



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 превозни средства, без автомобили”**

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:

<b>СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕКТОРА В БЪЛГАРИЯ.....</b>	<b>10</b>
<b>АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВОТО СЪСТОЯНИЕ НА ФИРМИ ОТ СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ” .....</b>	<b>29</b>
<b>ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ НА СЕКТОР „ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ”.....</b>	<b>38</b>
<b>СТОКИ С ЕКСПОРТЕН ПОТЕНЦИАЛ В СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ” .....</b>	<b>44</b>
<b>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ИЗНОСА НА СТОКИ И УСЛУГИ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ПАЗАРИ.....</b>	<b>67</b>
<b>ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ОПРЕДЕЛЕНИТЕ ПРИОРИТЕТНИ ЕКСПОРТНИ ПАЗАРИ.....</b>	<b>110</b>
<b>КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА НА ПРОИЗВОДСТВОТО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ, НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ.....</b>	<b>128</b>
<b>БАРИЕРИ ПРЕД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА МСП ОТ СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА БЕЗ АВТОМОБИЛИ”. МЕРКИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЕКСПОРТА. ....</b>	<b>133</b>
<b>АНТИКОРУПЦИОННИ КОМПОНЕНТИ НА БИЗНЕС – СРЕДАТА .....</b>	<b>142</b>
<b>УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАНИ ОТ ИАНМСП .....</b>	<b>161</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЯ И СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗТОЧНИЦИ: .....</b>	<b>164</b>



## СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ТАБЛИЦИ

Таблица 1 Основни показатели за преработващата индустрия и производството на превозни средства, без автомобили в ЕС-27 и България през 2009 г. ....	11
Таблица 2 Добавена стойност в преработваща индустрия и в сектор превозни средства без автомобили в България и ЕС - % .....	12
Таблица 3 Отражение на кризата върху показатели за добавена стойност, рентабилност, инвестиционна активност на производството на превозни средства, без автомобили.....	12
Таблица 4 Брой предприятия, заетост, оборот и добавена стойност в сектор Производство на превозни средства без автомобили в България за 2008 г. и 2009 г. ....	15
Таблица 5 Регионално разпределение на заетостта от сектор „Производство превозни средства без автомобили” .....	16
Таблица 6 Индекси на промишленото производство- сезонно изгладени (към месец XII на съответната година при база 2005 г) 2005 г.=100 .....	17
Таблица 7 Общ индекс на цени на производител (към месец XII на съответната година) 2005 г.=100.....	18
Таблица 8 Наети лица по трудово и служебно правоотношение по икономически дейности (към IV тримесечие на съответната година).....	19
Таблица 9 Индекс на оборота на вътрешния пазар за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.) .....	20
Таблица 10 Реализиран оборот, добавена стойност, заетост и износ на МСП от анализираните 18 сектора на преработващата промишленост (Източник:НСИ) .....	22
Таблица 11 Производителност на труда по икономически дейности за 2009 г.....	23
Таблица 12 Брой предприятия, оборот, добавена стойност и заети в МСП през 2009 г. и 2010 г. ....	25
Таблица 13 Изходни данни за анализа на финансовото състояние на 21 предприятия от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” (хил.лв.) .....	29
Таблица 14 Коефициент на рентабилност на приходите от продажби .....	31
Таблица 15 Коефициент на рентабилност на собствения капитал .....	32
Таблица 16 Коефициент на капитализация на активите .....	33
Таблица 17 Коефициент на ефективност на приходите .....	34



Таблица 18. Коефициент на финансова автономност .....	34
Таблица 19 Коефициент на задлъжнялост.....	35
Таблица 20 Коефициенти на ликвидност .....	36
Таблица 21 Производство на превозни средства, без автомобили - раздел С 30 по КИД-2008.....	38
Таблица 22 Обем на износа на превозни средства без автомобили и относителен дял към общия износ на България за периода 2000 – 2010 г. ....	40
Таблица 23 Обем на вноса на превозни средства без автомобили и относителен дял към общия внос на България за периода 2001 – 2010 г. ....	41
Таблица 24 Износ на преработващата промишленост и икономическа дейност „Производство на превозни средства без автомобили”, в т.ч. и от МСП за периода 2009 - 2010 г. ....	42
Таблица 25 Индекс на оборота на международния пазар за периода 2001 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.) .....	43
Таблица 26 Износ на продуктите (по кодове на Комбинираната номенклатура) включени в раздел С30 (КИД-2008) за периода 2001 – 2010 г. Хиляди евро .....	46
Таблица 27 Износ на превозни средства, без автомобили от МСП през 2009 г. и 2010 г. .	51
Таблица 28 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. за продуктова група „Велосипеди и други немоторизирани превозни средства” (код по КН 8712) .....	56
Таблица 29 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. по позиция локомотиви, моторни вагони (код КН 8606) .....	58
Таблица 30 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. по позиция части за превозни средства, движещи се по релси (код по КН 8607).....	59
Таблица 31 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. за продуктова група „Пътнически кораби, фериботи” (код КН: 8901).....	61
Таблица 32 Списък на значимите български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. за продуктова група „Яхти и други лодки за отдох” (код: 8903) .....	62
Таблица 33 Списък на значимите български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. за продуктова група въздухоплавателни средства (код: 8802).....	64
Таблица 34 Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 – 2010 г. ....	69
Таблица 35 Внос на велосипеди в Германия.....	70



Таблица 36 Средна цена на вноса на велосипеди в Германия (евро/тон) .....	70
Таблица 37 Внос на велосипеди в Франция .....	71
Таблица 38 Цени на внос на велосипеди във Франция, евро/брой .....	72
Таблица 39 Внос на велосипеди в Гърция .....	73
Таблица 40. Цени при внос на велосипеди в Гърция, евро/брой .....	73
Таблица 41. Внос на велосипеди в Белгия.....	74
Таблица 42. Цени при внос на велосипеди в Белгия, евро/брой .....	75
Таблица 43. Внос на велосипеди в Холандия .....	75
Таблица 44. Цени при внос на велосипеди в Холандия .....	76
Таблица 45 Внос на велосипеди в Италия.....	77
Таблица 46. Цени по вноса на велосипеди в Италия, евро/брой.....	77
Таблица 47. Внос на велосипеди в Швейцария, 2006 – 2010 г. ....	78
Таблица 48. Цени при внос на велосипеди в Швейцария ( евро/брой) .....	79
Таблица 49. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г. .....	81
Таблица 50. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Германия .....	82
Таблица 51. Цени по вноса на резервни части, движещи се по релси в Германия ( хил. евро/ тон).....	82
Таблица 52. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Франция .....	83
Таблица 53. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Франция ( хил. евро/тон) .....	84
Таблица 54. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Румъния (хиляди евро).....	84
Таблица 55. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Румъния ( хил. евро/тон) .....	85
Таблица 56. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Словакия (хил. евро).....	86
Таблица 57. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Словакия ( хил. евро/тон).....	86



Таблица 58. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Полша.....	87
Таблица 59. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Полша (хил. евро/тон).....	87
Таблица 60 Дял в обема на световния внос, изразен като процент за периода 2001 - 2010 г. ....	89
Таблица 61 Внос на товарни вагони в Германия .....	90
Таблица 62 Цени по вноса на товарни вагони в Германия (хил. евро/тон).....	90
Таблица 63 Внос на товарни вагони в Турция .....	91
Таблица 64 Цени по вноса на товарни вагони в Турция (хил. евро/тон).....	91
Таблица 65 Внос на товарни вагони в Чехия .....	92
Таблица 66 Цени по внос на товарни вагони в Чехия ( хил. евро/тон) .....	92
Таблица 67 Внос на товарни вагони в Люксембург .....	93
Таблица 68 Цени по внос на товарни вагони в Люксембург (евро/тон).....	93
Таблица 69 Внос на товарни вагони в Унгария .....	94
Таблица 70. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г. ....	95
Таблица 71. Основни вносители на плавателни съдове на традиционни пазари на България.....	96
Таблица 72. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г. ....	97
Таблица 73. Най-големи износители в света на въздухоплавателни средства .....	99
Таблица 74 Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г. ....	100
Таблица 75 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Армения .....	101
Таблица 76 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Украйна .....	102
Таблица 77 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Австрия .....	102
Таблица 78 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Дания .....	103
Таблица 79 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Литва .....	103
Таблица 80 Фактори за перспективността на экспортните пазари .....	106



Таблица 81. Основни показатели за производството на превозни средства, без автомобили, в страни от ЕС. ....	112
Таблица 82. Основни икономически показатели за Германия .....	114
Таблица 83 Основни икономически показатели за Италия .....	115
Таблица 84. Основни икономически показатели за Франция .....	116
Таблица 85. Основни икономически показатели за Полша.....	117
Таблица 86. Основни икономически показатели за Румъния.....	119
Таблица 87. Основни икономически показатели за Гърция .....	120
Таблица 88. Основни икономически показатели за Чехия .....	121
Таблица 89. Основни икономически показатели за Турция .....	122
Таблица 90. Основни икономически показатели за Швейцария.....	123
Таблица 91. Основни икономически показатели за Норвегия .....	124
Таблица 92. Основни икономически показатели за Руска федерация.....	126
Таблица 93. Основни икономически показатели за Украйна.....	127
Таблица 94. Коефициент на специализация на българската промишленост от сектор Производство на превозни средства без автомобили.....	129
Таблица 95. Коефициенти на специализация (сравнителни предимства) по промишлени сектори: в ЕС и най-големите световни икономики за 2009 г.....	131
Таблица 97. Оценка на сериозността на бариерите (пречките) за износа на предприятията и на сектора като цяло за периода 2007 – 2011 г. (в %) .....	135
Таблица 98. Приоритизиране на мерките за подпомагане на малките и средни предприятия.....	138
Таблица 99. Оценка на ефекта върху експортната дейност на предприятието на услугите, предоставяни от ИАНМСП (в %) .....	162





## СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ ГРАФИКИ

Графика 1 Индекс на промишленото производство и общ индекс на цени на производител в сектор Производство на превозни средства без автомобили.....	18
Графика 2 Средна промяна в оборота на изследваните фирми по години (в %).....	28
Графика 3 Обем на износа на България в хиляди евро на групите в икономическа дейност „Производството на превозни средства без автомобили” за периода 2000 – 2010 г.....	44
Графика 4 Износ на България на велосипеди за периода 2001 – 2010 г.....	55
Графика 5 Износ на България на превозни средства движещи се по релси и части за тях за периода 2001 – 2010 г. ....	57
Графика 6 Износ на плавателни съдове от България за периода 2001 – 2010 г. ....	60
Графика 7. Износ на България на въздухоплавателни средства и части за тях за периода 2001 – 2010 г. ....	64
Графика 8 Световен износ и износ на България на превозни средства без автомобили за периода 2001 – 2010 г. ....	67
Графика 9 Страни, основни износителки в света на велосипеди за периода 2001 – 2010 г. ....	68
Графика 10 Страни, основни износителки в света на резервни части за превозни средства, движещи се по релси за периода 2001 – 2010 г.....	80
Графика 11 Страни основни износителки на локомотиви, моториси, товарни вагони в света за периода 2001 – 2010 г.....	88
Графика 12 Страни основни износителки на плавателни съдове в света за периода 2001 - 2010 г. ....	95
Графика 13 Страни, основни износителки в света на яхти и други кораби и лодки за развлечение за периода 2001 - 2010 г.....	98
Графика 14 Страни основни износителки в света на въздухоплавателни превозни средства за периода 2001 - 2010 г.....	100
Графика 15 Експортните пазари на изследваните предприятия (в %). ....	104
Графика 16 Процентно разпределение на износа по броя на експортните пазари.....	105



## СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕКТОРА В БЪЛГАРИЯ

В България малките и средни предприятия по текущи данни представляват 99.7% от общия брой действащи в нефинансовия сектор (при сходен 99.8% сред ЕС-27 членките). Осезаем приоритет за националната и общеевропейска изпълнителна и законодателна власт, традиционните икономическите анализи и политики в тяхна подкрепа бележат ярка промяна в тона, препоръките и интензитета си през последните три години. Разбираема е и причината: разразилата се глобална финансова, а в последствие и почти повсеместна икономическа криза.

Съвсем естествено е новият диапазон промишлени и пазарни показатели да изисква краткосрочни мерки и реакции. Но също така необходимо е и адекватно средно- и дългосрочно планиране.

Нерядко е изказвано становище на водещи експерти, че кризата може да бъде и шанс за България. За дългосрочното развитие на цялостната промишленост е необходимо да се определят относителните национални предимства. При недостатъчно подчертани такива, би могло да се програмира развитието на производствено относително предимство, което да стимулира общата конкурентоспособност на икономиката ни. Голям процент от нейния растеж би могъл да се гради около идентифицираните сфери и браншове. Политиката на стимулиране на конкурентоспособността следва да се откроява особено в промишлените сектори с висока добавена стойност и производителност.

Производството на превозни средства, заедно с производството на автомобили (общо транспортни средства) е основно за икономическото развитие на ЕС. Производството на транспортни средства нараства с увеличението на превозените обеми стоки и пропътуваните километри. Производството на транспортни средства е систематизирано на базата на комплексни пирамидални взаимоотношения между основните производители на готовите продукти и многобройните подизпълнители и доставчици.



За разлика от други страни в ЕС, за България не може да се каже че е специализирана в сектор „Производството на превозни средства, без автомобили” - през 2009 г. той заема дял само от 1.1% от индустриалното производство на страната, реализирал е 1,3% от общия износ на сектора за периода 2001 - 2010 г. и създава около 0,01% от БНП през 2009 г.

В таблица 1 е посочено сравнение на основни икономически показатели за сектора в ЕС и България, показващи по-слабата специализация на страната ни в производството на превозни средства без автомобили спрямо ЕС:

*Таблица 1 Основни показатели за преработващата индустрия и производството на превозни средства, без автомобили в ЕС-27 и България през 2009 г.*

	ЕС-27	%	България	%
<b>Оборот (хиляди евро)</b>				
Преработваща промишленост	5 812 026,82	100	19 723,8	100
С30	159 536,83	2,7	195,6	1,0
<b>Добавена стойност (хиляди евро)</b>				
Преработваща промишленост	1 396 135,84	100	3 883,3	100
С30	43 239,04	3,1	49	1,3
<b>Производителност (хил.евро на/ 1 зает)</b>				
Преработваща промишленост	48,64	100	7,0	100
С30	58	119,2	8,0	114,3
<b>Заетост (хиляди броя)</b>				
Преработваща промишленост	306 683	100	557 450	100
С30	7411	2,4	6,147	1,1

*Източник: Евростат*

Въпреки своя относително малък размер, представляващ 1% от оборота на преработващата индустрия, производството на превозни средства без автомобили в България се отличава с високия относителен дял на създадената добавена стойност.



Таблица 2 Добавена стойност в преработваща индустрия и в сектор превозни средства без автомобили в България и ЕС - %

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Преработващата индустрия</b>									
ЕС	25.5	25.0	:	25.5	28.53	27.95	27.19	26.88	:
България	:	18.4	18.4	19.5	19.7	19.9	:	20.8	17.9
<b>Превозни средства, без автомобили</b>									
ЕС	:	:	:	:	22.67	22.23	22.74	22 <sup>eu</sup>	28
България	:	<b>11.0</b>	<b>27.6</b>	<b>26.2</b>	<b>28.8</b>		:	<b>27.9</b>	<b>21,2</b>

Източник: Евростат

У нас още в годините на постоянен и стабилен растеж преди кризисния период, 2005 г. бележи пик сред много от индустриите, между които е и сектор производство на превозни средства, без автомобили. Поради отражението на кризата върху сектора при анализа на показателите му за 2008 г. и 2009 г., ще се ползват като база за сравнение именно данните от 2005 г.

Таблица 3 Отражение на кризата върху показатели за добавена стойност, рентабилност, инвестиционна активност на производството на превозни средства, без автомобили

	2005 г.		2008 г.		2009 г.	
	България	ЕС27	България	ЕС27	България	ЕС27
Дял на продажбите за износ в продукцията (%)	60.0		37,8		66,3	
Дял на добавената стойност в продукцията (%)	29.4	27.3	21,2	28	22,5	26,9
Брутни инвестиции в дълготрайни активи (млн.евро)	13.5		24,1		13.9	
Брутни инвестиции в машини и оборудване (млн.евро)	7.0		13,1		6.0	



	2005 г.		2008 г.		2009 г.	
Коефициент на инвестиране (брутни инвестиции/добавена стойност (%))	21.3	12.0	36,4	11.0	28,4	;
Разходи за НИРД (млн.евро)	...		...		...	
Норма на печалба (%)	10.6	5.0	8,7	8,1	5.8	
Дял на брутния опериращ излишък в добавената стойност (%)	35.9	18.5	37,4	28	;	21,4

Източник: Евростат

От анализа на данните в таблицата е видно че:

- След спад през 2008 г., през 2009 г. делът на продажбите за износ от произведената продукция надвишава нивото от 2005 г. с 6,3%.
- През 2009 г. има нарастване на дела на добавената стойност спрямо кризисната 2008 г., но то не може да компенсира стойностите от 2005 г. и секторът губи от своите конкуренти предимства, гарантиращи добри възможности за реализация на външните пазари.
- Разходите за инвестиции нарастват с 80% през 2008 г. и въпреки спадът през 2009 г., инвестиционната активност е по-висока от тази през 2005 г. Делът на инвестициите за машините и оборудване в общите инвестиционни разходи е неравномерен (54,4% през 2008 г. ,43,2% през 2009 г. спрямо 51.8% през 2005 г.) и сравнително нисък спрямо други производства, поради големите разходи за обновяване на производствата и тяхното сертифициране и привеждане в съответствие с европейските и международните изисквания.
- Стойностите на коефициента на инвестиране в България и през 2008 г., също както през 2005 г. превишават съответно трикратно и двукратно тези в ЕС, което се дължи на факта, че нашата икономика има да навакса, за да достигне европейските нива на производствена обезпеченост.
- Производството на други превозни средства без автомобили, (особено производството на въздухоплавателни средства) е иновативно. За да запази сектора



конкурентоспособност на международните пазари, при социологическото проучване респондентите определят като необходимост развитието на звена за НИРД .

**Извод:** Кризата се отразява сериозно на Сектор „Производство на превозни средства без автомобили“, но въпреки намаления дял на добавената стойност под нивата на ЕС, инвестиционната активност се запазва, секторът съхранява своята рентабилност и конкурентоспособност на външните пазари. Един устойчив растеж на конкурентоспособността ще бъде подсилен от инвестиции в научноизследователска и развойна дейност.

Съгласно данни от Евростат през 2008 г. сектор превозни средства без автомобили в България включва 85 предприятия, като техния брой нараства до 89 през 2009 г. Броят на заетите съответно намалява през 2009 г. с 15% (предимно в корабостроенето). Генерираната от сектора добавена стойност през 2009 г. представлява 1,1% от добавената стойност в индустрията като цяло. Производителността на труда (изразена като създадена добавена стойност на един зает в производството) е в размер на 18 хил.лв. през 2008 г. и на 15,6 хил.лв. през 2009 г. През 2009 г. се повишава дялът на добавената стойност в произведената продукция с 6%, което определя сектора като приоритетен за българската преработваща промишленост, в която основното производство е на стоки с ниска добавена стойност.



Таблица 4 Брой предприятия, заетост, оборот и добавена стойност в сектор Производство на превозни средства без автомобили в България за 2008 г. и 2009 г.

Показател	Икономическа дейност	2008 г.	2009 г.
<b>Бр.предприятия</b>	<b>С30 в.т.ч.</b>	<b>85</b>	<b>89</b>
	- корабостроене	45	42
	- локомотиви,вагони	13	14
	- аеро	3	2
	- велосипеди	20	22
	- други	4	5
<b>Бр.заети</b>	<b>С30 в.т.ч.</b>	<b>7201</b>	<b>6147</b>
	- корабостроене	3402	2585
	- локомотиви,вагони	2596	2606
	- велосипеди	1139	908
<b>Оборот(млн.евро)</b>	<b>С30 в.т.ч.</b>	<b>282,5</b>	<b>195,6</b>
	- корабостроене	124,5	;
	- локомотиви,вагони	107,8	65,7
	- велосипеди	49,3	48,7
<b>Добавена стойност(млн.евро)</b>	<b>С30 в.т.ч.</b>	<b>66,0</b>	<b>49,0</b>
	- корабостроене	25,3	;
	- локомотиви,вагони	29,6	23,4
	- велосипеди	10,5	10,3
<b>Дял на добавената ст/т %</b>	<b>С30 в.т.ч.</b>	<b>21,2</b>	<b>22,5</b>
	- корабостроене	19,7	;
	- локомотиви,вагони	22,3	31,1
	- велосипеди	21,5	21,5

Източник: Евростат

По данни на МИЕТ в секторът за производство на превозни средства, без автомобили, заплащането е над средното за страната. Средномесечното възнаграждение се оценява на 760 лв.



Кадровото осигуряване на сектора е резултат от функционирането на 16 висши учебни заведения, 94 професионални гимназии, 1 частен колеж и 5 основни училища.

Фирмите от сектора са разпределени неравномерно на територията на шестте района за планиране.

По данните на Евростат, производство на превозни средства, без автомобили се осъществява от 89 фирми, като регионалното разпределение на дела на заетите по региони за планиране е посочено на Таблица 5.

*Таблица 5 Регионално разпределение на заетостта от сектор „Производство превозни средства без автомобили”*

	% от заетите в района	% от заетите в сектора
<b>Северозападен район</b>	0,3	5,5
<b>Северен централен район</b>	0,7	14,8
<b>Североизточен район</b>	1,5	40,4
<b>Югоизточен район</b>	0,5	15,7
<b>Южен централен район</b>	0,5	17,6
<b>Югозападен район</b>	0,1	6,1

*Източник: База данни „Амадеус”, МИЕТ, 2011 г.*

В сектор „Производство на превозни средства без автомобили” се наблюдава неравномерно разпределение на заетите по региони. Най-голяма е концентрацията на заети в Североизточен район, следван от Северен централен район, а най-ниска – в Югозападния район. Същевременно междурегионалните различия по % на заетите в съответния район, които се падат на сектора, също се отличават със съществени различия. На тази база, най-голяма е концентрацията им в Североизточния район, следван от Южен централен и Югоизточен район, като най-малък е процентът на заетите в сектора в Северозападен район.

