



ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013 г., Приоритетна ос 4.2.
„Укрепване на международните пазарни позиции на българската икономика” Проект № BG161PO003 – 4.2.01-0001 „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия”

ПРИЛОЖЕНИЯ

експортна стратегия за сектор „ПРОИЗВОДСТВО НА ЕЛЕКТРИЧЕСКИ МАШИНИ И АПАРАТИ”

Изпълнителна агенция за насърчаване на
малките и средните предприятия

2012 година



Този документ е създаден по Проект № BG161PO003 – 4.2.01-0001 „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия”

Бенефициент: Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия

Документът е създаден с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Договарящия орган.

СЪДЪРЖАНИЕ:

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕКТОРА В БЪЛГАРИЯ	8
ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ НА СЕКТОРА	43
СТОКИ И УСЛУГИ С ЕКСПОРТЕН ПОТЕНЦИАЛ И ПРЕДИМСТВА	61
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ИЗНОСА НА СТОКИ И УСЛУГИ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ПАЗАРИ	72
МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРИОРИТЕТНИТЕ БЪЛГАРСКИ ЕКСПОРТНИ ПАЗАРИ. ДВУСТРАННИ ТЪРГОВСКИ ОТНОШЕНИЯ	96
БАРИЕРИ ПРЕД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕРКИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ЕКСПОРТА	123
ИЗТОЧНИЦИ	157

Списък на таблиците

Таблица 1 МСП от сектора /КИД, 2009 г./	11
Таблица 2 МСП от сектора /КИД, 2010 г./	14
Таблица 3 Респонденти в анкетното проучване – МСП	16
Таблица 4 Развитие на най-големите предприятия в бранша.....	19
Таблица 5 Регионално разпределение на предприятията и заетите от сектор сектор „Производство на електрически машини и апарати” през 2009 г.	19
Таблица 6 Структура на производството на електрически машини и апарати в ЕС /2006 г./.....	22
Таблица 7 Структура на персонала и добавена стойност в сектора на равнище Европейски съюз /2006 г./	23
Таблица 8 Брой изследвани предприятия от сектора по области	28
Таблица 9 Разпределение на изследваните предприятия.....	29
Таблица 10 Годишен оборот на изследваните предприятия.....	29
Таблица 11 Промени в оборота на фирмите за периода 2008 - 2011 г.	30
Таблица 12 Финансови данни.....	33
Таблица 13 Финансови показатели при изследваните фирми от сектора	34
Таблица 14 Финансови коефициенти при изследваните фирми от сектора	38
Таблица 15 Съпоставка на общия износ от български предприятия с износа от сектор електрически машини и апарати /2009 г. – 2011 г./.....	45
Таблица 16 Съпоставка на общия износ за сектор електрически машини и апарати спрямо износа на МСП от сектора /2009 г. – 2011 г./.....	46
Таблица 17 Съпоставка на общия износ по Комбинираната номенклатура /2000 г. - 2011 г./.....	48
Таблица 18 Среден дял на директния износ по години (медиана).....	58
Таблица 19 Брой предприятия според дела на самостоятелния им износ	58
Таблица 20 Структура и обем на износа по промишлени групи (по данни на БАСЕЛ)	73
Таблица 21 Причини за перспективността на експортните пазари	84
Таблица 22 Промени в износа на предприятието през следващите пет години (в %).....	85
Таблица 23 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2005 г.	86
Таблица 24 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2006 г.	87
Таблица 25 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2007 г.	87
Таблица 26 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2008 г.	88
Таблица 27 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2009 г.	88
Таблица 28 Основни икономически показатели за Румъния и двустранни търговски връзки с България	98
Таблица 29 Основни икономически показатели за Гърция и двустранни търговски връзки с България	101
Таблица 30 Основни икономически показатели за Чехия и двустранни търговски връзки с България	104
Таблица 31 Основни икономически показатели за Унгария и двустранни търговски връзки с България	108
Таблица 32 Основни икономически показатели за Полша и двустранни търговски връзки с България	110

Таблица 33 Основни икономически показатели за Сърбия и двустранни търговски връзки с България	112
Таблица 34 Основни икономически показатели за Македония и двустранни търговски връзки с България	113
Таблица 35 Основни икономически показатели за Русия и двустранни търговски връзки с България	116
Таблица 36 Стокообмен между България и Украйна (млн.щ.д.)	118
Таблица 37 Стокообмен между България и Грузия (млн.щ.д.)	120
Таблица 38 Оценка на сериозността на бариерите (пречките) за износа на предприятията и на сектора като цяло за периода 2007 - 2011 г. (в %).....	129
Таблица 39 Приоритизиране на мерките за подпомагане на малките и средни предприятия.....	130
Таблица 40 Оценка на ефекта върху експортната дейност на предприятието на услугите, предоставяни от ИАНМСП (в %).....	132
Таблица 41 Регулярност на използване на източниците на информация (в %).....	133

Списък на фигурите:

Фигура 1 Равнище на заетост в сектор електрически машини и апарати като процент от всички заети в нефинансовия сектор на съответните икономики /Евростат, 2009 г./	25
Фигура 2 Средна промяна в оборота на изследваните фирми по години (в %)	31
Фигура 3 Създаване на добавена стойност в сектора – по компоненти.....	54
Фигура 4 Относителен дял на износа на електрически акумулатори в %	56
Фигура 5 Относителен дял на износа на електрически мотори и генератори в %	56
Фигура 6 Относителен дял на износа на изолирани кабели и проводници в % за периода 2008 – 2010 г.	57
Фигура 7 Стойност на експорта на бързи нагреватели за вода, въздух, сешоари и др. под. устройства /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)	62
Фигура 8 Стойност на експорта на електрически трансформатори	63
Фигура 9 Стойност на експорта на електрическо оборудване за ел. мрежи, включително прекъсвачи, бушони и др. под. над 1000 волта /2001 – 2010 г./ (в хил. евро).....	65
Фигура 10 Стойност на експорта на панели и оборудване с два и повече прекъсвача, както и на устройства с бушонна уредба /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)	66
Фигура 11 Стойност на експорта на асемблираните печатни платки и други управляващи електронни устройства /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)	67
Фигура 12 Стойност на експорта при електрически резистори, включително реостати и нагревателни резистори /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)	69
Фигура 13 Топ-5 пазара за износ на електрически машини и апарати от ЕС-27	75
Фигура 14 Топ-5 пазара за внос на електрически машини и апарати от ЕС-27	76
Фигура 15 Общ износ на България на електрически машини и апарати по методиката на „Комтрейд” (в хил. евро) /2001 г. – 2010 г.	77
Фигура 16 Топ-10 страни към 2010 г., за които България изнася електрически машини и апарати /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)	78
Фигура 17 Експортни пазари на изследваните предприятия (в %).....	81
Фигура 18 Процентно разпределение на износа по броя на експортните пазари	82

Списък на съкращенията:

БАСЕЛ	Българската асоциация на електротехниката и електрониката
ЕС	Европейски съюз
ЕС-27	27-те страни членки на Европейски съюз
ДКЕВР	Държавна комисия за енергийно и водно регулиране
ИАНМСП	Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средни предприятия
КИД	Класификатор на икономическите дейности
КН	Комбинирана номенклатура
МСП	Малки и средни предприятия
МС	Министерски съвет
NACE	Класификация на икономическите дейности в Европейската общност

СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕКТОРА В БЪЛГАРИЯ

Статистическото групиране на икономическата дейност *производство на електрически машини и апарати*, според номенклатурата на Европейския съюз – NACE, класифицира дейността в Дивизия-27. Дивизията обхваща производството на електрически машини, материали и оборудване, класифицирани според близки и сходни категорийни фактори. Тези фактори спомагат за организирането и съставянето на единна структура за анализ на отрасъла, както и база за сравнение.

Продуктите от тази дивизия в най-общ смисъл генерират, пренасят и употребяват електрическа енергия. Включено е производството на различни типове осветителна и сигнализираща техника, като изключение от дивизията прави производството на електронна техника. Ето защо е важно, на първо място, да се определи каква е производствената номенклатура, за да се анализира значението на обхвата на различните произвеждани единици и на тази основа да се приоритизира експортното насърчаване. Производствената номенклатура в сектора е изключително разнообразна и включва изключително диференцирана структура на производството.

- **Производство на електромотори, генератори, трансформатори и апаратура**
 - Този клас обхваща производството на електромотори, включително стартери за двигатели с вътрешно горене, електрически разпределители

и трансформатори, регулатори, генератори, включително алтернатори за двигатели с вътрешно горене.

Тук още се включва и производството на апаратура, във връзка с контрол и дистрибуция на електричество, производството на прекъсвачи, регулатори, контролни панели, електрически релета, бушони и ключове.

- **Производство на батерии и акумулатори**

- Този клас включва и съдържа производството на заредими и незаредими батерии с различна спецификация и характеристика (сухи батерии, никел-кадмиеви батерии, никел-метал-хидридни батерии и др. под.) /в България с такъв тип производство се занимават основно големи предприятия/.

- **Производство на кабели, електрически мрежи и оборудване**

- Този клас обхваща производството на кабели, както и други видове електрически и електронни кабели, а така също и необходимото оборудване за изграждане и оформяне на електрическа мрежа.

- **Производство на осветително оборудване**

- Този клас съдържа производството на различни видове осветителни тела и лампи (флуоресцентни, инфрачервени, ултравиолетови и други), производството на фенери, лампи срещу насекоми, професионално

осветление, градинско осветление, улично осветление, включително осветителни тела със светодиодно осветление и др. под.

- **Производство на домакински уреди**

- Този клас включва производството на малки домакински електрически приспособления, като:

- хладилници;
- фризери;
- съдомиялни;
- перални;
- прахосмукачки;
- кухненски роботи;
- вентилатори;
- електрически кани за вода;
- електрически одеяла;
- печки (фурни, микровълнови печки);
- тостери;
- кафе машини;
- други;

- **Производство на друго електрическо оборудване**

- Към този клас спада производството на зарядни устройства за батерии, електрически звънци и устройства за затваряне и отваряне на врати,

карбонови и графитени електроди, ускорители на частици, електромагнити, сирени, знаци, табла и други.

Съгласно КИД-2008 сектор „Производство на електрически машини и апарати“ включва следните групи, класове и продукти:

Таблица 1 МСП от сектора /КИД, 2009 г./

Код	Групи предприятия (микро-, малки и средни)	Брой предприятия	Хиляди лева		Брой заети
			Оборот	Добавена стойност по факторни цени	
27	Производство на електрически съоръжения	531	542 648	139 986	9 590
27.1	Производство на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и разпределение на електрическа енергия	167	223 738	63 098	4 147
27.2	Производство на акумулаторни батерии и акумулатори	8
27.3	Производство на изолирани проводници и електроинсталационни изделия	47	80 644	15 907	1 414
27.31	Производство на кабели от оптични влакна	1
27.32	Производство на други електрически и електронни проводници и кабели	15	60 534	6 949	..
27.33	Производство на електроинсталационни изделия	31	899
27.4	Производство на лампи и осветители	83	71 345	17 423	1 056
27.5	Производство на битови уреди	60	1 164
27.51	Производство на битови електроуреди	44	13 713	3 530	540
27.52	Производство на неелектрически битови уреди	16	28 168	10 892	624
27.9	Производство на други електрически съоръжения	166	108 505	26 122	1 697

Източник: НСИ

Съгласно възприетата номенклатура за статистическа отчетност, през 2009 г. се обособяват пет основни групи производства на електрически машини и апарати, като много често в българската номенклатура те се наричат електрически машини и съоръжения:

- производство на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и разпределение на електрическа енергия;
- производство на акумулаторни батерии и акумулатори;
- производство на изолирани проводници и електроинсталационни изделия;
- производство на лампи и осветители;
- производство на битови електроуреди;
- производство на други електрически съоръжения;

Именно на базата на новата КИД-2008 са правени и статистическите отчети за развитието на малките и средните предприятия, развиващи тази икономическа дейност през последните две години, за които има публикувани данни – за 2009 г. и за 2010 г.; данните за 2011 г. все още не са публикувани изцяло. От приложената таблица, съставена на базата на официални данни от НСИ, се вижда, че всичките малки и средни предприятия от сектора са били 531, с оборот от малко над 540 млн. лева за 2009 г. и създадена добавена стойност от порядъка на почти 140 млн. лева. Общият брой на заетите в тези МСП през 2009 г. е бил 9, 590 души.

Основният принос на добавената стойност е ясно подчертан при производство на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и

разпределение на електрическа енергия, която икономическа дейност е създавала около 63 млн. лева през 2009 г.

Тук е създадена и най-високата заетост – 4,147 заети лица от общо 9,590 заети лица от всички МСП от сектора. Това се равнява на почти 43% от заетите лица в сектора.

На второ място по размер на добавената стойност се явява производството на т.нар. „други” електрически съоръжения, където се включва производството на зареждащи устройства за акумулатори, на електрически звънци, на устройства за непрекъснато захранване (т.нар. ю-пи-ес устройства, UPS-устройства), на ускорители на частици, на електромагнити и др. под.

Тази дейност създава почти 20% от общия оборот на малките и средни предприятия с абсолютна стойност от почти 109 млн. лева. В тази дейност е създадена заетост на 1,697 лица, които чрез своя труд създават добавена стойност от порядъка на малко над 26 млн. лева.

Третото място по отношение на създавания паричен оборот е отредено на производството на изолирани проводници и електроинсталационни изделия, като за 2009 г. този оборот възлиза на почти 81 млн. лева с осигурена заетост на 1,414 лица и размер на добавената стойност от почти 16 млн. лева.

От последните данни за 2010 г. за малките и средни предприятия от сектора се вижда, че броят им е намалял от 531 (2009 г.) на 508 (2010 г.), т.е. редукция от 23 предприятия. Освен това, броят на заетите също е намалял от 9,590 през 2009 г. на 8,312 през 2010 г.

Таблица 2 МСП от сектора /КИД, 2010 г./

Код	Групи предприятия (микро-, малки и средни)	Брой предприятия	Хиляди лева		
			Оборот	Добавена стойност по факторни цени	Брой заети
27	Производство на електрически съоръжения	508	558 704	127 155	8 312
27.1	Производство на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и разпределение на електрическа енергия	162	231 253	58 300	3 902
27.2	Производство на акумулаторни батерии и акумулатори	4	142
27.3	Производство на изолирани проводници и електроинсталационни изделия	49	126 425	21 493	1 490
27.32	Производство на други електрически и електронни проводници и кабели	16	103 961	11 045	575
27.33	Производство на електроинсталационни изделия	33	22 464	10 448	862
27.4	Производство на лампи и осветители	81	50 987	..	862
27.5	Производство на битови уреди	57	..	14 141	960
27.51	Производство на битови електроуреди	40	14 021	3 752	530
27.52	Производство на неелектрически битови уреди	17	26 015	10 389	430
27.9	Производство на други електрически съоръжения	155	77 997	17 381	956

Източник: НСИ

От приложената таблица е видно, че реализираният оборот през 2010 г. – почти 559 млн. лева е по-висок от формирания през 2009 г. оборот от почти 543 млн. лева - разликата е почти 17 млн. лева.

Това, обаче, не е валидно за формирането на добавена стойност. При почти 140 млн. лева добавена стойност през 2009 г., през 2010 г. са създадени около 127 млн. лева - разликата е почти 13 млн. лева.

Тези числа показват, че най-вероятно настъпилите изменения в абсолютните стойности на оборота се дължат на повишени цени, а не толкова на оптимизационни процеси, които са проведени в предприятията.

През 2010 г., производството на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и разпределение на електрическа енергия, отново заема първо място. В този сектор за 2010 г. са генерирани над 58 млн. лева добавена стойност и е реализиран оборот от над 231 млн. лева. Това е почти със 7 млн. лева повече спрямо 2009 г., но пък броят на заетите е намалял с 245 души – от 4,147 заети през 2009 г. на 3,902 заети през 2010 г.

Второто място отново заема производството на други електрически съоръжения, но за разлика от 2009 г., когато предприятията са били 166, то през 2009 г. те вече са 155. Тук се забелязва и силна редукция на заетостта – ако заетите през 2009 г. са били 1,697, то през 2010 г. те вече са 956, или със 741 заети лица по-малко. Това означава, че заетостта в сектора се е свила с почти 44%, което е изключително рекордно свиване в заетостта.

Приносът на МСП от сектор „Производство на електрически машини и апарати” в заетостта, оборота и добавената стойност на МСП в преработващата промишленост дава основание секторът да се определи като перспективен, динамично развиващ се и със съществен експортен потенциал.

Фирмите, които бяха любезни да откликнат на организираното социологическо проучване, са изброени в следващата таблица.

Таблица 3 Респонденти в анкетното проучване – МСП

Фирма	
1	Електроинвест ООД
2	Еликом Електроник-Георгиев КД
3	Елпром Трафо СН АД
4	Елиром-ЗЕМ АД
5	Елдом Инвест ООД
6	Електроникс ООД
7	КЕТ АД
8	ММоторс АД
9	Микроак ЕООД
10	Мотор ДС Инженеринг АД
11	Окта Лайт БГ
12	Оргтехника АД
13	Росбулелектро ООД
14	Сигматех ООД
15	Таурус-93 ЕООД
16	ТПК Електра
17	Успех Елком ССБ
18	ВАЛелектрик ООД
19	Високоговорители АД
20	Вълков Техносвет

Източник: Социологическо проучване

Забележка: Някои от респондентите в социологическото проучване са фирми вносителки, а други фирми чуждестранни инвеститори. Принципът на социологическото проучване е да обхване по-пълно проблемите в сектора, от една страна, и да филтрира насърчителни насоки за българските МСП, от друга.

При организирането на информационните масиви и обобщаването на статистически данни, изключително голяма роля оказва единствената частна неправителствена организация, която е «гласът» на сектора пред държавата, държавната

администрация, синдикалните и международните организации –Българската Асоциация на Електротехниката и Електрониката (БАСЕЛ), която е член на ORGALIME (Брюксел) и на ИНТЕРЕЛЕКТРО (Москва) www.bcee-bg.org.

Благодарение на съветите на експерти от бранша и най-вече на ръководните фактории в БАСЕЛ, настоящата стратегия «стъпва» и на разработвани преди това стратегически документи и аналитични материали от БАСЕЛ.

От обобщените данни на БАСЕЛ се разбира, че характерно за сектора е неговата технологична фрагментарност.

Исторически, предприятията са създадени да бъдат поддоставчици на детайли, възли, модули. Малко са крайните продукти със собствена марка. Технологично обвързани структури се създават постепенно около големите предприятия на чуждестранните инвеститори. Съществените производствени направления и значимите фирми са следните:

- Кабели, емайлрани проводници, кабелни комплекти - ЕЛКАБЕЛ, ГАМАКАБЕЛ, ЕМКА, NSKF-Trade, YAZAKY, CE-BORDNETZE;
- Стартерни и тягови акумулатори - ЕЛХИМ-ИСКРА, МОНБАТ, ENERSYS;
- Електромотори, генератори, алтернатори – ХАРМАНЛИ, ЕЛПРОМ-ЗЕМ, ДИНАМО, ММОТОРС, ЕЛМАТЕХ, АМК;
- Трансформатори – HYUNDAI-HEAVY-INDUSTRIES, ЛЕМИ-ТРАФО, ЕЛПРОМ-ТРАФО, ИЗОМАТИК-ЛАБ, АQ, СОКОЛОВО, ЕЛПРОМ-ЕМЗ, SIEMENS, БУЛТРАФ;

- Апарати HV/MV/LV – ABB-AVANGARD, ABB-PETRICH, ABB-RAKOVSKI, SCHNEIDER, ЕМЕ, ИСКРА-СИЛАТРОНИК, НИКДИМ;
- Устройства за електроразпределение и управление – ФИЛКАБ, ЕЛЕКТРОГЕЦ, МЕТИКС, ЕХНАТОН, ПАВЕЛ&СИНОВЕ, ЕЛКОМ, ЕЛПРОМ-ЕТ, ПЕНОН, ЕЛИА, МЕГАЕЛ, ОСКАР-ЕЛ, ЕЛ-ТЕСТ;
- Индустриална електроника, устройства за управление и измерване – ЕЛЕКТРОИНВЕНТ, КОМИКОН, ЕМСИСТ, КАРАТ-ЕЛЕКТРОНИКС, МПС, ДЕЛТА-ИНСТРУМЕНТС, SENSOR-NITE;
- Електронни модули, асемблирани РСВ – ЕРІQ, FESTO, ТЕЛТЕК, ХИС, MELEXIS, ЕМЕ, СЕТ;
- Електронни каси – ДАТЕКС, КАРАТ-ЕЛЕКТРОНИКС, ДЕЙЗИ;
- Електромери – КАРАТ-ЕЛЕКТРОНИКС, МПС, ДЕЙЗИ;
- Домакински електроуреди – LIEBHERR, ЕЛДОМИНВЕСТ, ТЕСИ
- Осветителни тела и елементи за сградна инсталация – ТЕХНОСВЕТ, АТРА, САМЕЛ90, ДЕНИМА, КУБРАТ;
- Асансьори – ТЕХНОС, АЛЕКС, ТОП-ЛИФТ, ОТИС-Лифт, ИЗАМЕТ,;
- Ръчни електроинструменти – SPARKY;

Между съществуващите през 2009 г. активни предприятия, около 95% са малки, 1% средни и 4% големи, като 99 % от всички са частна собственост. По време на настъпилата икономическа криза персоналет на фирмите беше съкратен и сега големите предприятия съставляват 1% от общия брой на всички предприятия.

По-долу е показано развитието на някои от най-големите предприятия през последните години.

Таблица 4 Развитие на най-големите предприятия в бранша

Компания	Произв. профил	Приходи (хил.лв.)			
		2008 г.	2009 г.	2010 г.	% 2010 г./ 2009 г.
ЛИБХЕР-ХАУСГЕРЕТЕ	Хладилници	306440	320775	293832	-8,4
ЕПИК ЕЛЕКТРОНИК АСЕМБЛИ	Комп. за авт. индустрия	265466	219900	285800	29,97
МОНБАТ	Акумулатори	165266	127455	207613	62,89
СЕНЗОР-НАЙТ	Комп. за авт. индустрия	187182	143241	188384	31,52
ЯЗАКИ БЪЛГАРИЯ	Комп. за авт. индустрия	33581	128413	174684	36,03
СЕ БОРДНЕТЦЕ-БЪЛГАРИЯ	Комп. за авт. индустрия	141004	115572	155308	34,38
МЕЛЕКСИС БЪЛГАРИЯ	Комп. за авт. индустрия	102289	67650	115943	71,39
ХЮНДАЙ ХЕВИ ИНД.	Мощни трансформатори	76290	100179	96735	-3,44
ДАТЕКС	Електронни каси	77282	75465	85482	13,27
ЕЛКАБЕЛ	Кабели	103371	65127	82965	27,39
ГАМАКАБЕЛ	Кабели	44795	33357	64110	92,19
ЕМКА	Кабели, жици	55833	35523	63804	79,61
ТЕСИ	Бяла техника	54078	43452	41917	-3,53

Източник: БАСЕЛ

Териториалното разпределение на предприятията е неравномерно, като по-голямата част от тях са концентрирани в големите градове и градовете с технически университети: София, Пловдив, Варна, Русе, Бургас, Габрово.

Таблица 5 Регионално разпределение на предприятията и заетите от сектор сектор „Производство на електрически машини и апарати” през 2009 г.

	Заети в сектора (бр.)	% от заетите в преработващата индустрия	% от заетите в сектора	Фирми в сектора (бр.)	% от фирмите в сектора
Северозападен район	1737	2,9%	8,8%	32	6,1%
Северен централен район	2621	3,1%	13,2%	61	11,7%
Североизточен район	2365	4,1%	11,9%	62	11,9%
Югоизточен район	3064	3,8%	15,5%	68	13,0%
Южен централен район	5294	3,5%	26,7%	110	21,1%
Югозападен район	4730	3,3%	23,9%	189	36,2%

Източник: Eurostat

По данни от сектора, допълнително препятствие пред МСП от сектора е, че той е силно раздробен и не позволява успешна мобилизация при наличието на големи или специализирани поръчки от чуждестранни клиенти. Тази раздробеност на сектора може да се причисли към естествените проблеми на бизнес средата у нас. На вътрешно-фирмено равнище много от МСП от сектора са потърпевши от това, че нямат специфичните знания как да контактуват и как да изготвят успешни договори с чуждестранни клиенти.

На значителна част от МСП от сектора им липсва специализираното ноу-хау и фирмен опит за взаимодействие и партниране в дългосрочен план с външни компании, тъй като това, което е приложимо и работи в България, много често не се харесва като бизнес практика от външни партньори.

В това отношение, технологическата обработка и *пласмента на електрическите машини и апарати* трябва да бъдат адекватни и да съответстват на съвременните критерии, заложи от международния пазар. Колкото и добра да е техниката в ценово или качествено отношение, ако не отговаря на съвременните норми за енергоефективност, не би имала шанс срещу конкурентните продукти.

В този смисъл, МСП в България би следвало да се съсредоточат върху развитие и внедряване на нови технологии и иновации. Те са основополагащи за едно евентуално производство и реализация на експорт. Иновациите днес са сред малкото възможности за фирмите да останат в крачка с високите изисквания на пазара.

Вътрешносекторни характеристики:

- частична липса или пълно отсъствие на сътрудничество с научно-изследователската инфраструктура;
- МСП от сектора нямат достатъчния капиталов и човешки ресурс, за да могат да си позволят да развиват научно-развойна, а още по-малко научно-изследователска дейност;
- деиндустриализация на производствените мощности, амортизация на производственото оборудване, появата на несистематични и откъслечни маркетингови опити за задържане на пазарните позиции;
- навлизане на много фирми от Китай, които допълнително „стесняват” пазара на българските фирми от сектора. В резултат на икономическата и финансова криза, потреблението на домакинствата е силно намалял и те често се насочват към нискоконкурентни продукти;
- МСП от сектора нямат възможност да отделят парични средства и да вършат организационни и структурни промени за въвеждане на нови стандарти за качество, за опазване на околната среда, за енергийна ефективност и други;
- МСП от сектора нямат достъп до аналитична, обзорна, пазарна и всякаква друга информация, която да им позволява да правят адекватна пазарна оценка на риска и възвращаемостта.

Предвид предстоящото преструктуриране и нова преориентация на сектора е необходимо да се припомни, че само до преди няколко години на равнище Европейски съюз съществуваше друга класификация. В тази връзка, в приложената таблица може да

се види разпределението и броя на предприятията от сектора на равнище ЕС – преди присъединяването на България; техният оборот, генерираната добавена стойност за периода и броя заети в структурите им. Въпреки че производството на инструменти е било с най-висок относителен дял от всички предприятия, реализираната добавената стойност е значително по-ниска от тази на електрическите машини и апаратура. Въпросната добавена стойност се е доближила до тази на радио, телевизия и комуникационната техника при условие, че техният относителен дял е с три пъти по-нисък.

Таблица 6 Структура на производството на електрически машини и апарати в ЕС /2006 г./

	Предприятия		Оборот		Добавена стойност		Брой заети	
	хил.	%	млн. евро	%	млн. евро		хил.	%
Електрически машини и апарати (Общо)	202.6	100	710 431	100	202 905	100	3 668.2	100
Инструменти	92	45.4	140 000	21.3	60 000	29.6	1 041.8	28.4
Офис техника и компютри	10.7	5.2	59 580	8.4	9 634	4.7	154.6	4.2
Електрически машини и апаратура	70.7	34.9	282 000	39.7	82 900	40.9	1 710.0	46.6
Радио, телевизия и комуникационна техника	29.4	14.5	221 437	31.2	51 847	25.6	771.6	21.1

Източник: НСИ

Само допреди няколко години, както може да се види от таблицата в сектора, е създавана добавена стойност от порядъка на 203 млрд. евро и годишен оборот от 710 млрд. евро. В условията на криза, тези числа са силно редуцирани, но е ясно, че на

настоящия етап секторът не усвоява напълно възможностите на своя потенциал. Уловените тенденции на европейско равнище са валидни и за България – секторът в момента работи под своя потенциал.

В допълнение към отразените изменения за последните пет години е възможно да се направи и съпоставка по отношението на структурата на персонала и създаването на добавена стойност в малките и средни предприятия на равнище Европейски съюз.

