, намиране на нови пазари
16. За увеличаване доверието на потребителите в продукцията
17. За формиране на по-високи цени и повече печалба
18. За по-добри обороти и намаляване на цените чрез увеличаване на производството
19. За разнообразяване на асортимента на продукцията
20. За повишаване качеството на продукцията
21. За подобряване веригата производство/преработка/доставки, което ще е добре за повече хора, а не само за производителите
22. За отстраняване на прекупвачи и посредници
23. За добавяне на стойност към местните и специфични продукти и тяхното популяризиране
24. За повишаване на доходите
25. За цялостното развитие на местната икономика
26. За утвърждаване на местната идентичност чрез изтъкване качеството на местните продукти
27. За повишаване на общата предприемаческа култура на местно ниво
28. Друго………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………
29. Регистрирането на обща марка ще доведе ли до подобряване на конкурентоспособността на стопанствата/предприятията?
30. Да защото производителите ще имат по-добра печалба и съответно повече средства за инвестиции за модернизация, както и стимул за развитие
31. Да, защото ще увеличат продукцията си и разширят асортимента, а това изисква и технологично обновление и повече знания
32. Да, защото ще има повече изисквания за качество, това също изисква модернизиране и повишаване на квалификацията
33. Не, само ще се подобрят доходите на стопаните/производителите, които участват
34. Не, ако продажбите са добри и качеството приемливо, няма смисъл от по-нататъшно обновление и развитие
35. Не, така всички ще са спокойни от носенето на колективна отговорност и няма да търсят нови и нестандартни начини за маркетинг и продажби
36. Друго…………………………………………………………………………..
37. Какви пазари трябва да се търсят за продукцията под обща марка?
38. Местните на ниво съседни общини и област
39. Националните в цялата страна и предимно в големите градове
40. Пазарите на съседните държави
41. Пазарите на ЕС
42. Пазари извън ЕС – Русия, Азия, САЩ, други………………………..
43. Склонни ли сте да промените ценовата си политика, ако участвате в регистрацията на обща марка?
44. Да, смятам, че цените на продукцията ми ще се повишат, тъй като ще има допълнителни разходи за марките, маркетинга и рекламата – досега не съм правил подобни разходи
45. Да, смятам, че цената на продукцията ми ще се повиши, тъй като ще има допълнителни условия за качество, които ще наложат промени в производството
46. Да, смятам, че цената на продукцията ми ще се намали, тъй като ще разчитам на по-голям оборот и по-ниски цени за реклама, тъй като тя ще се плаща от повече хора
47. Да, смятам, че цената на продукцията ми ще се намали, тъй като ще се избегнат посредниците към пазара
48. Не, цените ми са строго определени на база разходи, приходи и финансов план и няма място за промяна
49. Няма да има промяна, цените на всички производители са сходни
50. Друго…………………………………………………………………………..