Таблица 6 посочва зависимостта на експортните възможности на сектор „Производство на превозни средства, без автомобили от динамиката на производството. В този аспект, те могат да бъдат оценени на базата на анализ и съпоставка на индекса на производство с изменението на общия индекс на





промишленото производство и в частност с индекса на производството в преработващата промишленост.

*Таблица 6 Индекси на промишленото производство- сезонно изгладени (към месец XII на съответната година при база 2005 г.) 2005 г.=100*

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XII
<b>Промисленост – общо</b>	83,2	81,3	83,9	95,7	110,1	117,6	117,7	124,7	114,1	100,2
<b>Преработваща промишленост</b>	70,6	66,2	74,6	89,0	106,2	115,6	123,2	122,3	109,8	93,9
<b>Производство на превозни средства, без автомобили</b>	124,4	115,0	104,5	270,6	206,1	211,1	197,0	142,0	184,6	102,5

Източник: НСИ

Индексът на промишленото производство измерва измененията в произведената продукция на промишлените предприятия, изчислен при постоянна база 2005 г. Този индекс представя динамиката при създаването на добавената стойност по фактурни цени. При промишленото производство се очертава стабилна тенденция на нарастване за периода 2008 - 2010 г. Индексите на промишленото производство в сектор преработваща индустрия нарастват плавно. При производството на превозни средства без автомобили, нарастването по години значително превишава това в промишлеността и в частност преработващата промишленост до 2008 г. като отражението на кризата при него бележи много по-сериозен спад ( близо два пъти) между 2008 г. и 2010 г. Производството на превозни средства без автомобили е традиционна производствена дейност, която се причислява към тези с регистрирани най- резки спадове по време на кризата. От друга страна, по-малко засегнати от кризата остават високотехнологичните дейности (фармацевтични продукти, компютри, електронни и оптични продукти) и производството на стоки "от първа необходимост". От данните в таблица 7 се наблюдава, че общият индекс на цена на производител показва плавна тенденция на повишаване през целия период в промишлеността като цяло, в преработващата промишленост и на ниво сектор.



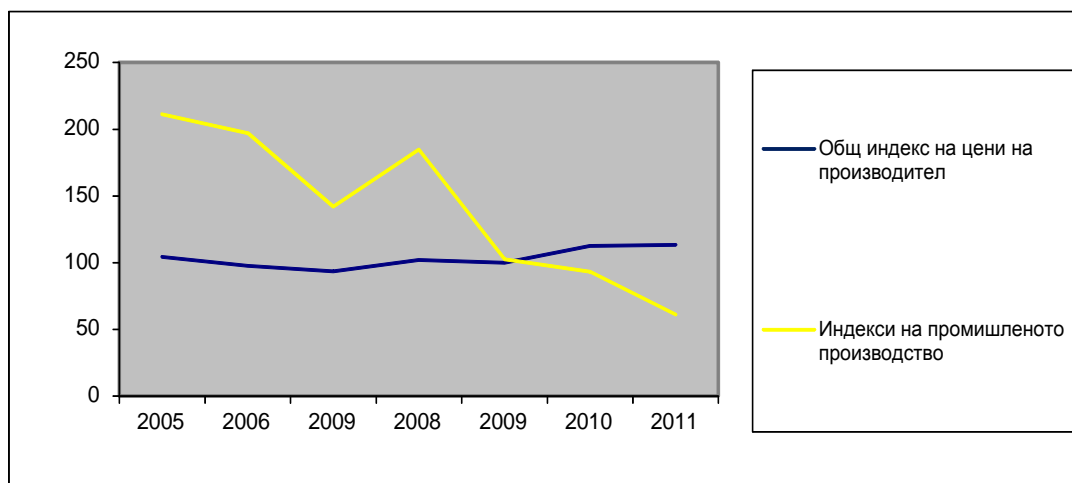
Таблица 7 Общ индекс на цени на производител (към месец XII на съответната година) 2005 г. = 100

Година	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XII	XI*
<b>Промисленост – общо</b>	93,9	105,2	114,2	125,9	126,2	127,3	142,8	149,5
<b>Преработваща промисленост</b>	93,9	104,8	112,2	123,3	117,6	121,5	135,9	142,9
<b>Производство на превозни средства, без автомобили</b>	<b>94</b>	<b>104,3</b>	<b>97,7</b>	<b>93,6</b>	<b>102,1</b>	<b>100,1</b>	<b>112,5</b>	<b>113,4</b>

Източник: НСИ

Графика 1 ясно показва мащаба на въздействие на финансовата и икономическа криза през 2008 г. и 2009 г. за намаляване обема на производството при почти непроменени индекси на цените на производител в сектор производство на превозни средства без автомобили в България.

Графика 1 Индекс на промишленото производство и общ индекс на цени на производител в сектор Производство на превозни средства без автомобили.



Източник: НСИ

Финансовата криза има своя негативен импакт и върху заетостта, като през 2010 г. се наблюдава намаляване на заетостта спрямо 2008 г. в промишлеността, в преработващата промишленост и в сектор Производство на превозни средства, без

автомобили, съответно с 14, 15 и 28 на сто. Регистрираното намаление на заетостта съответства на тенденцията очертана по-горе за спада в производството, което е най-значимо при сектора на превозните средства, без автомобили, видно от данните в таблица 8:

*Таблица 8 Наети лица по трудово и служебно правоотношение по икономически дейности (към IV тримесечие на съответната година)*

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	IV	IV	IV	IV	IV	IV	IV	IV	IV	IV	IV
Промисленост – общо (бр.)	643196	645125	663646	679574	688588	695998	714024	690367	671191	598506	577821
Преработваща промисленост (бр.)	546711	552903	572683	590329	601798	611713	631383	608842	592591	521642	502047
<b>Производство на ПСбА (бр.)</b>	<b>3516</b>	<b>4132</b>	<b>4342</b>	<b>4341</b>	<b>5056</b>	<b>5164</b>	<b>5975</b>	<b>7054</b>	<b>7189</b>	<b>5807</b>	<b>5172</b>
<b>Структура (%)</b>											
Промисленост – общо	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Преработваща промисленост	85,00	85,70	86,29	86,87	87,40	87,89	88,43	88,19	88,29	87,16	86,89
<b>Производство на ПСбА</b>	<b>0,55</b>	<b>0,64</b>	<b>0,65</b>	<b>0,64</b>	<b>0,73</b>	<b>0,74</b>	<b>0,84</b>	<b>1,02</b>	<b>1,07</b>	<b>0,97</b>	<b>0,90</b>
Преработваща промисленост	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Производство на ПСбА</b>	<b>0,64</b>	<b>0,75</b>	<b>0,76</b>	<b>0,74</b>	<b>0,84</b>	<b>0,84</b>	<b>0,95</b>	<b>1,16</b>	<b>1,21</b>	<b>1,11</b>	<b>1,03</b>

Източник: НСИ

Индексът на оборота на вътрешния пазар в производството на превозни стоки, без автомобили бележи пикови стойности на увеличение през 2006 г. и 2008 г. и съответно на намаление през 2007 г. и 2009 г. На таблица 9 ясно се разграничава разликата за периода 2000 - 2010 г., между сектора и промислеността и преработващата промисленост, където се очертава тенденция на постоянно нарастване до 2008 г., спад през 2009 г. и задържане на достигнатото ниво през 2010 г.:



*Таблица 9 Индекс на оборота на вътрешния пазар за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)*

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Промисленост – Общо	83,6	87,7	104,7	94,8	114,9	126,7	142,7	168,9	178,1	150,0	161,4
Преработваща промишленост	75,7	75,6	82,5	88,8	110	122,4	144,0	155,7	157,4	135,6	136,9
<b>Производство на превозни средства, без автомобили</b>	<b>60,0</b>	<b>73,5</b>	<b>140,1</b>	<b>84,6</b>	<b>80,2</b>	<b>163,2</b>	<b>179,2</b>	<b>94,7</b>	<b>183,6</b>	<b>91,6</b>	<b>103,1</b>

*Източник: НСИ*

### **Раздел Производство на превозни средства, без автомобили (по КИД-2008)**

обхваща различни производства, имащи своите специфики, като производство на плавателни съдове, на локомотиви, мотриси и вагони, на въздухоплавателни и космически средства, на бойни бронирани транспортни машини, на мотоциклети, велосипеди и др.

**Корабостроенето**, което е основна група в сектора премина през тежки изпитания и перипетии по време на приватизацията и реструктурирането. Основните производствени мощности са съсредоточени в големи предприятия. Положителните промени в корабостроенето през последните години, предшествващи финансовата криза имат своето благотворно влияние върху фирмите поддоставчици, които са в основната си част малки и средни предприятия. В бранша има и предприятия за производство на яхти, лодки. Общият брой на МСП в корабостроенето през 2010 г. възлиза на 34, от които 25 с предмет на дейност производство на плавателни съдове, без тези за отдых и 9, работещи в областта на производство на плавателни съдове за отдых и развлечения. Тези предприятия са основно подизпълнители, производители на оборудване и части, кораборемонтни и услуги по наемане на персонал. През 2010 г. тези предприятия са реализирали 17,8 % от оборота на МСП в раздела, при производителност (изчислена като създадена добавена стойност от 1 зает в производството) от 15,5 хил.лв. Сериозен проблем за фирмите е недостигът на квалифицирани работници и инженерно-технически специалисти. Необходимо е и повишаване на квалификацията на работещите в предприятията. Фирмите от корабостроене членуват в Браншовата камара по машиностроене. Фирмите от група



производство на плавателни съдове са разположени основно в Североизточен и Югоизточен район за планиране.

**Производството на товарни вагони**, в които страната ни е специализирана е съсредоточено в големи фирми, които са извън обхвата на стратегията. Броят на МСП от групата производство на локомотиви, мотриси и вагони през 2010 г. се запазва на нивото от 2009 г. като средния брой работещи в едно от тези предприятия нараства значително с 42%, реализиращи 20% от общия оборот. **МСП са основно поддоставчици на оборудване и части на превозни средства, движещи се по релси.** Фирмите от тази икономическа дейност са концентрирани в Югозападен район за планиране.

**Производството на велосипеди** е съсредоточено в МСП, които реализират най-голям дял от оборота в размер на 62%, при производителност от 19,9 хил.лв. Този показател е най- висок за раздела и един от най-високите за МСП от сектор преработваща промишленост. Основните 6 МСП за производство на велосипеди са обединени в Асоциация на производителите на велосипеди в България. Производството набира скорост и благодарение на направените инвестиции и технологично обновяване от вносител на китайски велосипеди, България се превърна в нетен износител. Положителна роля за развитие на сектора в България има и прилагането на инструменти за търговска защита на сектора от страна на ЕС. Въведените антидъмпингови мерки срещу нелоялните практики при вноса на велосипеди от Китай има своя ефект за увеличаване на експорта на нашите фирми на пазарите на страните от ЕС.

### **Роля на МСП в преработващата промишленост на страната**

Анализираните 18 сектора обхващат 91% от броя на МСП и 93 % от заетостта в преработващата промишленост, поради което може да се приеме, че анализът на данните за тях са представителни и могат да се отнесат за МСП в преработващата промишленост в страната като цяло. Затова, когато говорим за МСП в преработващата промишленост, ще се има предвид МСП от изследваните 18 сектора на преработващата промишленост. Това се налага поради липсата на предоставени допълнителни данни от НСИ за МСП в цялата преработваща промишленост.



*Таблица 10 Реализиран оборот, добавена стойност, заетост и износ на МСП от анализираниите 18 сектора на преработващата промишленост (Източник:НСИ)*

Ик. дейн КОД	Предприятия (брой)		Оборот (хил.лв.)		Добавена стойност (хил.лв.)		Заети (брой)		Износ (хил.лв.)	
	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.
10	4783	4736	4822896	5173275	783939	850805	71217	67976	987553	912774
11	778	780	412614	434331	76129	88453	7804	7519	77517	47556
13	681	599	261386	245997	56076	68963	6965	6402	130252	103323
14	4924	4477	1359707	1364456	522960	497789	83680	75171	141389	1326690
15	418	494	171621	219978	75410	77250	10939	10742	21436	23304
16	2112	1962	431909	473329	107204	109346	14242	13379	114357	82920
17	553	517	406424	372203	102205	75571	7465	6385	61824	39800
18	1171	1159	439473	490227	142697	150553	8982	9044	36288	31197
20	558	577	727137	871899	162850	172799	8770	8482	288182	213452
21	56	54	110491	125524	43412	51070	1630	1736	22469	19808
22	2078	1930	1195769	1305231	283769	266457	20990	19103	327153	341186
23	1591	1467	1235756	934392	320586	244241	19101	15425	94125	88967
25	4415	4061	1872617	1618573	491740	438892	40457	34900	310201	331204
26	389	363	321139	452104	99235	143744	5467	5254	240243	159772
27	531	508	542648	558704	139986	127155	9590	8312	229947	225533
28	920	895	703096	883555	223155	273932	16798	15936	218782	245549
30	<b>84</b>	<b>74</b>	<b>168206</b>	<b>138874</b>	<b>45942</b>	<b>30201</b>	<b>2371</b>	<b>2146</b>	<b>62813</b>	<b>55352</b>
31	2452	2279	547237	563924	167165	157716	21407	18833	111034	127390

Изводи за периода 2009 - 2010 г. на база данните от горната таблица:

- Сектор Производството на превозни средства, без автомобили следва тенденцията за намаляване броя на МСП и заетостта, но запазва своя относителен дял на ниво съответно от 0,3 и 0,7 на сто, през наблюдавания период
- Обемът на оборота и на износа реализирани от МСП в преработващата промишленост се увеличава през 2010 г. спрямо 2009 г., съответно с 3 и 21 на сто, благодарение на секторите от „първа необходимост”, в които потреблението се запазва в периоди на криза. Като традиционен сектор, производството на превозни средства, без автомобили има противоположна тенденция и относителният му дял в оборота и износа реализиран от МСП в преработващата промишленост намалява съответно с 0,2 и 0,5 на сто.
- Производството на превозни средства, без автомобили се характеризира с висока добавена стойност и независимо от спада в оборота му, относителният му дял в реализираната от МПС в преработващата индустрия добавена стойност нараства с 0,5 на сто през 2010 г. спрямо 2009 г.

**Производителност на труда в сектор „Производство на превозни средства, без автомобили“***Таблица 11 Производителност на труда по икономически дейности за 2009 г.*

Сектор по КИД 2008	Предприятия (брой)	Заети (брой)	Добавена стойност (хил. лв.)	Производителност на труда (хил. лв.) като добавена стойност на 1 зает
<b>Общо нефинансов</b>	316 565	2 041 918	32 471 996	15,9
<b>В т.ч. МСП</b>	315 850	1 553 164	20 340 857	13,1
<b>Преработваща промишленост</b>	32 177	577 450	7 595 046	13,2
<b>В т.ч. МСП</b>	28 494	357 875	3 475 565	10,7
<b>Производство на превозни средства, без автомобили,</b>	89	6 147	96 040	15,7
<b>В т.ч. МСП</b>	84	2 371	45 942	19,4

*Източник: НСИ и МТЦ*



На база анализ на данните от таблицата могат да се направят следните изводи:

- В сектор производство на превозни средства без автомобили, МСП генерират 48% от добавената стойност в сектора. Производството е концентрирано в 5-те големи предприятия, които реализират повече от половината от постъпленията и осигуряват заетост на 61% от работещите в сектора.
- Производителността на труда на МСП е по-ниска както в рамките на нефинансовия сектор, така и в преработващата промишленост което се дължи на по-малките обеми произведена продукция и по-слабата адаптивност към промените на външната среда.
- Производителността на МСП от сектора на производство на превозни средства не следва общата тенденция и тя надвишава тази реализирана както в сектора като цяло, така и в нефинансовия дял на икономиката и в преработващата промишленост.

Като заключение може да се посочи, че от анализа на МСП в преработващата промишленост е видно, че МСП в сектор „Производство на превозни средства без автомобили“ са динамични, рентабилни, конкурентоспособни и експортно ориентирани.





## **Вътрешно-секторен анализ на МСП**

*Таблица 12 Брой предприятия, оборот, добавена стойност и заети в МСП през 2009 г. и 2010 г.*

	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.
Икономически дейности (КОД)	Предприятия Брой	Предприятия Брой	Оборот	Оборот	Добавена стойност по фактурни цени <sup>1</sup>	Добавена стойност по фактурни цени <sup>1</sup>	Заети	Заети
<b>30. Производство на превозни средства, без автомобили</b>	<b>84</b>	<b>74</b>	<b>168206</b>	<b>138874</b>	<b>45942</b>	<b>30201</b>	<b>2371</b>	<b>2146</b>
<b>30.1. Строителство на плавателни съдове</b>	<b>43</b>	<b>34</b>	<b>46104</b>	<b>24704</b>	<b>15415</b>	<b>12174</b>	<b>968</b>	<b>786</b>
<b>30.11. Строителство на плавателни съдове, без тези за отдих</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>45116</b>	<b>24150</b>	<b>15239</b>	<b>..</b>	<b>911</b>	<b>760</b>
<b>30.12. Строителство на плавателни съдове за отдих</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>988</b>	<b>554</b>	<b>176</b>	<b>..</b>	<b>57</b>	<b>26</b>
<b>30.2. Производство на локомотиви, моторни и вагони</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>..</b>	<b>27917</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>468</b>	<b>663</b>
<b>30.3. Производство на въздухоплавателни и космически средства и техните двигатели</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>..</b>	<b>232</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>21</b>	<b>..</b>



	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.	2009 г.	2010 г.
<b>30.4. Производство на бойни бронирани транспортни машини</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>30.9. Производство на други превозни средства</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>95561</b>	<b>86021</b>	<b>20241</b>	<b>13445</b>	<b>914</b>	<b>676</b>
<b>30.91. Производство на мотоциклети и техните двигатели</b>	-	..	-	..	-	..	-	..
<b>30.92. Производство на велосипеди и инвалидни колички</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>95318</b>	<b>85704</b>	<b>20148</b>	<b>13291</b>	<b>888</b>	<b>648</b>
<b>30.99. Производство на други превозни средства, неклассифицирани другаде</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>243</b>	<b>..</b>	<b>93</b>	<b>..</b>	<b>26</b>	<b>27</b>

Източник: НСИ



През 2009 г. броят на МСП работещи в икономическа дейност „Производство на превозни средства, без автомобили“ е 84 и следвайки регистрираната тенденция за МСП в страната намалява с 12% през 2010 г. Средният реализиран оборот от едно предприятие през 2010 г. намалява само с 5% спрямо 2009 г. Въпреки това, средната добавена стойност намалява с около 26%, което се дължи от една страна на тежката ситуация в световната икономика, водеща до намаляване на производството на традиционните сектори, а от друга поради увеличените разходи за персонал. През 2009 г. средният брой на работещите в едно предприятие е 28, а през 2010 г. се увеличава до 29,3, като по този начин се осигурява заетост на една част от квалифицираните кадри от сектора и гарантира запазването им в производството, което ще спомогне за по-бързото възстановяване на производството до нивата отпреди кризата.

Най-голям брой МСП работят в производството на плавателни съдове (средногодишен дял 47%). Реализираният от тях оборот намалява близо два пъти през 2010 г. спрямо 2009 г., в резултат на което се закриват 9 МСП и се освобождават 18% от заетите в производството.

В производството на локомотиви, мотриси и вагони работят 10 МСП. Реализираният оборот през 2010 г. превишава този на МСП, работещи в производството на плавателни съдове и увеличава дела му в сектора.

За разлика от ЕС, където средния брой на работещите в едно предприятие от сектор производство на превозни средства без автомобили е 53, то у нас средният брой на работещите е 71,5. В потвърждение на това, в рамките на проведеното социологическо проучване от интервюирани 21 МСП (**съставляващи 28,4% от броя на МПС в сектора за 2010 г.**), от 7 населени места, броят на заетите в 38,1% попадат в групата с най-висок брой работещи (от 51 до 250). Годишният оборот на преобладаващата част от тях (61,9%) е до 3 900 000 лева.

През наблюдаваните години (2008 – 2011 г.), спрямо предкризисната 2007 г. повече от половината фирми успяват да повишат оборота си. На следващата графика са представени темповете на промяна в оборота на предприятията.

*Графика 2 Средна промяна в оборота на изследваните фирми по години (в %)**Източник: Социологическо проучване*

Може да се посочи, че според тези данни, за периода 2008 - 2010 г. във фирмите с повишен оборот средните стойности са по-високи в сравнение със средните стойности за предприятията, които са паднали под равнището на 2007 г. За 2011 г. средните темпове на намаляване на оборота малко надвишават тези на неговото увеличаване. С други думи, като цяло, структурата на производствения оборот е относително благоприятна.

Стоките и услугите, които анкетираните фирми произвеждат са разнородни и покриват целия спектър на икономическата дейност „Производство на превозни средства, без автомобили“, като преобладават тези, които произвеждат резервни части за различни транспортни средства.

В допълнение на информацията, получена 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.



## АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВОТО СЪСТОЯНИЕ НА ФИРМИ ОТ СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ”

Настоящият финансов анализ 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 21 експортно-ориентирани малки и средни предприятия (МСП) от сектора, представляващи извадка от 26% от общия брой на МСП в сектора, като изходните данни за анализа са представени в следващата таблица:

*Таблица 13 Изходни данни за анализа на финансовото състояние на 21 предприятия от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” (хил.лв.)*

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>АКТИВИ</b>	28116	31925	11072	13612
Дълготрайни активи	4187	5770	4188	3555
Краткотрайни активи – общо, в т.ч.:	23913	26121	6867	8752
Материални запаси	9984	15941	1061	1637
Краткосрочни вземания	10229	6702	1782	5629
Парични средства	3544	2788	2572	1844
<b>ПАСИВИ</b>	28116	31925	11072	13612
Собствен капитал	7563	10900	7642	8560
Дългосрочни пасиви	175	141	274	400
Краткосрочни пасиви	20378	20884	3156	4652
Краткосрочни задължения	20378	20884	3156	4652
Задължения към доставчици и клиенти	13554	15133	1076	1091
<b>ОБЩО ПРИХОДИ</b>	51465	73816	12732	13617
Нетни приходи от продажби	50604	72645	12290	11220
<b>ОБЩО РАЗХОДИ</b>	47199	68702	10854	10481
Счетоводна печалба	4266	5114	1878	3136
Разходи за данъци	454	529	175	313
Печалба	3812	4585	1703	2823

*Източник: Социологическо проучване*



Въпреки, че се наблюдава намаление на стойността на почти всички елементи през 2010 г. спрямо 2007 г., има тенденция за увеличение на собствения капитал, като стойността му през 2010 г. надвишава тази от 2007 г. с 13 %. Нарастването на печалбата през 2010 г. с 65% ,спрямо 2009 г., говори за началото на излизане от кризата и за доближаване до предкризисното ниво.