Таблица 7 Структура на персонала и добавена стойност в сектора на равнище Европейски съюз /2006 г./

Брой заети	Създаване на добавена стойност в сектора	Относителен дял на заетия персонал
1-9 заети	5,9%	10,9%
10-40 заети	12,1%	15,2%
50-249 заети	19,9%	21,7%
над 249 заети	61,9%	52,5%

Източник: Eurostat

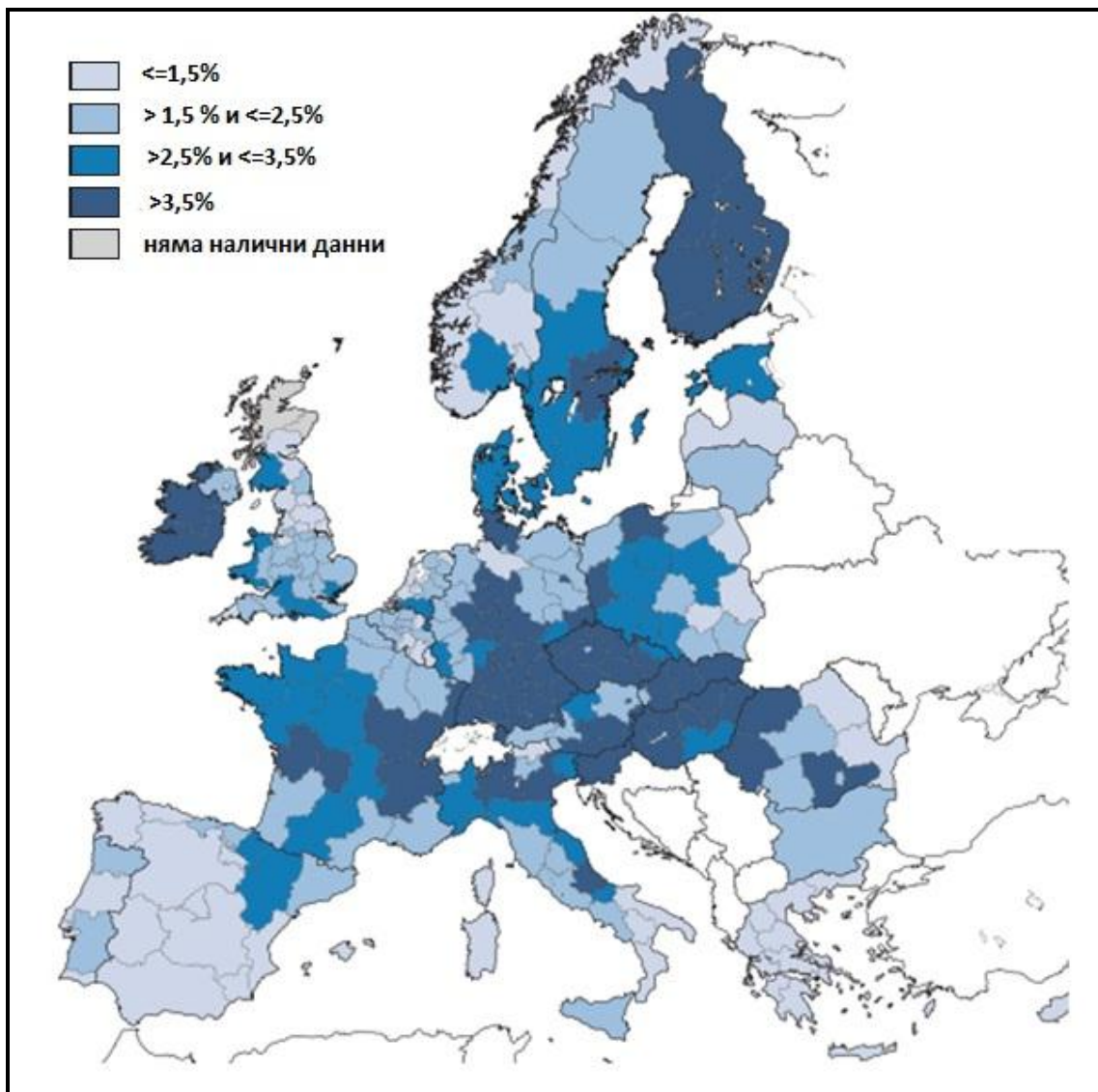
Това, което прави впечатление при анализа на настоящата таблица, е увеличаващата се пределна ефективност на персонала. Тя е най-ниска при фирмите с до девет души персонал. При тези фирми около 10% от заетите в бранша генерират около 6% от добавената стойност в сектора или около 10% от добавената стойност, която се формира от големите предприятия. За големите предприятия е известно, че на равнище Европейски съюз е заета малко повече от половината от работната сила в сектора, която както се вижда от таблицата, генерира малко под две-трети от добавената стойност в сектора. От данните се вижда още, че микро- предприятията от сектора са особено неефективни, докато малките и средните предприятия стоят на почти идентични позиции. Това, което е интересно за сектора на равнище ЕС, е че в предкризисните

години, МСП от сектора са създали около 40% от общата добавената стойност за сектора при 48% заетост от общата заетост за сектора.

По отношение на икономическата констелация на МСП от сектора става ясно, че фирмите от икономическата дейност *производство на електрически машини и апарати* създават заетост на между 8,500 и 10,000 лица в диапазона 2009 – 2010 г., които числа изглеждат малки на пръв поглед.

За сравнение, статистическата отчетност на Европейския съюз показва, че равнището на заетост в този сектор, като процент от всички заети в нефинансовия сектор на съответните икономики за България, варира между 1,5% и 2,5%.

Фигура 1 Равнище на заетост в сектор електрически машини и апарати като процент от всички заети в нефинансовия сектор на съответните икономики /Евростат, 2009 г./



Източник: Eurostat

Тук трябва да се подчертае фактът, че статистическата отчетност на равнище ЕС се прави по региони на NACE, която е именно класификацията на икономическите дейности в Европейската Общност /*Classification of Economic Activities in the European Community*/.

От приложената фигура става ясно, че страни като Литва например или о-в Сицилия, или отделни региони в самата Италия, Швеция, дори Обединеното Кралство имат подобна заетост в сектор *електрически машини и апарати*.

Ето защо не бива да се счита по презумпция, че страната ни е едва ли не аутсайдер по отношение на социалния и икономически фактор – заетост. Разбира се, секторът е далеч от нивата на заетост в последните няколко десетилетия, но и ситуацията в индустрията и международното положение вече е доста по-различна. В действителност, по отношение на социалния фактор, лицата от сектора получават възнаграждение за труд идентично или над средното за България, което ясно подчертава политиката на мениджърите от бранша за задържане на кадрите в сектора.

Във връзка с технологичното развитие на бранша е необходимо да се посочи, че България се намира в групата на слаборазвитите в технологичен план страни в сектора. Според данни за мястото на *сектор електрически машини и апарати* в рамките на съответните национални икономики, най-високо технологично специализирани са страни като Финландия, Унгария и Ирландия. Това се дължи именно на добавена стойност от порядъка на 10% на годишна база от всички нефинансови предприятия, която е създадена в сектора на горепосочените държави. Едва след тези страни се нарежда и Германия с около 6% добавена стойност от сектора от всички нефинансови предприятия. Малко след Германия се нарежда Словакия, а с под 1% добавена стойност са Гърция и Кипър.

По отношение на развитието на технологиите, Германия има богата традиция в изграждането и прилагането на научно-технологичната мисъл.

До голяма степен българската икономика във военните години е била обвързана с германската икономика и много български инженери са учили по германски образователни програми, а значителната част от специализираната литература в страната е била на немски език.

В момента също Германо-българската индустриално-търговска камара и Австрийската търговска камара са много активни в промотирането на партньорства между български и германски предприятия, от една страна, и български и австрийски предприятия, от друга страна.

В допълнение, трябва да се подчертае, че към момента най-високият брой български студенти, които се обучават в чужбина, се обучават в германски университети – това са около 10% - 12% от всички български студенти в чужбина, за които се счита, че са били около 80 000 към 2009 г. Този факт би трябвало да се вземе предвид от стратегическа гледна точка, тъй като в следващите няколко години тези специалисти ще излязат на пазара на труда, а **производството на електрически машини и апарати**, без съмнение, не просто се влияе, а е силно зависимо от добрата научно-технологична подготовка и обосновка.

Динамиката на изменение в технологията на производство е свързана с необходимост от адекватна и гъвкава способност за адаптиране към търсенето на пазара. Това е възможно чрез изграждане на широка и богата база от професионалисти.

Необходимостта от професионални знания и умения е свързана със стремежа за постигане, не само на все по-високи нива на производителност на труда и интернационализация на експортната продукция, но и с по-добри показатели за енергийна ефективност при производството на определена продукция.

В сектор *производство на електрически машини и апарати* са изследвани двадесет предприятия от тринадесет населени места в страната. Най-многобройни са предприятията от София.

В четири области са изследвани по две стопански единици, а в останалите – по една. Разпределението на фирмите по административно-териториалните области в страната е представено в следващата таблица.

Таблица 8 Брой изследвани предприятия от сектора по области

Административно-териториална област	Брой предприятия
Благоевград	1
Варна	2
В. Търново	1
Габрово	1
Кюстендил	1
Плевен	1
Пловдив	2
Силистра	2
София-град	5
София-област	2
Стара Загора	1
Хасково	1
Общо	20

Източник: Социологическо проучване

Разпределенията на изследваните предприятия според броя на заетите и годишния им оборот са представени в следващите две таблици.

Таблица 9 Разпределение на изследваните предприятия според заетите лица през 2011 г.

	Брой	Процент
По-малко от 10 души	4	20,0
От 11 до 50 души	6	30,0
От 51 до 250 души	10	50,0
Общо	20	100,0

Източник: Социологическо проучване

Таблица 10 Годишен оборот на изследваните предприятия

	Брой	Процент
По-малък от 3 900 000 лв.	15	75,0
От 3 900 000 до 19 500 000 лв.	4	20,0
От 19 500 001 до 97 500 000 лв.	1	5,0
Общо	20	100,0

Източник: Социологическо проучване

От таблица 9 и 10 може да се направи извод, че половината от изследваните предприятия попадат в групата на предприятия със заети между 51 и 250 души. Въпреки това, основната част от тях са в групата с малък регистриран годишен оборот – до 3 900 000 лева.

През наблюдаваните години (2008 – 2011 г.) трайно се увеличава броят на фирмите, които са намалили оборота си спрямо предкризисната 2007 г. (база 2007 г.= 100 %). Колеблив е броят на фирмите с повишен оборот, както и съотношението между тези с увеличен и намален оборот. От гледна точка на средната стойност на промяна в оборотите на предприятията, най-неблагоприятна изглежда 2011 г. Когато обаче се сравнят средните темпове на повишаване и намаляване на оборотите на фирмите от сектора (без да се имат предвид тези, чийто оборот е равен на 100 спрямо 2007 г.), става ясно, че само през 2010 г. темповете на намаление надминават със 7 пункта тези на повишаване на оборота.

Данните за промените в оборота на изследваните фирми от сектор *производство на електрически машини и апарати* са представени по-долу.

Таблица 11 Промени в оборота на фирмите за периода 2008 - 2011 г.
/база 2007 г. = 100%/

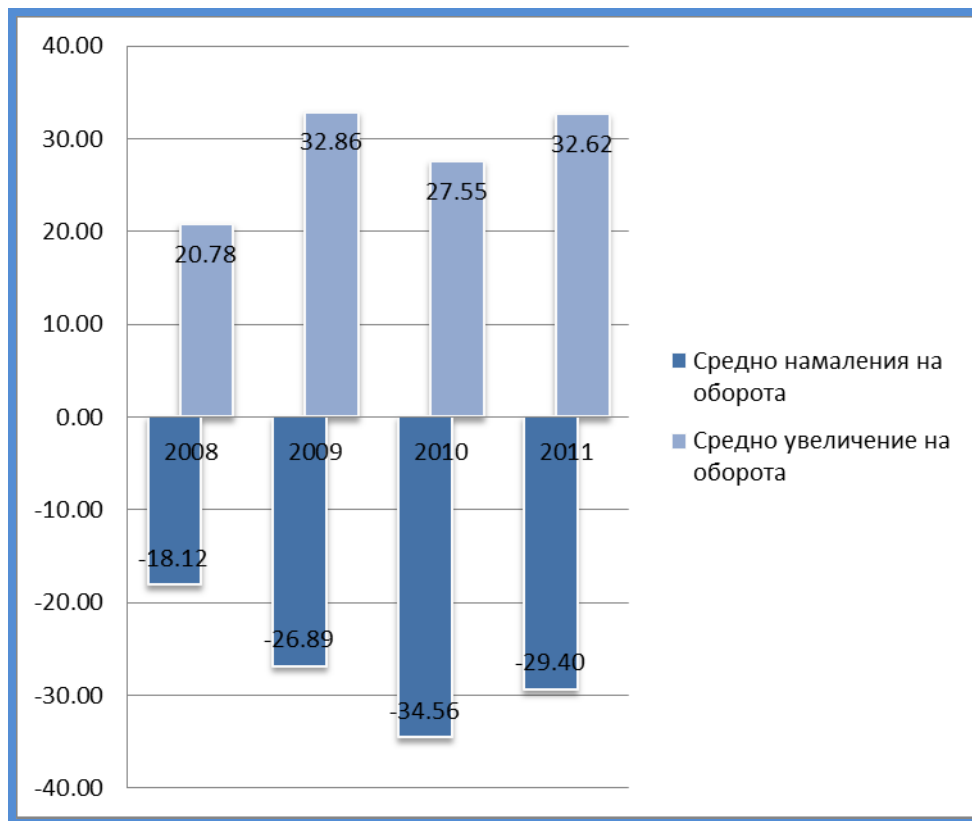
Година	Брой фирми с намален оборот	Брой фирми със запазен оборот	Брой фирми с повишен оборот	Неотговори	Съотношение между фирмите с нарастващ и намаляващ оборот	Средна стойност на промяна в оборота (медиана) в %
2008	9	2	9	1,00	100,0	9
2009	10	3	7	0,70	98,0	10
2010	10	1	9	0,90	92,5	10
2011	11	1	8	0,73	88,0	11

Източник: Социологическо проучване

За изследваните предприятия анализът на данните, свързани с определени тенденции в промените в техния оборот за периода 2008 – 2011 г., дава възможност да се посочи следното:

- 4 фирми имат трайна тенденция за повишаване на оборота и надминаване на базата от 2007 г.;
- в 3 фирми, макар и колебливо, оборотът е над или на равнището на 2007 г.;
- за 3 фирми тенденцията е към трайно намаляване на оборота спрямо 2007 г.;
- при 10 предприятия не се наблюдава определена тенденция; при тях оборотът е променлив през наблюдаваните 4 години;

Фигура 2 Средна промяна в оборота на изследваните фирми по години (в %)



Източник: Социологическо проучване

На приложената графика са представени темповете на промяна в оборота за предприятията, които са реализирали спад и тези, които са повишили оборота си през годините, спрямо 2007 г. Според тези данни, във фирмите с повишен оборот средните стойности са по-високи в сравнение със средните стойности за предприятията, които бележат спад в сравнение с равнищата от 2007 г. Изключение прави 2010 г., когато средните темпове на намаляване на оборота надминават със 7 пункта средните темпове на повишението му.

Стоките, които анкетираните фирми произвеждат, се отнасят изцяло към сектор „Производство на електрически машини и апарати”, но анализът на продуктивния асортимент показва, че в изследването са обхванати разнородни предприятия от сектора

и по този начин събраната информация до голяма степен може да се отнесе за сектора като цяло.

В допълнение към информацията, набрана от социологическото проучване, са събрани данни от Търговския регистър към Агенцията по вписванията, Министерство на правосъдието и е извършен анализ на финансовото състояние на МСП, участвали в това проучване. Този подход е избран, тъй като не са налични данни за финансовото състояние общо за сектора.

Анализът на финансовото състояние на фирми от сектор „Производство на електрически машини и апарати” е извършен въз основа на следните групи финансови и оперативни показатели:

Показатели за рентабилност

Показатели за ефективност

Показатели за финансова стабилност/ автономност

Показатели за ликвидност

Анализът е изготвен на база данни от финансовите отчети на 20 експортно-ориентирани МСП от сектора, като изходните данни за анализа са представени в следващата таблица.

Таблица 12 Финансови данни

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
АКТИВИ	48872	53796	46310	49197
Нетекущи активи	0	0	0	0
Дълготрайни активи – общо, в т.ч.:	30073	30871	26795	28174
Инвестиции (придобити активи)	0	0	0	0
Текущи активи	0	0	0	0
Краткотрайни активи - общо, в т.ч.:	18738	22831	19467	20961
Материални запаси	9906	14087	10674	11570
Краткосрочни вземания	4321	5772	3483	4426
Парични средства	5440	3871	2371	2870
ПАСИВИ	48872	53796	46310	49197
Нетекущи пасиви	0	0	0	0
А. Собствен капитал	34554	35699	33769	37470
I. Основен капитал	3887	3989	3936	8536
II. Резерви	26555	26764	24025	23796
III. Финансов резултат	0	0	0	0
Натрупана печалба(загуба) от минали години	2346	3876	4901	5862
Текуща печалба /загуба	1765	1069	907	-724
Общо за група III	4111	4946	5808	5138
Б. Дългосрочни пасиви	4555	6997	3172	4272
Текущи пасиви	0	0	0	0
В. Краткосрочни пасиви	9763	11100	9369	7454
I. Краткосрочни задължения	9643	10877	9166	7261
Задължения към доставчици и клиенти	6125	9181	5981	5131
II. Приходи за бъдещи периоди и финансираня	120	223	203	193
ПРИХОДИ	0	0	0	0
I Нетни приходи от продажби:	28356	33409	31206	28523
Г. Общо приходи (Б.+IV)	31117	37529	34167	32019
РАЗХОДИ	0	0	0	0
Г. Общо разходи	29153	36297	33231	32787
ФИНАНСОВ РЕЗУЛТАТ	0	0	0	0
Д. Счетоводна печалба	1964	1232	936	-768
V. Разходи за данъци	196	163	104	-44
Е. Печалба	1768	1069	907	-724
Всичко (Г+V+E)	31117	37529	34242	33408

Източник: Социологическо проучване

За фирмите от проучването от сектор електрически машини и апарати се установиха интересни закономерности, изразени чрез обобщените финансови показатели, представени на следващата таблица.

Таблица 13 Финансови показатели при изследваните фирми от сектора

Финансови показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Коефициент на рентабилност на приходите от продажби или коефициент на марж (Финансов резултат след приспадане на данъци/Нетен размер на приходите от продажби)	0,0623	0,0320	0,0291	-0,0254
Коефициент на рентабилност на собствения капитал/ Възвръщаемост на собствения капитал (Финансов резултат след приспадане на данъци/собствен капитал)	0,0511	0,0300	0,0269	-0,0193
Коефициент на рентабилност на активите/ Възвръщаемост на активите (Финансов резултат след приспадане на данъци/Общо Активи)	0,0361	0,0199	0,0196	-0,0147
Коефициент на обща ликвидност (Краткотрайни активи/Краткосрочни задължения)	1,9193	2,0568	2,0779	2,8120
Коефициент на задлъжнялост (Пасиви/Собствен капитал)	0,4144	0,5069	0,3744	0,3130
Активи/Пасиви	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000
Нетен оборотен капитал (Краткотрайни активи - Краткотрайни задължения) /в хил. лв./	9 095	11 953	10 301	13 700
Коефициент на финансова автономност (Собствен капитал/Пасиви)	2.4133	1,9726	2,6927	3,1953
Финансов левъридж	0,4144	0,5069	0,3714	0,3130

Източник: Социологическо проучване, Собствени изчисления

На първо място се вижда, че коефициентът на рентабилност на приходите от продажби постоянно намалява за изследваните четири последователни години, за които има счетоводни данни – от 2007 г. до 2010 г. включително. Действително ситуацията в бранша е много сериозна и фирмите губят с всяка изминала година от своята рентабилност. Както се вижда, през 2007 г., рентабилността е била средно 6,23%, а през 2010 г. тя вече е отрицателна – минус 2,54%.

Тези данни недвусмислено показват, че фирмите от бранша са засегнати много сериозно от икономическата криза и цените са толкова снижени, че вече дори е нарушен естественият бизнес цикъл на фирмите. Преполовяването на рентабилността от нива над 6% до нива на около 3% на годишна база през 2008 г. и 2009 г. и последващото ново „потъване” с нови пет пункта до отрицателни равнища през 2010 г. би трябвало да служат като индикатор за сериозни притеснения и да сигнализируют за критичната обстановка в бранша. Тук не става въпрос за въвеждането на някакви особено амбициозни планове, а става въпрос за фирмено оцеляване на малките и средни фирми от бранша.

Освен това коефициентът на рентабилност на собствения капитал също намалява съществено, тъй като през 2007 г. е бил средно 5,11%, а три години след това – през 2010 г. е отчетено средно равнище от минус 1,2%. Както се вижда от приложената таблица – при възвръщаемостта на собствения капитал нещата изглеждат много сериозни, тъй като тя бележи рязък спад. Това означава, че фирмите започват да изпитват сериозни затруднения при обслужването на целия бизнес.

Дори, както се вижда от данните за 2010 г., фирмите от бранша започват да се декапитализират, поради което следва да се очаква нова по-сериозна вълна на финансови

затруднения не само в сектора, но и по веригата на доставчици и обслужващи и обвързани фирми. На практика, свежият капитал от сектора е напълно изчерпан, а в някои отделни фирми, където има относително по-висока норма на оборотен капитал, той не е използван за крайни нужди.

Аналогична е и ситуацията с възвръщаемостта на активите.

От приложената таблица се вижда, че през 2007 г. възвръщаемостта на вложените активи е била 3,61%, като след това тя спада до почти 2% през 2008 г. и 2009 г. През последната отчетена годна – 2010 г. възвръщаемостта е вече отрицателна – минус 1,2%. Действително, не само по отношение на продажбите и собствения капитал са настъпили изключителни финансови метаморфози в малките и средните предприятия от сектора, но и по отношение на оборота на активите вече се забелязва, че той е контрапродуктивен. Ситуацията е повече от странна, защото се получава един особен парадокс, че колкото повече работят фирмите от бранша, толкова повече натоварват своите производствени мощности, които, по този начин се амортизират и по-ускорено. Срещу това работно натоварване обаче не стоят платежоспособни клиенти и не се реализират насрещни плащания, които да превърнат паричния оборот в позитивна величина. Ето защо за фирмите от сектор електрически машини и апарати може твърдо да се каже, че икономическата ситуация в страната е принудила много от МСП от сектора дори да отказват нови поръчки, тъй като просто нямат финансовата осигуреност да ги реализират.

По отношение на ликвидността и задлъжнялостта се открояват интересни закономерности в противовес на предходно посочените индикатори, тъй като се

очертават тенденции на относително подобрена ликвидност и едно, така да се каже, своеобразно „изчистване” на пасивите.

От дълбочинните интервюта се установи, че повечето от малките и средни предприятия, действително са имали много натрупани задължения и несъбрани вземания и от 2009 г., 2010 г. и дори 2011 г. са започнали едно по-форсирано събиране на своите вземания и извършване на висящите плащания.

Този своеобразен сетълмент или ликвидиране на задължения става с цената дори на разваляне на договори, на прекратяване на договорни отношения, преустановяване на стоковите кредити и др. Пазарът е започнал да се връща към едни непознати практики на заплащането в брой, на заплащането веднага, на реализиране на поръчки в по-малък мащаб, на реализиране на поръчки с висока норма на авансово плащане и други подобни.

Нещо повече, нетният оборотен капитал е започнал да се увеличава, но той се използва предимно за разчистване на междуфирмени задължения и висящи плащания към доставчиците, отколкото да се реинвестира в активите или да се пренасочва към повдигане на равнището на собствената капиталова база. Това особено силно личи при „засичането” на съотношението на собствения капитал към пасивите, които непрекъснато са снижавани от мениджърите и това поведение да се извършва стоков кредит или да се работи с дълги лагове на забавяне в плащанията, вече се счита от мениджърите за рисково и не се практикува.

В допълнение към основните финансови показатели, може да се добави още една серия от показатели, на базата на които може да се добие още по-детайлна представа за състоянието на бранша.

Таблица 14 Финансови коефициенти при изследваните фирми от сектора

Други финансови показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Коефициент на капитализация на активите	0,0450	0,0249	0,0244	-0,0173
Коефициент на ефективност на приходите (Разходи/Приходи)	0,9369	0,9672	0,9726	1,0240
Коефициент на ефективност на разходите (Приходи/Разходи)	1,0674	1,0340	1,0282	0,9766
Коефициент на бърза ликвидност (Краткосрочни активи + краткосрочни инвестиции + парични средства/Краткосрочни задължения)	0,9159	0,8039	0,9594	1,2933
Коефициент на незабавна ликвидност (Краткосрочни вземания + Парични средства)/Краткосрочни задължения)	1,0122	0,8865	0,6387	1,0048
Коефициент на абсолютна ликвидност (Парични средства/Краткосрочни задължения)	0,5642	0,3559	0,2587	0,3953

Източник: Социологическо проучване, Собствени изчисления

На базата на известните данни се установява, че равнището на капитализация на активите през 2007 г. е било 4,5%, което е сигурен знак, че се формира сравнително добра добавена стойност и процесът на производство е продуктивен в сектора.

Това равнище, обаче се преполовява през следващите две години – 2008 г. и 2009 г. и се отчитат вече стойности около 2,5%, за да се достигне до минус 1,7% през 2010 г. Данните показват, че това стремително „плъзгане” надолу на фирмите от бранша ще доведе до, вероятно, необратими последици за цялата структура на малките и средни предприятия от сектор производство на *електрически машини и апарати*. Едни от най-неблагоприятните прегрупирации в сектора винаги са се случвали, именно, когато активите започват да бъдат контрапродуктивни в техния работен процес.

Както беше установено, коефициентът на приходите започва плавно да се подобрява през четирите години, а коефициентът на разходите да се връща към едни по-нормални и управляеми нива. Въпросът тук, който си задават фирмените мениджъри, е дали ще съумеят да „издържат” да управляват по успешен начин фирмените приходи и фирмените разходи. Непрекъснатото орязване на разходите по всички възможни направления, както и откриването на различни полюси на конфронтация с доставчици, клиенти, институции и други фирми от бранша, обостря фирмените отношения по всяко възможно направление и повишава равнището на негативните фирмени очаквания. Тези конфронтации от своя страна влияят на цялостния имидж на бизнес средата.

В допълнение на тенденциите, които настъпват при управление на ликвидността, може категорично да се твърди, че фирмите започват да отдават все по-голямо значение на парите в брой при плащанията и на парите в наличност при управление на фирмените задачи. Това се подчертава ясно от коефициентите на бърза ликвидност и на незабавна ликвидност. И при двата коефициента се вижда явното поведение на фирмените мениджъри от бранша да изчистят пасивите и своите задължения и да започнат да формират по независима финансова политика.

Разбира се, това преминаване към ползването на почти изцяло собствени средства за финансиране на бизнеса ще затрудни фирмите да бъдат ефективни в няколко направления едновременно, но при всички случаи ще им даде възможност да бъдат по-независими и да оцелеят. Освобождаването на пасивни единици и разплащането на задължения винаги е свързано с появата на множество други проблеми – като задържане ръста на работните заплати, снижаване нормата на печалба, снижаване на оперативните разходи, снижаване на инвестиционния оборот и т.н.

Към момента обаче – за изминалите три до четири години, без дори да се взима предвид 2011 г., тъй като данните още не са ясни, ясно може да се очертае поведението на мениджърите да започват да „държат здраво” собствените си капитали и активи и да не пожелават да извършват допълнителни ангажименти или стокови кредити към свои колеги или контрагенти.

Като допълнително натоварване за малките и средни предприятия от бранша електрически машини и апарати, което трудно може да бъде издържано в условията на криза, се явяват цените за различните патенти, лицензи, суми за енергийна ефективност, разрешителни и др. под. Ето защо, по естествен начин през 2012 г. и следващата 2013 г. е много вероятно икономическата активност в сектора да бъде относително по ниска, като със сигурност динамиката на икономическите, търговските и експортните отношения ще бъде значително по-редуцирана.