В четири от анализиранияте 21 предприятия се наблюдава тенденция на увеличение на активите за периода 2007 - 2010 г., като в тях са концентрирани около 91% от активите през 2010 г. и те формират около 95% от печалбата през същата година.

Анализът на представените данни показва следното:

- Наблюдава се увеличение на активите на анализиранияте предприятия в резултат на увеличение както на дълготрайните, така и на краткотрайните активи през 2008 г. Кризата се отразява през 2009 г. с намаление на общите активи поради едновременното намаление на стойността на дълготрайните активи, вследствие амортизация и рязко намаление на краткотрайните.
- Краткотрайните активи бележат значителен ръст през 2008 г. спрямо 2007 г., но през 2009 г. същите рязко намаляват стойностите си, в резултат на петнадесеткратно намалението на материалните запаси и шесткратно на вземанията
- За целия период се наблюдава плавна тенденция на намаление на паричните средства.
- В резултат на кризата намалява търсенето на стоките от този традиционен отрасъл, в резултат на което през 2009 г. и 2010 г. приходите на дружествата спадат рязко спрямо 2007 г.
- Независимо от трудностите, фирмите реализират положителна счетоводната печалба през анализирания период.

#### **a. Показатели за рентабилност**

Показателите за рентабилност се разглеждат и като показатели за доходност или за възвращаемост. Чрез тях се установява ефективността при използването на ресурси



или приходи на фирмите. Коефициентите на рентабилност са положителни величини, когато финансовият резултат е печалба, и отрицателни, когато финансовият резултат е загуба.

При анализа на рентабилността на предприятията са използвани следните показатели:

*Коефициент на рентабилност на приходите от продажби*

Коефициентът на рентабилност на приходите от продажби показва какво количество финансов резултат е реализирано благодарение на реализирането на единица приход или с други думи колко лева печалба/ загуба е донесъл 1 лев от нетния размер на приходите.

Коефициентът се изчислява по следната формула:

$$\text{Коефициент на рентабилност на приходите от продажби} = \frac{\text{Финансов резултат}}{\text{Нетен размер на приходите от продажби}}$$

Стойностите на показателя за анализиранияте 21 МСП са представени в следващата таблица:

*Таблица 14 Коефициент на рентабилност на приходите от продажби*

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	0,08	0,06	0,14	0,25

*Източник: Социологическо проучване*

В анализирания период коефициентът на рентабилност на приходите от продажби подобрява своите стойности поради по-бързото увеличение на печалбата на предприятията в сравнение с намалението на нетния размер на приходите от продажби спрямо 2007 г. Увеличените стойности на този показател показват, че предприятията успяват да реализират по-висока печалба от постъпленията си, дължащо се на по-високата добавена стойност на продукцията им.

**Коефициент на рентабилност на собствения капитал**

Коефициентът на рентабилност на собствения капитал показва колко печалба/загуба е реализирал 1 лв. собствен капитал, и съответно какъв е делът на текущата печалба/загуба в собствения капитал. Този коефициент е сред използваните показатели при извършване на анализ за инвестиране в дадено предприятие. Коефициентът се изчислява по следната формула:

$$\text{Коефициент на рентабилност на собствения капитал} = \frac{\text{Финансов резултат}}{\text{Собствен капитал}}$$

Стойностите на показателя за анализираните 21 МСП са представени в следващата таблица:

*Таблица 15 Коефициент на рентабилност на собствения капитал*

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	0,50	0,42	0,22	0,33

*Източник: Социологическо проучване*

Използването на собствения капитал от анализираните МСП води до положителен финансов резултат. Същественото намаление на стойността на коефициента на рентабилност на собствения капитал през 2009 г. се дължи на намалението на печалбата спрямо 2007 г. с почти 55% при почти непроменена база на собствения капитал.

**Коефициент на капитализация на активите**

Коефициентът на капитализация на активите показва до какъв финансов резултат е довело използването на реалните активи. Коефициентът се изчислява по следната формула:

$$\text{Коефициент на капитализация на активите} = \frac{\text{Финансов резултат}}{\text{Сума на активите}}$$

Стойностите на показателя за анализираните МСП са представени в следващата таблица:





Таблица 16 Коефициент на капитализация на активите

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	0,49	0,42	0,21	0,32

Източник: Социологическо проучване

Зависимостта при коефициентите на рентабилност от стойностите на финансовия резултат се проявява и при коефициента на капитализация на активите в посоката, описаната в горните два случая, т.е. изменение на коефициента основно под влияние на изменението на величината на печалбата.

Така изчислените коефициенти на рентабилност показват, че по-висока печалба се получава от нетните приходи от продажби и собствения капитал в сравнение с активите.

#### **б. Показатели за ефективност**

Показателите за ефективност са количествени характеристики на съотношението между приходите и разходите на предприятието. Те разкриват какви икономически ефекти реализират предприятията с помощта на единица разходи или единица приходи.

Класическите показатели на ефективност са коефициент на ефективност на разходите и коефициентът на ефективност на приходи. Те са реципрочни като разликата между тях е във величината на коефициентите и насоката на тяхното изменение. Поради тази причина в настоящия анализ се използва коефициента на ефективност на приходите. Той показва с колко разходи са реализирани 1 лв. приходи и се изчислява по следната формула:

$$\text{Коефициент на ефективност на приходите} = \frac{\text{Общо разходи}}{\text{Общо приходи}}$$

Стойностите на показателя за анализирани 10 МСП са представени в следващата таблица:



Таблица 17 Коефициент на ефективност на приходите

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	0,92	0,93	0,85	0,77

Източник: Социологическо проучване

При положителен финансов резултат коефициентът на ефективност на приходите е под единица. Понижаването на стойностите му в рамките на анализирувания период отразява подобряване ефективността на анализирания предприятия.

#### **в. Показатели за финансова стабилност/ автономност**

Показателите за финансова автономност дават количествена характеристика на степента на финансовата независимост на фирмата от кредиторите. Те показват съотношението между собствения капитал и общия размер на всички източници на финансиране на фирмата.

##### Коефициент на финансова автономност

Коефициентът на финансова автономност дава количествена характеристика на степента на финансова независимост на предприятието от кредиторите. Ако коефициентът е под единица, е налице превишение на задълженията спрямо собствения капитал и обратно. Изчислява се чрез следната формула:

$$\text{Коефициент на финансова автономност} = \frac{\text{Собствен капитал}}{\text{Пасиви}}$$

Стойностите на показателя за анализиранияте 21 МСП са представени в следващата таблица:

Таблица 18. Коефициент на финансова автономност

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	0,37	0,52	2,23	1,69

Източник: Социологическо проучване



Във всички анализирани предприятия от сектор „Производство на транспортни средства, без автомобили” е налице превишение на собствения капитал спрямо задълженията и показва, че предприятията са финансово независими от ползването на чужди средства.

### Коефициент на задлъжнялост

Този коефициент изразява степента на зависимост на предприятието от своите кредитори за уреждане на задълженията си. Обикновено той е под 1 и показва колко задължения са отчетени на 1 лев собствен капитал. Когато коефициентът е по-голям от 1 толкова зависимостта на предприятието от външни източници на средства е по-голяма. Коефициентът се изчислява по следната формула:

$$\text{Коефициент на задлъжнялост} = \frac{\text{Пасиви}}{\text{Собствен капитал}}$$

Стойностите на показателя за анализирани 21 МСП са представени в следващата таблица:

*Таблица 19 Коефициент на задлъжнялост*

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>21 МСП</b>	2,72	1,93	0,45	0,59

*Източник: Социологическо проучване*

Динамиката в коефициента на задлъжнялост на 21 МСП от сектора показва положителна тенденция за стабилно увеличаване на финансовата им независимост. Получените резултати корелират с изчислените стойности за коефициента на финансова автономност, което показва, че изследваните малки и средни предприятия могат надеждно да покрият пасивите си със собствения капитал.

## **2. Показатели за ликвидност**

Коефициентите за ликвидност показват възможностите на фирмата за погасяване на текущите си задължения. Ликвидността на разглежданите 21 предприятия е изследвана чрез следните показатели:

**Коефициент на обща ликвидност**

Коефициентът показва до каква степен текущите задължения са покрити с активи и се изчислява чрез следната формула:

$$\text{Коефициент на обща ликвидност} = \frac{\text{Краткотрайни активи}}{\text{Краткосрочни задължения}}$$

**Коефициент на бърза ликвидност**

Коефициентът се изчислява чрез следната формула:

$$\text{Коефициент на бърза ликвидност} = \frac{\text{Кр. вземания} + \text{кр. инвестиции} + \text{пар. средства}}{\text{Краткосрочни задължения}}$$

**Коефициент на незабавна ликвидност**

Коефициентът се изчислява чрез следната формула:

$$\text{Коефициент на незабавна ликвидност} = \frac{\text{Краткосрочни вземания} + \text{парични средства}}{\text{Краткосрочни задължения}}$$

**Коефициент на абсолютна ликвидност**

Коефициентът се изчислява чрез следната формула:

$$\text{Коефициент на абсолютна ликвидност} = \frac{\text{Парични средства}}{\text{Краткосрочни задължения}}$$

Стойностите на показателя за анализираниите 21 МСП са представени в следващата таблица:

*Таблица 20 Коефициенти на ликвидност*

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>Коефициент на обща ликвидност</b>	1,17	1,25	2,18	1,88
<b>Коефициент на бърза ликвидност</b>	0,68	0,49	1,84	1,53
<b>Коефициент на незабавна ликвидност</b>	0,68	0,45	1,38	1,61
<b>Коефициент на абсолютна ликвидност</b>	0,17	0,13	0,81	0,40

*Източник: Социологическо проучване*



Колкото по-висока е стойността на коефициентите на ликвидност, толкова по-голяма е готовността на компанията да посрещне задълженията си. Стойност под единица е показателна за невъзможността на компанията да изплати краткосрочните си задължения, ако трябва да бъдат изплатени наведнъж. При тази ситуация фирмата вероятно ще прибегне до алтернативни източници на финансиране (например заем). Коефициентите на обща ликвидност на анализиранията предприятия са значително над единица и се наблюдава положителна тенденция на увеличение на стойността на показателя, поради спада в стойността на краткосрочните задължения. Следователно, предприятията от сектора разполагат с повече краткотрайни активи от задълженията си. При тази постановка, степента на риска предприятията да изпаднат в състояние на невъзможност за посрещане на задълженията си е твърде малка. Начинът за изчисляване на коефициентите за бърза и незабавна ликвидност предполага по-ниските им стойности, но и при тях се наблюдава положителна тенденция за нарастване над единица през последните две години от изследвания период.

Анализът на коефициента за абсолютна ликвидност, който характеризира платежоспособността на предприятието, при положение че падежите на текущите задължения са близки до балансовата дата, показва ограничените възможности на анализиранията предприятия.

В заключение могат да се направят следните обобщаващи изводи относно състоянието на МСП в сектор „Производство на превозни средства, без автомобили”:

- Приносът на МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” 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.
- Производителността на труда в МСП в сектора превишава значително производителността на МСП в преработвателната промишленост.
- В периода 2007 г. - 2010 г. МСП, включени в социологическото проучване, използват ефективно ресурсите и приходите си, измерена чрез коефициентите за рентабилност на приходите от продажби, собствения капитал и активите.



## ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ НА СЕКТОР „ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ”

Съгласно стандарта за събиране и предоставяне на статистически данни по икономически дейности КИД-2008, който осигурява прякото приложение на Статистическата класификацията на икономическите дейности в ЕС (NASE) в Сектор Преработваща промишленост(С), раздел Производство на превозни средства, без автомобили (С30), се включват пет групи икономически дейности, обхващащи следните класове и продукти:

Таблица 21 Производство на превозни средства, без автомобили - раздел С 30 по КИД-2008

Групи	Класове	Продукти
<b>Строителство на плавателни съдове</b>	Строителство на плавателни съдове,без тези за отдих	пътнически кораби, фериботи, товарни кораби, танкери, влекачи, бойни кораби, риболовни кораби, кораби на въздушна възглавница, сондажни платформи, плаващи докове, понтони,шамандури, резервоари, тласкачи, плаващи кранове, метални конструкции за плавателни съдове и плаващи съоръжения и др
	Строителство на плавателни съдове за отдих	надуваеми лодки , салове, ветроходни яхти, моторни лодки, кораби на въздушни възглавници за отдих, водни скутери, канута, каяци, лодки с гребла и др.
<b>Производство на локомотиви,мотриси и вагони</b>	Производство на локомотиви,мотриси и вагони	електрически, парни, дизелови локомотиви, самоходни вагони, платформи и фургони, пътнически и товарни вагони, вагон-цистерни, части за локомотиви, мотриси и вагони: колела, спирачки, системи за захващане, амортизъори, шасита, рами, седалки за вагони и др.
<b>Производство на въздухоплавателни и космически средства и техните двигатели</b>	Производство на въздухоплавателни и космически средства и техните двигатели	самолети за превоз на товари и пътници, военни самолети, спортни самолети, хеликоптери, безмоторни самолети, делтапланери, наземни авиотренажори, космически летателни апарати, спътници, орбитални станции, ракети, части и принадлежности за въздухоплавателни средства: корпуси, крила, врати,



Групи	Класове	Продукти
		колесници, резервоари за гориво, части за двигатели и др.
<b>Производство на бойни бронирани транспортни машини</b>	Производство на бойни бронирани транспортни машини	танкове, бойни бронирани транспортни машини и др.
<b>Производство на други превозни средства</b>	Производство на мотоциклети и техните двигатели	мотопеди, мотоциклети, велосипеди със спомагателен двигател, двигатели, кошове и принадлежности за мотоциклети
	Производство на велосипеди и инвалидни колички	велосипеди, тандеми, детски велосипеди, части и принадлежности за велосипеди, инвалидни колички със или без двигател и части за тях, бебешки и детски колички и части за тях
	Производство на други превозни средства, неквалифицирани другаде	ръчно задвижвани превозни средства, като колички за багаж и за пазаруване, шейни за превоз, превозни средства теглени от животни и др.

Източник: НСИ

В износа на страната, икономическата дейност „Производство на превозни средства без автомобили“ заема сравнително малък дял (1,4% средно за периода 2001 – 2010 г.). Въпреки това неговата продукция се отличава от традиционните експортни стоки за страната, които се характеризират с високата си добавена стойност, което гарантира конкурентоспособност на сектора. Това е сфера с много силна конкуренция на международния пазар, но и с многобройни атрактивни ниши, които могат да бъдат заемани и разработвани (особено в областта на производството и износа на части за превозни средства). Специализацията на страната в производството на превозни средства като цяло не е голяма, но те са с подчертана експортна ориентация (при нормални условия около 60-70 на сто от тази продукция е реализирана на външния пазар).



*Таблица 22 Обем на износа на превозни средства без автомобили и относителен дял към общия износ на България за периода 2000 – 2010 г.*

Износ	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо
<b>Обем на износа раздел С30 (млн.евро)</b>	35,22	72,12	80,82	95,15	248,85	286,24	201,77	211,55	139,21	171,7	1522,57
<b>Общ обем на износа (млн.евро)</b>	5714,2	6062,8	6668,2	7984,9	9466,4	12011,9	13511,9	15204	11699,2	15561,2	109137,7
<b>Дял в общия износ (%)</b>	0,6	1,2	1,2	1,2	2,6	2,4	1,5	1,4	1,2	1,1	1,4

*Източник: БНБ и МТЦ*





Въпреки сравнително малкия относителен дял на производството на стоки (0.01% от БНП), попадащи в раздел „Производство на превозни средства, без автомобили”, България е нетен износител в тази икономическа дейност и тя дава своя, макар и незначителен принос за намаляване на отрицателния търговски баланс на страната.

*Таблица 23 Обем на вноса на превозни средства без автомобили и относителен дял към общия внос на България за периода 2001 – 2010 г.*

Внос	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо
<b>Обем на вноса раздел ПСБА (млн.евро)</b>	53,23	6,84	37,54	54,61	209,96	124,39	95,52	146,94	112,12	87,71	928,86
<b>Общ обем на вноса (млн.евро)</b>	8127,8	8411,2	9610,5	11619,5	14667,7	18479,3	21861,3	25094,2	16875,4	15561,2	150308,1
<b>Дял в общия внос (%)</b>	0,7	0,1	0,4	0,5	1,4	0,7	0,4	0,4	0,7	0,6	0,6

*Източник: БНБ и МТЦ*

Реализираният износ от работещите в тази икономическа дейност МСП през 2010 г. намалява с 12% спрямо 2009 г., но относителният му дял от реализирания оборот се увеличава през 2010 г. на 40% (спрямо 37 на сто през 2009 г.). Това потвърждава експортния потенциал на МСП от сектора на „Производство на превозни средства, без автомобили“, особено при износа на велосипеди, при които има нарастване на относителния дял от общия износ в сектора с 10 на сто.

За периода 2001 - 2007 г. общият обем на износа се увеличава повече от десет пъти, но темпът на нарастване е твърде неравномерен с пик 2005 г., когато само за една година стойностният обем се увеличава почти четири пъти, а делът на превозните средства в общия износ достига 2.5 на сто при по-малко от 1 на сто в началото на периода. Основната причина за този ръст се корени в направените усилия от страна на фирмите да си възвърнат загубените пазари и благодарение на чуждестранни инвестиции в производството на части за превозни средства. През 2008 г. обемът на износа намалява с 30% спрямо 2006 г. Въпреки лекото следкризисно повишаване през 2010 г., делът на сектора е 1% от общия износ на страната.



*Таблица 24 Износ на преработващата промишленост и икономическа дейност  
„Производство на превозни средства без автомобили”, в т.ч. и от МСП за периода 2009  
- 2010 г.*

Икономическа дейност	2009 г.	2010 г.
<b>Общ износ (млн.евро)</b>	11699,2	15561,2
<b>Износ преработваща промишленост (млн.евро)</b>	6833,3	8149,8
<b>Износ производство на превозни средства, без автомобили (млн.евро)</b>	129,69	199,45
<b>В т.ч.износ МСП (млн.евро)</b>	32,11	28,3
<b>Структура на износа (%)</b>		
Общ износ	100	100
Износ преработваща промишленост	58,41	52,37
Износ производство на превозни средства, без автомобили	1,11	1,28
Износ производство на превозни средства, без автомобили от МСП	0,27	0,18
Износ преработваща промишленост	100	100
Износ производство на превозни средства, без автомобили	1,90	2,45
Износ производство на превозни средства, без автомобили от МСП	0,47	0,35
Износ производство на превозни средства, без автомобили	100	100
Износ производство на превозни средства, без автомобили от МСП	24,76	14,19

Източник: НСИ

Анализът на данните от таблицата позволява да се направят следните изводи:

- За двегодишния анализиран период се регистрира тенденция на нарастване на общия износ на страната, на сектор преработваща промишленост и на икономическа дейност „Производство на превозни средства, без автомобили“ като цяло и намаление на износа реализиран от МСП в тази дейност. Това доказва, че при МСП кризата оказва своето влияние по-късно и че те се нуждаят от по-дълъг период за възстановяване на нивото на производството си за периода от преди кризата.
- Износът в сектор „Производство на превозни средства, без автомобили“ се осъществява основно от големите предприятия в него.



Независимо от спада на обема на износа реализиран от МСП от икономическа дейност Производство на превозни средства без автомобили, то относителният дял на износа на база произведена продукция се запазва на ниво около 40 на сто и през двете години.

Сравнението на получените резултати за обемите на износа с индекса на оборота на международния пазар общо за Производството на превозни средства без автомобили показва следното:

*Таблица 25 Индекс на оборота на международния пазар за периода 2001 – 2010 г.  
(към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)*

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Международен пазар</b>											
<b>Промисленост – общо</b>	64,2	55,0	73,5	69,3	91,5	112,2	120,6	139,3	97,0	110,3	176,9
<b>Преработваща промисленост</b>	60,4	53,7	73,0	68,5	91,9	110,1	119,8	140,0	98,3	113,8	180,0
<b>Производство на превозни средства, без автомобили</b>	165,9	148,4	122,8	285,5	254,4	245,4	208,0	176,0	232,9	173,0	143,3

Източник: НСИ

Индексът на приходите от продажби на международния пазар общо за промишлеността и за преработващата промишленост нарастват плавно до 2007 г., като през 2008 г. има съществен спад, което съвпада с началото на световната финансова криза. През следващите години отново има нарастване на индекса на оборота, като през 2010 г. се наблюдава превишаване на стойностите от преди кризата.

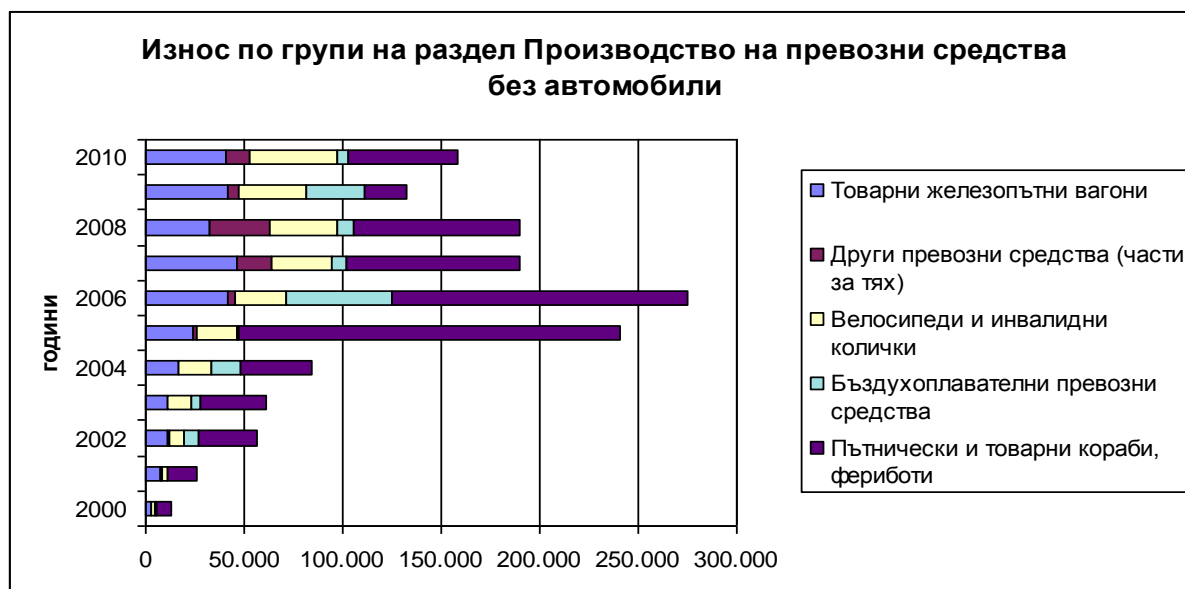


## СТОКИ С ЕКСПОРТЕН ПОТЕНЦИАЛ В СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ”

Анализът на структурата на българския износ на превозни средства без автомобили показва, че секторът се характеризира със сравнително висока концентрация и експортна специализация в малко на брой продукти. От една страна това е добър показател, но от друга страна задължава с постоянно технологично обновяване. За да се запазят и увеличат експортните възможности на фирмите от сектора е необходимо да се вложат средства за развойна и иновативна дейност с цел разработване нови конкурентни продукти за диверсификация на продуктовия профил.

Анализът на данните потвърждава вече направения извод за динамиката на българския износ на превозни средства без автомобили. Потвърждение за това е и следващата графика.

*Графика 3 Обем на износа на България в хиляди евро на групите в икономическа дейност „Производството на превозни средства без автомобили” за периода 2000 – 2010 г.*



Източник: МТЦ



***Определяне на стоки с експортен потенциал в сектор “Производство на превозни средства, без автомобили”.***

По данни на Евростат в раздел С30 (КИД-2008), реализираният износ по продукти, с произход България за периода 2001 - 2010 г. е отразен в следващата таблица:



*Таблица 26 Износ на продуктите (по кодове на Комбинираната номенклатура) включени в раздел С30 (КИД-2008) за периода 2001 – 2010 г. Хиляди евро*

Код по КН	Описание на продукта	на	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
'8606	Товарни железопътни вагони:		7641	11549	11277	16331	24135	41745	46005	32897	41570	40232	273383	18,0
'8607	Части за превозни средства, движещи се по железопътни или подобни линии		429	222	222	712	1283	3560	17655	30549	5904	12163	72698	4,8
'8609	Контейнери, специално предназначени и оборудвани за един или повече начини за транспортиране:		27	167	133	207	223	70	61	918	392	779	2976	0,2
'8608	Неподвижни съоръжения за железопътни или подобни линии; механични устройства за сигнализация, безопасност, контрол		18	136	57	55	46	102	40	181	72	469	1177	0,1



'8604	Превозни средства за поддържане и обслужване на железопътни или подобни линии, дори самоходни	0	61	0	260	1090	638	1187	0	0	252	3487	0,2
'8602	Други локомотиви; тендери	177	273	467	306	869	154	25	426	1063	239	3999	0,3
'8605	Пътнически вагони, багажни фургони, пощенски фургони и други	0	0	0	0	0	205	0	220	104	2	530	0,0
'8603	Мотриси и моторни платформи,	0	3	2	0	0	0	0	0	0	0	5	0,0
'8601	Електрически локомотиви с електрозахранване от електрическата мрежа или от акумулатори:	0	0	1248	0	0	2725	20	1	976	0	4969	0,3
'8711	Мотоциклети	16	47	18	55	34	41	182	420	362	123	1296	0,1
'8712	Велосипеди	2887	7665	12375	16119	20496	26321	30770	34217	34254	44685	229788	15,1
'8713	Инвалидни колички	4	5	34	9	10	126	325	495	51	110	1170	0,1
'8714	Части за мотоциклети, велосипеди	165	1046	3849	1237	1355	1258	1610	2060	1289	1392	15260	1,0



'8715	Бебешки колички и части за тях	54	116	380	525	566	674	1105	1414	1644	2224	8701	0,6
'8906	Други кораби, включително бойните плавателни съдове	3	7	42	1	243	11	4	121	0	0	432	0,0
'8802	Други въздухоплавателни превозни средства (например хеликоптери, самолети) и др.	207	7118	4571	15150	634	53679	7752	8202	23003	5223	125539	8,2
'8803	Части за апаратите	6914	738	806	1035	1255	2279	3608	4963	3250	3353	28202	1,9
'8801	Балони и дирижабли; безмоторни самолети, делтапланери и други без двигател:	27	70	29	79	23	31	92	1	3	8	363	0,0
'8901	Пътнически и туристически кораби, фериботи, товарни кораби, шлепове	14253	30358	33484	36310	190010	149830	88542	85237	20763	55486	704273	46,3
'8903	Яхти и други кораби и лодки за развлечение или спорт; лодки с гребла и канута	265	1939	5016	4640	418	182	495	6097	1718	2555	23326	1,5





'8904	Влекачи и тласкачи	0	0	413	40	1055	590	0	134	224	358	2815	0,2
'8907	Други плаващи съоръжения (например салове, резервоари, шамандури, кесони и сигнални знаци):	9	173	6	18	83	13	65	130	9	21	528	0,0
'8908	Кораби и други плаващи съоръжения, предназначени за нарязване	39	201	2	2	0	0	0	0	153	13	410	0,0
'8902	Риболовни кораби; кораби заводи и други	83	0	0	18	27	0	0	355	392	0	875	0,1
'8905	Кораби фарове, кораби помпи, кораби драги, плаващи кранове и други кораби; плаващи докове;	0	8226	4382	34	2993	2	224	502	0	0	16363	1,1

Източник: МТЦ



Определянето на стоките с експортен потенциал в износа на сектора, се оценява на базата на два критерия – това за стоките, които имат относително най-високи стойности и устойчиви нива на нарастване на износа за наблюдавания период.

От анализа на данните в таблица 27 като стоки от икономическа дейност „Производство на превозни средства, без автомобили“ могат да се определят:

- От група строителство на плавателни съдове
  - **строителство на товарни кораби, фериботи и др, с дял от общия износ за сектора за наблюдавания периода от 18%.**
- От група Производство на локомотиви, мотриси, вагони
  - **локомотиви, товарни железопътни вагони – дял 4,8%**
  - **части за превозни средства, движещи се по железопътни релси- дял от 46,3%**
- От група Производство на въздухоплавателни и космически средства
  - **въздухоплавателни превозни средства – дял съответно 8,2%**
- От група производството на други превозни средства
  - **производство на велосипеди – дял 15,1%**

Така определените стоки представляват 92,4% от средногодишния износ на целия сектор превозни средства без автомобили за периода 2001 - 2010 г.

Както бе посочено, **повече от 80% от износа в Сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” се осъществява от големите предприятия, които не са обект на тази стратегия.** Затова ще направим анализ, кои от стоките с експортен потенциал за сектора са от интерес и на МСП, работещи в него.



### **Анализ на износа на МСП от сектор превозни средства без автомобили**

*Таблица 27 Износ на превозни средства, без автомобили от МСП през 2009 г. и 2010 г.*

			2009 г. Брой МСП	2009 г. Износ хил.лв.	2010 г. Брой МСП	2010 г. Износ хил.лв.
30	2	Производство на превозни средства, без автомобили	84	62813	74	55352
30.1	3	Строителство на плавателни съдове	43	1288	34	-
30.11	4	Строителство на плавателни съдове, без тези за отдих	29	..	25	-
30.12	4	Строителство на плавателни съдове за отдих	14	..	9	-
30.2	3	Производство на локомотиви, мотриси и вагони	10	..	10	6810
30.3	3	Производство на въздухоплавателни и космически средства и техни двигатели	3	..	3	-
30.4	3	Производство на бойни бронирани транспортни машини	-	-	-	-
30.9	3	Производство на други превозни средства	28	48893	27	48542
30.91	4	Производство на мотоциклети и техните двигатели	-	-	..	-
30.92	4	Производство на велосипеди и инвалидни колички	22	48893	19	48542
30.99	4	Производство на други превозни средства, неклассифицирани другаде	6	-	7	-

*Източник: НСИ*

От данните в таблица 27 е видно, че основният дял в износа на МСП, работещи в производството на превозни средства без автомобили през 2009 г. и 2010 г. е по позиция производство на велосипеди - съответно 78 и 88%. Броят на МСП, които произвеждат тези стоки са съответно 22 и 19. През 2009 г. има реализиран износ и от 43-те МСП произвеждащи плавателни съдове, но обемите са малки 2% от износа на МСП. През 2010 г. износ от 12% е реализиран от фирми произвеждащи локомотиви, мотриси и вагони и части за тях. Поради конфиденциалност на данните не разполагаме с износа реализиран от фирми произвеждащи въздухоплавателни средства и техните двигатели през 2009 г.(не е реализиран износ през 2010 г.).



В социологическото проучване е **изследвана извадка от 21 броя МСП** от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” през 2010 г. със следната основна за сектора дейност:

- Производство на нови маневрени локомотиви;
- Ремонт на дизелови и електрически локомотиви;
- Алхорсинг за маневрена дейност
- Производство на корабни изолации;
- Кораборемонтни услуги;
- Консултации в областта на корабостроенето, кораборемонта и енергетиката;
- Износ на работна ръка в областта на корабостроенето и кораборемонта;
- Производство на корабни мебели;
- Изграждане на тръбопроводни системи при строителство на плавателни съдове;
- Услуги за ремонт на тръбопроводни системи на плавателни съдове;
- Производство на велосипеди;
- Производство на шейни;
- Производство на резервни части:
  - за вагони
  - локомотиви
  - резервни части за кораборемонта
  - корабни механизми

Голяма част от изследваните предприятия произвеждат резервни части за различни транспортни средства.

На база на данните от НСИ и от социологическото проучване може да се направят следните изводи за стоките с експортен потенциал, представляващи интерес и за МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили“:

Като директни износители:

- велосипеди
- превозни средства движещи се по релси
- части за превозни средства,

Като подизпълнители:

- пътнически и товарни кораби, фериботи и др., вкл. тези за отдых

Като ниша за разработване на нови продукти, изискващи иновации

- въздухоплавателни превозни средства и части за тях

Износ на Велосипеди

Общият износ на велосипеди от България за периода 2001 - 2010 г. възлиза на 229 789 хил.евро, като се наблюдава динамика на постоянно нарастване на стойността на износа по години. През 2010 г. износът реализиран от България е нараснал приблизително 16 пъти в сравнение с 2001 г. Това се дължи на направените инвестиции в сектора, водещи до повишаване ефективността и качеството на продукцията. Основният конкурент на страната ни – Китай изнася по-евтини стоки (средна цена от 35 евро/брой, но има и регистриран внос на 8 евро), докато българската продукция е в по-висок ценови сегмент между 75-80 евро/бр., но с много добро съотношение качество/цена/собствен дизайн. България е може би единствената страна – производител на велосипеди, в която само 10 % от производството се реализира на вътрешния пазар.

Основни производители на велосипеди в ЕС са Холандия, Италия, Испания, Франция, Литва, България, Румъния, Португалия, Унгария, Полша, като предприятията от бранша осигуряват заетост на около 60 000 човека. ЕС защитава

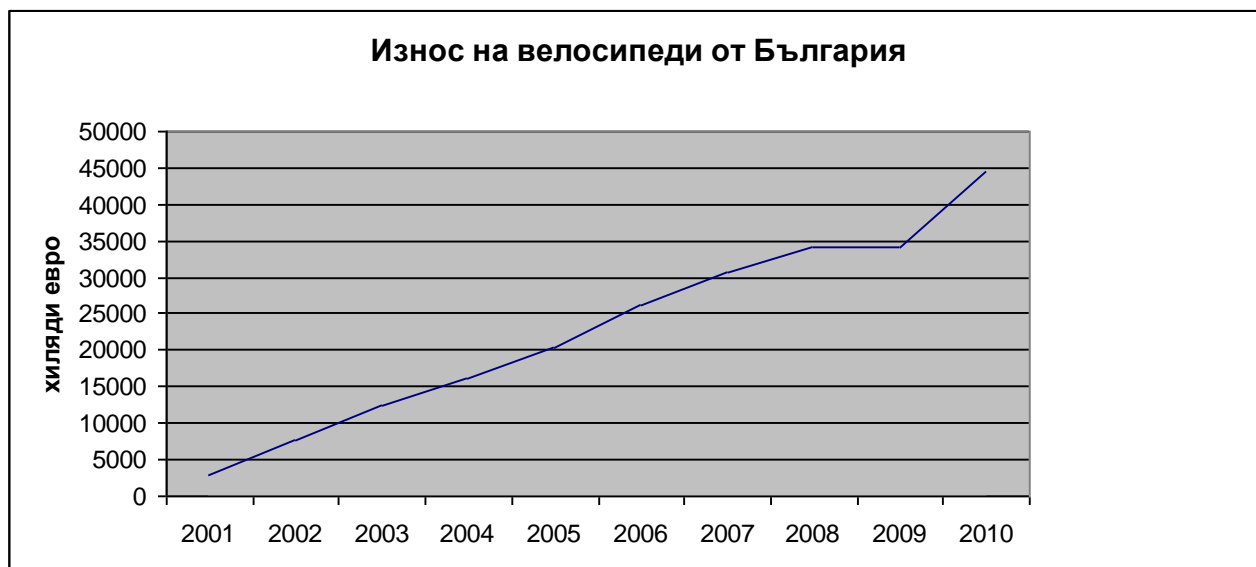


своите производители от дъмпинговия внос на велосипеди от Китай. При продължаване на действието на мярката през 2005 г., антидъмпинговото мито е повишено от 30,6% на 48,5%. Мярката е удължена до 2015 г. като през 2012 г. започва междинен преглед на ефекта от прилагането ѝ. След проведеното разследване във връзка със заобикалянето на мерките, обхватът на митото е разширен и се прилага върху вноса на някои велосипедни части с произход от Китай. За облекчаване на производителите от ЕС се дава разрешение за освобождаване от плащане на антидъмпингово мито за части, при условие, че се спазва съотношението- частите с произход от Китай да съставляват по-малко от 60% от общия брой операции, или добавена стойност към вложените части с произход от Китай да е повече от 25% при производството на велосипедите. Да момента са одобрени повече от 250 предприятия от ЕС, включително и основните шест фирми – производителки на велосипеди в България. Тези български производители на велосипеди са обединени в Асоциацията на производителите на велосипеди в България (АПВБ) – неправителствена организация, представляваща интересите на повече от 98 % от заетите в сектора (801 лица за 2010 г.), произвели повече от 532,000 велосипеда за 2010 г. Общият износ за 2010 г. е 465 460 бр. на обща стойност повече от 43 милиона евро. АПВБ членува от 2005 г. в европейската организация COLIBI/COLIPED Брюксел.

В сектора са направени много инвестиции с цел повишаване на производителността, въвеждане на иновационни технологии, които повишават конкурентоспособността. Следователно, България е една от страните, която застъпва в Съвета на ЕС позиция за продължаване на антидъмпинговата мярка при внос на велосипеди и части за тях с произход Китай, с цел защита на производителите на велосипеди от нелоялни търговски практики на трети страни.

Според АПВБ браншът ще се развива успешно, поради придобитата популярност на българските велосипеди на европейския пазар, като най-доброто съотношение между цена и качество, допълнени със свой оригинален дизайн. Предприятията инвестират и в развойна дейност за разработване на нови производства на специфични части, липсващи в Европа. Предвижда се и диверсификация на продукцията с производството на дрехи и аксесоари - спортно- елегантна линия за всички възрастови групи велосипедисти.

*Графика 4 Износ на България на велосипеди за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ

За периода 2001 - 2010 г. се наблюдава стабилна тенденция на постоянно нарастване на износа на велосипеди, което не се влияе от световната финансова криза и доказва конкурентостта на българската продукция на международните пазари. Това е от особено значение за интернационализацията на МСП от този бранш, който през 2010 г. реализира 88% от износа на МСП от цялата икономическа дейност „Производство на превозни средства, без автомобили“ и 55% от износа на велосипеди за страната.

България е осъществила износ на велосипеди в 67 страни.

Производството на велосипеди бележи промяна в търсенето, следващо световните и локални тенденции на икономическото и социални развитие. За да получи допълнително внимание при средносрочното планиране на мерки по настоящата стратегия, предоставяме анализ за географската насоченост и промени в търсенето на продукти от анализираната група.



Таблица 28 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. за продуктова група „Велосипеди и други немоторизирани превозни средства” (код по КН 8712)

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Стойност на внос за 2010 г., хил. Евро
<b>Общо, цял свят</b>	0.1	30.5	44,685.27
<b>Германия</b>	13.6	66	14,331.79
<b>Франция</b>	26.5	-14.4	8,893.83
<b>Гърция</b>	-18.7	33.8	3,440.05
<b>Белгия</b>	-14.1	19.7	2,872.98
<b>Холандия</b>	-48.8	63.2	2,796.17
<b>Италия</b>	-17.3	140.6	2,416.62
<b>Австрия</b>	63.2	14.7	2,175.64
<b>Швейцария</b>	67.6	34.7	2,130.45
<b>Дания</b>	61.9	109.8	1,325.41
<b>Испания</b>	-60.8	276.9	1,321.65
<b>Румъния</b>	-23.1	22.5	624.3
<b>Великобритания</b>	-19.4	24.2	355.45
<b>Швеция</b>	106.5	-42	340.39
<b>Латвия</b>	82.7	24	315.54
<b>Унгария</b>	-8.6	4.1	265.84
<b>Литва</b>	-57.8	23.8	213.87
<b>Полша</b>	-58.3	-34	207.85
<b>Чехия</b>	5.5	10,560.2	152.87
<b>Исландия</b>	3.6	0.1	76.81
<b>Македония</b>	-56.7	8.6	69.28
<b>Ирландия</b>	-42.9	-40.5	67.02
<b>Норвегия</b>	-23.6	335.1	65.52
<b>Турция</b>	2,563.9	-39.7	43.68
<b>Хърватия</b>	-54.8	110.1	31.63
<b>Кипър</b>	-79.9	-15	25.6
<b>Естония</b>	24.1	73.3	24.85
<b>Сърбия</b>	-73.4	-1	24.85
<b>Босна и Херцеговина</b>	-80.6	-38.2	15.06

Източник: МТЦ

От таблица 28, може да се направи следния извод, че повечето големи вносители на български велосипеди са тези, които продължават да бележат ръст: Германия (основен и най-важен партньор), Гърция, Холандия, Италия, Австрия, Швейцария, Дания, Испания.



От по-малките вносители забележителен ръст бележи обема, внесен от Чехия (10 560 % за 2010 г., спрямо предходната година), следствие вероятно на целенасочена политика и масово преориентиране към този вид транспорт. Имат своето нарастващо значение и нужди, и страни като Латвия, Норвегия, Хърватия и Естония. Въпреки спада в износа за Турция, тя е потенциален пазар, заслужаващ внимание за производителите.

Необходимо е да се търсят производствените и пазарни предимства, които да позиционират още по-трайно българските предприятия от сектора на пазарите, търпящи положително икономическо развитие и повишаващи търсенето си на тази категория стоки.

### ***Износ на превозни средства, движещи се по релси и части за тях***

България е традиционен износител на товарни вагони и части за тях като стойността на износа за периода 2001 - 2010 г. възлиза на 12163 хил.евро,. Износът на товарни вагони следва динамична тенденция на нарастване до 2007 г., в която износът надвишава 6 пъти износът реализиран през 2001 г. След спада през 2008 г. в следствие на кризата, износът нараства но с по-малък тренд и почти достига предкризисните нива.

*Графика 5 Износ на България на превозни средства движещи се по релси и части за тях за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ



При износа на резервни части за превозни средства, движещи се по релси тенденцията е идентична преди кризата, като пик в износа се достига през 2008 г., когато увеличението спрямо 2001 г. е 70 пъти. Възстановяването е значително по-бавно, което се дължи на факта, че износьт на резервни части се осъществява от МСП, при които адаптирането към променената международна ситуация и преодоляването на тежките последици е по-бавно.

За наблюдавания период 2001 - 2010 г.. България е осъществила износ в 20 страни, като географската насоченост и динамиката на износа са посочени в следващата таблица:

*Таблица 29 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. по позиция локомотиви, моторни вагони (код КН 8606)*

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Стойност на внос за 2010 г., хил. евро
Общо свят	26.4	-3.2	40231.58
Люксембург		109.6	17556.46
Германия	13.4	-43.6	15344.68
Унгария	504.9	-17.5	3205.84
Чехия	-58.6	67	1525.73
Турция	-100	189367.3	1358.55
Саудитска Арабия			1194.38
Сърбия	2827.6	-43.2	45.18
Албания			0
Австрия		-100	0
Белгия			0
Франция			0
Гърция	-100		0
Италия			0
Полша			0
Румъния	-100		0
Словакия	-100		0
Словения	-100		0
Швейцария			0
Македония			0
Сърбия и Черна гора			0

*Източник: МТЦ*

Този сектор е много специализиран не само в производството, но и в доставките. Спецификата на вноса на превозни средства движещи се по релси е ограничени брой на доставчиците на даден пазар (от 5 до 15). Основните пазари за България са



традиционни големи вносители като: **Германия, Люксембург, Унгария, Чехия, Турция, Саудитска Арабия, Сърбия**. Вниманието следва да се обърне и на Гърция, Словения, Словакия, Румъния, в които има отлив на износа през последните години.