В заключение могат да се направят следните обобщаващи изводи относно състоянието на МСП в сектор „Производство на електрически машини и апарати”:

- Заетите в сектора сформират 4.6% от всички заети в МСП от разглежданите сектори с експортен потенциал;
- Във вътрешносекторен аспект подсекторите „Производство на електрически двигатели, генератори и трансформатори и апарати за управление и разпределение на електрическа енергия” и „Производство на т.нар. „други” електрически съоръжения” създават най-висока заетост, добавена стойност и оборот. Поради характера си тези отделни подсектори са значителни по обем и имат собствени пазарни характеристики;

- Направеното социологическо проучване и анализ на финансовото състояние на МСП с експортен потенциал недвусмислено показват, че фирмите от бранша са засегнати много сериозно от икономическата криза. Те са загубили голям процент от икономическата си рентабилност, събраните вземания от фирмите от сектора се използват за разчистване на междуфирмени задължения и висящи плащания към доставчиците и не се реинвестират в активи;
- Трудности пред патентоването на изделия от сектора;
- Висок е делът на предприятията, реализирали нов продукт на пазара след 2007 г. – 80,0 % от участвалите в изследването;
- Собствена търговска марка имат около 55,0% от предприятията от сектора;
- Сравнително висок е делът на фирмите от бранша, които отчитат развойна дейност – те представляват 68,4% от изследваните предприятия. До голяма степен това се отразява в подобрения на съществуващия асортимент по обратна връзка на клиента или добавяне на нов продукт в производствената линия, отколкото на разработване на значими иновации.
- МСП от сектора нямат достатъчния капиталов и човешки ресурс, за да могат да си позволят да развият сериозна научно-развойна, а още по-малко научно-изследователска дейност.
- Деиндустриализация на производствените мощности, овехтяване на производственото оборудване, появата на несистематични и откъслечни маркетингови опити за задържане на пазарните позиции;

- Навлизане на високо конкурентоспособни чуждестранни фирми на българския пазар, които допълнително стесняват пазара на българските фирми от сектора;
- МСП от сектора нямат възможност да отделят парични средства и да извършат организационни и структурни промени за въвеждане на нови стандарти за качество, за опазване на околната среда, за енергийна ефективност и други;
- МСП от сектора нямат достъп до аналитична, обзорна, пазарна и всякаква друга информация, която да им позволява да правят адекватна пазарна оценка на риска и възвръщаемостта;
- Препоръчително е за сектора да се „стъпи” върху развиването на съвременни научно-изследователски центрове. Например, може да се изгради специализиран институт, чието име и функции може да бъде предмет на публично обсъждане и дискусии с помощта на БАСЕЛ (тъй като организацията има дългогодишни традиции и натрупан ноу-хау).;

ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ НА СЕКТОРА

Обикновено, политическата стабилност се възприема като гарант за формирането на благоприятна икономическа среда в дадена страна или съюз от страни, какъвто е случаят на членство на България в рамките на ЕС. Членството на страната в ЕС приобщава малката икономика на страната към един огромен пазар с население от около 500 млн. души към 2010 г. Освен това, митническите тарифи и споразумения се уеднаквяват и се прилагат идентични търговски спогодби и споразумения. Облекчено е придвижването на хора и превозни средства в рамките на Европейския съюз, което позволява по-бързия обмен на стоки и благоприятства търговския ръст и развитие на отделните фирми.

В допълнение към политическата интеграция на страната с ЕС се правят и непрекъснати усилия за икономическа интеграция по отношение на: банковите операции, признаване на банковите и застрахователните гаранции, уеднаквяване на стандартите за производство, квотите и бариерите за търговия, валутната интеграция (обвързването на лева към еврото с фиксиран курс) и др. На практика, макроикономическата и финансовата стабилност се предполага, че ще създадат една комфортна среда за малките и средни предприятия.

Разбира се, стопанската конюнктура към момента показва, че много от страните в ЕС се намират в състояние на икономическа криза и това в известна степен затруднява международната търговия.

Въпреки негативните тенденции за развитие на икономиката на Европейския съюз през изминалата година и някои прогнози за рецесия през 2012 г., все пак българските мениджъри от МСП от сектор *електрически машини и апарати* са донякъде облагодетелствани по отношение на това, че вече могат спокойно да комуникират и партнират с чуждестранни фирми от Европейския съюз.

Именно тази политическа обвързаност на страната към ЕС създава достатъчно предпоставки за по-тесни взаимоотношения с фирмите от Западна Европа, каквито предпоставки дори само преди 5 до 10 години липсваха или бяха палиативни.

Данните на Националния статистически институт за периода 2000 г. – 2011 г. показват, че когато икономическите дейности са класифицирани по КИД, износът на сектор електрически машини и апарати е възлизал на приблизително 2 млрд. лева или около 19,49% през 2000 г. и около 1,6 млрд. лева през 2011 г. или около 4,74%. Както се вижда от приложената таблица, стойността на износа на електрически машини и апарати непрекъснато расте от 2000 г. до достигането на своя пик през 2007 г. от почти 6,1 млрд. лева по абсолютни стойности и съответно почти една-четвърт от общия износ на страната за периода – 25,04% през 2006 г. по процентни показатели.

През следващите години този износ се срива почти 6 пъти и средният дял на сектора в общия износ по КИД на страната след 2007 г. се колебае под или около 5% на годишна база.

Таблица 15 Съпоставка на общия износ от български предприятия с износа от сектор електрически машини и апарати /2009 г. – 2011 г./

Износ по години по КИД /стойностите в лв./			
Година	Общо за продукти по КИД	Електрически машини и апарати	Дял на износа на електрически машини и апарати по КИД
2000	10 274 106 727	2 001 943 438	19,49%
2001	11 176 068 993	1 880 297 454	16,82%
2002	11 857 905 747	1 908 456 619	16,09%
2003	13 041 906 435	2 276 032 250	17,45%
2004	15 617 051 924	3 276 733 659	20,98%
2005	18 514 553 261	3 798 310 032	20,52%
2006	23 493 153 075	5 882 533 333	25,04%
2007	26 426 895 408	6 114 108 215	23,14%
2008	29 736 375 433	1 272 127 524	4,28%
2009	22 881 652 090	1 178 769 183	5,15%
2010	30 435 009 876	1 514 982 598	4,98%
2011	33 952 544 356	1 607 713 733	4,74%

Източник: НСИ

Таблицата показва, че голяма част от пазарите са загубени, както и че в международен мащаб членството на България в ЕС-27 е довело до усилен конкуренция и това се е отразило негативно на експортните позиции на предприятията от сектора. Тези тенденции улавят действително тревожната ситуация в сектора и създават предпоставки за очертаването на наистина неблагоприятна бизнес картина, защото общата тенденция от 2007 г. бизнес средата за сектора е относително неблагоприятна, като очакванията за 2012 г. също са подчертано песимистични.

В подкрепа на тези констатации могат да се приведат актуални данни от базата на националната статистика за период от 3 години, като данните за 2011 г. за МСП все още не са напълно обработени.

Малките и средните предприятия от сектор *електрически машини и апарати* се оказва, че през 2009 г. са изнесли продукция на стойност почти 230 млн. лева, а през 2010 г. на стойност около 226 млн. лева. Съответният дял на МСП от сектора по отношение на общия износ се равнява на точно 1% през 2009 г. и на 0,74% през 2010 г. Тоест, с развитието на икономическата криза в страната, пряко са засегнати, както големите, така и малките и средните предприятия от сектора.

Таблица 16 Съпоставка на общия износ за сектор *електрически машини и апарати* спрямо износа на МСП от сектора /2009 г. – 2011 г./

Година	Износ по години по КИД /стойностите в лв./				
	Общо за продукти по КИД	Електрически и машини и апарати	Дял на износа на електрически и машини и апарати по КИД	МСП, които произвеждат електрически машини и апарати	Дял на износа на МСП, произвеждащи електрически машини и апарати по КИД
2009	22 881 652 090	1 178 769 183	5,15%	229 947 000	1,00%
2010	30 435 009 876	1 514 982 598	4,98%	225 533 000	0,74%
2011	33 952 544 356	1 607 713 733	4,74%	н.д.	н.д.

Източник: НСИ

От таблицата ясно се вижда, че стойността на експорта на всички продукти по Класификацията на икономическите дейности се увеличава през годините и дори достига своя връх през 2011 г. от почти 34 млрд. лева. Този ръст определено, обаче, се дължи на износа от други икономически дейности, а не от износа на електрически машини и апарати. Тук, обаче, трябва непременно да се държи сметка за това от кои източници е

съставена информацията, тъй като се оказва, че според данните на Класификацията на икономическите дейности /КИД/ и данните на Комбинираната номенклатура /КН/, има известни разминавания.

Например, при общите данни за всички продукти от КН и КИД не се откриват разминавания. Тези разминавания се отчитат обаче при прегрупирането на икономическите дейности, какъвто е случаят с електрическите машини и апаратите. През 2000 г., ако се отчита КИД се оказва, че експортът на електрическите машини и апарати е бил на стойност над 2 млрд. лева, но ако се отчита КН, експортът е бил на стойност 333 млн. лева. Следователно, и процентът няма да е 19,49%, а ще бъде 3,25% за 2000 г.

По аналогичен начин могат да се проследят измененията и за другите отчетни години, като пикът на износа по КН вече не е 2006 г. по процентни показатели, а е 2009 г. – 7,81%. Ето защо, тук трябва да се държи сметка кои точно данни се взимат предвид при статистическото отчитане на обема, стойностите и относителния дял на експорта на електрически машини и уреди.

Положителната тенденция тук е, че за изминалите две-три години делът на експорта на електрически машини и апарати по КН се запазва над 7%.

Таблица 17 Съпоставка на общия износ по Комбинираната номенклатура /2000 г. - 2011 г./.

Износ по години по Комбинирана номенклатура /стойностите в лв./			
Година	Общо за продукти по Комбинирана номенклатура	Електрически машини и апарати	Дял на износа на електрически машини и апарати от продуктите по КН
2000	10 274 106 727	333 633 025	3,25%
2001	11 176 068 993	429 390 440	3,84%
2002	11 857 905 747	514 735 170	4,34%
2003	13 041 906 435	680 744 500	5,22%
2004	15 617 051 924	713 467 257	4,57%
2005	18 514 553 261	878 199 060	4,74%
2006	23 493 153 075	1 095 608 436	4,66%
2007	26 426 895 408	1 464 323 187	5,54%
2008	29 736 375 433	1 770 761 746	5,95%
2009	22 881 652 090	1 786 989 685	7,81%
2010	30 435 009 876	2 261 080 042	7,43%
2011	33 952 544 356	2 388 398 514	7,03%

Източник: НСИ

Във връзка със силните и слабите страни на предприятията от сектор **електрически машини и апарати** следва да се спомене, че България е страна с богат опит в търговския експорт и широка мрежа от експортни партньори. Съществуващите и вече изградени канали на износ остават от изключително значение за отделните представители на малкия и среден бизнес в страната. Това, което ограничава техния експортен потенциал, е непълното използване на алтернативните и достъпни канали и посредници – не се познава работата на БАЕЗ, не се ползват с доверие търговските мисии, не достигат умения и средства за участие в изложения; рядко се осъществява и коопериране в експортни консорциуми. Значителна държавна подкрепа би могла да бъде самото популяризиране и осигуряването на достъп на бизнеса до тези канали.

В сферата на производството на електрически машини и апарати, представителите на малкия и среден бизнес в страната трябва да стъпят върху основата на добро и актуално планиране, което ще спомогне за изграждането на функционална и действаща стратегия за експорт.

Основните конкурентни предимства на малкия и среден бизнес в България в сектора са относително ниските нива на разходи за персонал спрямо възприетите международни стандарти в развитите европейски страни, както и добрата търговска репутация на страната, изградена с десетилетия.

Значителна част от МСП от сектора се притесняват от все по-трудното намиране на квалифицирана работна сила, като основните проблеми, които фирмените мениджъри срещат, са в производството. На практика, голям брой от МСП от сектора са с остаряло технологично оборудване, от друга страна, като резултат от кризата значителен брой фирми се оттеглиха от пазара. От особено значение за развитие на сектора към настоящия момент е да се намери правилна и оптимална политика за позициониране на продукцията на външни пазари. Този сектор винаги е бил експортно ориентиран, а в днешно време за много от МСП от сектора е вече непосилно да влизат в конкурентна битка с лидерите на пазара.

Електрическите машини и апарати са изделия, които до голяма степен генерират своята визия спрямо марката и името на производителя.

Ценовата еластичност на търсенето е в обратна пропорционалност с нивото на популярност на продукта. Това означава, че при липса на име, цената наистина има голямо значение. Позиционирането на експортната продукцията трябва да бъде прогнозирано и планирано с внимание към най-малкия детайл, защото е определящо за

постигането на успешно реализиране на стратегията. Фирмите трябва да обърнат внимание на средата, в която смятат да пласират продуктите си.

Ето защо, проучването на конкуренцията на местно ниво и очертаването на конкурентните предимства е една наложителна дейност, без която много от инициативите за пробив на външни пазари биха били обречени на неуспех. Чрез внимателното прецизиране на маркетинговите проучвания по продукти, по клиентски профил, по географска дестинация на пласмента и др. под. фактори се цели постигането на колкото се може повече и по-добре изразени предимства, защото те са сред основните фактори за експортния успех.

Колкото по-добро е планирането, толкова по-незначителен би бил и рискът. Неговата оценка би следвало да е заложена като основна отправна точка за вземане на решение за производство и износ. В този смисъл, МСП от сектора трябва да имат за основна цел не просто определени нива на възвращаемост, а пробиване и установяване на международния пазар. Това често се свързва дори с реализиране на негативни резултати в чисто финансов план, но те би следвало да се интерпретират като инвестиция. Подобна политика, разбира се, не е присъща за слаби фирми с ограничен разполагаем ресурс, а за такива с диференцирана и диверсифицирана продуктова и пазарна структура.

В тази връзка следва да се подчертае, че именно ограниченият финансов ресурс се очертава като една от слабите страни при развитието на експортна политика. МСП от сектора срещат трудности при отпускането на кредити от страна на банките, които от своя страна искат да се застраховат от генерирането на лоши кредити. Това

предопределя нуждата от съставяне и организиране на фонд, който да подпомага инициативата към експорт.

Следващата слаба страна е ниската конкурентоспособност. Въпреки вече споменатите относително ниски нива на заплащане на труда, той не е единственият производствен ресурс.

Малкият и среден бизнес от сектора трудно би бил конкурентоспособен на големите производители, доминиращи пазара. Това означава, че е нужно да се намери начин за преодоляване на тази слаба страна чрез коопериране на кръг от фирми в браншови клъстери.

Друга характерна особеност за сектора е, че той винаги е бил сред флагманите на българската индустрия, но много от кадрите в сектора се ориентират към заемането на свободни работни места в други сектори на икономиката, които, на практика, „засмукват” човешкия капитал от сектора. Това създава множество проблеми на работодателите от сектора, които трябва да обучават наново или да преквалифицират други наети лица от персонала. Това не само намалява производителността на труда в отделните фирми, но и снижава поддържаните стандарти за качество на готовата продукция за експорт.

Едно от предимствата при изграждането на синхронизирани усилия за експорт би било установяването на някакъв договорен механизъм, чрез който общите разходи при промотирането, комуникациите, рекламирането и маркетизирането на *електрически машини и апарати* да бъдат снижени. Това ще бъде от полза за всички фирми от сектора, тъй като те ще имат някаква обединяваща комуникационна матрица и ще могат да действат в относително стикован ред.

За изграждането на такъв механизъм обаче е необходимо да се създаде своеобразен клъстер или непазарен субект, който да извършва анализи, прогнози, разчети и да предоставя варианти за медийна стратегия и поведение на чуждестранни пазари.

Още повече, че всеки един пазар е специфичен не само заради езика, но и заради настройките и нагласите на потребителите. Едни очакват евтина стока, други очакват гаранционен сервиз, трети очакват да имат телефон на потребителя, четвърти биха искали да получават отстъпки при закупуване на по-големи количества, пети биха искали да посетят даден шоу-руум и да преминат към директно договаряне на изготвянето на специализирани поръчки и т.н.

Българските малки и средни предприятия от сектор електрически машини и апарати на настоящия етап съществуват така да се каже сами за себе си, като са принудени да работят във фрагментарно развита среда, без наличието на сериозна мрежа от международни контакти, както за партниране, така и за осигуряване на продажби, за сервизиране и за принципното организиране на дилърска мрежа в чужбина.

Всички тези механизми могат да бъдат създадени в чужбина чрез активната намеса на българската държава и дългосрочното обвързване на бизнес интересите на малките и средни предприятия да работят в синхрон по един определен качествен и успешен начин.

Секторът на *производство на електрически машини и апарати* има ясно изразена възможност за усиление на експортните си позиции, тъй като страната си взаимодейства много добре с различни страни, към които изнася.

В основата на всяка експортна дейност обаче стои правилна преценка за създаването на определена стойност в крайния продукт. От тази гледна точка, е съществено важно да се подчертаят отделните разходи за производство на електрически машини и апарати в България от малките и средни предприятия. Дълбочинните проучвания с мениджъри на МСП от сектора показват, че за производство на различни продукти се влагат в различна пропорция определени разходи, благодарение на които се създава добавена стойност в сектора. По мнение на експерти от бранша един от най-съществените разходи, които се правят при създаването на краен продукт, са материалите и ресурсите. Те създават около 50% от стойността на крайния продукт. На второ място, са разходите за труд с приблизително около 15%, като тук се взимат предвид, не само работната заплата, а и разходите за създаване и обслужване на едно работно място, включително полагащите се дрехи, обувки, специални очила, инструменти и др.

Разходите за финансово обслужване на работната сила - социално осигуряване, плащания към държавата, включително и обслужване на договорите по трудова медицина, са съществено перо в цялостния финансов поток на малките и средните фирми в сектора.

На следващи позиции се намират режимните разходи, които подпомагат процеса на производство като ток, вода, телефони и др. под. Тук основният съществен разход е потреблението на електроенергия, който не може да бъде по никакъв начин икономисан в производствения процес. Приложената графика илюстрира основните пропорции в добавената стойност в сектор *електрически машини и апарати*.

Фигура 3 Създаване на добавена стойност в сектора – по компоненти



Източник: НСИ

От графиката много ясно се вижда, че заложената норма на печалба е почти 2%, която дори не е постигната през 2010 г., а за 2011 г. прогнозите на мениджърите на българските предприятия са още по-песимистични. Във финансовия анализ в приложенията е представена повече информация по въпроса. Ето защо е много важно при вземането на решения за експортиране да се направи правилна калкулация на експортните цени.

Поради това, че в момента секторът работи на изключително ниски продажни цени, много от МСП от сектора формират и значителни загуби, а традиционно изградените партньорства започват да отслабват във времето.

Допълнително, икономическата ситуация се влошава поради факта, че определени страни, като например Полша, водят целенасочена политика по привличане на световни гиганти, които създават високотехнологични работни места в полската икономика. Това

позволява на Полша да развива този сектор ускорено и да измества от международните пазари традиционно силни страни като Австрия и Чехия, например, с по-ниските цени, които предлага.

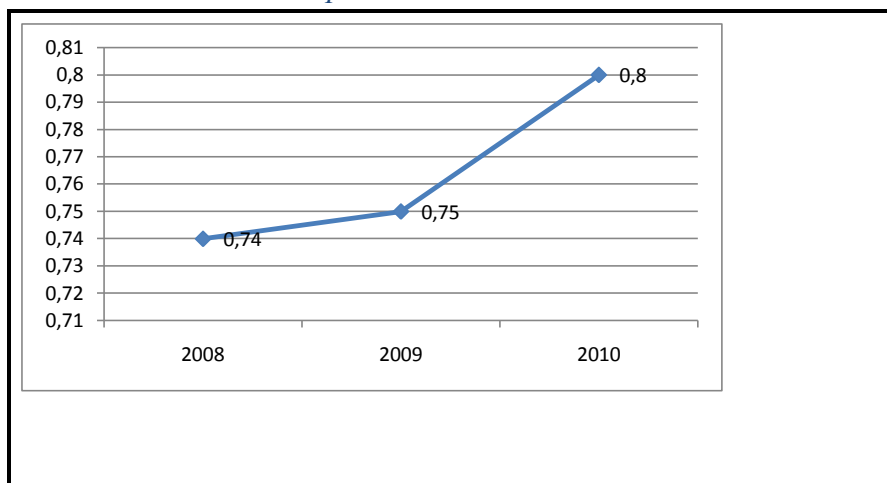
За България износът на електрически машини и оборудване към страните членки на ЕС е почти пет пъти по-голям от този към страните от Балканите, които са извън ЕС. Членството на България в ЕС се забелязва ясно от степента на интегриране като равностоен и активен участник на общия европейски пазар.

Една устойчива политика за подкрепа на експортния потенциал на МСП изисква – в съответствие с поетите политически ангажименти на европейско ниво – концепцията за малкия предприемач да се постави в центъра на усилията за спечелване на нови пазари, както и за обслужване на вече утвърдени такива.

Следващите графики представят относителния дял в експорта на определени изделия от сектор „Електрически машини и апарати”, които страната реализира.

Графиката представя развитието на износа на акумулатори за последните три години. Основен дял в производството и износа на акумулатори имат големите предприятия в България.

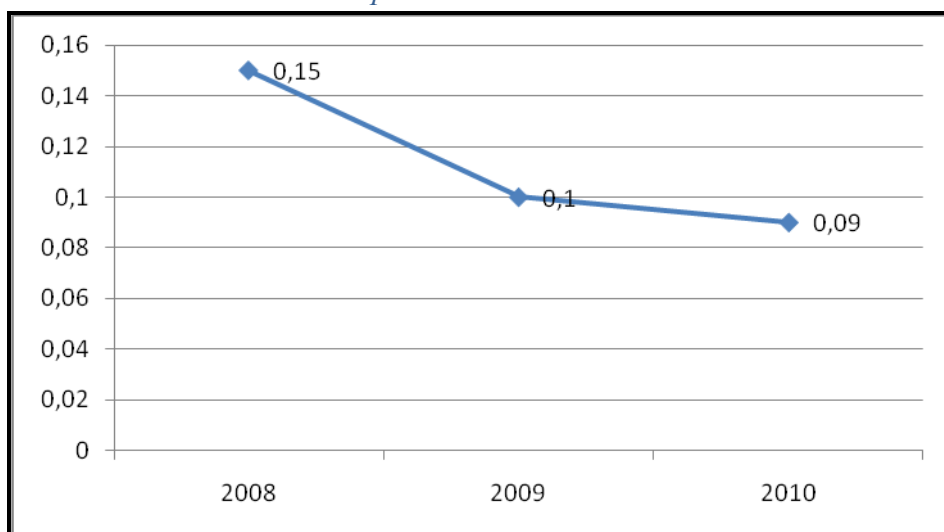
Фигура 4 Относителен дял на износа на електрически акумулатори в % за периода 2008 – 2010 г.



Източник: МТЦ

Делът в износа на електрически мотори и генератори намалява, независимо от това, че те се ползват с добра репутация в чужбина. От графиката се вижда, че през 2008 г. делът на износа е почти два пъти по-малък спрямо равнищата през 2001 г.

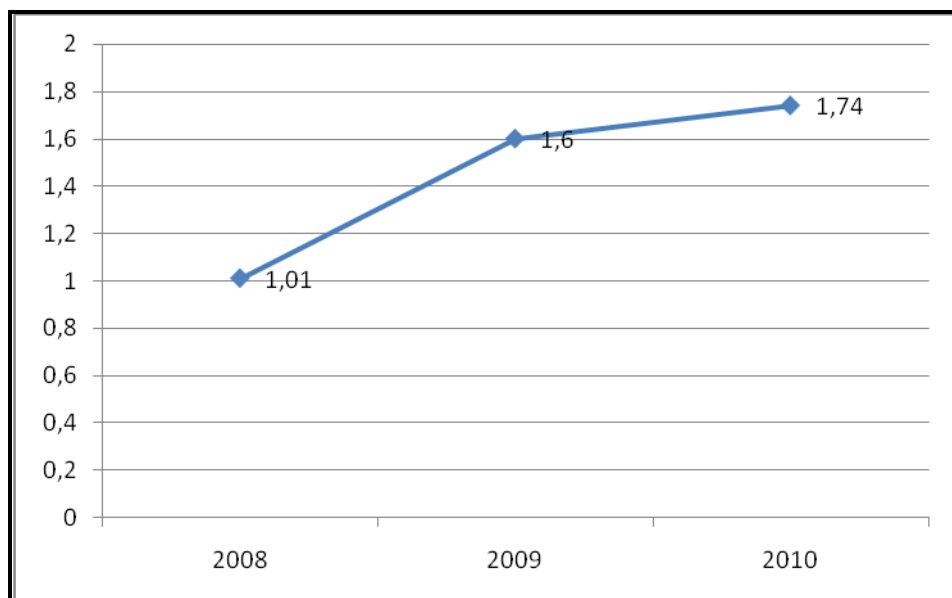
Фигура 5 Относителен дял на износа на електрически мотори и генератори в % за периода 2008 – 2010 г.



Източник: МТЦ

Друга важна експортна стокова група от сектора са **изолираните кабели и проводници**. Относителният дял на износа формира стабилен и възходящ тренд за период от почти десет години. Делът на ръста в експорта възлиза на 1,7% през-2008 г. – от 1 % до 1,74 през 2010 г.

Фигура 6 Относителен дял на износа на изолирани кабели и проводници в % за периода 2008 – 2010 г.



Източник: МТЦ

Проведеното социологическо проучване показва, че през целия изследван петгодишен период (2007 – 2011 г.) преобладава директният износ на предприятията – те самостоятелно експортират своята продукция.

Само 4 фирми имат траен опосредстван износ (чрез други предприятия или търговски организации), като една от тях не изнася директно, а останалите 3 имат „смесен модел“ на износа – експортът им е както самостоятелен, така и чрез посредници.

Таблица 18 Среден дял на директния износ по години (медиана)

Година	2007	2008	2009	2010	2011
Среден дял %	49,0	55,0	47,6	40,0	45,0

Източник: Социологическо проучване

Данните в Таблица 18 показват, че в изследваните предприятия средният процент на директния износ (макар и с известни флуктуации) клони към 50,0%, с изключение на 2010 г. Вероятно този среден дял на износа за 2010 г. има връзка с промените на средните темпове на оборота в изследваните фирми през същата година.

Таблица 19 Брой предприятия според дела на самостоятелния им износ за периода 2007 – 2011 г.

Година	Дял на износа					
	Без износ	До 30 %	31 – 60 %	61 – 99 %	100 %	Не отговорили
2007	4	6	3	6	1	0
2008	4	6	3	6	1	0
2009	4	5	5	5	1	0
2010	3	5	4	7	1	0
2011	2	7	4	5	2	0

Източник: Социологическо проучване

Въз основа на представените в горната таблица данни може да се посочи следното.

- Структурата на предприятията според дела на техния директен износ е благоприятна – почти за целия изследван период е изравнен броят на фирмите с износ до 30% и тези с износ 61-99%. През 2011 г. се удвоява броят на фирмите с експорт на цялата продукция и намалява броят на тези без износ.
- През последните две години (2010 г. и 2011 г.) намалява броят на предприятията, които въобще не са осъществили директен износ.

- За целия времеви период има 8 фирми с директен експорт над 50 % от продукцията, като една от тях е със 100% износ през всичките пет години.

В заключение могат да се направят следните обобщаващи изводи относно експортната ориентация общо за сектор „Производство на електрически машини и апарати” и на МСП:

- Износът на сектор „Производство на електрически машини и апарати“ за периода 2000 г. – 2011 г., като процент от общия износ на страната, е около 4,74% за изследвания период средногодишно. Този процент е предоставен благодарение на дългогодишната и методична работа и дълбочинни на анализи на сектора, извършвани от БАСЕЛ;
- Делът на МСП от сектора по отношение на общия износ се равнява на 1% през 2009 г. и на 0,74% през 2010 г.;
- Най-ценните активи и предпоставка за установяване и развитие на нови връзки са богатият опит в търговския експорт и широка мрежа от експортни партньори;
- Основните конкурентни предимства на малкия и среден бизнес в България в сектора са относително ниските нива на разходи за персонал спрямо възприетите международни стандарти в развитите европейски страни, както и добрата търговска репутация на страната, изграждана с десетилетия;

- С най-голямо значение за износа на страната са следните продукти:
изолирани кабели и проводници (1,74% от износа за 2010 г.), следвани от
електрически акумулатори с 0,8% от общия ни износ;
- По данни за 2011 г. (МТЦ, Женева) най-голям ръст за сектора бележи
износът на електрическите генератори, конвертери и токоизправители с
0,68% от общия износ на страната.

СТОКИ И УСЛУГИ С ЕКСПОРТЕН ПОТЕНЦИАЛ И ПРЕДИМСТВА

Електрическите машини и апарати са специфична група от стоки, които се ползват много интензивно, както от обикновените потребители, така и от индустриалните предприятия. Поради това, че номенклатурата на тази група от стоки е изключително разнообразна, не може да се даде конкретен отговор на това кои точно продукти и детайли могат да представляват изключителен пазарен интерес в чужбина – няма подчертана ниша или очаквана благоприятна тенденция.

Поради спецификата на икономическата дейност *производство на електрически машини и апарати* следва да се направи изричната уговорка, че различните стоки и услуги, произвеждани от българските МСП, имат различно равнище на конкурентоспособност и то се дължи, преди всичко, на естеството на произвежданата продукция. Различните популярни групи български продукти се характеризират и с различна динамика на експорта, която е представена в следващите графики.

Класификацията на статистическия отдел на ООН, въз основа на данните „Комтрейд” е една възможност за очертаване на тенденциите в износа на електрически машини и апарати на България. Ето защо, на следващите графики са представени някои от основните и предпочитани от потребителите стоки от сектора, които имат значителен експортен потенциал и предимства.

Едно от първите места по значение за индивидуалните потребители се заема от стоковата група *„бързи” нагреватели за вода, въздух, сешоари и други подобни устройства*. Тук по-скоро се касае за реекспорт и асемблиране на части, а не толкова за производство.

Както може да се види от приложената графика, през 2001 г. експортът е бил на стойност около 5,3 млн. евро, а през 2010 г. достига до над 25 млн. Евро, което представлява приблизително петкратно увеличение.

Фигура 7 Стойност на експорта на бързи нагреватели за вода, въздух, сешоари и др. под. устройства /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

От графиката се вижда, че в експортът на споменатата продукция има два пика. Първият е през 2003 г., когато стойността на експорта достига над 22 млн. евро, а вторият е през 2008 г., когато се достигат нива от над 33 млн. евро. В допълнение трябва да се подчертае и фактът, че в годините преди присъединяването на страната към Европейския съюз експортът на този тип продукция непрекъснато нараства и през 2005 г., и през 2006 г., и през 2007 г. до достигането на своя връх през 2008 г.

Вследствие на икономическата криза обаче, която в България беше отчетена едва през втората половина на 2009 г., се наблюдава последователен спад в стойността на износа.

По аналогичен начин се развиват и тенденциите при експорта на **електрически трансформатори**. Графиката показва, че в разглеждания период е налице устойчив ръст на експорта на този тип продукция.

За период от десет последователни години при износа на електрически трансформатори от България се забелязват само два спада – единият е през 2002 г., а другият е през 2004 г. През останалото време стойността на експорта непрекъснато нараства.

Стойността на износа през 2001 г. е бил малко над 17 млн. евро, а в годината на присъединяване на страната към ЕС – 2007 г., е бил над 42 млн. евро.

*Фигура 8 Стойност на експорта на електрически трансформатори
/2001 – 2010 г./ (в хил. евро)*



Източник: МТЦ

През 2010 г. достига над 78 млн. евро, което е почти 7 пъти по-високо от най-ниската отчетена стойност – през 2002 г. – от порядъка на почти 11 млн. евро. Този устойчив и непрекъснат ръст на експортиране на електрически трансформатори говори

недвусмислено за пазарната репутация на този продукт зад граница и определено българските мениджъри и българската държава, следва да се фокусират върху тази група от стоки като приоритетна. Тази стокова група има много голям потенциал и силни предимства на международните пазари.

Много подобна е и пазарната характеристика на експорта и на продуктовата група на **електрическото оборудване за електрически мрежи, включително прекъсвачи, бушони** и др. От приложената графика става ясно, че особено интензивният ръст в експорта на тази група от стоки започва през 2004 г. Най-ниската точка е през 2002 г., когато стойността на експорта възлиза на около 1,9 млн. евро, след което преминава границата от 3 млн. евро през 2003 г. , като през 2004 г. се отбелязва рязък ръст в експорта. Експортът преминава границата от 6 млн. евро през 2005 г. и трайно се задържа на нива над 9 млн. евро за 2006 г. и 2007 г. Очевидно с приближаващият тогава момент за присъединяване на страната през 2007 г. оказва силно катализираща роля за износа на тази група от стоки. Още повече, че българската продукция от сектора е в съответствие с общоприети технически норми за надеждност, консумация на ток и ефективност.

Съчетани с относително по-ниската цена тези фактори създават действително голямо конкурентно предимство на българските продукти от тази група и не е случаен фактът, че през 2008 г. се преминава и границата от 12 млн. евро.

С настъпването на кризата секторът спада под нивата на експорта от 2006 г. и достига 8,9 млн. евро отчетена стойност на експорта на тази група от стоки. През 2010 г. се забелязва оживление и отчетеният износ възлиза на 9,7 млн. Евро, което е с около 1 млн. евро повече спрямо 2009 г.

Фигура 9 Стойност на експорта на електрическо оборудване за ел. мрежи, включително прекъсвачи, бушони и др. под. над 1000 волта /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

Експортът на панели и оборудване с два и повече прекъсвача, както и на устройства с бушонна уредба, също е сред секторите, които регистрират ръст през последните години. През 2001 г. експортът отбелязва най-ниското си ниво - почти 2,5 млн. евро, след което, износът започва да се повишава до 2003 г., последван от относително лек спад.

Първото рекордно равнище за тази продукция е отчетено през 2003 г., когато се достига 19 млн. евро стойност на експорта. След това вторият рекорд в експортната стойност е отчетен през 2007 г., когато се достига почти 35 млн. евро стойност на експорта. Тоест за периода 2001 – 2003 г. експортът е нараснал с почти 8 пъти, а през втората вълна на растеж – 2003 - 2007 г. е нараснал почти 1,8 пъти.

Фигура 10 Стойност на експорта на панели и оборудване с два и повече прекъсвача, както и на устройства с бушонна уредба /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

За целия период 2001 – 2007 г. ръстът в експорта е над 16 пъти. Тук износителите в тази экспортна група са засегнати относително по-рано от световната икономическа криза и секторът отбелязва относително нисък спад от почти 5 млн. евро за 2008 г. спрямо 2007 г.

След това, обаче, следват две много силни години – през 2009 г. се преминава границата от 48 млн. евро, а през 2010 г. се преминава границата от 64 млн. евро.

За периода на третата вълна на икономически растеж 2007 - 2010 г. секторът нараства с нови 1,8 пъти, а за целия период от 2001 г. до 2010 г. е отбелязан растеж на износа от почти 27 пъти. Бързото развитие на експорта на тази продукция показва, че българските стоки намират добър прием на международните пазари и търсенето им ще

продължи, въпреки че основните сектори на водещите икономики все още не могат да отчетат индустриален растеж.

Пред тази група от стоки има множество перспективи и тя следва да бъде сред приоритетните за насърчаване, когато се търсят международни пазари.

Динамично е развитието и при експорта на **асемблирани печатни платки и други управляващи електронни устройства**. Експортният пазар на тези изделия през 2001 г. отбелязва най-ниското ниво на експорт – почти 7,6 млн. Евро, като през 2010 г. достига 72 млн. Евро.

Фигура 11 Стойност на експорта на асемблираните печатни платки и други управляващи електронни устройства /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

Очевидно е, че асемблирани печатни платки и други управляващи електронни устройства, които по международната номенклатура се разпределят в групата на електронно интегрирани вериги и микроасемблирани устройства, се възприемат добре от

чуждестранните пазари, тъй като през 2002 г. износът възлиза на почти 13 млн. евро, а през 2003 г. и 2004 г. експортът трайно се задържа на нива над 17 млн. евро.

През 2005 г. и 2006 г. тенденцията за увеличаване на експорта се задържа, като през 2007 г. се отбелязват стойности от 61 млн. Евро. През 2008 г. е отбелязан нов рекорд – 65,4 млн. Евро.

За целия наблюдаван период от 2001 г. до 2010 г. се отчита ръст от почти девет и половина пъти, което е показател за експортния потенциал на тази стокова група.

Друг сектор, който също се развива изключително динамично, но не с темповете, с които се развива експортът при другите стокови групи, е групата на **електрическите резистори, включително и реостати, и нагревателни резистори**. Най-голяма динамика при експорта на тази стокова група се постига през 2004 г. - 2 млн. евро и през 2005г. - 2,5 млн. евро.

Фигура 12 Стойност на експорта при електрически резистори, включително реостати и нагревателни резистори /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

Най-ниската стойност е отбелязана през 2001 г., като експортът тогава възлиза на едва 615 хил. евро.

Присъединяването на страната към Европейския съюз не успява да повлияе положително върху стойностите на експорта и те се колебаят в диапазона 850 хил. евро до 1,1 млн. евро.

Изброените групи от стоки в никакъв случай не описват цялата номенклатура на стокова продукция на сектора, но те се отличават с изключително голяма динамика и потенциал за развитие и българските предприятия, които се занимават с такъв тип производство, е необходимо да бъдат насърчавани и стимулирани при производството на тези стокови групи и да разгръщат експортния потенциал на страната.

Експортната стратегия за икономическа дейност *производство на електрически машини и апарати* следва да бъде синхронизирана по време и по задачи с оглед нейното успешно изпълнение. В тази връзка мониторингът и оценката на стратегията за сектора би трябвало да отчитат особеното обстоятелство, че страната се намира в състояние на икономическа рецесия и вероятно 2012 г. и 2013 г. ще бъдат години с относително по-ниска степен на икономическа активност. В допълнение към общото състояние на икономиката, малките и средни фирми от сектора също не могат да бъдат на желаното от тях равнище на икономическа активност. Още повече, че значителна част от тези предприятия изпитват сериозни финансови проблеми. Поради тези факти е разумно да се приеме, че евентуалното икономическо оживление, най-вероятно ще настъпи към 2014 г. или 2015 г., което означава, че основният фокус трябва да бъде насочен за след 3 до 5 години и най-вече в периода 2014 г. – 2020 г. Според интервюираните ръководни представители на фирмите, производственият капацитет, свързан с възможностите им за създаване на експортни стоки, е висок и в съчетание с положителната нагласа на управленските им екипи за реализиране на износ се очертава една твърде оптимистична перспектива за реализирането на успешен експорт.

Основни изводи за стоките с експортен потенциал от сектор „Производство на електрически машини и апарати“

Сред основните продукти с експортен потенциал от разглеждания сектор са:

- бързи нагреватели за вода, въздух, сешоари и др. под. устройства;
- електрическо оборудване за телефонни линии, включително системи за токови линии;
- електрически трансформатори;

- диоди, транзистори, полупроводникови устройства и др. под.;
- електрическо оборудване за ел. мрежи, включително прекъсвачи, бушони и др. под. над 1000 волта;
- панели и оборудване с два и повече прекъсвача, както и на устройства с бушонна уредба;
- електронно интегрирани вериги и микроасемблирани устройства;
- електрически резистори, включително реостати и нагревателни резистори;
- телевизионните приемници, включително видео монитори и видео проектори.

Според интервюираните ръководни представители на фирмите, производственият капацитет, свързан с възможностите им за създаване на експортни стоки, е висок и в съчетание с положителната нагласа на управленските им екипи за реализиране на износ се очертава една твърде оптимистична перспектива за реализирането на успешен експорт.

Ръководните кадри на интервюираните МСП считат, че най-важните фактори за успеха на износа са високото технологично ниво на производство и квалификация на персонала, които са основната предпоставка за създаване на продукти с висока добавена стойност.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ИЗНОСА НА СТОКИ И УСЛУГИ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ПАЗАРИ

Българските малки и средни предприятия от сектор *електрически машини и апарати* имат традиции в експорта и би следвало да се възползват в пълна степен от тях. Така например, МСП от сектора могат да се ориентират, както към традиционните пазари, така и към пазари с определена перспектива на развитие. Към традиционните экспортни пазари се класифицират онези пазари, на които се реализира между 50% и 75% от продукцията, която се изнася, а перспективните пазари се обуславят с динамичен ръст на вноса за съответната продуктова група.

Предвид членството на страната в Европейския съюз голяма част от износа на България се преориентира именно към тези страни, а друга част към Балканските страни.

Все пак, прави впечатление, че при традиционните пазари и при тези с потенциал се открояват едни и същи групи изделия. Това показва, че българските електрически машини и апарати се приемат доста успешно от чуждестранни потребители, както с високи изисквания, така и от онези, които са относително по-непретенциозни. Ето защо, българската стратегия за развитие на експорта на сектора трябва да бъде насочена и в двете направления – и към традиционните пазари, и към разработването на нови пазари с потенциал.

Водещи традиционни пазари за българските електрически машини и апарати са Германия, Италия, Франция, Русия, Гърция, Холандия, Румъния и Великобритания.

По данни на БАСЕЛ преструктурирането на сектора по отношение на водещите традиционни пазари се изразява и в насочването към нови пазари. Основният в миналото пазар на страните от бившия СССР е загубил своето основно значение.

Основен пазар в момента е обединеният европейски пазар, следват страните от Северна Африка и Близкия Изток. Над 50% от произведената продукция в сектора се изнася.

Таблица 20 Структура и обем на износа по промишлени групи (по данни на БАСЕЛ)

Промишлени групи	Обем на износа (хил.лв)
Проводници и кабели	531
Акумулатори	244
Електрически апарати	167
Трансформатори, токоизправители	154
Интегрални схеми	143
Табла, панели, пултове	126
Телефонни апарати	126
Печатни платки	58
Електронагревателни уреди	49
Радио и телевизионна техника	42
Други	496
Общо за сектора	2 136

Източник: БАСЕЛ

Вносът на електротехнически продукти нарасна значително през последните години, като водеща роля имат следните подсектори: електродомакински уреди (хладилници, печки, перални, климатици, дребни уреди) и електроинсталационни изделия за новото строителство.

Причината е слабото развитие у нас на производството на електродомакински уреди (изключение са бойлерите) и затихващото поради неефективност производство на инсталационни изделия.

Германия е единственият пазар, на който се реализират изделия от всички групи. Тук трябва да се подчертае и значението на свободните безмитни зони, които активно се

използват за износ на продукцията от сектора. Проблемът е, че статистиката не позволява да се разбере къде точно се насочва продукцията, след като напусне зоната.

Перспективните пазари за изделията на сектор електрически машини и апарати са:

- ❖ Югоизточна Европа - Република Македония, Албания, Хърватска, Република Сърбия и Черна Гора;
- ❖ пазарите на някои страни от Близкия Изток;
- ❖ пазарите на бившите съветски републики - Украйна и Грузия.
- ❖ ЕС - Полша, Словакия, Словения, Унгария, Дания, Чехия, Малта и други.

На фигура 13 е показан износът на *електрически машини и апарати от ЕС-27* за 2008 г., като от представените данни е видно, че за Китай се изнася продукция с най-висока стойност – почти 10,8 млрд. Евро.

На второ място се нареждат страните от EFTA /European Free-Trade Agreement; Европейското споразумение за свободна търговия/, в която организация се включват Норвегия, Швейцария, Исландия и Лихтенщайн, с приблизително 7,3 млрд. евро износ на такава продукция.

На трето място се нарежда Русия с около 6,2 млрд. евро стойност на износа на електрически машини и апарати от ЕС-27 към Русия.

На четвърто място е Япония – със стойност на износа от над 2,2 млрд. евро.

На пето място се нарежда износът към Ю. Корея с около 2 млрд. евро за 2008 г.

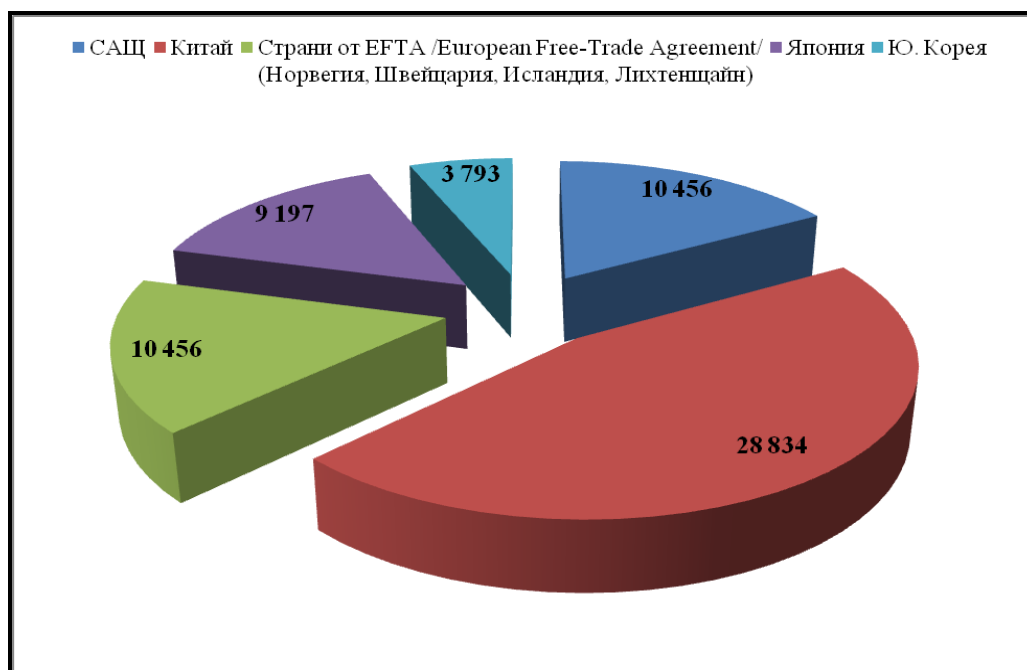
Фигура 13 Топ-5 пазара за износ на електрически машини и апарати от ЕС-27 (в млн. евро) /2008 г./



Източник: МТЦ

От графиката може да се види, че най-големите пет пазара за **износ на електрически машини и апарати** в контекста на европейската икономика формират около 28,5 млрд. евро.

Фигура 14 Топ-5 пазара за внос на електрически машини и апарати от ЕС-27 (в млн. евро) /2008 г./



Източник: МТЦ

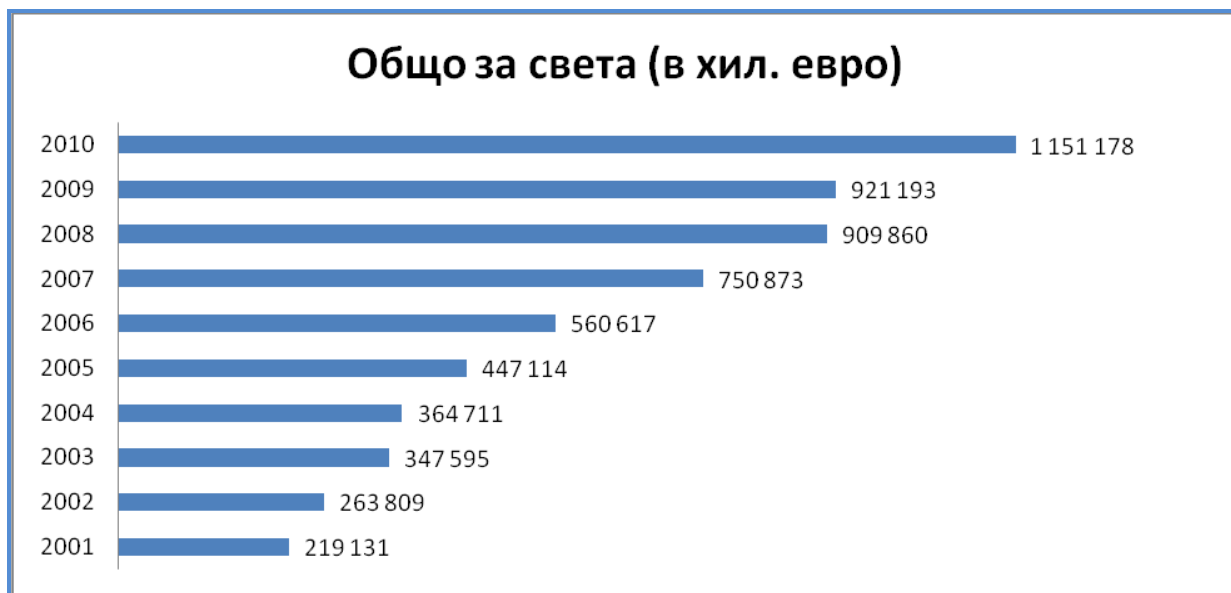
През 2008 г. в ЕС е внесена продукция на стойност **62,7 млрд. евро**.

От приложената графика може да се установи, че най-много електрически машини и апарати ЕС-27 внася от Китай – продукция на стойност почти 29 млрд. евро.

Второто място се поделя между страните от EFTA и САЩ с продукция на стойност от по около 10,1 млрд. евро. Едва на четвърто място идва Япония с около 9,2 млрд. евро стойност на продукцията и на пето място се подрежда Ю. Корея с около 3,8 млрд. евро внос в ЕС-27.

Фигура 15 отразява износа на *електрически машини и апарати* на България според т.нар. **Комбинирана номенклатура**. Констатираните несъответствия с КИД не пречат и двата източника да са валидни – методологиите им са обосновани, но групировките на данните са различни.

Фигура 15 Общ износ на България на електрически машини и апарати по методиката на „Комтрейд” (в хил. евро) /2001 г. – 2010 г.



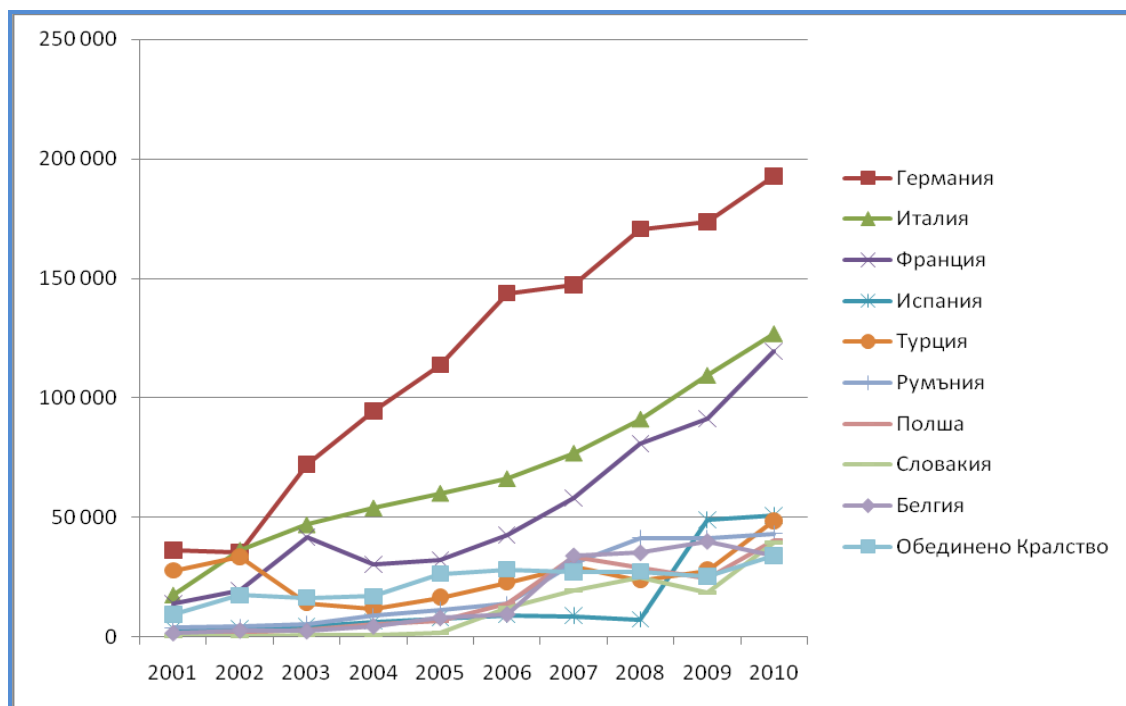
Източник: МТЦ на ООН

С оглед придобиването на по-ясна представа за стратегическия ход на развитие на сектора, е необходимо да направи уточнението, че за България водещ традиционен пазар за електрически машини и апарати е Германия – там динамиката и обема са най-големи. Последните отчетени нива са малко под „психологическата” бариера от 200 млн. евро износ за Германия. Тази страна е безспорен лидер във вноса на българска продукция, като е увеличила вноса си с 4 пъти в периода 2001 - 2010 г. Дори и през 2007 г. и 2008 г. тенденцията на растеж продължава.

На почти идентична позиция се намират страни като Италия и Франция, като в периода 2001 - 2010 г. вносът от България на продукция от сектора постоянно са увеличава.

След тях се подреждат страни като Румъния, Полша, като последните места заемат Великобритания и Белгия.

Фигура 16 Топ-10 страни към 2010 г., за които България изнася електрически машини и апарати /2001 – 2010 г./ (в хил. евро)



Източник: МТЦ

Единствената страна, с която България има силни интензивни търговски връзки и която не е член на Европейския съюз, е Турция.

Една от отличителните особености за Турция, обаче, е, че производителите получават много силна подкрепа от държавата и дори се ползват в определени случаи и със субсидии.

Въпреки това българската продукция от бранша се приема много добре от турските индустриалци и потребители. Тук е мястото да се направи уточнението, че по-голямата част от износа за Турция се извършва от смесени фирми или от турски собственици, регистрирали свои фирми в България. Например, за експерти от бранша е известно, че фирмите, които са турска собственост ползват преференции от турската

държава, когато отиват на различни изложения и панаири поради което те винаги се промотират като турски фирми.

От приложената графика може да се видят тенденциите и развитието на експорта на България за традиционни експортни пазари, на които се реализират електрически машини и апарати.

Предвид гореизложените факти, едни от перспективните пазари, на които би могло да се въздейства чрез прилагане на стратегията, са следните пазари на ЕС-27:

- Румъния, Полша, Гърция, Унгария и Чехия, до които пазари българските стоки могат да достигат относително бързо и на ниска цена. Трябва да се има предвид, че страни като Унгария и Гърция в момента изпитват сериозни финансови затруднения и биха закупили висококачествени, но по-евтини електрически машини и апарати от България.

Основни пазари за реализиране на българска продукция извън ЕС са:

- Русия, Украйна, Грузия, Македония и Сърбия;

За Русия е известно, че целият бранш преди години е бил ориентиран към тази страна. Русия не признава сертификацията на българските производители и ги поставя в ситуация да извършват сертификация в нейни лаборатории.

Проблемът на българските производители е свързан с това, че трябва да вадят два сертификата – един за европейския и един за руския пазар, което оскъпява експорта.

Другите два пазара – Украйна и Грузия са добре познати на българските фирми, където българските изделия на електрическа промишленост се приема добре. Украинският пазар е огромен, а Грузия е с ясна визия за присъединяване към ЕС. Проблемът с грузинския пазар е, че не е достатъчно платежоспособен, за да може да си

позволи да закупува скъпа техника и апарати от западноевропейски или световни фирми, което дава на българските фирми от сектора конкурентно предимство.

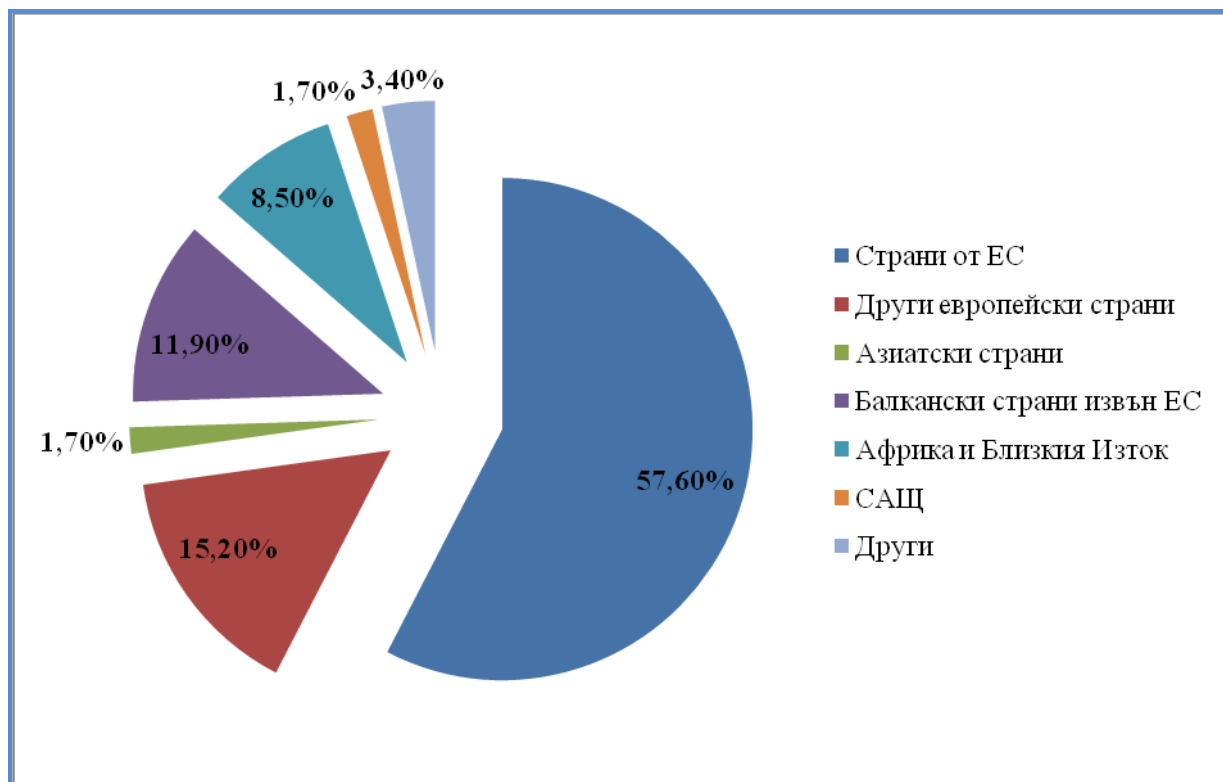
Македонският и сръбският пазар са добре познати за българските производители и търговци от бранша. Още повече, че комуникацията се извършва относително лесно.