За наблюдавания период 2001 - 2010 г. България е осъществила износ в 41 страни, като географската насоченост и динамиката на износа са посочени в таблица 30:

*Таблица 30 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. по позиция части за превозни средства, движещи се по релси (код по КН 8607)*

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Стойност на внос за 2010 г., хил. евро
Общо свят	-80.7	106	12162.93
Германия	-32.9	602.7	6363.49
Полша	-99	8602.2	1310.35
Турция	-6.6	1197.4	1079.16
Унгария			385.57
Чехия	-93.3	485.3	491.01
Словакия	-100		423.23
Украйна	-100		189.02
Франция	-34.7	-0.3	1010.63
Румъния	-76.8	-93.2	218.39
Словения	-100		158.9
Сърбия	-90.4	-50.7	144.59
Иран			92.63
Македония	389.1	-5.3	69.28
Англия	-80.7	-50	37.65
Швейцария			38.41
Ирак			0.75
Хърватска		150.3	107.69
Бахрейн			11.3
Индия			9.04
Белгия			12.05
Дания			6.78
Албания			0
Австрия	-100		0
Босна и Херцеговина	-100		0
Шри Ланка			0
Кипър			0
Финландия		-100	0
Грузия			0
Гърция		-100	0
Ирландия	-100		0
Италия			0



Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Стойност на внос за 2010 г., хил. евро
Йордания		-100	0
Холандия		-100	0
Португалия			0
Русия	427.5	-100	0

Източник: МТЦ

Основните пазари за България за превозни средства, движещи се по релси, са традиционните големи вносители като: **Германия, Полша, Чехия, Турция, Унгария, Франция, Хърватска**. Вниманиe следва да се обърне и на Индия, Белгия, Дания в които има реализиран, макар и малък обем износ през 2010 г.

### Износ на плавателни съдове

Износът на плавателни съдове от България за периода 2001 - 2010 г. възлиза на 751570 хил.евро, като е много неравномерен по години, поради спецификата на производството, което не съвпада с календарните години. Износът на яхти и други лодки за развлечение е минимален и възлиза на 23326,03 хил.евро, през наблюдавания период.

Графика 6 Износ на плавателни съдове от България за периода 2001 – 2010 г.



Източник: МТЦ



България е осъществила износ на плавателни средства в 75 страни. Географската насоченост и динамиката на износа на България са посочени в таблица 31:

*Таблица 31 Български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. за продуктова група „Пътнически кораби, фериботи” (код КН: 8901)*

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 - 2010 г., %	Стойност на внос за 2010 г., хил. евро
Общо	-76.9	154.4	73679
Холандия			25229
Алжир	-100		21121
Индия			15778
Сингапур			4511
Панама		66.4	2445
Турция		-19.3	1291
Виржински острови	-100		0
Гибралтар			0
Маршалски острови	-54.1	-100	0
Антигуа и Барбадос	-100		0
Бахами	-100		0
Белиз			0
Кипър			0
Франция	-100		0
Гърция		-100	0
Италия	-100		0
Литва		-100	0
Малта			0
Норвегия	-100		0
Румъния			0
Русия			0

Източник: МТЦ

Основните пазари на които България изнася плавателни съдове са **Холандия, Алжир, Турция, Панама, Гърция, Индия, Великобритания, Кипър**, с дял от 73% за целия период 2001 - 2010 г. Поради спецификата на производството на кораби, заемащо основния дял от износа с тези стоки, се забелязва тенденция на еднократен износ за дадена страна през наблюдавания период. Постоянно присъствие на износа на български плавателни средства през наблюдавания период се очертава на пазарите на **Холандия, Панама, Турция, Румъния, Англия**, но не може да се определи тенденция на търгуваните количества поради големите вариации. При тези за



развлечения тенденцията е същата като може да се говори за по-постоянно присъствие на българските стоки на пазарите на **Панама и Турция** (реализиран износ през 7 от наблюдаваните 10 години.)

Това са много специфични производства, изискващи много сложен процес на производство, изпитване, пускане в експлоатация затова производството им се осъществява от големи предприятия, които не са обект на тази стратегия. МСП от сектора са основно подизпълнители на големите корабостроителници и затова почти не реализират самостоятелен износ – за 2009 г. техният износ съставлява 2% от износа на превозни средства без автомобили реализиран от МСП в сектора. Те се специализират в износ на оборудване, както и в кораборемонтни, консултантски услуги за набиране на персонал за кораби под чужд флаг и др.

Потреблението на яхти и други плавателни съдове нараства в световен мащаб и е добра ниша за нашите МСП.

За наблюдавания период 2001 - 2010 г. България е осъществила износ в 28 страни, като географската насоченост и динамиката на износа са посочени в следващата таблица:

*Таблица 32 Списък на значимите български експортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 – 2010 г. за продуктова група „Яхти и други лодки за отдых” (код: 8903)*

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 г. – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Внос 2010 г. хил.евро
Общо свят	-73.3	41.6	3393
Румъния	-94.8	402.7	1830
Турция	-11.8	39.7	722
Швейцария			416
Испания			271
САЩ	-99.8	2500	52
Черна гора			34
Мавриций	-100		19
Норвегия			15
Русия	292.3	-92.8	11
Кипър			8
Сърбия	-100		8
Македония		-40	3
Гърция		-85.7	2
Словения		-33.3	2



Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 г. – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Внос 2010 г. хил.евро
Албания			1
Вирджински острови		-100	0
Австралия	-100		0
Австрия	-100		0
Бахрейн			0
Армения			0
Китай			0
Хърватска	46900	-100	0
Дания		-100	0
Франция			0
Италия	-100		0
Молдова			0
Панама	-100		0
Виетнам		-100	0
Швеция		-100	0
Англия	-100		0

Източник: МТЦ

Износът на яхти и други лодки за отдых е сравнително ново производство за страната и още е с малка диверсификация в географски аспект. Традиционни за българския пазар са: **Румъния, Турция, САЩ, Русия, Сърбия**, но последните две страни бележат спад във вноса на българските продукти. Като нови перспективни пазари се очертават тези на: **Швейцария, Испания, Черна гора, Мавриций**.

### Износ на въздухоплавателни средства

Износът на въздухоплавателни средства за периода 2001 - 2010 г. възлиза на **125 539 хил. евро**.

Износът варира много през годините, видно от графика 7.

Графика 7. Износ на България на въздухоплавателни средства и части за тях за периода 2001 – 2010 г.



Източник: МТЦ

За наблюдавания период 2001 - 2010 г. България е осъществила износ в 99 страни, като географската насоченост и динамиката на износа на най- големите ни пазари са посочени в таблица 33:

Таблица 33 Списък на значимите български экспортни пазари, бележещи ръст за периода 2008 - 2010 г. за продуктова група въздухоплавателни средства (код: 8802)

Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Внос 2010 г., хиляди евро
Общо свят	180.4	-77.3	5222.58
Армения			3345.16
Украйна	251.7	-34.4	704.13
Чехия		566.3	597.19
Австрия			313.28
Дания			152.87
Бразилия			61.75
Австралия			31.63
САЩ	-100		15.81
Афганистан		-100	0
Китай		-100	0
Кипър			0
Грузия	-100		0





Вносители	Ръст внесена стойност за периода 2008 – 2009 г., %	Ръст внесена стойност за периода 2009 – 2010 г., %	Внос 2010 г., хиляди евро
Исландия			0
Италия			0
Казахстан			0
Литва	-100		0
Мали		-100	0
Молдова		-100	0
Панама	-100		0
Румъния			0
Русия	45540.8	-100	0

Източник: МТЦ

Износът на въздухоплавателни средства е производство, изискващо много иновации и постоянно обновяване. Най-големи пазари за българското производство са: **Армения, Украйна, Чехия**. Като нови перспективни пазари се очертават тези на **Австрия, Дания, Бразилия, Австралия**, в които е реализиран износ през 2010 г. Страната се е оттеглила от пазарите на Русия, Панама, Литва, Грузия, където следва да се положат усилия за възстановяване на контактите.

В заключение могат да се направят следните обобщаващи изводи относно стоките и услугите с експортни предимства и потенциал, произвеждани в сектор превозни средства без автомобили:

- Изборът на стокови групи с експортни предимства и потенциал е осъществен на база два критерия, а именно най-висок относителен дял в износа на съответната стокова група, съчетан с нарастване през наблюдавания период;
- всяка от икономическите дейности в сектора има своите специфики;
- секторът е динамично развиващ се и експортноориентиран;
- износът на велосипеди, заемащ 88% от износа на МСП в сектора през 2010 г. е единствения, който не търпи промени в динамиката на нарастване на износа в резултат на световната финансова криза;

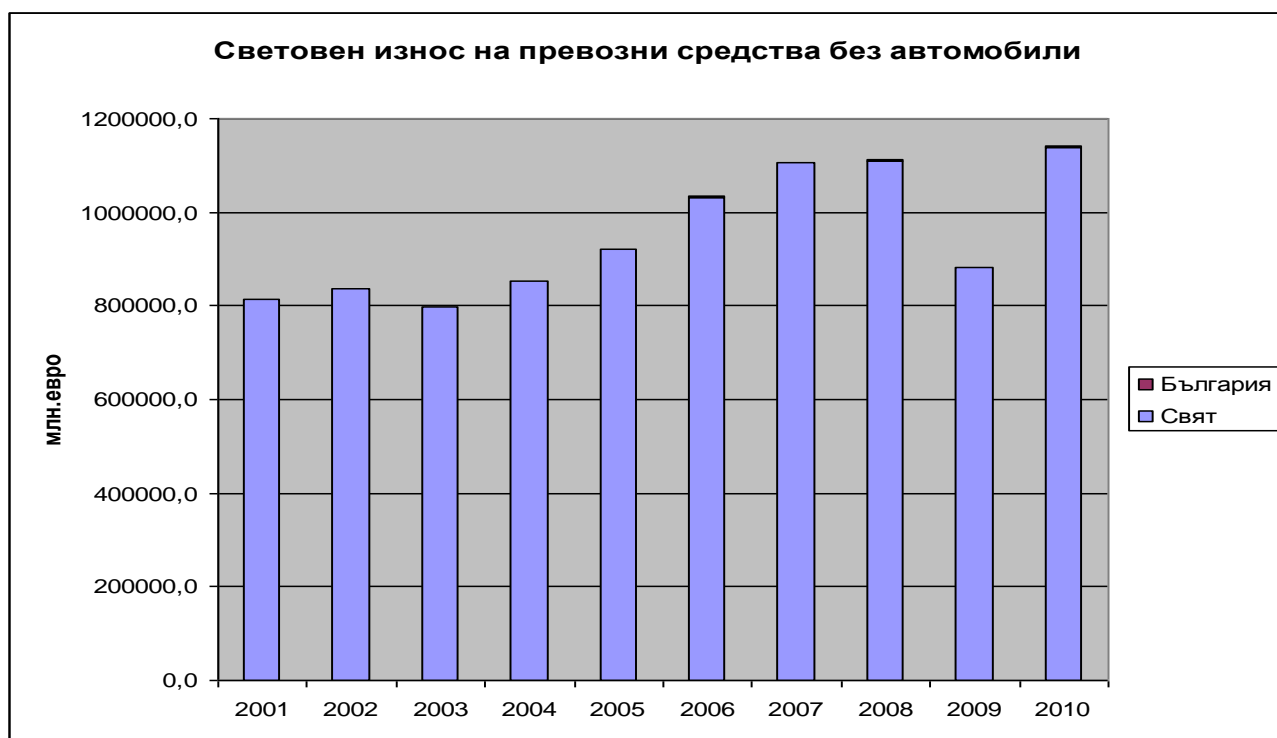


- традиционните и перспективните пазари за сектора са основно страните от ЕС, Хърватска (предстои членство от 1.6.2012 г.), Швейцария и Норвегия (ЕАСТ), съседните ни страни извън ЕС – Турция, Сърбия, както и Русия, Украйна;
- Експортните пазари за плавателни съдове и въздухоплаване са с много по-широк географски обхват, прибавяйки към изброените дестинации и Алжир, Панама, Индия, САЩ, Мавриций, Армения, Бразилия.

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ИЗНОСА НА СТОКИ И УСЛУГИ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ПАЗАРИ

Мястото на България в световния износ на „Превозни средства, без автомобили” е представено на следната графика.

*Графика 8 Световен износ и износ на България на превозни средства без автомобили за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ

Световният износ на превозни средства, без автомобили за периода 2001 - 2010 г. бележи прираст до 2008 г., последван от години на рецесия, поради световната финансова криза. През 2010 г. отново се отчитат нива на покачване на износа.

Средногодишният износ на България през този период е с дял от 0.02% в световния износ на превозни средства, без автомобили. Но незначителното структурно присъствие в световния износ не следва да се разглежда като отрицателна черта,

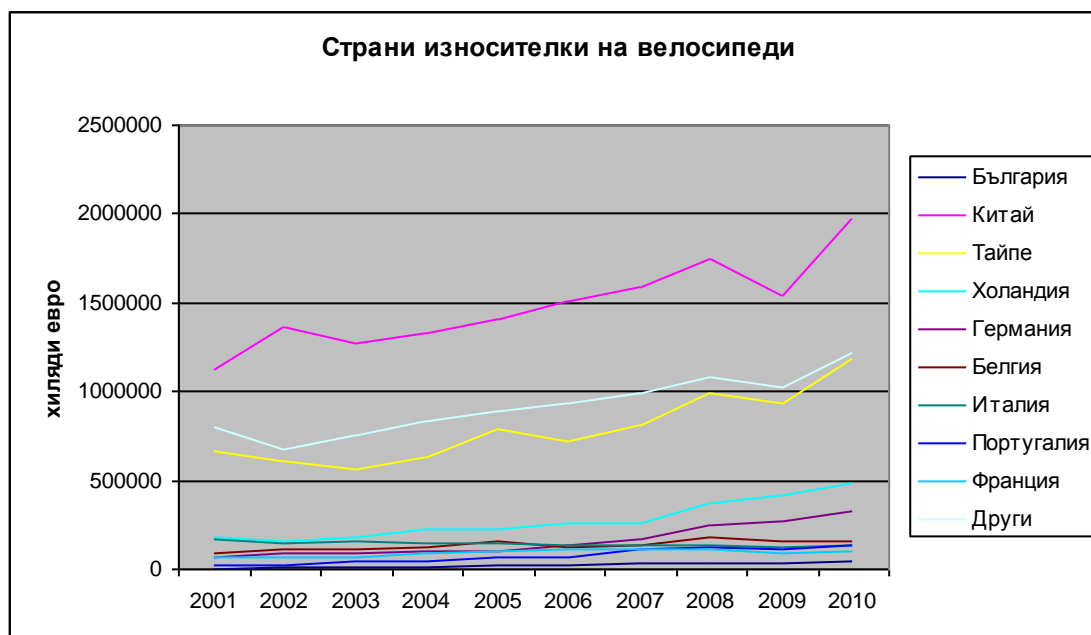
защото то само констатира малките обеми на българския износ на превозни средства, на фона на световния износ.

През периода 2001 - 2010 г. динамиката на световния износ на превозни средства и тази на България е твърде различна. Световният износ на превозни средства нараства плавно до 2008 г. като увеличението през 2008 г. е с 36%, спрямо 2001 г., а износът на българските превозни средства през 2006 г. се увеличава 11 пъти спрямо 2001 г. Това доказва динамиката на българския износ на превозни средства и адаптирането на българската продукция към изискванията на международните пазари в резултат привличането на инвестиции, въвеждането на нови технологии и др.

### ***Пазар на велосипеди***

За периода 2001 - 2010 г. общият износ на велосипеди от България заема дял от 0,6% от световния износ на тази стока и заема 35 (от 219) позиция в ранг-листата на световните износители. Най- големи износители в света са: Китай, Тайван, Холандия, Германия, Белгия, Италия с дял съответно от 36,2%, 18,2%, 6,7%, 3,9%, 3,3%, 3,5%.

*Графика 9 Страни, основни износители в света на велосипеди за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ

Основните традиционни пазари, на които България изнася велосипеди са: **Германия, Франция, Гърция, Белгия, Холандия, Италия**, с дял от 72% за целия период 2001 – 2010 г. Откроява се тенденция за последните години за проникване и установяване на нови пазари като **Испания, Литва, Полша**.

В следващата таблица са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техния дял изразен в % от общия внос реализиран в света за съответната година:

*Таблица 34 Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 – 2010 г.*

Вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо в света	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
САЩ	28.4	29.1	24.9	23.3	24.1	22.2	20.3	20.1	17.6	20.3
Япония	13.8	13.8	12.9	11.9	11.1	11.7	11.3	10.9	12	10.4
Германия	8.4	8.5	8.7	8.6	9.2	9.3	9.6	9.6	10.7	9
Англия	5.3	5	6.5	7.2	6.3	7.1	7.1	6.5	6.1	7.4
Холандия	3	3	2.8	3	3	3.4	4	4.1	5.5	5.6
Франция	4.2	4.8	5.7	6.4	7.1	6.1	5.8	6.5	5.8	5.1
Испания	1.3	1.7	2.2	2.5	2.9	2.9	3.5	4	3.8	4.2
Белгия	2.8	3.3	3.4	3.5	4.4	4.1	3.9	4.6	4.2	3.6
Австралия	2	2.1	1.9	2.4	2.6	2.6	2.6	2.6	2.7	2.8
Канада	2.8	2.5	3	2.9	2.8	3	3	2.6	3.3	2.4

*Източник: МТЦ*

България изнася в 4 от десетте най-големи вносителки на велосипеди- **Германия, Холандия, Франция, Белгия**, в които има тенденция на нарастване на вноса. Това подчертава правилното позициониране на нашия износ и гарантира неговата динамика и в бъдеще.

#### ***Основни конкуренти на България на основните пазари за износ на велосипеди:***

##### **ГЕРМАНИЯ**

Износът на велосипеди за Германия заема дял от 28,1% от общия износ на страната ни. След спад на износа през 2008 г., се очертава трайна тенденция на повишение като през 2010 г. нивото на вноса превишава това от 2006 г. с 22%.



Таблица 35 Внос на велосипеди в Германия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	12216	9775	7799	9554	14898	54242	1,8
Холандия	60405	75683	114964	133095	123102	507249	17,1
Тайпе	117607	104445	138853	119793	111331	592029	20,0
Тайланд	10332	55213	67841	81698	60754	275838	9,3
Чехия	12108	40971	45750	31344	54458	184631	6,2
Австрия	28220	32027	43929	42729	48214	195119	6,6
Полша	28143	47177	45939	45737	45384	212380	7,2
Унгария	39553	34455	41418	46307	33000	194733	6,6
Литва	29482	35922	40389	51362	26760	183915	6,2
Румъния	3834	12167	15583	10027	22085	63696	2,1
Франция	11558	13637	3482	14306	17059	60042	2,0
Камбоджа	4451	8182	18424	24120	16211	71388	2,4
Индонезия	11730	13874	21725	9327	15517	72173	2,4
Други	79782	56380	53971	53762	51556	295451	10,0

Източник: МТЦ

Съгласно данните от МТЦ цените по вноса варират значително между различните доставчици и по години. Ценовите нива на българските велосипеди нарастват близо 2 пъти през 2010 г. спрямо 2006 г. и имат близки стойности до тези на Полша, Камбоджа и надвишават тези на Румъния, Индонезия и др.

Таблица 36 Средна цена на вноса на велосипеди в Германия (евро/тон)

Доставчици	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	4,175	5,903	6,456	7,005	7,873
Холандия	23,051	24,163	23,514	22,381	22,778
Тайпе	13,329	11,566	12,439	13,499	13,751
Тайланд	5,397	7,259	8,585	10,126	10,277
Чехия	11,143	19,346	18,005	13,12	18,951
Австрия	29,25	27,295	27,799	27,677	27,653
Полша	5,734	5,688	6,637	7,249	8,072
Унгария	13,092	12,574	12,895	14,455	14,998
Литва	6,328	6,745	7,086	11,68	8,175
Румъния	3,81	5,318	4,825	5,077	6,553
Франция	8,064	8,584	12,326	28,653	27,333
Камбоджа	8,016	6,647	7,015	7,002	7,028
Индонезия	3,732	3,324	3,921	6,303	5,852

Източник: МТЦ



Единичните цени по вноса за 1 бройка (1 велосипед) се определят като средни цени за вноса на всички доставчици в Германия и достигат 117 евро/брой през 2010 г. при 62 евро/брой през 2006 г. **През 2011 г.** стокообменът с Германия е в размер на 4 976млн.евро. Износът от България за Германия е в размер на 2 412 млн.евро, а вносът от Германия е в размер на 2 564 млн.евро

За 2011 г. износът за Германия заема 11.93% от общия износ (1-во място), а вносът от Германия заема 10.99% от общия внос (2-ро място след Русия).

## ФРАНЦИЯ

Износът на велосипеди за Франция заема дял от 16,8% от общия износ на страната ни. Износът на български велосипеди за Франция е динамичен като през 2009 г. е реализирано петкратно увеличение спрямо 2006 г. Това е пазар с потенциални възможности за увеличение на износа на български велосипеди.

*Таблица 37 Внос на велосипеди в Франция*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	249	106	10207	12127	11350	34039	1,9
Португалия	57583	109355	109560	69002	83961	429461	23,8
Италия	76704	84344	95625	79622	77400	413695	22,9
Тайван	46696	37779	41523	36960	40939	203897	11,3
Холандия	14284	24611	35040	37117	38426	149478	8,3
Германия	3064	4743	9984	28890	23315	69996	3,9
Шри Ланка	3310	3040	6197	5607	19365	37519	2,1
Румъния	21	4	0	10009	17364	27398	1,5
Испания	52602	5501	6771	6934	11652	83460	4,6
Други	42851	58802	134696	77617	41341	355307	19,7

*Източник: МТЦ*

Цените по вноса на бройка велосипед във Франция варират в широки граници според доставчиците и по години, като средните цени по вноса на всички доставчици варират около 100евро/брой. Цените на българските велосипеди са в рамките на 70-90 евро/брой и са по-ниски от усреднените цени на всички доставчици. Френският пазар представлява потенциален пазар за велосипеди от по-висока ценова категория и българските МСП



следва да се възползват от тази възможност, за да увеличат приходите от експорта чрез предлагане на стоки, съответстващи на потребителското търсене.

Таблица 38 Цени на внос на велосипеди във Франция, евро/брой

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	70	90	72	75	75
Португалия	113	146	137	133	129
Италия	51	55	62	61	64
Тайван	147	142	130	163	183
Холандия	173	211	264	335	321
Германия	96	77	120	107	145
Шри Ланка	47	46	52	45	41
Румъния	104	58		91	92
Испания	153	102	103	92	136
Свят	83	91	100	98	99

Източник: МТЦ

През 2011 г. стокообменът с Франция е в размер на 1615.7млн.евро. Износът от България за Франция е в размер на 857.3 млн.евро, а вноса от Франция е в размер на 758.4млн.евро

За 2011 г. се наблюдава ръст в стокообмена на годишна база от 28.42% и положително салдо от 98.9 млн. евро.