Друг положителен факт е това, че българо-македонските и българо-сръбските отношения стават все по-интензивни и динамични, от което българските фирми от сектора трябва да се възползват, докато могат все още да «пристигнат първи» на тези, така да се каже, неработени пазари.

Посочените по-горе представените данни за водещите пазари в тази част се отнасят общо за сектора. Проведеното социологическо проучване е сред основните източници на информация за пазарите, на които изнасят МСП.

Експортните пазари на изследваните предприятия са представени на следващата фигура.

Фигура 17 Експортни пазари на изследваните предприятия (в %)

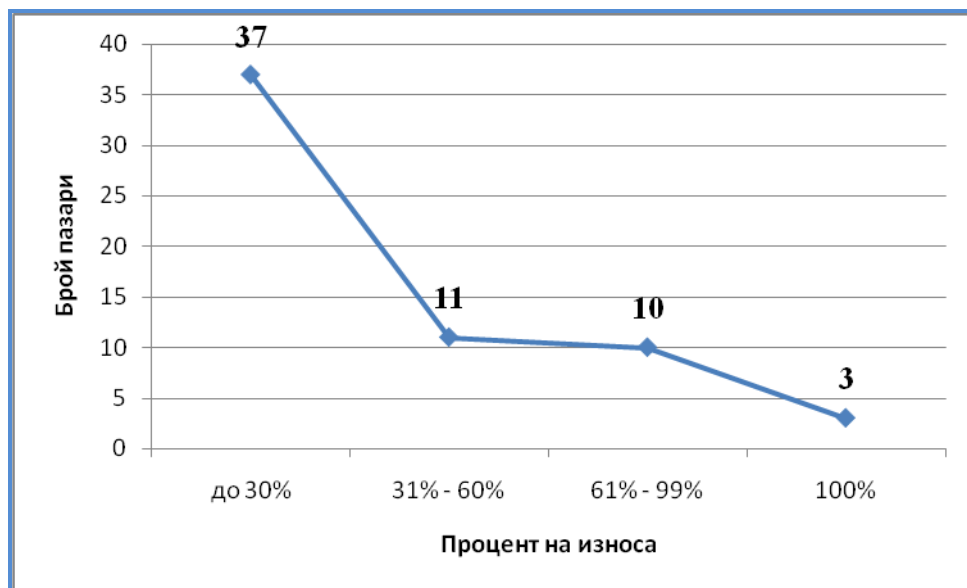


Източник: Социологическо проучване

На приложената графика са представени експортните пазари на изследваните предприятия. Основните пазари за предприятията от изследването са:

- ❖ ЕС - 57,60%;
- ❖ трети европейски страни - 15,2%.
- ❖ На трето място, износът за Балканските страни извън ЕС- 11.9%
- ❖ Африка и Близкия изток- 8.5%

Фигура 18 Процентно разпределение на износа по броя на експортните пазари



Източник: Социологическо проучване

Най-много са пазарите, на които експортът е до 30%. Данните показват, че изследваните предприятия изнасят средно на около 3 пазара. Две от изследваните предприятия посочват че 100% от износа им е насочен към Русия и Унгария.

Основните конкуренти на световните пазари за изследваните предприятия са страните от ЕС.

На първо място, с 60 % от мненията, се нарежда Германия, следвана от Италия (40%). На трето място са посочени Франция и Чехия (по 33 %). Другите конкуренти (Испания, Румъния, Австрия, Швеция, Унгария, Англия, Холандия, Гърция и др.) събират общо 42,8%. (Необходимо е да се уточни, че въпросът в анкетната карта допуска повече отговори, поради което сумата от посочените % надминава 100).

Сравнително ниска е конкуренцията от съседните на България страни, членки на ЕС – Гърция и Румъния, което означава, че там могат да се търсят пазарни ниши за предприятията от сектора.

Сред страните извън ЕС, основни конкуренти на българските предприятия са Китай, посочен от около 40,0 % от респондентите, като в регионален аспект като цяло най-сериозен конкурент се явяват страните от Азия, посочени от над половината респонденти. На следващите места са Русия и Турция. Интересно е да се отбележи, че сред конкурентите на предприятията от бранша се посочват също Египет и ЮАР.

Основните предимства на конкурентите от ЕС, посочени от респондентите, са свързани с:

- 1) по-ниските производствени разходи (много напред в класацията), произтичащи безспорно от високото технико-технологично равнище и високите инвестиции;
- 2) високото качество на продуктите;
- 3) традициите в износа на тези страни;
- 4) наложената на пазарите марка на продуктите;
- 5) добре организираната дистрибуторска и сервизна мрежа;
- 6) големите инвестиции в маркетинг и реклама.

Особено внимание заслужава мнението на един от респондентите, който е посочил, че *„Основното предимство на нашите конкуренти е загрижеността на държавата.“* С други думи, преимуществата на „съперниците“ от ЕС са свързани точно с онези неща, които изследваните ръководители оценяват като високо критични и с голям приоритет за българските предприятия.

Що се отнася до предимствата на страните извън ЕС, то за Китай те се свързват, най-вече, с евтината работна ръка и във връзка с това – с ниските пазарни цени. Но ниската цена на труда е предимство, валидно и за българските предприятия, защото

широко известно е, че заплащането в нашата страна също е достатъчно ниско. Остава въпросът - защо тогава производствените цени на българските предприятия не се повлияват в достатъчна степен от този факт.

Ако това предимство е валидно за Китай, то същото не може да се каже за страните от Далечния Изток, които (както беше посочено по-горе) са основен конкурент на българските предприятия на пазарите извън Европа.

Очевидно причините са други. „Портфейлът“ на перспективните пазари и оценката за тяхната перспективност според ръководителите на предприятията е твърде разгърнат. Поради това тези данни е трудно да бъдат представени в по-обобщен вид. В следващата таблица са посочени мненията на респондентите за отделните пазари.

Таблица 21 Причини за перспективността на експортните пазари

Перспективен пазар	Брой фирми, за които пазарът е перспективен *	Защо е перспективен
Европейски съюз	3	<ul style="list-style-type: none"> Производството ни е по европейски стандарти Развива се индустрия, а нашите стоки са насочени към нея Нашата цена е по-ниска
Германия	3	<ul style="list-style-type: none"> Много голяма пазарна ниша Развит пазар Огромен пазар – 2 фирми
Италия	1	<ul style="list-style-type: none"> Традиционно български фирми са с висок брандинг
Полша	1	<ul style="list-style-type: none"> Традиционен партньор за България
Унгария	1	<ul style="list-style-type: none"> Традиционни пазари, с установени контакти
Словакия	1	<ul style="list-style-type: none"> Традиционни пазари, с установени контакти
Румъния	3	<ul style="list-style-type: none"> Географска близост – 2 фирми Голям потенциал Завоювана позиция Липса на местен производител
Гърция	1	<ul style="list-style-type: none"> Традиционен пазар, с установени позиции
Турция	4	<ul style="list-style-type: none"> Голям пазар Географска близост Непрекъснато развиващ се пазар
Сърбия	3	<ul style="list-style-type: none"> Географска близост – 2 фирми Бърза реакция

Перспективен пазар	Брой фирми, за които пазарът е перспективен *	Защо е перспективен
		<ul style="list-style-type: none"> • Съществуващи контакти • Голяма държава • Кандидат за ЕС
Македония	1	<ul style="list-style-type: none"> • Географска близост и лесна комуникация
Русия	2	<ul style="list-style-type: none"> • Голям пазар • Възможност за голям обем продажби
Украйна	3	<ul style="list-style-type: none"> • Бъдещ кандидат на ЕС • Голям пазар • Развиващ се пазар • Дългогодишно сътрудничество с местни производители
Швейцария	1	<ul style="list-style-type: none"> • Конкурентни цени
Извън ЕС	1	<ul style="list-style-type: none"> • Конкуренцията е по-малка, както и изискванията
Близкия Изток	1	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие на икономиките след войните
Сирия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Интерес към продукцията
Китай	1	<ul style="list-style-type: none"> • Възможност за голям обем продажби
Африка	1	<ul style="list-style-type: none"> • Електрификация
Канада	1	<ul style="list-style-type: none"> • Голям пазар
Бразилия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Голям пазар
Страните от БРИКС	1	<ul style="list-style-type: none"> • Най-динамично развиващи се и със стабилни икономики

Източник: Социологическо проучване *Резултатите са на база на социологическото проучване

Мнението на респондентите за промените в износа на изследваните предприятия през следващите 5 години е представено в следващата таблица.

Таблица 22 Промени в износа на предприятието през следващите пет години (в %)

Каква промяна ще настъпи	%
Ще се увеличава бързо	15,0
Ще се увеличава, но с бавни темпове	40,0
Ще се запази на сегашното ниво	10,0
Ще намалява, но с бавни темпове	10,0
Ще намалява бързо	0,0
Предстои да започнем износ	0,0
Не мога точно да преценя	25,0

Източник: Социологическо проучване

Анализът показва, че основната част (65,0%) от ръководителите на предприятията са оптимистично настроени и смятат, че ще запазят експортните им позиции в следващия 5 годишен период.

Нещо повече – основната част от тях (55,0%) са на мнение, че износът ще нараства, макар и с бавни темпове. Песимисти са 10,0% – те очакват, че макар и с бавни темпове, бъдещият им експорт ще намалява. Относително висок (25,0%) обаче е делът на тези експерти, които не могат да преценят какво ще се случи, което означава сравнително висока степен на несигурност за експорта в сектора.

Тук е мястото – към развитието на експортната ориентация по отделни пазари – да се прибави сравнително позициониране на българския експорт от сектора спрямо някои „опорни точки”. Такава би могла да бъде например Румъния, като страна със сходна производствена и експортна стратегия; както и Китай, в ролята си на един от най-големите износители в света.

Използването на тези две страни за сравнение е с цел да се открие по-добре как стои България на икономическата и експортна карта на света. По отношение на експорта могат да се приведат следните числа за 2005 г. Броят на експортните партньори на България, по принцип, е 122, а на Румъния – 128, а Китай търгува, на практика с почти всички развити и развиващите се страни.

Таблица 23 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2005 г.

Страна	Обща стойност на експорт в хил. евро	Брой партньори
Китай	175 251 066	201
България	566 675	122
Румъния	2 987 051	128

Източник: МТЦ

Трудно може да се изведе сравнение между показателите за България и Китай, тъй като нещата са несравними, но това, което прави впечатление по отношение на стойностите на Румъния е, че те са близо шест пъти по-високи от стойностите за България, въпреки почти идентичният брой експортни партньори.

Българската държава и мениджъри от сектора следва да имат предвид, че доста румънски заводи се опитват да наложат именно румънски електрически машини и апарати за сметка на българските, така както се случва с почти цялата експортна номенклатура на страната.

От таблица 24 за 2006 г. се вижда, че експортът на България се е повишил като стойност, като се е увеличил и броят на търговските партньори на страната. Въпреки това, стойността на експорта, реализиран от Румъния, остава около пет пъти и половина по-висок от стойността на българския експорт.

Таблица 24 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2006 г.

Страна	Обща стойност на експорт в хил. евро	Брой партньори
Китай	230 936 267	202
България	719 693	127
Румъния	3 802 700	128

Източник: МТЦ

През 2007 г. износът на България надминава 1 млрд. евро, което от своя страна води до намаляване с пет пъти на разликата в експортните стойности с Румъния.

Таблица 25 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2007 г.

Страна	Обща стойност на експорт в хил. евро	Брой партньори
Китай	285 721 018	207
България	1 049 655	135
Румъния	4 896 865	123

Източник: МТЦ

Ръстът в общата стойност на експорта продължава и през следващата 2008 г., като и трите страни отбелязват значително увеличение в експорта на електрически машини и апарати, като България продължава да разширява броя на търговските партньори и постига по-високи резултати в експорта на продукцията от сектора.

Таблица 26 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2008 г.

Страна	Обща стойност на експорт в хил. евро	Брой партньори
Китай	329 159 586	206
България	1 353 151	138
Румъния	6 718 640	138

Източник: МТЦ

През 2009 г., когато вече се виждат първите последствия от икономическата криза навсякъде по света, Румъния е единствената страна от трите, която продължава ръста в експорта си.

Въпреки това Китай запазва позицията си на световен лидер в производството и износа на електрически машини и апарати, а България се „връща” на нива малко по-ниски от отчетените през 2008 г. и малко по-високи от отчетените през 2007 г.

Таблица 27 Анализ на експорта на електрически машини и апарати за 2009 г.

Страна	Обща стойност на експорт в хил. евро	Брой партньори
Китай	294 216 175	208
България	1 287 642	134
Румъния	7 031 802	134

Източник: МТЦ

Към 2011 г. много от важните за българския експорт страни като Румъния, Гърция и Унгария се намират в усложнена политическа и икономическа обстановка и голяма част от экспортните партньори на България в тези страни изпитват сериозни проблеми с

обслужването на поръчки и намаляват заявките. При всички случаи, в условията на усложнена икономическа обстановка, експортната ориентация на сектора е добра, българските продукти се ползват с добро име и добра пазарна репутация в чужбина и са добре приети.

Един важен приоритет, който ще способства развитието на конкурентоспособността на МСП от сектора, е съсредоточаването и фокусирането върху иновациите и новите технологии. Известно е, че иновациите заемат централно място в политиките на ЕС за повишаване на конкурентоспособността на европейската икономика. Иновационните технологии са и основно средство за постигане на целите на обновената Лисабонска стратегия за растеж и заетост от 2005 г.

Към момента Европейската комисия отчита, че значително се изостава от заложените критерии, като основните конкуренти на равнище Европейски съюз – САЩ и Япония инвестират изключително активно във всички области на иновационната система.

От тази гледна точка, МСП от бранша трябва да бъдат насърчавани да си сътрудничат с научно-развойните звена и българските университети и да се разработват съвместни програми, чрез които да се създава висококвалифицирана заетост.

България трябва да работи за запазване на своите позиции на традиционните пазари, на които има експортна продукция и да полага усилия за обучаване на млади специалисти, които да се опитват да разработват нови пазарни дестинации. За българските МСП от сектора ще бъде изключително благоприятно, ако биха могли да завладеят позиции на украинския пазар, тъй като това е един голям и разрастващ се пазар.

Отрицателен белег върху българските продукти е, че те са категоризирани като продукти „второ качество”. Това далеч не е така, тъй като българската продукция отговаря на всички стандарти, които са хармонизирани с европейските. Ето защо, много силно трябва да се работи за популяризиране на доброто име на българските електрически машини и апарати.

Много силен тласък за конкурентоспособността на сектора би изиграло възприемането на специализирани финансови механизми и политики, които да бъдат насочени към нововъзникващи МСП от сектора, които имат желанието да бъдат на високотехнологично ниво или да прилагат иновационни производствени методи и модели.

Ето защо преосмислянето на ОП „Конкурентоспособност” и апробирането на нови модели за кандидатстване и финансиране ще подпомогнат МСП да се върнат на международните пазари и то успешно. Другото допълнение за тази програма е, че тя трябва да върви към промяна на философията за селекция на проектни предложения и да се премине от „филтриране” към „ранжиране” на проектите на МСП от сектора.

Освен това, тази програма би могла много успешно да бъде приложена, както за изграждането на акредитирани лаборатории, в които да се извършват различни лабораторни изпитания и тестове на произведена стокова номенклатура от МСП от сектора, така и за изграждането на високотехнологични инкубатори, които могат да бъдат средище за създаване и изпитване на нови идеи и конструктивни решения. При всички случаи едни такива помощни структури, които да бъдат в подкрепа на научно-развойната дейност на МСП предприятия или в подкрепа на изпитателните и

лабораторни тестове на продукцията, ще намалят значително разходите на МСП и ще ги облекчат във финансов план.

При българските малки и средни предприятия от сектора основен проблем е ценообразуването, което в много случаи се извършва по относително остарели методики, без да се залагат допълнителни средства в крайната цена, които да могат да се възвърнат под формата на инвестиции. Отделно от амортизационната норма, която се начислява българските мениджъри много рядко добавят и инвестиционна компонента в крайната цена, а те правят това, защото и без друго крайната цена става достатъчно висока и най-честият механизъм, с който се прави финансов „баланс“ – е задържането на равнището на заплатите на персонал или отказ от по-високи равнища на печалба.

В тази връзка е необходимо да се изгради система от курсове и обучения по фирмен мениджмънт на малките и средни предприятия, чрез които мениджърите да имат възможност да получат опреснителни знания по отношение на някои проблеми в ценообразуването, финансирането, счетоводството, маркетинга, статистиката и др. под.

Подобряването на бизнес средата зависи от по-строги **санкции на държавата** по отношение на констатирани **нелоялни практики** и фирми, които трайно са се установили в сивия сектор.

Нелоялната конкуренция на *пазара на електрически машини и апарати* се дължи преди всичко на наличието на стоки, които не отговарят на никакви стандарти, или отговарят частично на предвидените стандарти за дадено изделие. Контролните органи на държавата би следвало по-активно да проверят различните декларации за безопасност, съвместимост, произход, гаранции за качество, спедиционни документи и други подобни.

Посочените идеи, мерки и противодействия на бариери, следва да се основават на взаимодействието между МСП, държавните структури и неправителствените организации.

Основните изводи за конкурентоспособността на износа на МСП от сектора се състоят в следното:

- Водещи традиционни пазари за българските електрически машини и апарати са Германия, Италия, Франция, Русия, Гърция, Холандия, Румъния и Великобритания.
- Германия е единственият пазар, на който се реализират изделия от всички групи, като Германия е увеличила вноса си цели 4 пъти в периода 2001 - 2010 г. Сред основните изнасяни за Германия продукти спадат - табла за електроразпределение и автоматизация, пластмасови електромерни табла и кабелни разпределителни касети, кондензаторни компенсиращи устройства, комплектни разпределителни устройства за ниско и средно напрежение.
- Водещи в експортната листа на страната ни са и Италия и Франция, които също показват сериозно доверие в качеството на българската продукция, като в периода 2001 - 2010 г. При тях крайният резултат от последното десетилетие е увеличение на вноса в порядъка на 5 до 6 пъти.
- Единствената страна, с която България има силни експортни позиции и която не е член на Европейския съюз, е Турция.
- Перспективните пазари за българските електрически машини и апарати включват – страните от Югоизточна Европа, които не са членове на ЕС като Македония, Албания, Хърватска, Сърбия и Черна Гора, както и пазарите на

някои страни от Близкия Изток и бившите съветски републики като Украйна и Грузия. Освен това, водещи перспективни пазари за сектора са пазарите на Полша, Словакия, Словения, Унгария, Дания, Чехия, Малта и други.

- Идентифицираните ключови пазари на продукцията от сектора са:
 - Страни от ЕС - Гърция, Румъния, Чехия, Унгария, Полша;
 - Страни извън ЕС - Русия, Сърбия, Украйна, Македония, Грузия.
- За българските МСП от сектора ще бъде изключително важно да се завърнат на руския и украинския пазари, тъй като българската продукция се ползва с добре реноме и ще бъде изключително полезно да се възвърнат старите търговски позиции.
- Важна особеност на руския пазар е, че българските износители следва да поддържат складове със складови наличности. МСП могат да получат помощ от съществуващи структури, като например „Техцентър“ (гр. Москва), където има български представители, които са на разположение за подпомагане на българските експортъори.
- Данните от проведеното социологическо проучване на МСП потвърждават получените резултати за приоритетните експортни дестинации - основните пазари за фирмите включени в изследването са в страни от ЕС, на следващо място са страни като Русия, Турция и Балканските страни и накрая са експортни дестинации като Австралия, САЩ и Япония, които са от най-големите и предпочитани страни за износ на всякакви видове стоки и услуги.
- Основните конкуренти на световните пазари за изследваните предприятия са страните от ЕС. Участниците в социологическото проучване са посочили

15 страни, с които си съперничат. Те са най-вече от Западна Европа, следвани от Средноевропейските страни и относително най-малко са Източноевропейските страни. На първо място, с 60 % от мненията се нарежда Германия, следвана от Италия (40%), Франция и Чехия (по 33 %).

- Сравнително ниска е конкуренцията от съседните на България страни, членки на ЕС – Гърция и Румъния, което дава основание да се търсят пазарни ниши за предприятията от сектора в тези страни.
- основен конкурент на българските предприятия извън ЕС е Китай, посочен от около 40,0 % от респондентите, следват Русия и Турция.
- Основните предимства на конкурентите от ЕС, посочени от респондентите, са свързани с:
 - по-ниските производствени разходи (много напред в класацията), произтичащи безспорно от високото технико-технологично равнище и високите инвестиции;
 - високото качество на продуктите;
 - традициите в износа на тези страни;
 - наложената на пазарите марка на определени продукти;
 - добре организираната дистрибуторска и сервизна мрежа;
 - големите инвестиции в маркетинг и реклама.
- Основната част (65,0%) от ръководителите на предприятията са оптимистично настроени и смятат, че ще запазят експортните им позиции в следващия 5 годишен период. Нещо повече – основната част от тях (55,0%) са на мнение, че износьт ще нараства, макар и с бавни темпове;

- Един от важните приоритети, който ще способства за развитието на конкурентоспособността на МСП от сектора, е развитието на иновациите и новите технологии.
- Страната активно трябва да работи за запазване на своите позиции на традиционните пазари, на които има реализация на българска продукция и да полага усилия за обучаване на млади специалисти, които да се опитват да разработват нови пазарни дестинации.
- Необходимо е активното популяризиране на доброто име на изделията от сектор електрически машини и апарати и да се полагат усилия да не се използват безпочвени твърдения по отношение на продукцията от сектора.
- Силен тласък за конкурентоспособността на сектора ще дадат въвеждането на специализирани финансови механизми и политики, насочени към нововъзникващи високотехнологични МСП;
- Въвеждането на строги мерки за нелоялна конкуренция, както и ограничаването на сивия сектор, ще повиши конкурентоспособността на предприятията от сектора;
- Стимулирането на конкурентоспособността на МСП от сектора, би следвало да се гради на взаимодействието между МСП и държавните структури, които трябва да се опитват да градят повече общи и съзидателни пресечни точки на взаимодействие и партньорство.

МАКРОИКОНОМИЧЕСКИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРИОРИТЕТНИТЕ БЪЛГАРСКИ ЕКСПОРТНИ ПАЗАРИ. ДВУСТРАННИ ТЪРГОВСКИ ОТНОШЕНИЯ

С цел добиване на по-ясна представа за цялостното състояние и особеностите на очерталите се като основни български експортни пазари за продукцията на анализирания от нас сектор, предлагаме общ поглед на водещите пет страни от тази класация, които са част от Европейския съюз, както и водещите пет извън неговите граници.

За сектор "Производство на електрически машини и апарати" най-значимите пазари, както установихме, са Гърция, Румъния, Чехия, Унгария и Полша. Извън ЕС това са Русия, Сърбия, Македония, Украйна и Грузия.

Актуални данните и характеристики за голяма част от разработваните пазари могат да бъдат открити и на Националния експортен портал, поддържан от ИАНМСП.

РУМЪНИЯ

Договорно-правната основа между двете страни в областта на търговско-икономическите отношения е изградена и продължава да се доразвива. Сред подписаните спогодби и договори са:

Протоколи за либерализация на търговията с промишлени и селскостопански стоки в рамките на Споразумението за присъединяване на България към ЦЕФТА, в сила от 1999 г.; Спогодба за сътрудничество и взаимопомощ в митническата дейност от 1999; Спогодба за двустранно признаване на дипломите и научните степени; програми за сътрудничество в областта на образованието и науката; множество споразумения за гранично сътрудничество.

Нов етап в развитието на двустранните икономически отношения започва след подписване на протоколите за либерализация на търговията с промишлени и селскостопански стоки, в рамките на Споразумението за присъединяване на България към ЦЕФТА (в сила от 01.01.1999 г.), страна по което е и Румъния. Премахването на бариерите в двустранната търговия се отразява положително върху стокообмена и оказва положителен ефект върху търговско-икономическите отношения в двустранен и регионален план. Присъединяването на България и Румъния към Европейския съюз от 2007 г. постави в нова среда развитието на двустранните отношения в търговско-икономическата област, трансформирайки ги във вътрешнообщностни. Румъния е важен икономически партньор на България. Пазарите на двете страни имат сходни характеристики, запазвайки някои собствени особености, относително предвидима икономическа среда, намаляло в последната година вътрешно потребление, дължащо се на икономическата криза.

В последните 3 – 4 години, стокооборотът между България и Румъния бе белязан от значителен ръст, като само през 2009 г. се отчита лек спад в експорта на България и по-голям в импорта ни. През 2010 г. стокооборота между двете страни отново се покачва и е около 2,5 млрд. евро. Както вноса, така и износа отбелязаха повишение с една трета в обема си за 2010 г. спрямо предходната година. Общите Европейски проекти, в които участват и двете страни, изграждането на Дунав мост 2, Трансграничните проекти, Европейските средства за модернизиране на инфраструктурата, селското стопанство, АГРИ и други са основание да считаме, че търговско-икономическите връзки ще се задълбочават и развиват все повече в краткосрочен и дългосрочен план.

През 2011 г. стокообменът с Румъния е в размер на 3544.7 млн.евро. Износът от България за Румъния е в размер на 1932.7 млн.евро, а вносът от Румъния е в размер на 1612.0 млн.евро. Тенденции в двустранния стокообмен за 2011 г., в сравнение с 2010 г. са както следва - стокообмен: увеличение с 36%; износ: увеличение с 20%; внос: увеличение със 28%; салдо: положително за България за трети път от 10 години насам (в размер на 320.7 млн.евро).

В следващите години се очаква да нарастне вътрешното потребление и двете икономики да бъдат все повече експортно ориентирани, като това може да бъде обезпечено с взаимна подкрепа и двустранна гъвкава търговска политика, както на държавните институции, така и на отделните субекти и фирми в двете страни.

Независимо от икономическата криза, много български фирми имат подчертан интерес да присъстват и развиват дейност на румънския пазар, като не липсват и румънски, ориентирани към българския.

Таблица 28 Основни икономически показатели за Румъния и двустранни търговски връзки с България

БВП (на глава от населението) 2010 г.	\$ 11,600
Нарастване на БВП (%), 2010 г.	-1.3%
Инфлация (%), 2010 г.	6%
Размер на износа, 2010 г.	\$ 51,91 милиарда
Място като световен износител (2010 г.)	51
Основни търговски партньори при износа (2009 г.)	Германия 18,8%, Италия - 15,4%, Франция 8,2%, Турция 5%, Унгария 4,3% (2009 г.)
Основни износни позиции (2009 г.)	машини и оборудване, текстил и обувки, метали и метални изделия, машини и оборудване, минерали и горива, химикали, селскостопански продукти
Основни търговски партньори при вноса (2009 г.)	Германия 17,3%, Италия - 11,7%, Унгария 8,5%, Франция 6.1%, Китай 4,9%, Австрия 4.8% (2009 г.)
Основни вносни позиции (2009 г.)	машини и оборудване, горива и минерали, химикали, текстил и продукти, метали, селскостопански продукти

Размер на износа на България (млн. евро, 2010 г.)	1.441.244
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010г.)	9.25 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	Пръти от желязо или от нелегирани стомани; Нефтени масла и масла от битуминозни минерали; Семена от репица; Захар от захарна тръстика; Семена от слънчоглед; Пшеница и ръж; Трактори; Меса и карантии; Медикаменти; Царевица.
Размер на вноса на България, (млн. евро 2010 г.)	1.336.488
Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в евро (2010г.)	6.97 %
Основни позиции при вноса на България през 2010 г.	Нефтени масла и масла от битуминозни минерали; Нефтен газ и други газообразни въглеводороди; Отпадъци и отломки от мед; Отпадъци и отломки от чугун, желязо или стомана; Меса и карантии; Пневматични гуми от каучук, нови; Кюспета; Медикаменти; Пътнически автомобили и други автомобилни превозни средства; Захар от захарна тръстика.

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

За 2009 г. размерът на румънските инвестиции в България през е 152.5 млн. евро и това ги поставя на 26-то място сред страните инвеститорки у нас. Пак за същата година, по данни на Министерството на външните работи на Румъния, в България са регистрирани 36 дружества и представителства с румънско участие, от които 9 са със 100% румънски капитал.

В Румъния, по данни от румънското Министерство на търговията, малките и средните предприятия и бизнес-средата са регистрирани 1014 дружества с българско участие, с капитал 18 529,7 млн. евро, което нарежда България на 41 – во място сред инвеститорите в страната. Българските инвестиции в Румъния по данни на БНБ до края на 2009 г. са 41,2 млн. евро, като потока на българските инвестиции там само за 2009 г. е

4,1 млн. евро, а през първите 6 месеца на 2010 г. е –1,6 млн. евро при – 40,2 млн. евро общ поток т.е. отлив на българските инвестиции в чужбина за същия период.

РЕПУБЛИКА ГЪРЦИЯ

Търговско-икономическите отношения между България и **Гърция** се развиват на базата на двустранните договори и тези с ЕС, които пряко се отнасят до Република Гърция като страна-член на Съюза. Гърция традиционно влиза в първата петица на търговските ни партньори от ЕС и е на челните места в страните от ЮИЕ.

БТПП поддържа постоянни делови контакти с търговско-промишлените палати на Република Гърция, с гръцките съюзи и асоциации. Подписани са редица споразумения за сътрудничество между БТПП и търговско-промишлените палати от Атина, Серес, Драма, Солун, Кавала, Гръцката асоциация за насърчаване на износа, Федерацията на гръцките индустриалци, Търговската палата на малкия бизнес. Регионалните палати от Република България от своя страна сключват споразумения за сътрудничество, за осъществяване на съвместни проекти, организиране на бизнес посещения и срещи.

През 2011 г. стокообменът с Гърция е в размер на 2731.9 млн.евро. Износът от България за Гърция е в размер на 1 425.4 млн.евро, а вносът от Гърция е в размер на 1 306.5 млн.евро.

Договорноправна рамка:

- Споразумение за петгодишна програма за сътрудничество в развитието /2002 – 2006 г./, подписано на 28 август 2002 г. Договор за сътрудничество в областта на туризма /14 май 1999 г./ Спогодба за избягване на двойното

данъчно облагане с допълнителен протокол /15.II.1991 г., протокола на 18.VI.2000 г., в сила от 1.I.2002 г./;

- Спогодба за сътрудничество и взаимопомощ между митническите им администрации /19 I 1999 г., в сила от 2.III.2000 г./;
- Спогодба за изграждане на нов пътен граничен мост между двете страни в района на гранично-пропускателния пункт Кулата-Промехон /2 VII 1997 г., в сила от 1.III. 1998 г./;
- Спогодба за сезонна заетост на работната сила, с Приложения 1 и 2 /15 XII 1995г., в сила от 21 VII.1997 г./;
- Спогодба за откриване на три нови граничен контролно-пропускателни пункта и пътни връзки между двете страни /22.XII.1995 г., в сила 19.XI.1996 г./;
- Спогодба за използване водите на р. Места /22 XII 1995 г., в сила 19.XI. 1996 г./;
- Спогодба за насърчаване и взаимна защита на инвестициите /12.III. 1993 г., в сила 29.IV.1995 г./;

Таблица 29 Основни икономически показатели за Гърция и двустранни търговски връзки с България

БВП (човек от населението, щатски долара, 2010г.)	\$ 29 600
Нарастване на БВП (%), 2010г)	-4,5%
Инфлация (%), 2010г.)	4,5%
Размер на износа (милиарда щатски долара, 2010г.)	\$ 21,14 милиарда
Място като световен износител (2010г.)	67
Основни търговски партньори при износа (2009 г.)	Германия 11,1%, Италия - 11%, Кипър 7,3%, България 6.7%, САЩ 4,9%, Великобритания 4,4%, Турция 4.2% (2009 г.)

Основни износни позиции (2009г.)	храни и напитки, произведени стоки, петролни продукти, химикали, текстил
Основни търговски партньори при вноса (2009 г.)	Германия 13,7%, Италия - 12,7%, Китай 7,1%, Франция 6.1%, Холандия 6%, Южна Корея 5,7%, Белгия 4.3%, Испания 4.1% (2009 г.)
Основни вносни позиции (2009 г.)	машини, транспортно оборудване, горива, химикали
Размер на износа на България за Гърция (млн. евро, 2010 г.)	1 236,711
Дял на износа за Гърция (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	7,9 %
Основни позиции в износа на България за Гърция през 2010 г.	текстилни изделия и материали, неблагородни метали и електрическа енергия
Размер на вноса на България от Гърция (млн. евро, 2010 г.)	1 141,925
Дял на вноса от Гърция (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в щатски долара, (2010г.)	5,9%
Основни позиции при вноса на България от Гърция през 2010 г.	текстилни материали и изделия, минерални и химически продукти, машини и оборудване и неблагородни метали

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

За периода 1996 - 2010 г., инвестициите от Гърция са в размер на 3.53 млрд. евро, което представлява около 9 % от общия размер на инвестициите за периода (39,5 млрд. евро), и страната заема 3-то място от общо 182 страни. През 2010 г. от Гърция са привлечени 112.5 млн. евро, което представлява около 1.3 % от общата сума (3212 млн. евро).

По предварителни данни на БНБ за 2010 г. отчитаме ПЧИ в размер на 1.36 млрд. евро (двукратно намаление спрямо 2009 г.). През 2008 г. чуждестранните инвестиции са 3.28 млрд. евро.

В България са регистрирани 4139 фирми с от 5 до 100% гръцко участие до края на 2007 г. По този показател Гърция се нарежда на трето място след Турция с 6290 фирми и

Русия с 4920 фирми и пред Великобритания с 3902, Македония - 2724, Сирия - 2606, Германия - 2330, Италия - 2161 и Китай - 1842. Гърция е най-големият чуждестранен инвеститор в Албания и Република Македония, и третият - в Румъния. Насърчаването на инвестиционната активност в Балканския регион е приоритет на икономическата политика на Гърция.

ЧЕШКАТА РЕПУБЛИКА

Чехия е развита индустриална страна с интензивно земеделие. Високо развити са автомобилната и химическата промишленост, енергетиката, машиностроенето, електрониката, металургичната и стоманодобивната промишленост, въгледобивът, стъкларската, текстилната, хартиената, кожарската и хранителната промишленост.

През последните години чешката икономика бележи непрекъснат ръст на БВП, като през 2007 г. достигна най-висок растеж от 6.5%. По обем на БВП на глава от населението, Чехия достигна през първото полугодие на 2008 г. 82% от средното ниво за ЕС.

Основен икономически проблем за ЧР дълготрайно представлява дефицита на публичните финанси. През 2008 г. за първи път Чехия достига равнище по този показател, отговарящо на Маастрихтските критерии – 1,5%. Предвид отражението на ГФИК, през първото полугодие на 2009 г. равнището на БВП спадна с 5,5% в сравнение със същия период на 2008 г. Като цяло, през 2009 г. спадът на БВП достигна минус 4,1% в сравнение с предходната година. Средногодишната инфлация през 2009 г. бе 1% (през 2007 г. е била 2.8%, през 2008 г. достига 6,3%). Равнището на общата безработицата в

края на 2009 г. достига 6,7 %. През 2009 г. средната номинална работна заплата е нараснала с 5,2% (и е около 1010 евро), а реалната с 4,8% спрямо предходната година.

Високият приток на преки чуждестранни инвестиции, един от най-големите за региона, допринася за укрепване на икономическата стабилност на страната. Общата сума на преките чуждестранни инвестиции за периода 1993 - 2004 г. е 45.5 млрд. щ. д. Само през 2005 г. преките чуждестранни инвестиции достигат 8.8 млрд. евро, като най-голям е дялът на инвестициите в телекомуникациите, недвижимите имоти и преработвателната промишленост.

Стокообменът между двете страни бележи постоянна тенденция на нарастване. Въпреки че износът на български стоки за Чехия през първите 10 месеца на 2008 г. се е увеличил с 60.5 % спрямо същия период на 2007 г., налице е трайна тенденция за отрицателно търговско салдо за България. **За 2011 г.** двустранния стокообмен с Чехия е в размер на 621.56 млн. евро , като бележи увеличение с 21.8% спрямо 2010 г.; вносът в размер 403.93 млн. евро, с увеличение от 11% по отношение на 2010 г.; а износът е в размер от 217.63 млн. евро, с увеличение от 48.7% спрямо 2010 г.

Таблица 30 Основни икономически показатели за Чехия и двустранни търговски връзки с България

БВП (човек от населението, щатски долара, 2010 г.)	\$ 25.6 хиляди
Нарастване на БВП (%, 2010 г.)	2,3%
Инфлация (%, 2010 г.)	1.5%
Размер на износа (щатски долара, 2010 г.)	\$ 116,5 млрд.
Място като световен износител (2010 г.)	33
Основни търговски партньори при износа (2010 г.)	Германия 31,7%, Словакия 8,7%, Полша 6,2%, Франция 5.5%, Великобритания 4,9%, Австрия 4.7%, Италия 4,5% (2010 г.)

Основни износни позиции (2010 г.)	машини и транспортно оборудване, суровини и горива, химикали
Основни търговски партньори при вноса (2010 г.)	Германия 25,6%, Китай 11,9%, Полша 6,5%, Русия - 5.4%, Словакия 5,2% (2010 г.)
Основни вносни позиции (2010 г.)	машини и транспортно оборудване, суровини и горива, химикали
Размер на износа на България (млн. евро, 2010 г.)	146.32
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	0.94 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	Отпадъци и отломки от мед; Столове и седалки; Пръти и профили от мед; Радиатори за централно отопление с неелектрическо загряване; генератори и разпределители на топъл въздух; Носители, изготвени за записване на звук или за аналогични записвания; Пръти и профили от алуминий; Хлебарски, тестени сладкарски или бисквитни продукти; Жици, кабели; Други тръби и кухи профили от желязо или от стомана; Ламарини, листове и ленти от мед с дебелина, превишаваща 0,15 mm.
Размер на вноса на България, (млн. евро 2010 г.)	363.81
Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в лева (2010 г.)	1.9%
Основни позиции при вноса на България през 2010 г.	Пътнически автомобили и други автомобилни превозни средства, предназначени за транспорт на хора; Медикаменти; Вълна; Части за превозни средства, движещи се по железопътни или подобни линии; Приемателни телевизионни апарати; Печатарски машини и устройства, Електрически апарати за жична телефония или телеграфия; Автоматични машини за обработка на информация и техните единици; магнитни или оптични четци, машини за записване на информация върху носители в кодова форма и машини за обработка на тази информация.

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

Средно за 2000 - 2010 г. се наблюдава:

- диверсификация на вноса: селскостопански 13% и промишлени 39%;
- диверсификация на износа: селскостопански 12% и промишлени 15%;
- в България внасят 1689 фирми, от които 141 правят 75% от вноса;
- от България изнасят 423 фирми, от които 49 правят 75% от износа;
- броят на българските фирми с чешко участие от 5 до 100% са 293.

Налице е потенциал за повишаване на експорта в следните области:

- Машиностроене включително автомобилостроене
- Електроника и електротехника
- Хранително-вкусова промишленост
- Текстилна и трикотажна промишленост

Преките чешки инвестиции в България за периода 2000 - 2010 г. възлизат на 942.3 млн.евро.

УНГАРИЯ

Стокообменът между България и Унгария през 2007 г. нараства на 808,1 млн. евро при значително отрицателно салдо от 525,4 млн. евро. В българския износ най-голям е дялът на плосковалцованите профили желязо - 13%, след това на обувките – 7,5%, алуминиеви и други метални отпадъци – 5.00%, хранителни продукти – 3,5 % и др. Във вноса на първо място са автомобилите и други транспортни средства – 22,68%, електрическата апаратура - 8,7%, медикаменти - 7,12%,приемателна радио- и друга апаратура – 5,41% и др.

За 2011 г. двустранният стокообмен с Унгария възлиза на 962.83 млн.евро, което представлява увеличение спрямо 2010 г. с 20.95%. Вносът от Унгария за 2011 г. е 707.4 млн.евро - увеличение спрямо 2010 г. с 18.3%. Износът от България за 2011 г. е 255.4 млн.евро - увеличение с 28.9% спрямо 2010 г. За 2011 г. отрицателното салдо с Унгария е -452.05 млн. евро.

По данни на МИЕТ, размерът на унгарските инвестиции в България за периода 1996 - 2008 г. /първо тримесечие/ са на обща стойност 986.16 млн. евро, с което Унгария е на 9-то място в ранглистата на чуждестранните инвеститори. През 2003 г. е осъществена най-голямата унгарска инвестиция у нас от унгарската банка ОТП, която закупи Банка ДСК за 311 млн. евро. През 2006 г. унгарската банка МКБ закупи мажоритарния дял от акциите на Юнионбанк за 244,3 млн. евро. През 2007 г. унгарските инвестиции са 236,8 млн. евро. Налице са предпоставки за привличане на нови унгарски инвестиции, не само в банковия сектор, но и в други области на българската икономика. По данни от регистър БУЛСТАТ, в края на 2006 г. общият брой на компаниите от Унгария, инвестирали у нас, е 88.

През 2008 г. между Министерството на икономиката и енергетиката и туризма на Република България и Министерството за национално развитие и икономика на Република Унгария бе подписана Спогодба за сътрудничество в областта на малките и средни предприятия. В съответствие със Спогодбата за сътрудничество Унгария бе „страна-партньор" на Есенния международен пловдивски панаир през 2009 г.

Между правителството на Република България и правителството на Република Унгария е подписан Договор за взаимно насърчаване и защита на инвестициите. Ратифициран със закон, приет от 37-о Народно събрание на 2 март 1995 г. - ДВ, бр. 24 от

1995 г. В сила от 7 септември 1995 г. Издаден от Министерството на финансите, обн., ДВ, бр. 98 от 7.11.1995 г.

Таблица 31 Основни икономически показатели за Унгария и двустранни търговски връзки с България

БВП (човек от населението, щатски долара, 2010 г.)	\$ 18,800 хиляди
Нарастване на БВП (% , 2010 г.)	1.2%
Инфлация (% , 2010 г.)	4,9%
Размер на износа (щатски долара, 2010 г.)	\$ 93,74 милиарда
Място като световен износител (2010 г.)	36
Основни търговски партньори при износа (2010 г.)	Германия 25,5%, Италия - 5,5%, Великобритания 5,4%, Румъния 5,3%, Словакия 5.1%, Франция 4.9%, Австрия 4.7% (2010 г.)
Основни износни позиции (2009 г.)	машини и оборудване 61.1%, други произвежда 28,7%, хранителни продукти 6,5%, суровини 2%, горива и електроенергия 1,6% (2009 г.)
Основни търговски партньори при вноса (2010 г.)	Германия 26,1%, Русия - 7,7%, Китай 6,8%, Австрия 5.9%, Холандия 4.4%, Полша 4,3%, Италия 4,2% (2010 г.)
Основни вносни позиции (2010 г.)	машини и оборудване 50%, горива и електроенергия, 11%, хранителни продукти, суровини
Размер на износа на България (млн. евро, 2010 г.)	198.06
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	1.27 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	Изделия на обувната промишленост, произведенията на хранително-вкусовата промишленост, изделия на машиностроенето, алуминий, текстил, органичната химия, акумулатори и др.; Нефтени масла и масла от битуминозни минерали
Размер на вноса на България, (млн. евро 2010 г.)	597.98
Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в евро (2010 г.)	3.12%
Основни позиции при вноса на България	Телевизионни и радиоапарати и части,

през 2010 г.

автомобили, медикаменти,
ел.оборудване, месни храни, уреди и
др.

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

Перспективни области за развитие на търговско-икономическите отношения:

През 2003 г. е осъществена една от най-големите унгарски инвестиции в България. На 20 май 2003 г. ръководителите на българската Банкова консолидационна компания (БКК) и на унгарската банка "ОТП" подписаха в София договор за продажбата на 100 % от Банка ДСК. Заплатената от купувача цена е 311 милиона Евро. През 2006 г. унгарската банка МКБ закупува мажоритарния дял от акциите на българската Юнионбанк. Други унгарски инвеститори са "Видеотон Холдинг РТ" (мажоритарен дял в "ДЗУ" АД, Стара Загора от отрасъла електротехника и електроника), "Дунапак РТ" (мажоритарен дял в "Родина" и "Родинвест" от целулозно-хартиената промишленост), "Хун-Екс" (хотелиерство). Отделни по-малки инвестиции са реализирани в областта на търговията, консултантската дейност, недвижимите имоти и други.

На 1 април 2003 г. българският "Лайнс холдинг", производител на натурални сокове и прясно мляко с марка "ВВВ", закупи консервния завод "Сторко" АД, Плевен. Холдингът има сключен договор с унгарската фирма „Глобус" за тясно сътрудничество, който предвижда в перспектива и придобиване на дялово участие - 51% за около 701 250 щ.д.

ПОЛША

За 2010 г. двустранният стокообмен между България и Полша възлиза на 670.38 млн. евро, което представлява увеличение спрямо 2009 г. с 20.51%. Вносът от Полша е

402.85 млн. евро, което е увеличение спрямо 2009 г. с 8.13%, а износът от България е 267.53 млн. евро или увеличение спрямо 2009 г. с 45.6%. Салдото за 2010 г. е отрицателно -135.32 млн. евро, което е намаление спрямо 2009 г. с 28.32% вследствие на значителното увеличение на износа за Полша. През 2011 г. двустранният стокообмен с Полша възлиза на 807.85 млн.евро, което представлява увеличение спрямо 2010 г. с 20.51%. Вносът от Полша е 446.79 млн. евро, увеличение спрямо 2010 г. с 10.91%. Износът от България е 361.06 млн. евро, увеличение спрямо 2010 г. с 34.9%. Салдото за 2011 г. е -85.73 млн. евро.

Таблица 32 Основни икономически показатели за Полша и двустранни търговски връзки с България

БВП (на глава от населението), 2010 г	\$ 18 936
Нарастване на БВП (%), 2010 г.	4 %
Инфлация (%), 2010 г.	2,5 %
Размер на износа (милиарда щатски долара, 2010 г.)	\$ 159,7 млрд.
Място като световен износител (2010 г.)	26
Основни търговски партньори при износа (2009 г.)	Германия 26.1%, Франция 7%, Италия 6.8%, Великобритания 6.4%
Основни износни позиции (2009 г.)	Превозни средства, машини и оборудване, , електрически машини и оборудване, мебели, пластмаси, метални изделия, минерални горива и масла
Основни търговски партньори при вноса (2009 г.)	Германия 22.3%, Русия 8,6%, Китай 9.3%, Италия 6,8% (2009 г.)
Основни вносни позиции (2009 г.)	машини и оборудване, минерални горива и масла, електрически машини и оборудване, превозни средства, пластмаси, фармацевтични продукти,
Размер на износа на България (млн. евро, 2010 г.)	266.3
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	1,7 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	машини и оборудване, мед, електрически машини и оборудване, алуминий, напитки, пластмаси и други
Размер на вноса на България, (млн. евро 2010 г.)	401.5

Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в евро, (2010 г.)	2,1 %
Основни позиции при вноса на България през 2010 г.	електрически машини и оборудване, машини и оборудване, месо и месни продукти, фармацевтични продукти, млечни продукти и яйца, пластмаси, мебели, осветителни тела и други

Източник: МТЦ и МИЕТ

Сред основните продукти, формиращи износа на страната към полския пазар, са машини и оборудване, мед, електрически машини и оборудване, алуминий, напитки, пластмаси и други.

Общите инвестиции в България с полски произход не са големи. По данни на БНБ за периода 1996 - 2007 г. преките инвестиции са в размер на общо 39.7 млн. евро и нареждат страната на 25 място в листата на чуждестранните инвеститори. През 2010 г. се отчитат инвестиции в размер на 3.5 млн. евро. Полските инвеститори проявяват интерес към инвестиции в енергетиката (топлоелектрически централи) и в малки и средни предприятия.

България и Полша са подписали спогодба за насърчаване и защита на инвестициите, която благоприятства стокообмена и бизнес отношенията между двете страни.

РЕПУБЛИКА СЪРБИЯ

В износа на България за 2010 г., Република **Сърбия** е на 8-мо място, с дял от 3.5% от общия износ, а по отношение на вноса заема 21-во място, с дял от 1%. През 2011 г. стокообменът с Сърбия е в размер на 728.2 млн.щ.д. Износът от България за Сърбия е в размер на 474.8 млн.щ.д., а вносът от Сърбия е в размер на 253.4 млн.щ.д. В износа на

България за 2011 г., Сърбия е на 11-мо място, с дял от 2,6%, а по отношение на вноса заема 19-то място, с дял от 1,1%. Посочените данни определят важното значение на Република Сърбия като външнотърговски партньор на Република България.

Таблица 33 Основни икономически показатели за Сърбия и двустранни търговски връзки с България

БВП (на глава от населението) 2010 г.	\$ 10 661
Нарастване на БВП (%), 2010 г.	1 %
Инфлация (%), 2010 г.	10,3%
Размер на износа, 2010 г.	\$ 9,794 милиарда
Място като световен износител (2010 г.)	82
Основни търговски партньори при износа (2009 г.)	Босна и Херцеговина 12,2%, Германия - 10,4%, Черна гора 10%, Италия 9.8%
Основни износни позиции (2009 г.)	Метали, електрически машини и оборудване, машини и оборудване, мед, пластмаси, житни култури,
Основни търговски партньори при вноса (2009 г.)	Русия 12,3%, Германия- 12,2%, Италия 9.7%, Китай 7,1%, Унгария 4%
Основни вносни позиции (2009 г.)	Минерални горива, машини и оборудване, електрически машини и оборудване, пластмаси, превозни средства, хартия
Размер на износа на България (хил. евро, 2010 г.)	583,195
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	3.8 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	Мед, фармацевтични продукти, машини и оборудване, стъкло, метали, стомана, електронни машини и оборудване, етерични масла
Размер на вноса на България, (хил. евро 2010 г.)	207,498
Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в евро (2010 г.)	1.1 %
Основни позиции при вноса на България през 2010 г.	Желязо, стомана, руди, пластмаси, мед, животински и растителни масла, житни култури, хартия и други

Източник: МТЦ и МИЕТ

В износната листа на българските стоки преобладават главно суровини, материали и стоки с ниска степен на обработка.

Челните места заемат електрическата енергия (с дял от 37%), рафинирана мед и медни сплави в необработен вид, изделия и продукти на химическата, фармацевтичната и стъklarската промишлености, апарати за видеозапис или видеовъзпроизвеждане и други.

Към момента, търговските отношения между Република България и Република Сърбия са регламентирани от Временното Споразумение за търговия и въпроси, свързани с търговията между ЕС и Република Сърбия, подписано на 29.04.2008 г. в Люксембург. Очаква се те да бъдат регулирани от Споразумението за асоцииране и стабилизация, което беше ратифицирано на 19.01.2011 г. от страните-членки на ЕС.

РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЯ

През 2011 г. стокообменът с Македония е в размер на 978.2 млн.щ.д. Износът от България за Македония е в размер на 623.4 млн. щ.д, а вносът от Македония е в размер на 354.8 млн. щ.д. Според предварителни данни на македонския Държавен институт за статистика в периода януари-април 2011 г. България заема 5-то място като търговски партньор на Македония.

Таблица 34 Основни икономически показатели за Македония и двустранни търговски връзки с България

БВП (на глава от населението) 2010 г.	\$ 9 728
Нарастване на БВП (%), 2010 г.	0.7%
Инфлация (%), 2010 г.	1.6%
Размер на износа, 2010 г.	\$ 3,332 милиарда
Място като световен износител (2010 г.)	117
Основни търговски партньори при	Германия - 20,2%, Италия - 7,1%, България

износа (2010 г.)	- 7,1%, Гърция - 6.4%
Основни износни позиции (2010 г.)	храни, напитки, тютюневи изделия, текстил, желязо и стомана
Основни търговски партньори при вноса (2010 г.)	Германия - 11,5%, Русия - 11,1%, Гърция - 8,3%, България - 8,2%, Великобритания - 7%, Турция - 5.1%, Италия - 5.1%
Основни вносни позиции (2010 г.)	машини и оборудване, автомобили, химикали, горива, хранителни продукти
Размер на износа на България (хил. евро, 2010 г.)	329,744
Дял на износа (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в евро (2010 г.)	2.1 %
Основни позиции в износа на България през 2010 г.	електрическа енергия, нефтени масла и масла от битуминозни минерали, отпадъци и отломки от чугун, желязо или стомана, слънчогледово масло, пръти от желязо или от нелегирани стомани, пътнически автомобили и други автомобилни превозни средства и др.
Размер на вноса на България, (хил. евро 2010 г.)	252,890
Дял на вноса (%) в съвкупния внос на България, пресметнат в евро (2010 г.)	1.3%
Основни позиции при вноса на България през 2010 г.	оловни, медни и цинкови руди, плосковалцувани продукти от желязо или от нелегирани стомани, сурови и необработени тютюни, отпадъци от мед, плосковалцувани тръби от желязо и др.

Източник: МТЦ и МИЕТ

Едни от основните продукти, формиращи износа на България към Македония, са - електрическа енергия; нефтени масла и масла от битуминозни минерали; необработен цинк; пшеница и смес от пшеница и ръж; минерални или химични азотни торове; апарати за видеозапис или видеовъзпроизвеждане и други.

През 2008 г. България и Македония са подписали Споразумение за икономическо сътрудничество между, което играе ролята на смесена българо-македонска

междуправителствена Комисия за икономическо сътрудничество. Други договори, които стимулират стокообмена между двете страни, са:

- Спогодба за сътрудничество между България и Македония в областта на стандартизацията, метрологията, акредитацията и оценка на съответствието – подписана в Скопие, 15.05.2000 г.;
- Спогодба между правителствата на Република България и Република Македония за сътрудничество и взаимопомощ в митническата област - в сила от 15 юли 2000 г. и други.

РУСИЯ

Русия е традиционен и един от най-важните външно-икономически партньори на България. След присъединяването на България към ЕС отношенията между двете страни получиха нова, още по-висока динамика. Потвърждение за това е регистрираният прираст през 2007 г. спрямо 2006 г. на българския износ за Русия с 96%, на руските инвестиции в България със 73,8%, на туристопотока от Русия с 14%, както и подписани споразумения по големи енергийни проекти за АЕЦ „Белене”, газопровода Южен поток и нефтопровода Бургас-Александруполис.

През 2009 г. на Руската федерация се падат 8,7% от външнотърговския стокообмен на България, в т.ч. 2,5 % от износа и 13,1 % от вноса. Средно за 2000 - 2008 г. се наблюдава, че от България за Русия изнасят 640 фирми, от които 41 правят 75% от износа, а в България от Русия внасят 844 фирми, от които 2 правят 75% от вноса (заради енергоресурсите). България заема около 1% от външнотърговския стокообмен на Русия.

През 2011 г. по данни на МТЦ стокообменът с Русия е в размер на 2 334.7 млн.щ.д. Износът от България за Русия е в размер на 716,4 млн.щ.д., а вносът от Русия е в размер на 5 618,3 млн.щ.д. През 2011 г. на Русия се падат 2.6% от износа на България (10-то място) и 17.7% от вноса ни (1-во място).