## ГЪРЦИЯ

Износът за този пазар представлява 10,8% от износа на България на велосипеди. България е **основният износител** на велосипеди за Гърция за периода 2001 - 2010 г.

През 2009 г. и 2010 г., българският износ намалява своите обеми, докато страни като **Австрия и Германия** увеличават своя износ на гръцкия пазар. Прави впечатление увеличението с близо 80% на вноса на велосипеди в **Гърция** през 2010 г. спрямо 2007 г., което може да се обясни от една страна с тежката ситуация в страната и от друга с изпълнение на ангажиментите за намаляване на замърсяването в големите градове, като Атина, където се въвеждат рестрикции за ползването на личните автомобили.





Таблица 39 Внос на велосипеди в Гърция

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	4137	4059	4553	1899	2299	16947	18,7
Тайпе	1938	2896	4183	3571	4205	16793	18,6
Шри Ланка	0	701	2384	1401	2026	6512	7,2
Германия	249	640	713	679	1683	3964	4,4
Австрия	25	283	788	692	1593	3381	3,7
Тунис	1105	1106	604	1995	1543	6353	7,0
Италия	616	505	1638	1551	1444	5754	6,4
Холандия	541	1257	1850	861	1361	5870	6,5
Други	3257	4032	6075	4509	7027	24900	27,5

Източник: МТЦ

Единичните цени при внос на велосипеди в Гърция се отличават с по-ниски нива от други пазари, като цените на българските велосипеди, превишават средните цени по вноса за всички доставчици през 2006 г. и 2007 г. През 2008 г. и 2009 г. цените на българските стоки спадат двукратно спрямо 2006 г., но през 2010 г. се наблюдава значително увеличение на нивото на цените, но те не успяват да достигнат предкризисните нива. Близостта на гръцкия пазар е предимство и повишава конкурентността в ценово отношение на българските стоки.

Таблица 40. Цени при внос на велосипеди в Гърция, евро/брой

Доставчици	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	54	48	27	25	37
Тайпе	54	55	71	116	106
Шри Ланка		33	29	40	35
Германия	367	72	139	139	157
Австрия	585	404	340	75	251
Тунис	48	49	53	55	62
Италия	54	70	79	80	97
Холандия	44	52	123	54	155
Свят	50	35	47	55	71

Източник: МТЦ

Българските МСП следва да насочат своите усилия за възвръщане на позициите си на гръцкия пазар както в количествено, така и в ценово отношение.

**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.

## БЕЛГИЯ

Износът за този пазар съставлява 6,3% от износа на България. Очертава се динамика на плавно нарастване обемите на износа от България на пазара на Белгия, с лек спад поради кризата, и доближаване до нивата от преди нея през 2010 г. Независимо от спада през 2009 г. България запазва относителния си дял на нивото на 2008 г. в размер на 1,3% и го увеличава до 1,5% през 2010 г.. Това доказва, че българските велосипеди успяват в тези трудни времена не само да съхранят но и да увеличат пазарната си ниша на този пазар.

Таблица 41. Внос на велосипеди в Белгия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	2387	2707	4157	3322	3917	16490	1,3
Холандия	52999	60964	83024	76858	63021	336866	26,8
Тайпе	57394	58092	62506	54644	60816	293452	23,3
Индонезия	7238	8957	14432	17209	28190	76026	6
Германия	7242	10318	36811	23047	17656	95074	7,6
Шри Ланка	8414	11062	11803	10141	16496	57916	4,6
Франция	29291	25180	59509	33613	14602	162195	12,9
Италия	11964	12686	14167	12019	10450	61286	4,9
Румъния	0	0	0	0	8325	8325	0,7
Испания	831	1220	3819	6404	8094	20368	1,6
Бангладеш	3124	3815	6875	6398	6626	26838	2,1
Китай	7178	9269	7847	3356	3793	31443	2,5
други	11168	14148	15550	15163	15663	71692	5,7

Източник: МТЦ

Цените по вноса на велосипеди от България в Белгия бележат трайна тенденция на нарастване и превишават тези на азиатските доставчици, но са значително под средните нива за всички доставчици. Българските МПС следва да се възползват от възможностите на белгийския пазар като диверсифицират изнасяната продукция с включването на модели от по-висока ценова класа.



Таблица 42. Цени при внос на велосипеди в Белгия, евро/брой

Доставчици	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	58	61	66	73	81
Холандия	315	288	524	515	477
Тайпе	139	150	159	205	235
Индонезия	112	111	109	136	147
Германия	213	230	119	185	250
Шри Ланка	41	45	51	47	41
Франция	93	102	213	195	114
Италия	91	89	85	85	101
Румъния					89
Испания	104	37	133	120	136
Бангладеш	64	56	69	92	97
Китай	44	38	44	35	53
свят	110	108	141	156	136

Източник: МТЦ

През 2011 г. стокообменът с Белгия е в размер на 1431 млн.евро. Износът от България за Белгия е в размер на 1034 млн.евро, а вносът от Белгия е в размер на 397 млн.евро

## ХОЛАНДИЯ

Износът за Холандия е с дял 6,9% от износа на страната ни на тази стока. Българският износ на велосипеди заема малък пазарен дял (0,7%) в Холандия, а това е страната с най-високо потребление на велосипеди в Европа и следва да се положат целенасочени усилия за достигане и увеличаване на нивата на износа от преди кризата. Освен традиционните производители от азиатските страни износа си през 2010 г. увеличават страни като Чехия, Унгария.

Таблица 43. Внос на велосипеди в Холандия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	2420	1854	2022	1820	1424	9540	0,7
Тайпе	70083	97612	96989	139890	155995	560569	39,7
Германия	43042	57144	100791	99771	104807	405555	28,7
Китай	6332	10448	21728	35353	47046	120907	8,6
Чехия	873	3009	10230	11084	17653	42849	3,0
Унгария	253	1077	97	2343	14965	18735	1,3
Белгия	3833	1970	2284	13189	5786	27062	1,9
Англия	1861	2836	5685	4723	5497	20602	1,5
Камбоджа	0	358	2605	3540	5184	11687	0,8
САЩ	8222	6019	2391	4252	4966	25850	1,8



Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
Филипини	4520	4899	4051	4150	4714	22334	1,6
Полша	3642	5140	3343	3166	3251	18542	1,3
Шри Ланка	465	77	734	1691	2968	5935	0,4
Франция	1717	9131	2238	2043	2137	17266	1,2
Канада	2601	2488	2838	2998	1788	12713	0,9
Индонезия	1187	3246	3083	3240	1495	12251	0,9
Други	8965	12676	16895	8453	12429	59418	4,2

Източник: МТЦ

Цените по вноса на велосипеди от България в Холандия бележат тенденция на нарастване и превишават тези на Индонезия, Филипини, Шри Ланка, но са значително под средните нива за всички доставчици. Българските МПС следва да се възползват от потребителското търсене като диверсифицират изнасяната продукция с включването на модели от по-висока ценова класа.

Таблица 44. Цени при внос на велосипеди в Холандия

Износители	2006 г. Евро/брой	2007 г. Евро/брой	2008 г. Евро/брой	2009 г.* Евро/тон	2010 г.** Евро/брой
България	85	80	86	5,058	149
Тайпе	203	212	210	5,054	243
Германия	347	141	166	5,054	324
Китай	88	141	238	5,055	265
Чехия	100	134	134	5,056	173
Унгария	151	152	120	5,060	150
Белгия	209	144	189	5,055	183
Англия	489	341	298	5,055	370
Камбоджа		102	103	5,056	113
САЩ	784	238	311	5,056	1,135
Филипини	46	39	39	5,052	46
Полша	90	173	173	5,056	131
Шри Ланка	54	46	52	5,052	76
Франция	244	227	258	5,051	192
Индонезия	51	48	59	5,050	59
Свят	172	143	162	5,054	215

Източник: МТЦ

\*- данните са за цена на тон

\*\* - прогнозни данни, с ниска степен на достоверност

През 2011 г. стокообменът с Холандия е в размер на 952,4 млн.евро. Износът от България за Холандия е в размер на 359,6 млн.евро, а вноса от Холандия е в размер на 592,8 млн.евро.

## ИТАЛИЯ

Износът на България за Италия представлява 3,8% от реализирания износ на страната през периода 2001 – 2010 г. Италия е един от най-големите световни производители и износители на тази стока. Българския износ е много динамичен през наблюдавания период и през 2010 г. достига шесткратно увеличение спрямо 2006 г.

Таблица 45 Внос на велосипеди в Италия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	509	135	286	422	3090	4442	0,8
Тайван	22604	25834	25231	22132	31569	127370	22,1
Холандия	5654	2180	4557	10730	17947	41068	7,1
Франция	25886	23245	20732	15700	17013	102576	17,8
Турция	12523	16606	17755	16140	16328	79352	13,7
Белгия	10137	14311	17166	14210	13451	69275	12,0
Германия	1862	2794	3746	5612	11545	25559	4,4
Шри Ланка	0	646	1863	1011	5783	9303	1,6
Испания	614	814	5005	9202	5145	20780	3,6
Тунис	2656	7877	6854	6110	3763	27260	4,7
Австрия	503	868	1116	930	2377	5794	1,0
Тайланд	1758	1825	2419	2382	2323	10707	1,9
Полша	208	0	2331	718	1653	4910	0,9
САЩ	1543	1527	1362	1172	1604	7208	1,2
Индонезия	1242	1356	1282	600	1315	5795	1,0
Други	6500	8244	10482	6517	4380	36123	6,3

Източник: МТЦ

Цените по вноса на велосипеди от България в Италия бележат тенденция на нарастване и превишават тези на много от доставчиците като Турция, Шри Ланка, Тунис, Тайланд, Индонезия и варират около средните нива за всички доставчици. Българските МПС са завоювали позиции при сравнително високи ценови нива и следва ги запазят и за в бъдеще.

Таблица 46. Цени по вноса на велосипеди в Италия, евро/брой

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	71	90	144	102	154
Тайван	176	228	255	310	285
Холандия	585	977	525	346	661
Франция	105	115	118	110	166
Турция	81	89	95	112	122



Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Белгия	212	230	268	323	446
Германия	299	101	151	84	246
Шри Ланка		40	36	40	48
Испания	140	160	139	145	205
Тунис	48	44	47	48	53
Австрия	429	381	320	456	571
Тайланд	25	29	32	41	39
Полша	135	0	103	141	358
Индонезия	41	38	38	35	45
Свят	94	95	111	127	164

*Източник: МТЦ*

През 2011 г. стокообменът с Италия е в размер на 3 387.8 млн.евро. Износът от България за Италия е в размер на 1 720.7 млн.евро(ръст от 13,9% спрямо 2010 г.), а вносът от Италия е в размер на 1 667.1 млн.евро(ръст от 15,7% спрямо 2010 г.).

## ШВЕЙЦАРИЯ

**Швейцария** е перспективен пазар за българските МПС.

Вносът на велосипеди в Швейцария нараства през целия наблюдаван период. Количествата изнесени от България през 2010 г. шесткратно превишават тези през 2006 г., като България запазва относителния си дял от 1%.

*Таблица 47. Внос на велосипеди в Швейцария, 2006 – 2010 г.*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	794,93	737,93	687,95	1007,93	1571,74	4800,48	1,0
Тайван	28530,85	21578,97	21949,4	26494,95	32499,66	131053,8	27,8
Холандия	11810,77	8933,92	11566,71	15114,83	22865,56	70291,79	14,9
Германия	16416,56	14570,66	14478,27	18183,46	22641,85	86290,8	18,3
Китай	9939,87	10827,7	10820,4	11877,63	14780,26	58245,86	12,4
Белгия	3705,67	4613,03	7156,7	7693,68	8831,73	32000,81	6,8
Австрия	3871,88	4812,04	4764,57	5302,66	5333,31	24084,46	5,1
Франция	2880,22	2395,28	3678,3	2002,94	1756,74	12713,48	2,7
Италия	2598,39	3656,99	2459,25	1984,59	1799,76	12498,98	2,7
Свят	89614,57	79710,37	85199,74	97166,73	118990,7	470682,1	100

*Източник: МТЦ*

Цените по вноса на велосипеди в Швейцария, видно от следващата таблица, са високи в сравнение с другите анализирани пазари. Нивата на цените на българските велосипеди се приближават до тези на китайските, като през 2010 г. ги надвишават. Въпреки това



цените на българските стоки са почти трикратно по-ниски от средните за всички доставчици, което представлява добра възможност за увеличаване на износа и диверсификация чрез предлагане на модели от по-висока ценова категория. През 2011 г. стокообменът с Швейцария е в размер на 306.4 млн.евро. Износът от България за Швейцария е в размер на 124.9 млн.евро, а вносът от Испания е в размер на 181.5 млн.евро

За 2011 г. се наблюдава ръст на двустранния стокообмен от 11.4% спрямо предходната година, като ръстът при износа е 24.6%, а при вноса 4.1%. Салдото остава отрицателно в размер на -56.6 млн.евро.

Таблица 48. Цени при внос на велосипеди в Швейцария ( евро/брой)

Доставчици	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	71	77	87	98	125
Тайван	299	315	307	366	376
Холандия	429	419	448	693	745
Германия	272	257	312	367	413
Китай	99	86	95	106	116
Белгия	334	347	324	387	359
Австрия	566	495	623	511	784
Франция	208	247	373	461	595
Италия	98	113	172	234	318
Свят	218	221	242	289	314

Източник: МТЦ

#### Изводи:

- България изнася велосипеди в 4 от десетте най-големи вносителки на велосипеди в света, което подчертава правилното позициониране на нашия износ и гарантира неговата динамика и в бъдеще.
- Делът на българския износ заема малък дял на пазарите на Италия, Холандия, (под 1%), Швейцария, Белгия, Франция, Германия(до 2%)
- България е основен доставчик на велосипеди в Гърция с дял 18,7 % от общия внос в страната.
- Цените на българските велосипеди са по-ниски от средните цени на всички доставчици на даден пазар, с изключение на пазара на Италия

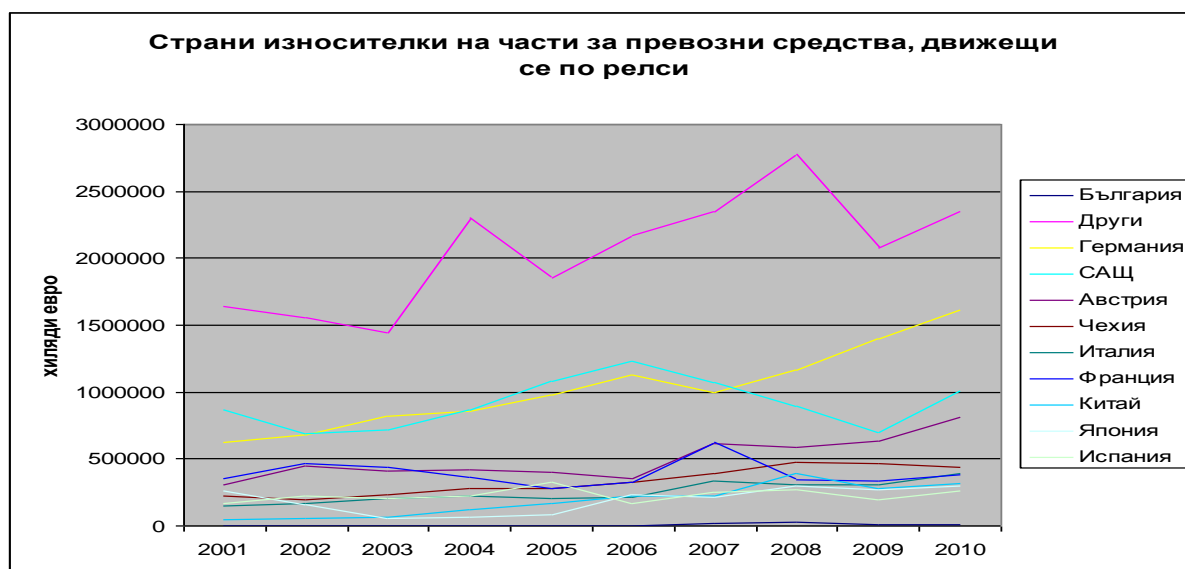


### Пазар на локомотиви, моториси, вагони и части за тях

#### **Износ на Резервни части**

За периода 2001 - 2010 г. общият износ на части за превозни средства, движещи се по релси- локомотиви, вагони и др. от България, представлява 0,1% от световния износ на тази стока и заема 33 (от 173) позиция в ранг-листата на световните износители. Най- големи износители в света са: **Германия, Австрия, Чехия, Италия, Франция**, с дял от средногодишния износ за периода 2001 – 2010 г. съответно от 16,9%, 15%, 8,2%, 5,4%, 4,1%, 6,5%.

*Графика 10 Страни, основни износителки в света на резервни части за превозни средства, движещи се по релси за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ

Основните традиционни пазари, на които България изнася части за релсови превозни средства са: **Германия, Франция, Румъния, Словакия, Полша**, с дял от 69% за целия период 2001 - 2010 г. Забелязва се тенденция през последните години за проникване и установяване на нови пазари като **Словения, и съседните ни Турция и Сърбия**.

В таблица 49 са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техния дял изразен в % от общия внос реализиран в света за съответната година:





Таблица 49. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г.

вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Германия	8.4	11.4	11	10.5	13.2	10.6	9.1	10.8	12.5	13.8
Китай	1.7	3.4	5.7	3.5	4.6	10.2	10.3	10	12.4	13.7
САЩ	21.9	17.4	12.7	13.9	16.1	16.7	13.4	12.2	9.9	8.1
Австрия	3.3	5.1	5.8	5.2	4.6	4.6	7.2	6.6	6.1	6.6
Италия	3.4	3.1	4.6	4.9	4.6	4.7	3.5	3.1	3.2	3.8
Франция	3.6	4	4.6	2.8	2.6	2.4	2.7	3	3.8	3.5
Канада	8.5	6.8	6.9	7	8	7.6	4.8	3.9	2.8	3.4
Испания	1.5	1.8	2.7	3.1	2.7	3.3	3.9	4.1	5	3.3
Швейцария	1.8	2.6	2.9	3	1.9	2.3	2.7	2.9	3.3	2.8
Русия	0.9	1.6	1.9	3.7	1.9	1.7	2.3	3.4	1.3	2.8

Източник: МТЦ

България е осъществила износ в 2 от десетте най-големи вносителки на резервни части за превозни средства, движещи се по релси – Германия и Франция, в които има тенденция за увеличение на вноса, което доказва правилното позициониране на българския износ и гарантира неговата динамика и в бъдеще.

#### Основни конкуренти на традиционните пазари за българските стоки

### **ГЕРМАНИЯ**

**Германия** – Износът на резервни части за превозни средства, движещи се по релси в Германия съставлява 16,1 % от средногодишния износ (2001 - 2010 г.) и достига 2,3% от годишния износ реализиран от страната ни през 2010 г. Износът на немския пазар на резервни части е динамичен, с постоянен тренд на увеличение(с изключение на слабия спад през 2008 г.). Добрите показатели на развитие на икономиката в Германия дават основания да се прогнозира увеличение на вноса, и българските износители следва да се възползват от тази благоприятна ситуация и да увеличат своите пазарни позиции.



Таблица 50. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Германия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	316	1126	974	1664	7076	11156	0,2
Австрия	260510	215879	363354	415506	495927	1751176	31,3
Чехия	65427	143667	96002	76971	125044	507111	9,0
Унгария	57324	57439	93325	84114	101804	394006	7,0
Швейцария	78914	81486	97879	93258	100016	451553	8,1
Полша	67153	77723	105736	98308	89945	438865	7,8
Испания	21624	27524	59821	53866	87111	249946	4,5
Франция	65594	71461	91047	73452	80623	382177	6,8
Италия	34899	40987	55188	59906	54644	245624	4,4
Китай	3901	8142	17560	24311	42263	96177	1,7
Швеция	40951	35494	44454	17372	35170	173441	3,1
Англия	30761	16906	36616	32545	19827	136655	2,4
Холандия	33148	10701	97393	90519	20036	251797	4,5
Други	85947	9027	111353	105711	120645	513883	9,2

Източник: МТЦ

Цените по вноса на резервни части за превозни средства движещи се по релси в Германия варират значително по доставчици и години. Това е нормално, защото цената на тон отчита количествения фактор, но за стоки с различна добавена стойност. За българския износ се очертава тенденция на нарастване на цените до 2009 г. и спад през 2010 г. През 2011 г. стокообменът с Германия е в размер на 4 976млн.евро. Износът от България за Германия е в размер на 2 412 млн.евро, а вносът от Германия е в размер на 2 564 млн.евро

За 2011 г. износът за Германия заема 11.93% от общия износ (1-во място), а вносът от Германия заема 10.99% от общия внос (2-ро място след Русия).

Таблица 51. Цени по вноса на резервни части, движещи се по релси в Германия (хил. евро/ тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,759	2,069	2,903	3,562	2,234
Австрия	12,758	12,696	13,77	15,274	13,796
Чехия	2,999	4,932	4,548	3,408	2,852
Унгария	7,685	8,744	12,128	17,009	13,937
Швейцария	14,967	11,197	8,419	7,233	7,343
Полша	4,884	5,828	6,183	6,436	6,922
Испания	8,773	6,636	7,273	8,984	8,148
Франция	4,181	3,937	3,96	4,161	4,154
Италия	6,389	6,686	7,674	8,833	7,022
Китай	4,712	3,66	4,393	5,015	10,72



Швеция	9,884	9,443	13,159	12,557	7,724
Англия	12,348	8,141	11,016	9,034	9,082
Холандия	17,452	4,998	21,498	25,186	4,975
Свят	6, 270	6,167	7,539	8,301	6,993

Източник: МТЦ

## ФРАНЦИЯ

Износът за Франция съставлява 12,7% от средногодишния износа на страната на резервни части за 2001 - 2010 г. и 8,3% от износа през 2010 г. След постигнат пик през 2007 г. се очертава тенденция на намаление на вноса като през 2010 г. вносът намалява с 12 пъти в сравнение с 2007 г..