Таблица 35 Основни икономически показатели за Русия и двустранни търговски връзки с България

БВП (човек от населението, щатски долара, 2010 г.)	\$ 15,900
Нарастване на БВП (%, 2010 г.)	4 %
Инфлация (%, 2010 г.)	6,7%
Размер на износа (милиарда щатски долара, (2010 г.)	\$ 376,7 млрд.
Място като световен износител (2010 г.)	13
Основни търговски партньори при износа (2009 г.)	Холандия – 12,2%, Италия – 9%, Германия – 6,9% ,Турция – 5,9%, Украйна – 5%, Китай – 4,5%, Полша – 4,3%
Основни износни позиции (2009 г.)	Петрол и петролни продукти, природен газ, дървен материал и изделия от дърво, метали, химикали, машини и резервни части
Основни търговски партньори при вноса (2009 г.)	Китай – 12,9%, Германия - 12,6%, Япония – 6,9%, Украйна – 6%, САЩ – 5,1%, Италия - 4,1%
Основни вносни позиции (2009 г.)	Транспортни средства, машини и съоръжения, пластмаси, чугун, стомана и метални полуфабрикати, потребителски стоки, храни
Размер на износа на България за Русия (млн. щатски долара, 2009 г.)	415,8
Дял на износа за Русия (%) в съвкупния износ на България, пресметнат в щатски долара (2009 г.)	2,5 %
Основни позиции в износа на България за Русия през 2009 г.	Медикаменти, вина, въздухоплавателни средства, арматури, резервни части, хладилници, фризери, кабели, напитки, козметика

Размер на вноса на България от Русия (млрд. щатски долара 2009 г.)	3,03
Дял на вноса (%) от Русия в съвкупния внос на България, пресметнат в щатски долара, (2009 г.)	13,2 %
Основни позиции при вноса на България от Русия през 2009 г.	Суров нефт, природен газ, каменни въглища, рафинирана мед и сплави, хартия, калциеви фосфати, мотриси, машини и съоръжения, резервни части

Източник: МТЦ и МИЕТ

Българският износ за Русия е диверсифициран във висока степен, делът на медикаментите, арматурни артикули, части за автомобили и кари, хладилни съоръжения, акумулатори, въздухоплавателни средства, арматури, козметика, съставлява около половината от българския износ. Увеличаването на обемите на доставка на тези и други позиции ще позволи да се намали голямото отрицателно салдо в двустранния стокообмен, породено от вноса на енергоносители и горива.

УКРАИНА

Украйна е един от основните търговски партньори на България. През 2010 г., страната е на 10 място в общия стокообмен и заема 1.28% от износа и 4.16% от вноса на България. Българската общност (диаспора) в Украйна наброява около 225 000 души (по украински данни), което е допълнителна предпоставка за разширяване на сътрудничеството в икономическата област между двете страни.

През 2011 г. по данни на МТЦ стокообменът с Украйна е в размер на 1662.8 млн.евро. Износът от България за Украйна е в размер на 386,0 млн.щ.д., а вносът от Украйна е в размер на 1,276,8 млн.щ.д.

Таблица 36 Стокообмен между България и Украйна (млн.щ.д.)

Година	Износ	Внос	Салдо	Стокообмен
2006	103.1	710.9	-607.8	814.0
2007	226.4	2137.5	-1911.1	2364.1
2008	261.8	2754.0	-2492.2	3015.8
2009	139.7	1111.4	- 971.7	1249.1
2010	264.5	1059.3	-794.8	1323.8

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

През периода 2003 - 2008 г. отчетливо се забелязва тенденция на увеличаване на взаимната търговия в т.ч. и на българския износ. През 2009 г. в резултат на глобалната икономическа криза рязко намаляват, както общият стокообмен (-58.6%), така също българският износ с 48.5% и украинският внос с 59.5%.

През 2010 г. се наблюдава: ръст на стокообмена с 5.3% - 1323.8 млн. щ.д., което се дължи основно на ръст на износа, възлизащ на 264.5 млн. щ.д., същевременно има спад във вноса с -4.5%, възлизащ на 1059.3 млн. щ.д. Отрицателното салдо е намаляло до 794.8 млн. щ.д. През първите шест месеца на 2011 г. стокообменът се е увеличил с 40.1%, като износът се е увеличил с 49.3%, а вносът – с 38.8%.

Водещи стоки в българския износ през 2010 г.

- Нефтени масла и масла от битуминозни материали
- Медикаменти
- Повърхностно активни органични вещества (различни от сапуните)
- Пластмасови транспортни или опаковъчни артикули
- Пръти от желязо или нелегирани стомани
- Пластмасови едножични влакна

Водещи стоки в българския внос през 2010 г

- Каменни въглища
- Сурови нефтени масла
- Нефтени масла и масла от битуминозни материали
- Полупрод. от желязо и от нелег. Стомани
- Плосковалцувани продукти от желязо

В номенклатурата на износа през 2010 г. 4 стокови групи са формирали над 60% от износа, в т.ч. нефтени масла 52.1%, медикаменти 8.1%, повърхностно активни органични вещества 2.8%, пластмасови транспортни или опаковъчни артикули 2.6%, пръти от желязо или нелегирани стомани 2.6%. Останалите стокови групи са с относителен дял под 2.1%.

През първите шест месеца на 2011 г. тази тенденция се запазва – 53.7% от българския износ за Украйна е от 4 стокови групи: нефтени масла 32.9%, медикаменти 9.6%, пръти от желязо или нелегирани стомани 7.8%, Турбореактивни двигатели 3.4%. Наблюдава се рязко нарастване на износа (с 1053.6%) на пръти от желязо или нелегирани стомани.

Имаме потенциал да предложим на украинския пазар оборудване за хранително-вкусовата промишленост и хранителни стоки, изделия на електрониката, подемно-транспортни машини, оптични уреди и апарати, металообработващи машини, ел. двигатели и генератори, мъжка и дамска конфекция, керамични настилки и облицовки от емайл, санитарно оборудване от керамика и др.

Вносът от Украйна се състои основно от каменни въглища, нефтени суровини, полупродукти от желязо.

ГРУЗИЯ

Грузия е силно про-европейски ориентирана. От 14 юни 2000 г. Грузия е пълноправен член на Световната търговска организация (СТО), с което страната поема ангажименти за либерализиране на пазара си и създаване на условия за свободна конкуренция и търговия.

Данните на българската статистика за стокообмена за 2010 г., сравнени с данните за 2009 г., показват увеличение на стокообмена с 2.6%, увеличение на износа за Грузия с 44.1% и спад на вноса с 19%.

През 2011 г. стокообменът с Грузия е в размер на 271.12 млн.щ.д. Износът от България за Грузия е в размер на 120.26 млн.щ.д., а вносът от Грузия е в размер на 150.85 млн.щ.д.

Таблица 37 Стокообмен между България и Грузия (млн.щ.д.)

Година	Износ	Внос	Салдо	Стокообмен
2006	97.369	41.162	56.207	138.531
2007	224.168	78.727	145.441	302.895
2008	196.280	487.651	-291.371	683.930
2009	132.635	257.273	-124.638	389.908
2010	191.067	208.908	-17.841	399.975

Източник данни: МТЦ и МИЕТ

Най-голям дял в износа за Грузия за 2010 г. и първото полугодие на 2011 г. имат нефтените масла, като той достига почти 80%. Традиционни експортни стоки от България към Грузия са медикаментите, препаратите за коса, цигари, флоат и шлифовано стъкло, пластмасови изделия, пътнически и автомобили за превоз на стоки и други.

Водеща стокова група във вноса от Грузия за България са медните руди и техните концентрати с 92.6% дял от вноса за 2010 г. и 53% дял от вноса за 2009 г.

Водещи стоки в българския износ за Грузия през 2010 г.

- Нефтени масла и масла от битуминозни минерали, различни от суровите
- Медикаменти
- Пури, пурети и цигари от тютюн или от заместители на тютюна
- Флоат стъкло и стъкло шлифовано или полирано, на плочи или листа
- Препарати за поддържане на косата

Водещи стоки в българския внос от Грузия през 2010 г.

- Медни руди и техните концентрати
- Минерални или химични азотни торове
- Нефтен газ и други газообразни въглеводороди
- Каменни въглища; брикети и подобни твърди горива, получени от каменни въглища
- Пътнически автомобили и др. автомобилни превозни средства за транспорт на хора

България има възможности да разшири пазара си за Грузия в следните стокови групи: хранително-вкусови продукти, консерви, фармацевтични препарати за хуманната медицина, антибиотици за ветеринарната медицина, парфюмерия и козметика, химически продукти, касови апарати и друга електроника, подемно-транспортно оборудване, металорежещи машини и апарати, машини и съоръжения за хранително-вкусовата промишленост, строителни материали и др.

Значително съдействие за разширяване на търговския обмен и подпомагане на контактите между бизнесмените биха могли да окажат специализираните структури на

двете страни – Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП) и Грузинската агенция за насърчаване на износа (ГЕПА) в съответствие с подписаното между тях споразумение през м. юли 2001 г., както и взаимодействието между предприемаческите организации на двете страни – палати, камари, браншови организации и др.

БАРИЕРИ ПРЕД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА МАЛКИ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МЕРКИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ЕКСПОРТА

От по-съществените бариери, които често се оказват непреодолими за МСП от сектора, са следните.

1) Високи производствени цени на стоките

Голяма част от българските мениджъри на МСП от сектора считат, че производствените цени, включително и цените на тока, газта и горивата оскъпяват неимоверно много износа на българска продукция. Стойността на готовата продукция в България е често пъти на едни и същи продажни цени с еквивалентни електрически машини и апарати в други страни от Европейския съюз. Това много пъти обезсмисля самия износ, защото разходите по транспорт и логистика правят продукцията непродаваема.

2) Високи разходи, съпътстващи експорта

МСП от сектора изпитват много сериозни затруднения, когато трябва да изнасят своята продукция, защото разходите по учредяване на банкови гаранции, по застраховки на експортната продукция, по изплащането на транспортните услуги са с много високи аванси, а не с прихващане на суми от купувача, когато той се разплати с българските МСП.

Цялата тази кешова икономика изчерпва голяма част от финансовия ресурс на фирмите и дори една релация по линията Лондон-София, която обикновено се изпълнява

за 3 до 4 дни, вече струва между 500 и 800 лева за шофьора, които пари се оказват значително предизвикателство за МСП ако трябва да се изплатят наведнъж.

3) Висок риск, свързан с външните пазари

Значителна част от малките и средни предприятия виждат големия проблем при търгуването със страни от Европейския съюз голям риск.

Това не е толкова бизнес рискът за дадена страна, колкото рискът от неизвестното – кои са местните контролни органи, какви са стимулите, санкциите и глобите за изрядните и неизрядните фирми, кое се нарича „лоша” бизнес практика или се приема за проява на лош вкус, какви са потребителните предпочитания на клиентите и др. под. Именно неизвестните фактори карат мениджърите на МСП да бъдат изключително предпазливи, дори когато става дума за съседни на България пазари като Гърция и Румъния, например. Дори много български фирми от сектора се страхуват да тестват и македонския пазар, тъй като непрекъснато в публичното пространство се нагнетява някаква омраза и неприязън между тези две страни, а това плаши, както македонските инвеститори, така и българските износители.

4) Риск, свързан с митническото обслужване

Митническото обслужване в България се подобри изключително много за последните няколко години, особено след присъединяването на страната към Европейския съюз.

Все още, обаче, съществуват определени практики на „престараване” или „нарочване”, както се изразяват експерти от бранша, когато продукцията на дадена

фирма просто трябва да бъде щателно проверена. Това много често рефлектира върху самите водачи на превозните средства, които „гонят“ разписание или се намират под постоянен стрес, вследствие на инсталираните джи-пи-ес системи на бордовете на превозните средства. Особено щателни проверки се налагат на унгарската митници, когато пътуват камиони с българска регистрация.

Фирмите от бранша констатира, че когато пътува камион с чуждестранна (западноевропейска) регистрация отношението на различните власти на различните граници е едно, а когато пътува камион с българска регистрация се образуват километрични опашки, вследствие на щателните проверки.

5) Сертификация и лаборатории за изпитания

МСП от сектора са принудени да ползват различни изпитателни лаборатории в Гърция, Италия, Австрия и други страни, където се плащат за получаването на определен сертификат. Получаването на сертификат само по себе си не представлява трудност за българските фирми от бранша, тъй като те си дават сметка, че това струва пари и не може да бъде проиграван определен финансов ресурс, ако електрическите машини или апаратите не отговарят на определени изисквания.

Знакът, който се поставя за това, че стоката е от Европейския съюз – СЕ, на практика, не се признава от един от основните потребители на електрически машини – Русия. Това създава огромни препятствия пред фирмите. От тази гледна точка, държавата следва да отдели средства за изграждане на изпитателни лаборатории за тестване на продукцията от сектора, тъй като лабораториите не са печеливши структури, а са по-скоро помощни звена.

Както беше споменато, едно тестване, примерно, на електродвигател и издаването на съответния сертификат, може да струва в Гърция около 3,800 евро, а в Италия около 7,000 евро. Това са суми, които са колосални за малките фирми, особено сега – когато икономическата криза е в разгара си. Поради тази причина липсата на акредитирани лаборатории в страната може да се счита за една доста сериозна пречка пред фирмите от бранша.

6) Информационно осигуряване

Съществен проблем за фирмите от сектора е информационното осигуряване, от гледна точка на това, че фирмите много често не са наясно какви наредби, регулации и изменения се подготвят и влизат в сила. Още повече, че когато се касае за възприемане на европейски директиви и други нормативни документи, фирмите просто нямат професионалния капацитет да съберат и анализират тази информация.

Друг важен момент, който засяга фирмите от бранша е, че наличните документи за състоянието на сектора в различните европейски държави, както и статистика от Евростат или други източници, също не достига до знанието на мениджърите на отделните фирми. Данните от НСИ също трябва да бъдат изисквани по специален ред, за който мениджърите често нямат време да го спазват. Ето защо, изграждането на определена информационна база от данни, която да съдържа определени доклади, разчети, статистическа и друга информация, ще се окаже доста полезно средство. Изграждането на информационен портал, каквото е намерението на ИАНМСП, е едно от възможните решения за решаване на този проблем.

7) Тарифни и нетарифни ограничения

Мениджърите на МСП от сектора декларират, че принципно са запознати за начините на търговия и експортиране на продукция за определени страни, с които търгуват. Ето защо никакви съществени проблеми при експорта за определени страни не съществуват и всеки мениджър много добре си дава сметка дали подготвя документи за Русия, за Украйна или за Белгия. В старата система съществуваше структурата на външно-търговските организации /ВТО/, които активно подпомагаха българските предприятия. Сега такива структури не съществуват, но е хубаво да бъдат възродени под някакъв формат определени структури на българската държава, които да свеждат до знанието на българските мениджъри най-новите изменения в тарифите, квотите, митническите ставки и др. под. важни елементи на международната търговия.

8) Други фактори

В групата на „другите” фактори могат да се класират всички онези фактори, които пряко касаят инструментите за финансирането на МСП от сектора.

Българските мениджъри декларират, че традиционно са информирани и запознати с това как да упражняват бизнес по правилния начин, но липсата на свеж финансов ресурс ги кара да се впускат във всякакви възможни комбинации, за да могат да оцелеят.

Ето защо, българската държава следва да се намеси чрез силата на регулаторните си функции, които има, и да „нормализира” пазара на лихвите по кредитите. Защото те от своя страна, регистрират рекордни нива и представляват заплаха не само за дребния и среден бизнес, но и ускоряват междуфирмената задлъжнялост и затрудняват обслужването по кредитите.

Действително, липсата на свеж капитал, който фирмите могат да си набавят главно от банковия сектор при свито потребление и намаление на поръчките от чужбина, поставя на сериозно изпитание целия сектор.

Другият възможен канал за осигуряване на свежи капитали за финансиране на фирмените дейности на малките и средни предприятия от сектора, е да се преработи функционирането на европейските фондове с оглед оказване на по-лесен достъп до т.нар. „европейски пари“ и по-бързото осъществяване на реимбурсирането, когато се ползват такива схеми.

Икономическата дейност производство на *електрически машини и апарати* може да стане изключително конкурентоспособна на външните пазари, само ако малките и средни предприятия от сектора се представят добре на вътрешния пазар. На настоящия етап, обаче, тези предприятия, които би трябвало да са основната центростремителна сила на сектора, стоят в неговата периферия и това дисперсизиране на фирмените единици създава множество препятствия пред нормалната икономическа цикличност на целия сектор.

Оценката на представителите на МСП, участвали в социологическото проучване, на степента на сериозност на основните бариери (пречки) пред износа за отделните предприятия и за сектора като цяло през периода 2007 - 2011 г. е представена в Таблица 38.

Таблица 38 Оценка на сериозността на бариерите (пречките) за износа на предприятията и на сектора като цяло за периода 2007 - 2011 г. (в %)

Бариери (пречки)	Степен на сериозност на бариерите (пречките)			
	Много сериозна и сериозна пречка		Не особено сериозна пречка и не е пречка	
	за пред-приятното	за сектора	за пред-приятното	за сектора
1. Високи производствени цени на стоките и услугите	55,0	57,9	45,0	42,1
2. Високи разходи за осъществяване на износ	30,0	42,1	70,0	57,9
3. Не достатъчно високото качество на стоките и услугите	35,0	68,4	65,0	31,6
4. Липсата на квалифициран персонал, гарантиращ качеството	45,0	63,2	55,0	36,8
5. Липсата на опит във външнотърговската дейност	35,0	52,6	65,0	47,4
6. Езикови бариери	30,0	44,5	70,0	55,5
7. Неблагоприятна бизнес среда в България	70,0	73,7	30,0	26,3
8. Висок риск на различните външни пазари	70,0	74,2	30,0	15,8
9. Митнически и немитнически ограничения от други държави	40,0	43,5	60,0	55,5
10. Необходимост от надграждане на икономическата и административна подкрепа на държавата за подпомагане на сектора	55,0	73,7	45,0	26,4

Източник данни: Социологическо проучване

Таблица 39 Приоритизиране на мерките за подпомагане на малките и средни предприятия

Приоритет	Изключително висок и висок приоритет		Среден приоритет		Нисък приоритет и няма приоритет	
	до 2013 г.	2014 г. – 2020 г.	до 2013 г.	2014 г. – 2020 г.	до 2013 г.	2014 г. – 2020 г.
Насърчаване износа на фирмите	75,0	85,0	15,0	10,0	10,0	5,0
Подкрепа за технологична модернизация на производството	90,0	95,0	0,0	0,0	10,0	5,0
Подкрепа за покриване на стандарти на ЕС	50,0	65,0	45,0	25,0	5,0	10,0
Финансиране на иновацион-ни проекти	80,0	90,0	10,0	5,0	10,0	5,0
Обучение и повишаване квалификацията на заетите в МСП	55,0	65,0	15,0	20,0	30,0	15,0
Привличане на преки чуждестранни инвестиции	42,1	55,0	31,6	25,0	26,3	20,0
Бизнес коопериране и участие в клъстъри	30,0	36,8	25,0	31,6	45,0	31,6
Консултантски и информационни услуги	30,0	40,0	40,0	40,0	30,0	20,0
Подобряване достъпа до финансиране	65,0	80,0	25,0	10,0	10,0	10,0

Източник данни: Социологическо проучване

Анализът на данните от Таблица 39 позволява да се посочат следните по-важни моменти, отнасящи се до приоритетните мерки за подпомагане на малкия и среден бизнес от сектора.

Първо, като цяло няма съществени различия в мнението на управленците относно приоритетните мерки за подпомагане на МСП от сектора до 2013 г. и в следващия период от 2014 г. до 2020 г. Според основната част от експертите и за двата периода подреждането на най-важни мерки (от I до IV място) е еднакво:

- Подкрепата за технологична модернизация на производството;

- Финансиране на иновационни проекти за разработване на нови продукти, технологии и услуги;
- Насърчаване износа на фирмите;
- Подобряването на достъпа до финансиране.

Наред с това, обаче, има една група лица (с дял между 5 и 10 %), чието мнение е коренно различно от това на болшинството респонденти. Защото тази група експерти оценяват посочените по-горе приоритети като мерки, за които въобще не следва да се отделят средства, както от гледна точка на техните предприятия, така и за сектора като цяло до края на 2013 г., а и за бъдещи програмен период (2014 – 2020 г.).

Второ, при сравняване на степените на важност на мерките с еднакъв ранг за двата периода прави впечатление, че при повечето от тях важността се “изтегля” към позициите „изключително висок“ и „висок приоритет“ за периода 2014 - 2020 г. С други думи, респондентите считат, че в следващия планов период за посочените от тях приоритетни мерки ще бъде необходимо да се заделят още повече средства.

Трето, при сравнение между относителните дялове от положителната (изключително висок и висок приоритет) и отрицателната (нисък приоритет и не е приоритет) част на скалата е очевидно, че оценките са съсредоточени в нейната положителна част и маржът между тези дялове е ясно изразен. С други думи, според изследваните лица, повечето от посочени мерки, макар и с различен ранг, имат своето значение и биха подпомогнали съществуването и развитието на МСП от сектора. Изключение правят само две мерки: „бизнес коопериране и участие в клъстери“ и „консултантски и информационни услуги“. Първата от тях, от гледна точка на изследваните предприятия, е оценена като мярка с нисък или без приоритет, а от гледна

точка на сектора като цяло разпределението е еднакво за трите степени на скалата. Втората от тези мерки е оценена като такава със средно значение от преобладаващата част от респондентите.

Четвърто, интересно е да се посочи, че според интервюираните мярката „привличане на преки чуждестранни инвестиции“ не е сред преимуществено приоритетните мерки. Все пак, обаче, тя се счита за неприоритетна от около 1/4 от респондентите.

Пето, с най-нисък приоритет и за двата периода се посочват мерките „консултантски и информационни услуги“ и „бизнес коопериране и участие в кълстери“, които еднозначно имат относително най-високи дялове в отрицателната част на скалата.

Ефективността на услугите, предоставяни от ИАНМСП, е сравнително високо оценена от ръководителите на интервюираните МСП (таблица 40).

Таблица 40 Оценка на ефекта върху експортната дейност на предприятието на услугите, предоставяни от ИАНМСП (в %)

Услуги, предоставяни от ИАНМСП	Висок ефект	Среден ефект	Нисък ефект	Няма ефект
Външнотърговска информация	11,1	5,6	5,6	78,8
Информация за международни и регионални пазари	16,7	0,0	11,1	72,2
Организиране участие в международни изложения и панаири	16,7	11,1	5,6	66,7
Организиране на бизнес форуми в страната и чужбина	5,6	11,1	5,6	77,8
Организиране на информационни кампании	0,0	27,8	0,0	72,2
Информация за международни търгове	11,1	5,6	5,6	77,8
Информация за оферти и запитвания за чуждестранни фирми	16,7	5,6	11,1	66,7

Източник данни: Социологическо проучване

Допълнителната информация, от която основно се нуждаят изследваните фирми е логистиката – 65,0 % от тях са посочили това. Механизмите за международни търговски разплащания е информация, необходима за 35,0 %.

Анализът на данните показва, че относително най-високо (като услуги с висок и среден ефект) се оценяват: 1) организирането на участие в международни изложения и панаири (27,8%); 2) организирането на информационни кампании (27,8%) и 3) предоставянето на информация за оферти и запитвания от чуждестранни фирми (22,3%). Другите изброени услуги събират под 20% дял от положителната част на скалата. Все пак основната част от респондентите смятат, че изброените услуги нямат ефект за експорта на техните предприятия - дяловете в тази част на скалата доближават или надминават 70%. С други думи, ИАНМСП трябва да повиши още повече своята активност и да засили връзките си с МСП, за да популяризира в бъдеще дейността си и действително малките и средни предприятия в България да се почувстват „обгрижвани“ от ресорните държавни структури.

Таблица 41 *Регулярност на използване на източниците на информация (в %)*

Източници на информация	Оценка			
	Основен регулярен източник	Допълнителен регулярен източник	Допълнителен нерегулярен източник	Не се използва като източник
ИАНМСП	0,0	10,0	10,0	80,0
Браншова организация	5,0	20,0	10,0	65,0
Колеги от сектора в България	20,0	25,0	35,0	20,0
Колеги от сектора в чужбина	10,0	40,0	30,0	20,0
Собствени проучвания	75,0	20,0	0,0	5,0
Интернет	45,0	35,0	20,0	0,0

Източник данни: Социологическо проучване

Ясно е, че ръководителите от изследваните предприятия самостоятелно си набавят необходимата им за експорта информация и по-малко разчитат на информацията от ИАНМСП и браншовата организация. Едва 20% са посочили, че информацията от ИАНМСП представлява за тях допълнителен (регулярен и нерегулярен) източник. Висок, обаче, е делът на лицата (80,0%), които въобще не използват тази информация. Също така, 65,0% от експертите не разчитат на браншовата организация. Основните постоянни източници на информация са собствените проучвания (75,0%) и Интернет (45,0%).

Антикорупционни компоненти на бизнес – средата

При преценката за наличие или липса на благоприятна бизнес - среда за интернационализация на МСП, като съществени елементи, е необходимо да бъдат изследвани нивото на прозрачност и наличието на корупционен риск в сектора, както на национално ниво – така и в идентифицираните приоритетни експортни пазари.

I. Правна регламентация на дейността на изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия: оценка на корупционния риск

1. Йерархия на правната рамка

Дейността, устройството и функциите на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия са уредени в Закона за малките и средните предприятия, Правилника към него и Устройствения правилник на Изпълнителната агенция. Издадени са и други подзаконови и вътрешно ведомствени актове. С Постановление на Министерския съвет е приета Наредба за условията и реда за възлагане на дейности по чл. 7, ал. 2 от Закона. процедура на пряко договаряне.

Анализът показва, че центърът на правната регламентация е изместен на подзаконово ниво и е разширена възможността изпълнителната власт да регулира този тип дейност за сметка на законодателната.

2. Осведоменост на заинтересованите лица от дейността на Агенцията

Създадена е необходимата организация да бъде представена рамката от процедури и дейности по начин достъпен до широк кръг потребители. Интернет страницата на Агенция съдържа всички законови и подзаконови актове, имащи отношение към дейността ѝ. Представена е детайлна информация за отделните дейности и възможности, които тя предоставя. Редовното обновяване на информацията създава предпоставка за по-добра осведоменост на всички заинтересовани лица. Трябва да се посочи, че това са само предпоставки за по-добро познаване на дейността на Агенцията чрез прозрачност и намалява възможността за потенциален корупционен натиск върху потребителите на услугите ѝ.

3. Съдебен контрол на актовете

Административните актове, издавани във връзка с правомощията и дейността на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия, подлежат на съдебен контрол по реда на Административно-процесуалния кодекс.

4. Антикорупционни мерки

4.1 Обща рамка

В Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия са разработени и утвърдени Вътрешни правила за защита на лицата, подаващи сигнали за корупция, злоупотреба със служебно положение, търговия с влияние и конфликт на

интереси срещу служители на Изпълнителната агенция, Вътрешни правила за предоставяне на право на достъп до обществена информация и Вътрешно-административни правила за работа при проверки на омбудсмана.

Предвидена е подробна процедура по завеждане и проверка на получените сигнали, като е осигурена в максимална степен защита за лицето, подаващо сигнала.

4.2 Правила за разглеждане

Служителят, срещу когото е подаден сигнал се отстранява от разглеждането на преписката, по отношение на която се съдържат твърдения за него. Ако разглеждането на преписката, във връзка с която е подаден сигналът, не е възложено на служителя, срещу когото е подаден, се предприемат действия по ограничаване на всякакъв достъп на този служител до информацията и документите по преписката.

Вътрешните правила достатъчно детайлно определят защитата на лицата, подали сигнали, съдържащи твърдения за корупция, злоупотреба със служебно положение, търговия с влияние и конфликт на интереси.

4.3 Отчетност

Въпреки добрата нормативна уредба, с която са регламентирани дейността на административните органи и механизмите за превенция и противодействие на корупцията и за защита на лицата, подали сигнали за корупция липсва обратна информация относно движението на конкретно подадени жалби и сигнали, както и конкретни резултати по извършени проверки. Липсва информация, колко от сигналите са се потвърдили, колко са се оказали неоснователни и колко са препратени към други компетентни органи за извършване на съответно разследване.

Публичното оповестяване на подобна обратна информация би довело до яснота за всички заинтересовани лица и организации, какъв е резултатът от дейността за подпомагане и насърчаване на малките и средните предприятия, както и за предприетите мерки за предотвратяване на незаконосъобразни действия на администрацията при осъществяване на този процес.

Правна регламентация на дейността на Българска агенция за експортно застраховане ЕАД: оценка на корупционния риск

1. Правна регламентационна дейността

Дейността на Агенцията е уредена в Кодекса за експортно застраховане в случаите, които тя изпълнява специфичните си възложени от държавата функции. Начините за извършване на различните видове застраховки са разработени детайлно чрез Правила на „Българската агенция за експортно застраховане” ЕАД за дейността и процедурите във връзка със сключване на застрахователни договори и уреждане на претенции по застрахователни договори.

Детайлната регламентация предполага ясни и достъпни процедури като намалява възможността за решения на администрацията по целесъобразност.

2. Осведоменост на заинтересованите лица от дейността на Агенцията

Правната уредба на процедурите е достъпна за широк кръг потребители на услугите на Агенцията. На интернет страницата на Агенция са представени всички законови и подзаконови актове, имащи отношение към дейността ѝ. Представена е детайлна информация за отделните процедури и необходимите за тях документи. Редовното обновяване на информацията създава предпоставка за по-добра осведоменост

на всички заинтересовани лица. Трябва да се посочи, че това са само ориентиращи материали, като изборът на една или друга възможност за използване на услугите по експортно застраховане следва да е плод на допълнително проучване.

3. Съдебен контрол върху дейността на Агенцията

Отношенията между „Българската агенция за експортно застраховане” ЕАД не се развиват в плоскостта на административното право. Тук са приложими гражданските правила.

Възникналите между Агенцията и застрахованото лице спорове и разногласия по повод уреждане на претенции по застрахователен договор (полица) се уреждат чрез преговори. При непостигане на съгласие между страните, застрахованото лице или третото ползващо се лице, ако има такова съгласно застрахователния договор, може да обжалва отказа за изплащане на застрахователно обезщетение, или неговия размер пред Съвета на директорите.

В случай, че при преговорите между страните и при последвалото обжалване от страна на застрахованото или третото ползващо се лице, не бъде постигнато разрешаване на спора, лицето има право на иск по съдебен ред, съгласно разпоредбите на Гражданско процесуалния кодекс.

Специфичния контрол върху дейността са осъществява, съгласно чл. 14, ал. 7 от Закона за експортното застраховане от Сметната палата доколкото финансовите операции във връзка с дейността на Агенцията са за сметка на държавата.

4. Преки антикорупционни мерки

Правилата за дейността на „Българската агенция за експортно застраховане” ЕАД няма норми, които да регламентират начин за подаване на сигнали за корупционно

поведение от страна на служители на Агенцията. Не е предвиден специален ред за защита на лицата, подали сигнали, съдържащи твърдения за корупция, злоупотреба със служебно положение, търговия с влияние или конфликта на интереси. Няма и специални правила за отношение към служителите, спрямо които има такива сигнали. Въпреки особения характер на Агенцията – стопански субект, търговец, трябва да се надхвърли схващането, че антикорупционните правила са територия само за държавната администрация. Бизнесът също използва и прилага такива.

Правна регламентация на дейността на дейността на Агенция „Митници”: оценка на корупционния риск

1. Йерархия на правната рамка

Дейността на Агенция „Митници”, като централизирана административна структура към Министъра на финансите е предмет на Общностното и националното законодателство. На наднационално ниво, дейността е предмет на огромен брой международни и митнически конвенции, споразумения и спогодби.

А) Функциите на митническата администрация и процедурите, обект на митнически контрол и надзор са уредени нормативно със закон и с множество подзаконови нормативни актове, включително правилници, наредби, инструкции, постановления. Многобройни Регламенти на ЕО, уреждащи дейността на митническата администрация и процедурите по движение на стоки в и извън Общността, включително този за приемане на Митническия кодекс на Общността, са пряко приложимо право в Р България, в случай на противоречие на национална норма с общностна разпоредба, приоритетно се прилага нормата на съответния Регламент.

Б) Дейността на митническата администрация и на процедурите, върху които осъществява контрол, са обект и на административни актове, издавани от ръководителя на Агенция „Митници” самостоятелно или съвместно с ръководителите на други ведомства, имащи отношение към процеса на движение на стоки.

В) Най-накрая в йерархията на актовете, но не и изобщо по отношения на митническата материя, дейността се урежда посредством решенията, които пряко ангажираните с митническите процедури митнически орган издават ежедневно спрямо заинтересованите лица.

Налице е баланс в съотношението между издаваните от митническата администрация актове и тези от по-висока степен. Предвид обстоятелството, че процедурите са изключително разнообразни, оперативната дейност е съпроводена с многобройни решения, които администрацията е натоварена да издава. От друга страна обаче, както националните актове (Закон за митниците и Правилник за прилагането му), така и общностните създават възможност за вземане на решения при оперативна самостоятелност на органа, което в чести случаи води до немотивирани решения и създава пречки пред заинтересованото лице.

Изключително детайлната регламентация в немалко случаи създава препятствие пред лицата за изпълнение на нормативните изисквания за осъществяване на желаната процедура или направление.

Наличието на подробна уредба на предвидените в общностното и национално законодателство и на т.нар. „опростени процедури“ не създава на практика възможност за широкото им прилагане, поради множеството изисквания към лицата, желаещи да ги ползват, в следствие на което одобрените износители и икономически оператори са

твърде малко. Въведените процедури на електронно деклариране по същество не създават сериозно облекчение за клиентите на митниците, поради запазване в един сериозен обем на изискването за представяне на нормативно предвидената документация.

2. Осведоменост на заинтересованите лица от дейността на администрацията

Правната уредба на процедурите е достъпна за широк кръг потребители на услугите на митническата администрация.

На страницата на Агенция „Митници” са представени всички законови и подзаконови, национални и общностни актове, имащи отношение към процеса по движение на стоки. Редовното обновяване на информацията създава предпоставка за по-добра осведоменост на всички заинтересовани лица. Следва, обаче, да се постави въпросът за специфичността на митническата материя и трудностите при практическото осъществяване на самата процедура, особено без помощта на митническите агенти.

Относно детайлите на митническите процедури, в самия Закон за митниците е регламентирано правото на безплатен достъп до информация, както и условията за предоставяне от страна на митническата администрация на обвързваща тарифна информация и информация за произход на стоките.

3. Съдебен контрол върху дейността на Агенцията

Решенията, издавани от митническите органи, са индивидуални административни актове и като такива следва да са мотивирани. Същите подлежат на обжалване по административен и съдебен ред. Въпреки съществуването на изрични норми, крайното решение за наличието или отсъствието на законовите предпоставки, необходими за

издаване на целения от заинтересованото лице акт, е подвластно на преценката на съответния административен орган. Този факт не определя крайното съдържание на акта, но създава пречки и отнема финансов, кадрови и времеви ресурс на клиента на митницата, свързани с обжалването пред по – горестоящия административен орган и пред съда. В числото на обжалваемите административни актове обаче не попадат многобройните решения за изискване на допълнителна информация и документи, преценката за които е оставена на пряко ангажираните с осъществяване на процедурите митнически органи.

По същество това може да доведе до немотивирани искания, целящи постигане на нерегламентирани от закона резултати. Именно противодействието на тези „решения” следва да бъде обект на нормативни, структурни и функционални промени, които да сведат до разумни граници дискрецията на митническите органи. По отношение на правната уредба на митническата дейност се наблюдава широко детайлизиране на всички процедури, съпроводено въпреки прецизната им разработка, с възможността за субективно решение на митническия орган. Това обстоятелство вместо да улесни лицата, ползващи услугите на митниците и самите служители на администрацията, води до изместване на фокуса и подмяна на целите на закона.

4. Преки антикорупционни мерки

4.1 Обща рамка

С цел реформиране на митническата администрация и постигане на по – висок интегритет на служителите, са извършени сериозни структурни и кадрови промени. Въведени са нови правила за подбор на служители, нов формат на длъжностни характеристики, въведена е интегрирана информационна система за управление на

човешките ресурси. С оглед постигане по – голяма прозрачност в работата на Агенцията, са провеждани анонимни анкети сред преминаващите ГКПП лица. Въведени са нови атестационни форми и методи за служителите, а на кандидатите за работа са прилагани психологически тестове за определяне лоялността към организацията (HCS – Integrity check).

4.2 Действия с конкретна антикорупционна насоченост

С цел превенция и противодействие на неправомерните действия на митническите органи е създадена добра нормативна основа, почиваща на разпоредбите на Закона за митниците, доразвита от министъра на финансите в Етичен кодекс на митническия служител. Създадена е също така Харта на клиента, която доразвива нормативно предвидените права на заинтересованите лица. На интернет – страницата на Агенцията, по лесен и достъпен начин, на лицата е предоставена информация и служебни телефони (електронен адрес), в случай че желаят да подадат сигнал за действия на митнически служители, които са счели за неправомерни. Анонимни сигнали не се разглеждат от администрацията, както и изрично не са предвидени специални мерки за защита на лица, предоставящи информация за неправомерни действия от страна на митническите органи. Въпреки официалната позиция по отношение на анонимната информация, в Годишния доклад на Митниците за 2011 г. се посочва общия брой разгледани сигнали, включително и анонимни такива.

5. Дейност на специализираните звена

Службата „Инспекторат” на Агенцията, като звено, занимаващо се с поведението и спазването на установените правила от служителите на администрацията, е прехвърлено към инспектората на Министерство на финансите. В Устройствения

правилник на митниците е предвидено с предложенията и сигналите срещу служители да се занимава Дирекция „Организация и управление на човешките ресурси”, като тази функция е поверена на отдел „Професионални стандарти и вътрешно разследване” при Централно митническо управление.

Правомощията на служителите от тази дирекция относно проверките, установяването и провеждане на процедурата по налагане на административно-наказателна отговорност при наличие на конфликт на интереси или други дисциплинарни нарушения са нормативно установени. Приети са Указания за установяване на дисциплинарни нарушения и провеждане на дисциплинарни производства и са проведени нарочни обучения на контролиращите служители.

6. Отчетност

На интернет-страницата е публикуван Годишният доклад на Агенция „Митници”, като още на първите страници е оповестена изключително подробна статистика относно установените случаи на нарушения, проведените дисциплинарни производства и наложените за тях наказания. Публикувана е информация за броя на образуваните преписки и вътрешни разследвания, по реда на кой закон (ЗДСл, ЗПУКИ или ЗМ) са провеждани, както и в резултат от извършените проверки какво е било установено - несъвместимост на служителите, конфликт на интереси или други дисциплинарни нарушения.

Оповестени са проверките за имотното състояние на служителите, както и факта, че за някои от тях са били сигнализирани компетентните органи на НАП.

7. Обобщение

Правната регламентация на дейността на митниците създава условия за хармонично осъществяване на административните процедури, но дискрецията, която е установена с отделни разпоредби, поражда възможност за развитие на корупционни практики. „Подходящата“ правна среда в съчетание със свързаното законодателство, предвиждащо множество лицензионни режими, чийто контрол е вменен на митническите органи водят до административни пречки, чието преодоляване не се постига непременно с правно-регламентирани механизми. Създаването на условия за по-широкото въвеждане на опростените процедури и оптимизирането на административния капацитет при осъществяването им би било сериозна крачка в посока противодействие на корупцията.

II. Оценка на корупционния риск при осъществяването на експортна дейност

Масовият характер на част от артикулите, произвеждани и експортирани в рамките на този сектор, определят съществена част от затрудненията, които изпитват малките и средни фирми при осъществяването на износ. Данните показват, че съществена част от него се реализира в рамките на Европейския съюз, като и в Африка, Близкия Изток и Балканските страни. Експертните оценки показват, че затрудненията за по-малките износители са свързани както с трудностите, които срещат на българския пазар, така и с несигурността и липсата на информация на част от експортните пазари.

При тези условия профилът на корупционен риск в този сектор се определя както от ефекти и влияния на средата (обективни условия), така и от субективните нагласи и

равнището на информираност на представителите на малките и средни предприятия. Част от експортните пазари в този сектор имат традиционно значение за българския износ през последните десетилетия. Това определя относително ограничения достъп до него за по-нови и по-малки предприятия, които също развиват дейността си в тази насока. Традиционните износители вече познават достатъчно добре неевропейския си пазар и имат трайни позиции на него.

В същото време, добрата адаптация на продуктите им на тези пазари не насърчава иновациите и инвестициите в повишаване на качеството, които на свой ред са необходими за запазване и разширяване на пазарния дял на продуктите им в рамките на Европейския съюз.

Значението и характерът на експортния пазар определя до голяма степен както възможностите, така и рисковете пред българските средни и малки износители. В този сектор, както и в част от останалите, характерът на пазара диференцира в значителна степен факторите на корупционен риск. При износа в рамките на Европейския съюз по-голямата част от средните и особено малките производители и износители се натъкват на повече рискове, свързани с местната среда, докато при онези, които изнасят извън ЕС, тежестта на факторите, обусловени от обективните условия на външните пазари, нараства.

При средните и малки предприятия, реализиращи или търсещи възможности да реализират продукцията си на пазари в ЕС, доминират са рисковете, свързани с ограниченията в достъпа до потенциални контрагенти, високата конкуренция и ограничените средства за инвестиции в иновации и създаване на нови продукти. При

преодоляването на част от тези рискове, най-висока е степента на риск сред предприемачите, които по-скоро предпочитат да търсят собствен път за осигуряване на експортната дейност. Именно те биха могли да бъдат изложени в по-голяма степен на риск от осъществяване на определен корупционен натиск. Участието в браншови организации и по-високата степен на интегрираност в различни по своя характер експортно ориентирани бизнес-сдружения ограничава отчасти този риск.

Експертните оценки показват, че при самооценката на собствените си възможности за осъществяване на износ по-голямата част от предприемачите в този сектор са убедени, че качеството на самите изделия и квалификацията на персонала в техните предприятия са най-важните предпоставки за постигане на добри резултати. Липсват системни усилия за квалификация на служителите, които са пряко ангажирани с експортната дейност. При подобен подход административните условия за осъществяване на износ биват подценени, а това може да бъде причина за търсенето на възможности за тяхното заобикаляне. Това определя по-високата степен на податливост на про-корупционен натиск от страна на недобросъвестни служители и на посредници, които предлагат „пакетно решаване на проблемите” при осигуряването на необходимите условия за експортна дейност.

Сред субективните причини, увеличаващи корупционния риск както при експорта в Европейския съюз, така и извън Европа, доминиращо значение имат:

- липса на необходимото равнище на информираност и компетентност;
- недостатъчно познаване на спецификата на потребителските нагласи;
- висока степен на недоверие в публичните институции, както и

- склонност към предоверяване спрямо опита на посредници и предприемачи, осъществявали подобна дейност преди.

Предприемачите от средните и особено от малките предприятия предпочитат да „заложат” на един добър продукт, на който разчитат за постигането на добър резултат. Липсата на системни усилия за разширяване на асортимента на изнасяните стоки възпроизвежда създадените предварително зависимости и ангажименти като укрепва влиянието на вече формираните мрежи от посредници. При тези условия, конкуренцията намалява, а заедно с нея се увеличава корупционния риск.

Достъпът до информация и възможности за осъществяване на експортна дейност става по-труден за малките предприятия, които тепърва търсят своето място в тази насока. При тези условия, те или се отказват, или се стремят да си осигурят достъп до поръчители и гаранتي, а не до иновационни технологични решения, които биха могли да им помогнат при постигането на по-добри икономически резултати. Както и в много други сектори, динамичността и гъвкавостта на по-малките предприятия, които са основни фактори, определящи търговския успех, остават нереализирани. Всичко това води до възпроизвеждане на съществуващото статукво, а то най-често генерира про-корупционни нагласи и натиск върху малките предприятия.

III. Планиране и осъществяване на експортни стратегии съобразно общите и специфичните характеристики на средата

(сравнителни международни аспекти на разпространението на корупцията и специфични национални характеристики на основните пазари)

За успешното планиране и осъществяване на ефективни експортни стратегии на бизнеса в сектор „Производство на електрически машини и апарати“ следва да бъдат взети предвид и характеристиките на средата, в която планират да осъществят и реализират своите бизнес програми и планове. В тази връзка е важно да бъдат отчетени аналитичните материали и данните от сравнителни международни изследвания, оценяващи в сравнителен аспект:

- общият антикорупционен контекст, в който функционират бизнесът и публичните институции в отделните държави и в обособените региони;
- ефективността на институциите в борбата им с корупцията;
- секторите/институциите, в които са установени най-съществени дефицити от гледна точка на ефективност при тяхното функциониране, прозрачност в работата и степен, в която са засегнати от разпространението на корупционни практики.

Като инструменти за оценка на нивото на разпространение на корупция в световен мащаб и степента, в която са засегнати ключови национални институции и сектори, могат да бъдат използвани три утвърдени международни изследвания на международната антикорупционна организация Transparency International:

Индекс за възприятие на корупцията (Corruption Perception Index)

Индексът за възприятие на корупцията на Transparency International измерва нивото на политическа и административна корупция според оценките на представителите на бизнеса, анализатори на икономическия и политическия риск от целия свят, включително и анкетирани експерти от изследваните държави. Стойностите на Корупционния индекс варират от 10 (показател за ниско ниво на корупция и

практическо отсъствие на корупционен натиск), до 0 (показател за изключително високо ниво на корупция, която практически е обхванала всички институции и сектори на общественно-икономическа дейност), като средната стойност от 5 пункта очертава границата, над която корупцията не представлява системен проблем, а стойност под 3 пункта е показател за критични стойности, които отразяват тотално разпространение на корупция в дадена страна. Изследването позволява извършването на сравнителни оценки в регионален и суб-регионален мащаб, които могат да дадат най-общ ориентир на бизнеса в кои държави от даден регион корупционният риск е по-голям и съответно – общата среда за осъществяване на бизнес е по-неподходяща.

Световен корупционен барометър (Global Corruption Barometer)

Световният корупционен барометър е изследване, което извършва оценка на нивото на разпространение на корупцията в отделните сектори и институции в рамките на изследваните държави. То отразява оценките на гражданите и техния непосредствен опит от сблъсъка им с корупционни практики. Стойностите на корупционния барометър варират от 0 (показател за сектори и институции без корупция), до 5 (за изключително корумпирани сектори и институции).

Изследването дава възможност за сравнение на степента на разпространение на корупцията в основни сектори на обществения, икономически и политически живот в рамките на една изследвана държава. Наред с възможността за осъществяване на секторен анализ, барометърът може да се използва като база за разработване на антикорупционни политики с ясно очертани приоритети. Изследването може да бъде използвано от бизнеса като ориентир относно институциите и секторите на обществения,

икономически и политически живот, които имат по-съществени дефицити в своята работа и съответно – представляват по-сериозен корупционен риск.

Индекс за плащане на подкупи (Bribe Payers Index)

Индексът за плащане на подкупи е изследване, което предоставя информация относно готовността на фирми от дадена държава да предлагат и плащат подкупи при осъществяването на своите експортни стратегии в чужбина. Стойностите на Индекса за плащане на подкупи варират от 10 (показател за липса на готовност за предлагане и плащане на подкупи) до 0 (показател за висока степен на готовност за предлагане и плащане на подкупи). ВРІ включва относително малък брой държави (28), но следва да се отбележи, че това са най-големите производители и износители в световен мащаб. Изследването може да бъде използвано от бизнеса като ориентир относно готовността на техните конкуренти, работещи в чужбина или възнамеряващи да осъществяват експортна експанзия на нови пазари, да предлагат и плащат подкупи.

При планирането и осъществяването на експортни стратегии в сектор „Производство на електрически машини и апарати“ следва да се вземат предвид данните за най-значимите пазари:

А) пазари в държави-членки на Европейския Съюз: Гърция, Румъния, Чехия, Унгария, Полша

Според данните от международната класация Индекс за възприятие на корупцията по степен на некорумпираност посочените по-горе държави се подреждат, както следва: Полша (5,5), Унгария (4,6), Чехия (4,4), Румъния (3,6), Гърция (3,4)

При реализирането на експортни стратегии в този сектор следва да се вземат предвид и данните от Световния корупционен барометър, който дава информация за секторите и институциите, в които е най-висок корупционният риск. Въз основа на това следва да се вземе предвид, че в посочените държави най-значителен е политическият риск. В тази връзка най-вероятният механизъм за оказване на корупционен натиск върху бизнеса се осъществява с ключовата роля и покровителство на политически фигури на различни нива – местно, регионално и национално.

Във всички държави, като най-силно засегнати от корупция са оценени политическите партии, като в Румъния те делят първото място с друг политически значим фактор – парламента. В този контекст, данните показват, че в Румъния е налице специфичен дефицит в работата на парламента, която може да бъде използвана като канал за безпрепятствено реализиране на лобистки интереси. Плащането на подкупи в Румъния е най-разпространено в следните сектори: полиция (16,2%), съдебна система (13,0%) и регистрационни служби (10,8%), земеделски служби (6,4%), митници (5,7%), като най-нисък е делът на дадените подкупи за данъчните служби (3,2%).

В контекста на планиране и реализиране на експортни стратегии в Полша следва да се вземе предвид, че според данните най-разпространено е плащането на подкупи при полиция (11,6%), съдебна система (8,8%), регистрационни служби (8,5%), следвани от земеделски служби (6,7%), митници (4,5%), данъчни служби (1,4%). Плащането на подкупи в Румъния е най-разпространено в: полиция (16,2%), съдебна система (13,0%) и регистрационни служби (10,8%), земеделски служби (6,4%), митници (5,7%), като най-нисък е делът на дадените подкупи за данъчните служби (3,2%).

Плащането на подкупи има по-ограничен обхват в Чехия, където през изминалата година процентът на гражданите, платили подкупи, е, както следва: регистрационни служби (8,7%), земеделски служби (8,6%), полиция (7,2%), съдебна система (3,9%), митници (2,1%), данъчни служби (1,2%).

По отношение на Гърция следва да се вземе предвид и друг сектор, натоварен с корупционни практики – медиите. Заедно с парламента, те заемат второ място в класацията, което следва да се вземе предвид при планирането и осъществяването на медийните стратегии на бизнеса, реализиращ експортни стратегии в страната. Въз основа на емпиричните данни от Световния корупционен барометър следва да се вземе предвид, че по-значителен корупционен натиск може бъде оказва при досега с работата на митници (16,9% от гражданите, имали досег с тях, са платили подкуп през последната година), земеделските служби (4,9%) и регистрационни служби (4,4%). При осъществяване на своите стратегически планове за развитие на бизнеса следва да си вземе предвид ниската степен на готовност за оказване на корупционен натиск от страна на данъчни, полиция и представители на съдебната система.

Б) Пазари извън държави-членки на Европейския Съюз: Русия, Сърбия, Украйна, Македония, Грузия

В сравнение с някои от държавите от първата група, държавите от тази група създават по-неблагоприятна среда за осъществяване на бизнеса, поради два основни дефицита: по-ниска ефективност в работата на публичните институции и по-сериозен корупционен натиск, оказван върху бизнеса.

Според корупционния индекс (по степен на некорумпираност) посочените по-горе държави се подреждат, както следва: Грузия (4,1), Македония (3,9), Сърбия (3,3), Русия (2,4), Украйна (2,3).

Разгледани във вътрешно-национален мащаб, данните от Световния корупционен барометър разкриват следната картина.

При планирането и реализирането на експортни стратегии в Русия следва да бъде отчетен фактът, че рискът от административна корупция е значително по-висок от политически обусловеният риск: най-корумпирани сектори са полицията и публичната администрация, следвани от съдебната система и парламента. На пряко зададения въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите насочват към най-сериозен корупционен натиск в следните сектори: полиция (27,7 % от гражданите, имали досег с полицията, са платили подкуп), земеделските служби (20,2%), съдебната система (17,7 %), митниците (10,9%) и регистрационни служби (8,6%); сравнително по-малък дял на подкупите е даден на данъчни служби – 5,9%.

Данните за Украйна също показват сериозен риск от искане на подкупи от представители на следните институции: полиция (29,4 %), земеделски служби (24,3%), митници (23,4%), регистрационни служби (22,1 %), данъчни служби (10,4%), съдебна система (16,9 %).

При планирането и реализирането на експортни стратегии в Грузия следва да се има предвид фактът най-силно натоварените с корупционен риск сектори в Грузия са политическите партии и съдебната система.

По отношение на Македония следва да се вземе предвид, че изключително сериозен натиск оказва митническата администрация, на която в 25% от случаите (в

които са отговорили изследваните лица) е бил платен подкуп. При осъществяването на бизнес стратегии, обаче, следва да се отчете на първо място в проблемът с работата на съдебната система. Най-ниска оценка получава именно тази система, като същевременно там е констатиран много висок дял на респондентите, платили подкуп през последната година – 20,6%. На следващо място следва да бъде предвиден политическият риск. За разлика от посочените по-горе системи, данъчната администрация функционира по начин, който практически изключва упражняването на корупционен натиск.

Политическият риск е водещ по отношение и на Сърбия, като най-силно засегнати от корупция са политическите партии, следвани от публичната администрация, съдебната система и полицията. При разработването и реализирането на експортни стратегии в тази държава следва да се вземе предвид корупционният натиск, оказван от полицията (14,5% са гражданите, платили подкуп през последната година), съдебна система (13%) и митниците (12,4%). За разлика от тях от страна на регистрационни служби следва да се очаква значително по-нисък натиск (3,4%).

Основни изводи от разгледаните бариери пред сектор “Производство на електрически машини и апарати“:

- Най-съществените пречки са свързани с външни фактори и най-вече неблагоприятна бизнес среда в България и липсата на подкрепа от страна на държавата.
- Поради тази причина и повечето от мерките за преодоляване на бариерите пред износа се очаква да бъдат предприети от държавата. Най-обобщено, очакванията на бранша са насочени към държавата, в лицето на нейните институции, да разработи целенасочена и адекватна политика за

насърчаване и подпомагане на износа; тук дори може да се говори за подпомагане на целия износ от всички български предприятия.

- Технологичното равнище и наличните човешки ресурси в МСП не се оценяват като фактори възпиращи експорта, въпреки че това ясно противоречи на високия приоритет на мерките, свързани с подпомагане на МСП от сектора за технологична модернизация на производството.
- Оценките за важността на почти всички приоритетни мерки за подпомагане на МСП от сектора, идентифицирани в социологическото проучване на фирмите, повишават своето значение в следващия програмен период 2014 - 2020 г. Това означава, че ще бъде необходимо да се заделят повече средства за прилагане на тези мерки с цел развитие на предприятията от сектора.
- Фирмите от сектора ясно осъзнават необходимостта от модернизация на производството, за да са конкурентоспособни, включително на международните пазари, както и недостига на собствени финансови ресурси.

Това се потвърждава и от факта, че сред приоритетните мерки с най-висок приоритет е посочена подкрепата за технологична модернизация на производството.

- Фирмите разчитат в най-голяма степен на собствените сили за набавяне на необходимата им информация за износа, като на следващо място са поставени колегите и браншовите организации. За съжаление услугите на институциите се използват в много малка степен.

ИЗТОЧНИЦИ

1. Съвет за административната реформа към МС на Р. България, 2010 г., *Методология за стратегическо планиране*
2. Статистически данни на НСИ, различни години
3. Доклад на ИАНМСП, 2011 г., *Анализ на състоянието и факторите за развитие на МСП – Българските МСП в условия на криза*
4. Министър на икономиката и енергетиката, 2007 г., *Национална стратегия за развитие на сектор „Електротехника” в България /2007 - 2013 г./*
5. Министър на икономиката и енергетиката, 2003 г., *Национална стратегия за развитие на електротехническата промишленост в България*
6. Социологическо проучване на терен на българските МСП от сектора–31.10 – 28.11.2011 г.
7. Класификация на икономическите дейности, 2008 г. Статистика на ООН за България – „Комтрейд” /COMTRADE/
8. Енергиен портал на Европа, *Europe’s Energy Portal*, 2011, *End-User Energy Prices for Industrial Consumer* /Крайна цена за индустриални потребители на електрическа енергия/
9. Eurostat, 2009, *Electrical Machinery and Optical Equipment, Chapter-11, European Business, Facts and Figures*
10. Класификация на икономическите дейности в Европейската Общност, *NACE, Classification of Economic Activities in the European Community*
11. Годишен отчет на организацията „Оргалим”, 2010 г., *Annual Report, Orgalime, Brussels*
12. Директива/2011/EU за отпадъци от електрическо и електронно оборудване (WEEE), приета от Съвета на ЕС, приета на 10 юни 2011 г.

13. Директива/2011/65/EU за ограничаване употребата на някои опасни вещества в електрическото и електронно оборудване (ROHS), приета на 08 юни 2011 г.
14. Доклад на Европейския икономически и социален комитет, ЕИСК, 2009 г., *Comparison of Industrial Transformation Models in the New Member States /Сравнение на моделите за индустриална трансформация в новите държави членки (на Европейския съюз)/*
15. Доклад на Европейския икономически и социален комитет, ЕИСК, 2011 г., *The EESC Stance on Industrial Policy, May 2011/Позиция на ЕИСК относно индустриалната политика/*
16. Root F., 1994, *International Trade and Investment*, South-Western Publishing Co.
17. *ELECTRA Report*, 2008, *Twenty Solutions for Growth and Investment to 2020 and Beyond*, EC Initiative
18. *Communication from the Commission “ELECTRA”*, 2009, *For a Competitive and Sustainable Electrical Engineering Industry in the European Union*, COM (2009)594 final
19. Регулация 106/2008 на ЕО за енергийно-ефективно означаване на продуктите и оборудване за офисите
20. Директива 2010/30/ЕС за етикетирането и означаването с продуктова информация на уреди с потребление на енергия на база енергийно-свързани групи
21. Комуникация 677/4 относно енергийните инфраструктурни приоритети до 2020 г. и след това
22. Директива 2005/32/ЕО относно рамката за задаване на изисквания за екодизайн на продукти, използващи енергия