Таблица 52. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Франция

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	815	5667	2305	622	475	9884	0,6
Германия	65887	98403	122584	114100	95474	496448	32,2
Италия	20806	31375	45628	43485	44101	185395	12,0
Чехия	9172	17719	28316	32932	37564	125703	8,1
Испания	21916	26675	35675	46424	27899	158589	10,3
Австрия	20027	15257	19789	20887	22560	98520	6,4
Полша	8996	13591	16513	22500	15875	77475	5,0
Китай	2278	5202	10118	12972	14009	44579	2,9
Белгия	15121	12169	17854	21479	13768	80391	5,2
Швейцария	9969	13029	15093	14483	11980	64554	4,2
Други	19153	26705	43747	40662	70828	201095	13,0

Източник: МТЦ

Цените по вноса на резервни части за превозни средства движещи се по релси варират значително. При вносът на българските стоки се очертава тенденция на нарастване на цените, като през 2010 г. цената на тон продукция превишава тази от 2007 г. с повече от 80%. През 2011 г. стокообменът с Франция е в размер на 1615.7млн.евро. Износът от България за Франция е в размер на 857.3 млн.евро, а вносът от Франция е в размер на 758.4млн.евро

За 2011 г. се наблюдава ръст в стокообмена на годишна база от 28.42% и положително салдо от 98.9 млн. евро.



Таблица 53. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Франция (хил. евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,954	1,400	1,415	2,241	2,555
Германия	6,023	6,376	8,906	8,762	9,949
Италия	8,582	8,837	8,418	10,876	14,715
Чехия	3,758	5,487	5,942	3,814	5,291
Испания	4,623	5,811	5,308	5,828	6,913
Австрия	10,027	20,766	21,315	22,32	18,568
Полша	4,087	5,765	5,329	9,513	10,655
Китай	4,810	3,323	3,408	3,832	7,133
Белгия	1,677	1,926	1,919	1,655	2,443
Швейцария	17,635	18,934	12,449	18,446	15,396
Други	5,190	5,660	6,134	6,113	7,298

Източник: МТЦ

## РУМЪНИЯ

Износът на части за превозни средства от България за Румъния съставлява 29,5% от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г. на страната по тази позиция. Делът на износа от България на румънския пазар е висок, но тренда на изнесените количества по години е неравномерен. В този традиционен сектор влиянието на кризата е много голямо и се изразява в спадане на износа от България през 2009 г. и 2010 г. (само 1,9% от реализирания износ на страната).

Таблица 554. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Румъния (хиляди евро)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	19	14743	36121	9527	462	60872	7,9
Чехия	31816	38317	46431	21850	11283	149697	19,4
Германия	56642	95049	57444	40558	7279	256972	33,4
Австрия	7839	7461	16676	7981	5300	45257	5,9
Унгария	9385	11898	14024	8834	3635	47776	6,2
Италия	1800	3960	1306	300	2905	10271	1,3
Полша	1131	5018	3781	4559	1852	16341	2,1
Швеция	1066	24382	7346	1112	1410	35316	4,6
Франция	4347	6921	7963	7343	1382	27956	3,6
Испания	2962	6210	9041	3531	1296	23040	3,0
Словения	322	2022	4763	2577	761	10445	1,4
Други	8689	21637	44429	9610	1803	86168	11,2
Общ внос	126018	237618	249325	117782	39368	126018	100

Източник: МТЦ



Цените по вноса на резервни части за превозни средства движещи се по релси варират значително. При вносът на българските стоки след постигнатата висока цена за тон внесена продукция през 2006 г., се забелязва спад на цените до 2008 г., като въпреки последвалото увеличение, нивото на цената на тон продукция през 2010 г. не успява да достигне нивото от 2006 г. 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. Тенденциите в двустранния стокообмен за 2011 г., в сравнение с 2010 г. са за увеличение на стокообмена с 36%, увеличение с 20% на износа и с 28% на вноса.

Таблица 55. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Румъния (хил. евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	3,025	1,995	1,951	2,05	2,596
Чехия	1,763	2,235	2,909	3,226	2,307
Германия	7,952	9,775	4,772	4,357	5,926
Австрия	13,277	26,422	5,583	10,797	9,526
Унгария	1,504	4,629	6,774	9,851	13,485
Италия	13,518	14,74	4,904	8,963	4,191
Полша	2,251	2,869	2,294	2,615	1,911
Швеция	8,159	19,72	46,661	36,243	151,691
Франция	4,139	4,741	3,125	5,182	5,178
Испания	3,383	2,842	3,111	3,301	3,232
Словения	3,126	2,799	2,984	2,821	3,746
Други	3,465	4,333	3,108	3,633	3,963

Източник: МТЦ

## СЛОВАКИЯ

Износът на части за превозни средства от България за Словакия съставлява 6,3% от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г. на страната по тази позиция. Делът на вноса на българските стоки на пазара на Словакия е малък- 2,1% за периода 2006 - 2010 г., като се очертава рязко спадане на изнесените количества през 2009 г. и 2010 г.



Таблица 56. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Словакия  
(хил. евро)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	62	4599	11195	28	36	15920	2,1
Чехия	57679	78010	108217	74473	58019	376398	48,8
Германия	8915	16176	33267	26818	22622	107798	14,0
Украйна	71	2026	7452	2259	2472	14280	1,9
Русия	3524	15041	10112	3570	10483	42730	5,5
Австрия	1957	3247	3187	3430	9963	21784	2,8
Полша	167	6146	14687	8433	9181	38614	5,0
Унгария	2424	4911	8402	11623	6372	33732	4,4
Испания	762	2498	3238	2696	669	9863	1,3
Други	9928	20880	31792	25745	22103	22103	2,9

Източник: МТЦ

Цените при внос на резервни части са много вариращи според спецификата на внасяните продукти. През 2006 г., 2009 г. и 2010 г. е осъществен внос на българска продукция в малки количества и средните цени за тези години не са представителни. През 2007 г. реализираната цена за българския внос превишава значително средната цена на всички доставчици. През 2011 г. стокообменът със Словакия е в размер на **29,86** млн.евро. Износът от България за Словакия е в размер на **8,3** млн.евро, а вноса от Словакия е в размер на **21,56** млн.евро

Таблица 57. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Словакия (хил. евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,175	2,354	2,435	0,692	13,555*
Чехия	1,848	1,084	2,963	3,039	3,196
Германия	2,842	4,606	5,373	6,829	5,637
Украйна	1,203	1,755	2,128	2,109	1,929
Русия	1,096	1,448	1,658	1,513	1,621
Австрия	37,092	22,138	8,951	12,677	6,085
Полша	1,602	1,759	2,311	2,626	2,518
Унгария	7,042	4,495	5,918	9,138	5,983
Испания	3,991	4,614	3,417	3,345	3,017
Свят	1,987	1,453	3,035	3,373	3,495

Източник: МТЦ

\*- осъществен е внос само на 2,5 тона продукция

## ПОЛША

Износът на части за превозни средства от България за Полша съставлява 4% от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г. на страната по тази позиция. Очертава се трайно динамично нарастване на износа от България на този приоритетен за нас пазар.

Таблица 58. Внос на части за превозни средства, движещи се по релси в Полша

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	0	830	8871	992	4580	15273	1,8
Германия	37936	56513	60028	72956	77401	304834	36,9
Франция	3405	5204	27727	28868	31175	96379	11,7
Чехия	18228	33241	36141	16036	17690	121336	14,7
Италия	5877	10372	21730	10226	14976	63181	7,6
Словакия	3057	11700	20362	5788	10273	51180	6,2
Австрия	1049	1035	2208	2802	9028	16122	1,9
Швеция	1910	2707	9001	7156	7486	28260	3,4
Украйна	4203	7776	18277	574	2105	32935	4,0
Унгария	4135	3694	5751	4721	3821	22122	2,7
Швейцария	760	95	864	212	2310	4241	0,5
Русия	473	1156	2564	1169	1887	7249	0,9
Словения	992	2787	3372	1681	1985	10817	1,3
Други	5072	9200	17009	12305	9304	52890	6,4

Източник: МТЦ

Цените на вноса на българските резервни части за превозни средства движещи се по релси на пазара на Полша са по-ниски от средните на всички доставчици, но надвишават тези постигнати от Италия, Украйна за целия наблюдаван период.

Таблица 59. Цени по вноса на части за превозни средства, движещи се по релси в Полша (хил. евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България		2,276	2,320	2,568	1,590
Германия	2,472	4,93	3,749	4,681	4,897
Франция	4,739	4,924	10,164	5,131	5,885
Чехия	2,3	3,098	3,623	3,493	3,955
Италия	1,082	1,134	1,386	1,496	1,567
Словакия	2,374	2,610	2,510	3,405	4,480
Австрия	15,183	27,965	7,250	8,201	17,798
Швеция	18,771	18,989	22,742	19,436	29,21
Украйна	0,995	1,146	1,597	1,701	1,331
Свят	2,367	3,002	3,031	4,157	4,188

Източник: МТЦ



### Износ на товарни вагони

За периода 2001 – 2010 г. общият износ на части за превозни средства, движещи се по релси- локомотиви, вагони и др. от България възлиза на **273382 хил.евро**, представляваща 1,4% от световния износ на тази стока и заема 12 (от 130) позиция в ранг-листата на световните износители. Най- големи износители в света са Украйна, Мексико, САЩ, Румъния, Полша, Словакия с дял от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г. съответно от 31,5%, 13,9%, 8,2%, 6,8%, 6,2%, 6,4%. **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**, като увеличението спрямо 2010 г. е с 10.91%. **Износът от България е 361.06 млн. Евро** и бележи увеличение спрямо 2010 г. с 34.9%. **Салдото за 2011 г. е -85.73 млн. евро**

*Графика 11 Страни основни износителки на локомотиви, мотриси, товарни вагони в света за периода 2001 – 2010 г.*



Източник: МТЦ

Основните пазари на които България изнася товарни вагони са: **Германия, Турция, Чехия, Люксембург, Словакия, Унгария**, с дял от 95% за целия период 2001 – 2010 г. През последните години се отбелязва тенденция за установяване на нови пазари като **Словения, и съседните ни Турция и Сърбия**.



В следващата таблица са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техният дял, изразен в % от общия внос, реализиран в света за съответната година :

*Таблица 60 Дял в обема на световния внос, изразен като процент за периода 2001 - 2010 г.*

Вносител	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо в света	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Русия	6.6	17.3	10.5	16.1	27.2	37.8	48	41.6	17.5	51.1
Казахстан	2.3	4.7	3.7	16.3	15.2	13.4	4.9	11.2	12.5	8.7
Германия	17.8	24.3	15.4	12	7.7	6.3	9.5	9.4	17.6	8.2
Австрия	10	8	7.5	6	3.4	2.5	1.9	4.1	5.8	5.1
Канада	9.6	5.3	8.9	5.1	7.4	9.3	5.2	3.8	3.7	4.2
Австралия	0	0.9	0	0.2	1.1	0.5	1.9	3.9	8.2	4.2
Монголия	0		0	0.2	0.2	0	0	0.4	0.3	3.5
Люксембург	2.7	0	1.8	0.3	0.5	0	0.7	0	0.7	2
Франция	1.7	2.5	2	1.6	3.6	3.5	3	3.8	3.9	1.8
Словакия	2.6	4	3.7	3.5	0.9	0.8	1	2	1.8	1.1

*Източник: МТЦ*

За наблюдавания период България е реализирала износ в 3 от десетте най-големи вносители – Германия, Люксембург, Словакия, което гарантира динамично увеличение на износа ни и в бъдеще.

#### Основни конкуренти на традиционните пазари за БГ стоки

Специфичното за пазарите – вносители на плавателни съдове е малкия брой доставчици и заемането на около 70 до 90% от пазарния дял от основните 3 до 5 доставчика.

### **ГЕРМАНИЯ**

Износът на товарни вагони за Германия представлява 50,9% от средногодишния износ на страната по тази позиция за наблюдавания период (2001 - 2010 г.) Износът за Германия е с динамично нарастване като през 2010 г. е реализиран износ близо четири пъти по-голям в сравнение с 2006 г. Данните за растеж на икономическия сектор в



Германия гарантират възможности за увеличаване на износа на български товарни вагони за този пазар и през следващите години.

*Таблица 61 Внос на товарни вагони в Германия*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	14824	41046	36254	53134	56813	202071	14,6
Румъния	12220	54681	88833	118409	44223	318366	23,1
Словакия	22884	49659	100767	91962	41415	306687	22,2
Полша	12788	33233	48933	39427	70954	205335	14,9
Чехия	16791	27775	29179	41713	21769	137227	9,9
Швейцария	13044	18315	6643	22867	21016	81885	5,9
Франция	11185	10182	4652	8199	2997	37215	2,7
Австрия	303	59	48066	552	877	49857	3,6
Белгия	3173	24	380	374	563	4514	0,3
Испания	563	224	539	2349	250	3925	0,3
Други	946	3062	14476	15209	294	33987	2,5

Източник: МТЦ

Цените по вноса на български товарни вагони в Германия се променят с различни темпове през наблюдавания период и варират около средните цени за всички доставчици.

*Таблица 62 Цени по вноса на товарни вагони в Германия (хил. евро/тон)*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,880	1,498	1,895	2,893	2,733
Румъния	2,465	2,279	2,427	2,804	3,93
Словакия	1,908	2,311	2,765	3,501	3,777
Полша	1,425	2,613	3,267	3,855	3,842
Чехия	1,714	1,315	1,589	1,917	2,602
Швейцария	2,667	1,744	0,660	1,372	1,252
Франция	0,829	2,146	1,649	2,975	3,43
Австрия	1,427	1,793	3,355	2,094	2,064
Белгия	0,441	0,486	0,596	0,619	1,029
Испания	2,591	1,945	2,562	3,296	3,842
Свят	1,533	1,929	2,373	2,719	2,942

Източник: МТЦ

## ТУРЦИЯ

Износът на товарни вагони за Турция представлява 11,1% от средногодишния износ реализиран от България по тази позиция. България е с най-висок пазарен дял от



износителите за периода 2006 - 2010 г., но се очертава трайна тенденция за намаляване обемите на българския износ за сметка на увеличениния износ с произход Китай.

*Таблица 63 Внос на товарни вагони в Турция*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	15459	9579	3225	2305	759	31327	46,7
Китай	14026	8	4975	1944	4521	25474	38,0
Германия	756	1443	1691	230	13	4133	6,2
Сърбия	0	0	0	0	611	611	0,9
Англия	0	0	1480	0	0	1480	2,2
Швеция	102	1128	0	0	0	1230	1,8
Чехия	0	0	0	805	0	805	1,2
Финландия	40	0	0	0	0	40	0,1
Франция	6	0	0	37	0	43	0,1
Други	351	377	418	789	0	1935	2,9

Източник: МТЦ

Цените постигнати от българските износители нарастват през целия наблюдаван период и са близки до средните цени на всички вносители.

*Таблица 64 Цени по вноса на товарни вагони в Турция (хил. евро/тон)*

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,080	1,193	1,191	2,378	2,412
Китай	2,227	5,836	4,638	3,547	3,576
Германия	2,979	4,003	3,081	16,492	4,895
Сърбия	0				2,542
Англия	0		1,293	0	0
Швеция	3,530	1,336	0	0	0
Чехия	0	0	0	2,17	0
Финландия	40	0	0	0	0
Франция	0	0	0	6,633	0
Свят	1,447	1,262	1,852	2,623	3,241

Източник: МТЦ

## ЧЕХИЯ

Износът на България за Чехия съставлява 7,7% от средногодишния износ реализиран за периода 2001 - 2010 г. Пазарът се характеризира с концентрация на



вноса от един доставчик – Словакия, което е нормална закономерност и се дължи на специализацията на производството още от времето на обединена Чехословакия.

Таблица 65 Внос на товарни вагони в Чехия

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	229	4985	1827	1567	871	9479	5,3
Словакия	20875	24470	56802	32763	9774	144684	80,5
Германия	410	4576	1484	5	10	6485	3,6
Полша	179	928	545	2144	262	4058	2,3
Румъния	3013	0	0	0	0	3013	1,7
Швейцария	0	0	67	1207	156	1430	0,8
Белгия	228	1115	639	0	0	1982	1,1
Унгария	0	2172	0	0	0	2172	1,2
Хърватска	1672	0	0	0	0	1672	0,9
Франция	331	645	834	0	0	1810	1,0
Други	77	45	825	783	1123	2853	1,6

Източник: МТЦ

Цените по вноса на товарни вагони варират както по години, така и по доставчици.

Таблица 66 Цени по внос на товарни вагони в Чехия (хил. евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	1,392	0,846	1,651	1,670	0,762
Словакия	1,07	2,421	3,598	2,946	1,487
Германия	0,206	1,704	0,855	0,211	3,765
Полша	1,071		3,494	1,873	0,179
Румъния	3,185	0	0	0	0
Швейцария			0,438	0,275	0,237
Белгия	1,093	4,702	840	0	0
Унгария	0	2,488	0	0	0
Хърватска	0,581	0	0	0	0
Франция	0,595	0,891	1,718	0	0
Свят	1,018	1,891	3,05	2,053	1,146

Източник: МТЦ

## ЛЮКСЕМБУРГ

Делът на износа на товарни вагони за Люксембург на база средногодишния общ износ за тази позиция е 9,7%. България успява да навлезе сериозно на този пазар през 2009 г. и 2010 г. след прекъсване на доставките през 2007 г. и 2008 г. и успява да заеме



освободената от Румъния ниша. България следва да продължи с активната си позиция на пазара в тази страна.

Таблица 67 Внос на товарни вагони в Люксембург

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	811	0	0	11681	23313	35805	17,4
Франция	898	21069	12348	14373	28368	77056	37,4
Германия	0	0	43	15923	25803	41769	20,3
Румъния	0	37965	7186	0	0	45151	21,9
Швейцария	0	0	0	0	2967	2967	1,4
Словакия	0	603	0	0	314	917	0,4
Белгия	2313	0	0	0	0	2313	1,1
Испания	0	0	0	63	0	63	0,0
Други	0	0	0	0	0	0	0,0

Източник: МТЦ

Цените при внос на товарни вагони в Люксембург постигнати от българските износители през 2010 г. превишават средните цени на всички вносители и тези постигнати от Германия, Швейцария, Словакия.

Таблица 68 Цени по внос на товарни вагони в Люксембург (евро/тон)

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
България	0	0	0	2949	2810
Франция	1024	755	2555	5801	3166
Германия	0	0	4758		1488
Румъния	0		2580	0	0
Швейцария	0	0	0	0	2592
Словакия	0	2260	0	0	2595
Белгия	973	0	0	0	0
Свят	1024	755	2554	5645	2201

Източник: МТЦ

## УНГАРИЯ

**Унгария** – Износът за Унгария представлява 5,9% от общия средногодишен реализиран износ от страната ни на товарни вагони (периода 2001 - 2010 г.). През 2009 г. и 2010 г., България увеличава пазарния си дял за сметка на оттеглянето на Румъния.



Таблица 69 Внос на товарни вагони в Унгария

Износители	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	общо	%
България	1936	7519	945	5418	4257	20075	31,2
Сърбия	1623	1184	2362	0	615	5784	9,0
Германия	3325	5015	292	0	16	8648	13,4
Австрия	0	40	0	0	0	40	0,1
Чехия	0	97	0	283	0	380	0,6
Франция	0	0	4	1	0	5	0,0
Норвегия	0	0	0	5	0	5	0,0
Полша	88	0	0	0	0	88	0,1
Румъния	7042	22241	0	47	0	29330	45,5
Словакия	0	0	50	0	0	50	0,1
Други	0	0	0	0	0	0	0,0

Източник: МТЦ

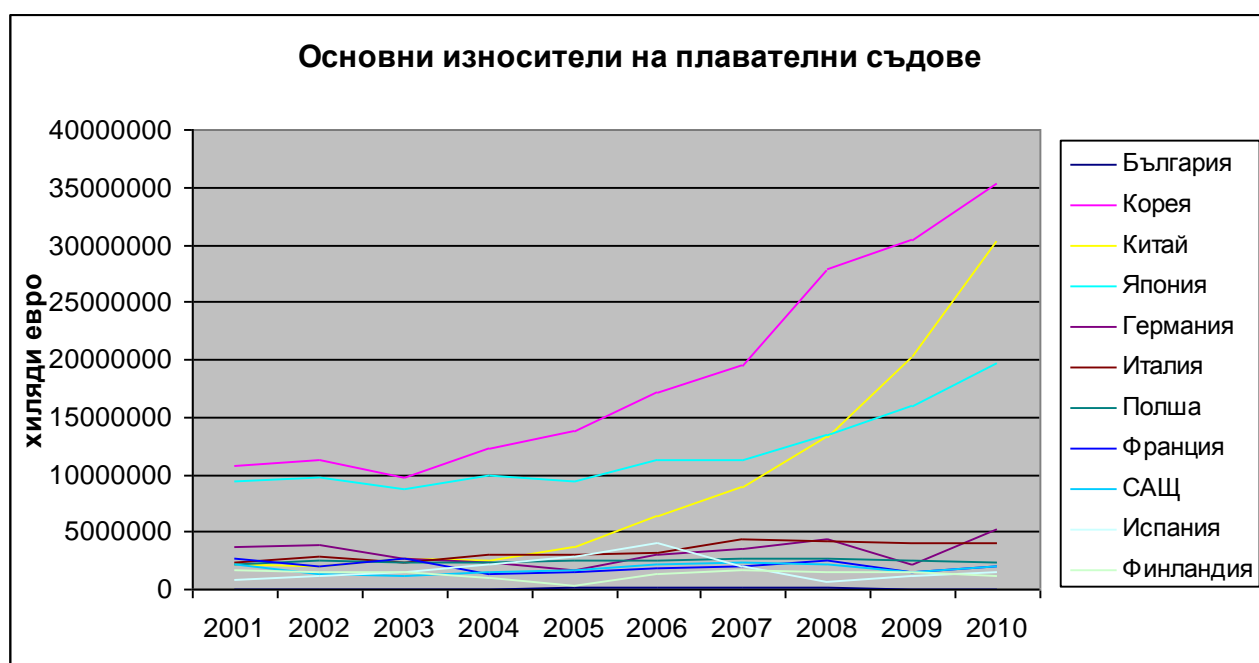
Анализът на данните за приоритетните пазари за българския износ на товарни вагони показва че:

- Основните пазари на които България изнася товарни вагони са от ЕС – Германия, Чехия, Люксембург, Словакия, Унгария, Словения;
- България е осъществила износ в 20 страни, като се откроява тенденция за последните години за проникване и установяване на нови пазари в съседните ни извън ЕС- Турция и Сърбия;
- Пазара на товарни вагони се характеризира с голяма специализация и сравнително малък брой на вносителите на един пазар(между 5 и 15);
- Основните конкуренти на България по отношение на износа за пазарите в ЕС са Германия, Румъния, Полша, Словакия;
- Основни конкуренти на България извън ЕС са Китай, Германия, Сърбия;
- България е сред първите пет доставчици на всички от посочените пазари, като в Турция реализира почти половината от вноса.

### Износ на плавателни съдове

За периода 2001 - 2010 г. общият износ на плавателни съдове и платформи от България, представлява 0,10% от световния износ на тази стока и заема 61 (от 226) позиция в ранг-листата на световните износители. Най- големи износители в света са: Корея, Япония, Китай, Германия, Италия, Полша, с дял от средногодишния износ за периода 2001 – 2010 г., съответно от 25,5%, 16,1%, 12,5%, 4,4%, 4,5%, 3,3%.

*Графика 12 Страни основни износителки на плавателни съдове в света за периода 2001 - 2010 г.*



Източник: МТЦ

В таблица 70 са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техния дял, изразен в % от общия внос, реализиран в света за съответната година :

*Таблица 70. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г.*

Вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо в света	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Германия	9.8	4.3	8	5	11	20	8.7	13.2	11.5	20.1
Либереия	23.3	20.9	13.9	10.6	13.6	13	13.8	11.1	16.3	16.1
Маршалски острови	5.9	8.2	7.3	4.1	8	6.1	12.2	13.7	18.6	12.1
Гърция	7.4	14.3	16.6	7.2	5.5	8	8.7	5.2	9.4	5.5



Вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Италия	3.5	2.5	5.1	2.4	1.4	2.2	2.5	4	3.2	5
Норвегия	7.3	2	3.8	2.4	2.9	2.5	3.6	6	2.3	4.2
Корея	2	1.9	1.8	2.5	3.4	2.1	4.3	5.3	4.8	3.6
Англия	0.7	0.1	0.4	0.1	0.1	0.1	1.3	0.1	0.1	3.2
Полша	4.5	7.6	7.7	7.7	5.2	3.7	3.9	3.6	3.6	3
Дания	2.3	1.9	2.3	2.7	2.6	1.6	0.9	2.9	2.6	1.9

Източник: МТЦ

България следва да насочи усилията си за проникване на пазарите на Германия, Норвегия, Италия, в които има увеличение на дела на вноса в световен мащаб за наблюдавания период и които са традиционни търговски партньори на България

От таблица 71 се посочват конкурентите на основните пазари на износ и внос на български плавателни съдове на база осъществения износ за периода 2001 - 2010 г.

Таблица 71. Основни вносители на плавателни съдове на традиционни пазари на България

Холандия		Алжир		Турция		Панама		Индия	
износител	%	износител	%	износител	%	износител	%	износител	%
Китай	36,4	Корея	46,2	Корея	37,7	Япония	46,2	Корея	63,8
Румъния	10,3	Япония	43,3	Китай	19,4	Корея	19,9	Норвегия	20,8
Украйна	9,1	България	7,1	Германия	8,4	Китай	6,5	Китай	3,6
Сърбия	8,7	Дания	2,4	Япония	8,3	Франция	4,8	Дания	2,7
Русия	7,6	Холандия	1,0	Словакия	8,1	Дания	0,9	Оман	1,3
Турция	5,9			Русия	7,3	Германия	0,4	Шри Ланка	1,3
Полша	5,8			България	1,4	България	0,1	Русия	0,7
Чехия	3,8							България	0,6
Хърватска	3,7								
Гърция	2,7								
България	0,8								

Източник: МТЦ и МИЕТ

### Износ на яхти и други лодки за отдах

Износът на яхти и други лодки за износ от България е с дял 3,1% от общия износ на България на плавателни средства за периода 2001 - 2010 г. Тази стока не е определена за приоритетна поради малкия обем на износа, но даваме информация и за нея, защото я смятаме за перспективна и динамично развиваща се. Търсенето на



люксови стоки, каквито са яхтите и лодките за отдых е добра пазарна ниша, с очертано повишено търсене, която би следвало да се проучи от нашите МСП, работещи в областта.

В следващата таблица са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техният дял изразен в % от общия внос реализиран в света за съответната година :

Таблица 72. Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г.

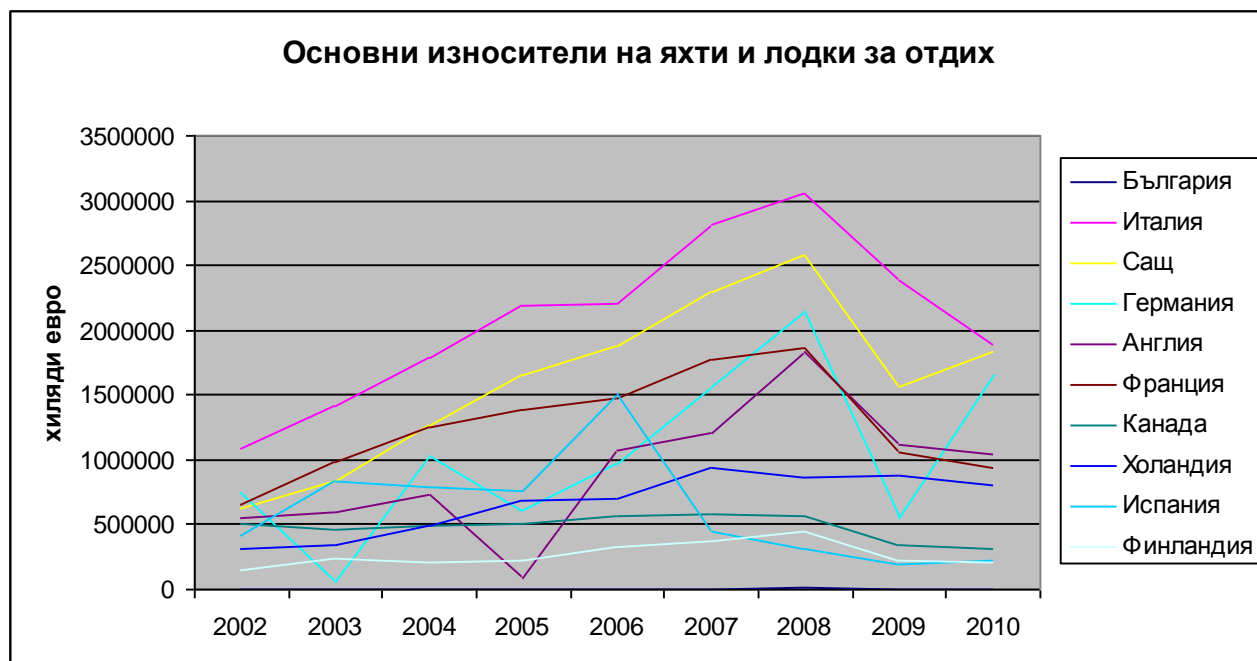
Вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо в света	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Испания	9.5	10	14.6	13.1	11.1	14.4	4.8	4.2	2.8	16.8
Франция	9.5	10.9	7.9	7.5	8.8	8.7	7.7	7.6	8.1	7.8
САЩ	23.2	21.5	17.2	13.8	13.5	10.9	11.3	8.8	8.8	7.1
Каймански острови	5.4	6.8	10.9	6.2	8.3	12.5	4.6	9.9	6.8	6.8
Канада	4.2	4.1	4.1	4.2	4.9	5	6.3	5.6	5.3	5.5
Катар	0	0	0	0	0.2	0.1	0.2	0.3	0.2	4.5
Италия	6.3	5.9	8.2	9.8	10.4	7	8.7	8	5.7	4.3
Австралия	1.8	1.5	1.5	2.7	3.3	2.8	3.3	3.7	2.9	4.1
Гибралтар	6.1	6.8	2.4	1.4	1.7	2.8	9.6	5.3	4.9	4.1
Англия	3.2	3.5	4.9	4.5	5.4	3.1	5.1	3.6	4	3.2

Източник: МТЦ

За наблюдавания период България е осъществила износ за САЩ, един от най-големите вносители на яхти и лодки за отдых в световен мащаб на база реализиран внос за целия период от 2001 г. до 2010 г.

Най- големи износители в света са: Италия, САЩ, Германия, Англия, Франция, Канада, с дял от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г., съответно от 17%, 14%, 9,5%, 8,7%, 9,8%, 5,8%.

*Графика 13 Страни, основни износителки в света на яхти и други кораби и лодки за развлечение за периода 2001 - 2010 г.*



Източник: МТЦ

За периода 2001 - 2010 г. общият износ на яхти и други лодки за отдиш от представляваща 0,10% от световния износ на тази стока и заема 61 (от 226) позиция в ранг-листата на световните износители.

### Износ на превозни стоки за въздухоплаване и космонавтика

Специфика на пазара с тези стоки е концентрация на износа в производителките на Боинг и Ербъс – САЩ и Европа, които заемат дял от 85% (съответно 42% и 43%) от общия световен износ.



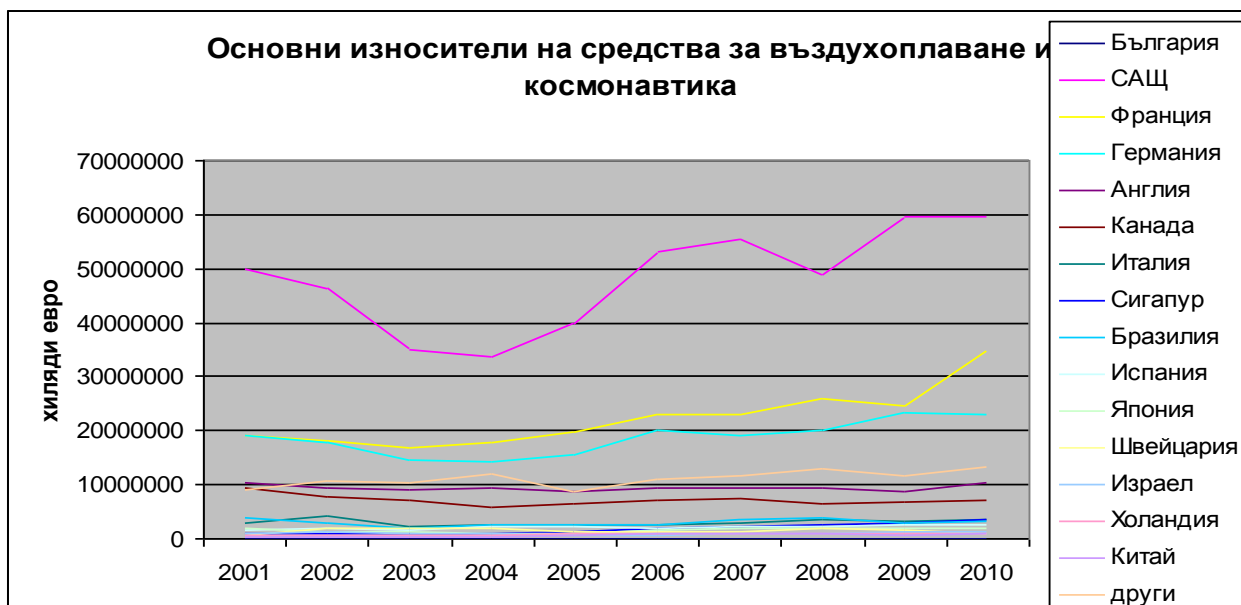
Таблица 73. Най-големи износители в света на въздухоплавателни средства

Износители	общо	% от средногодишния износ
България	160326	0,01
САЩ	481806469	36,33
Франция	223361649	16,84
Германия	186956565	14,10
Англия	93835342	7,08
Канада	71606012	5,40
Италия	30818728	2,32
Сингапур	18245218	1,38
Бразилия	30861210	2,33
Испания	20986033	1,58
Япония	15843856	1,19
Швейцария	14670657	1,11
Израел	9931319	0,75
Холандия	8311521	0,63
Китай	7117749	0,54
Други	111649926	8,42

Източник: МТЦ

За периода 2001 - 2010 г. общият износ на въздухоплавателни превозни средства от България възлиза на **160324,35 хил.евро**, представляващи 0,01% (също 0,01% през 2010 г. при 0,04% през 2006 г. ) от световния износ на тази стока и заема 65 (от 230) позиция в ранг-листата на световните износители. Най-големи износители в света са: Корея, Япония, Китай, Германия, Италия, Полша, с дял от средногодишния износ за периода 2001 - 2010 г., съответно от 30,86%, 22,04%, 15,33%, 4,21%, 3,24%, 3,30%.

Графика 14 Страни основни износителки в света на въздухоплавателни превозни средства за периода 2001 - 2010 г.



Източник: МТЦ

От износа на България като перспективна за износ е позиция 8802- Други въздухоплавателни превозни средства (например хеликоптери, самолети); космически превозни средства (включително спътниците) и др., заемаща близо 80% от износа на въздухоплавателни средства от страната ни.

В таблица 74 са посочени основните 10 вносители в световен мащаб и техния дял изразен в % от общия внос реализиран в света за съответната година :

Таблица 74 Дял в обема на световния внос изразен като процент за периода 2001 - 2010 г.

Вносители	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Общо свят	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Германия	14.2	13.2	15	16.3	18.3	18.3	12.4	13.2	17	16.9
Франция	3.8	4.2	2.5	3.2	3.2	3.8	4.9	3.2	4.5	12.6
Китай	6.2	5.1	6.2	6.1	8.4	11.1	10.6	8.1	10.3	11.3
САЩ	25.2	23.4	22.1	17	15.9	12.3	15.3	11.8	10.3	9.4
Ирландия	1.2	2.1	1	2.1	3.2	1.7	3.5	2.6	5.7	3.3
Индонезия	0	0.1	0.1	0.3	0.6	1	1.8	1.7	3.5	3.3
Япония	1.5	4.6	5.6	4.3	5.1	3.8	4.8	3.6	3.7	2.9
Турция	0.2	0.2	0.1	1.6	0.2	1.5	1.1	1.4	1	2.8
Канада	4.3	4.7	2.9	2.2	4.1	2.7	4.5	3.2	2.2	2.2
Индия	0.2	0.2	1.2	1.1	1.9	4.9	2.4	10.7	4.8	2.1

Източник: МТЦ

Основните пазари на които България изнася въздухоплавателни средства са: **Армения, Украйна, Австрия, Дания, Литва, Русия** с дял от над 80%% за износа през 2010 г.

### Основни конкуренти на традиционните пазари за БГ стоки

#### **АРМЕНИЯ**

Армения – това е основен пазар за износ на въздухоплавателни средства, реализиран от България през 2010 г. с дял от 64% в износа на тази позиция през тази година.

*Таблица 75 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Армения*

Износител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо	%
Германия	0	0	0	50892	0	50892	40,23
Франция	0	0	46417	0	0	46417	36,69
Тайланд	0	0	0	0	13179	13179	10,42
Канада	0	0	0	0	6177	6177	4,88
България	0	0	0	0	4442	4442	3,51
Австрия	3081	0	0	0	0	3081	2,44
Украйна	818	0	0	0	1500	2318	1,83
Други	0	0	0	0	0	0	0,00

Източник: МТЦ

#### **УКРАИНА**

Украйна – реализираният в Украйна износ през 2010 г. бележи спад с 63% спрямо износа реализиран от България през 2009 г., но размерът му надвишава два пъти предкризисното ниво от 2008 г. За поглъщателната способност на украинския пазар, износът от България е минимален и не би следвало да е проблем за българските фирми да възвърнат позициите си при правилна маркетингова политика.



Таблица 76 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Украйна

Износител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо	%
Германия	20587	58	904	124126	74724	220399	24,15
Франция	20010	15061	104028	0	9919	149018	16,33
Чехия	17068	23788	34783	1697	32025	109361	11,98
Канада	0	0	24183	0	22212	46395	5,08
Румъния	320	4385	9939	2000	4000	20644	2,26
Австрия	14	2644	481	0	9462	12601	1,38
Литва	90	33	41	130	31	325	0,04
България	0	6	449	1497	935	2887	0,32
Други	63091	104947	127294	55601	198	351131	38,47

Източник: МТЦ

**АВСТРИЯ**

Австрия – делът от българския износ на въздухоплавателни средства в Австрия през 2010 г. е 6% от общия износ за страната, но делът му за австрийския пазар е незначителен.

Таблица 77 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Австрия

Износител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо	%
Германия	294273	500961	746521	693636	212025	2447416	50,04
САЩ	228565	394078	278525	17	616	901801	18,44
Канада	107007	27351	208605	198622	196536	738121	15,09
Франция	225552	33060	101060	27964	2147	389783	7,97
Бразилия	0	24485	0	84900	33874	143259	2,93
Швейцария	15546	98807	6072	4329	8523	133277	2,72
Италия	95	6434	6552	8778	4144	26003	0,53
Дания	0	0	0	448	1222	1670	0,03
България	0	0	0	0	416	416	0,01
Други	62900	25221	11486	8170	1754	109531	97,76

Източник: МТЦ

**ДАНИЯ**

Дания – дял от българския износ през 2010 г. от 2,9 %, заемащ незначителен дял от пазара на Дания:



Таблица 78 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Дания

Износител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо	%
САЩ	296156	422258	474169	405707	211603	1809893	51,62
Канада	32477	161710	126216	215733	23191	559327	15,95
Швейцария	26985	38691	117197	127339	59597	369809	10,55
Англия	130004	5227	3916	19700	2910	161757	4,61
Германия	10740	71642	1590	27385	4330	115687	3,30
Франция	157	36143	9872	27709	42255	116136	3,31
Норвегия	0	3621	17665	25122	8885	55293	1,58
Италия	0	997	1999	17972	1370	22338	0,64
България	0	0	0	0	211	211	0,01
Други	204037	77017	37632	75409	43503	437598	8,44

Източник: МТЦ

**ЛИТВА**

Литва – през 2008 г. България е реализирала износ, заемащ пазарен дял в размер на 7%, което определя пазара като перспективен за българските износители.

Таблица 79 Внос на въздухоплавателни превозни средства в Литва

Износител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо	%
САЩ	31778	75133	76939	16	18760	202626	49,27
Русия	14006	38182	9427	1788	1333	64736	15,74
Италия	63	77	30307	33311	0	63758	15,50
Англия	65	0	20382	3864	161	24472	5,95
Германия	20641	570	216	103	1759	23289	5,66
България	0	0	9981	0	0	9981	2,43
Франция	0	2185	0	4017	0	6202	1,51
Чехия	505	2337	587	0	0	3429	0,83
Дания	0	0	3635	0	0	3635	0,88
Други	1148	5415	739	1755	108	9165	2,23

Източник: МТЦ

**РУСИЯ**

Вносът в Русия има дял от 19% от средногодишния износ за периода 2001-2010 г. на България. Обемът на износа за този традиционен партньор варира много през годините като през 2010 г., съставлява само 0,3% от общия износ по тази позиция за тази година. Обемът на износа на български въздухоплавателни средства, реализиран за Русия за целия период 2001 - 2010 г., съставлява само 0,6% от вноса на Русия за

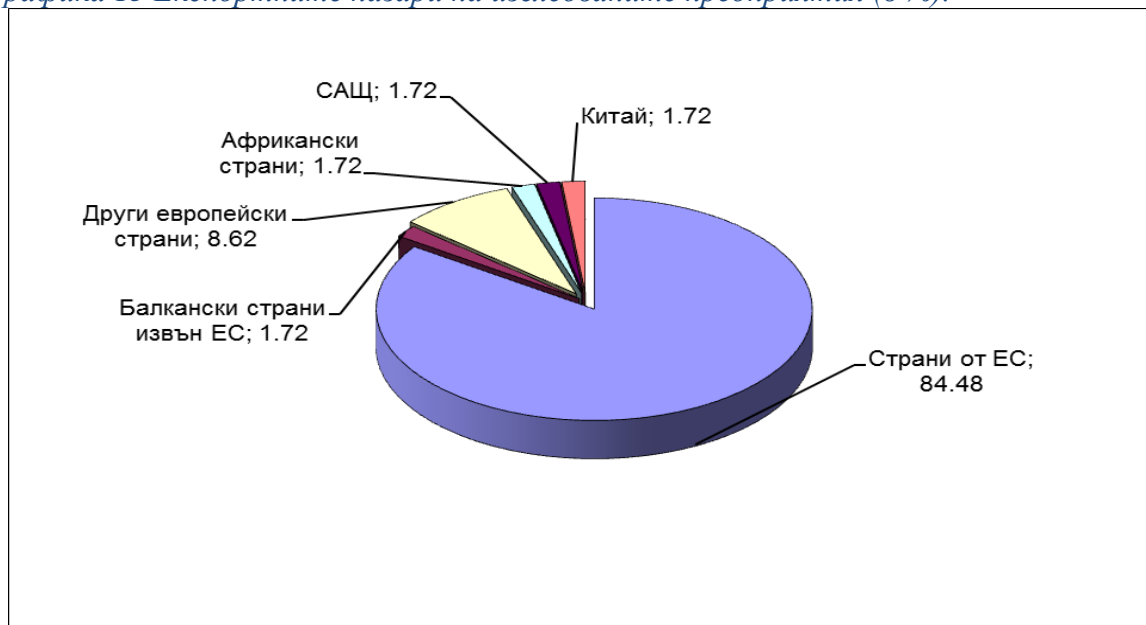
същия период. Основни износители на руския пазар са САЩ, Франция, Германия, Канада, Китай, както и Чехия, Полша, Украйна.

### **Изводи:**

- Пазарния дял на България на пазарите на Армения е 3,5%, а на Литва- 2,4%, което ни включва сред основните доставчици( съответно пети и шести)
- Основните конкуренти на България в ЕС и извън ЕС са основните производители и износители на въздухоплавателни средства- Германия, Франция, САЩ, Канада.

**Ръководителите на 21 броя МСП**, в които е извършено социологическото проучване, включващи 28,4% от МПС в сектора през 2010 г., потвърждават направените основни изводи от анализа на пазарите на избраните експортни продукти на сектора. Също така, те потвърждават и оценките за пазарното присъствие на страната ни на основните пазари на съответните продукти и основните им конкуренти.

*Графика 15 Експортните пазари на изследваните предприятия (в %).*

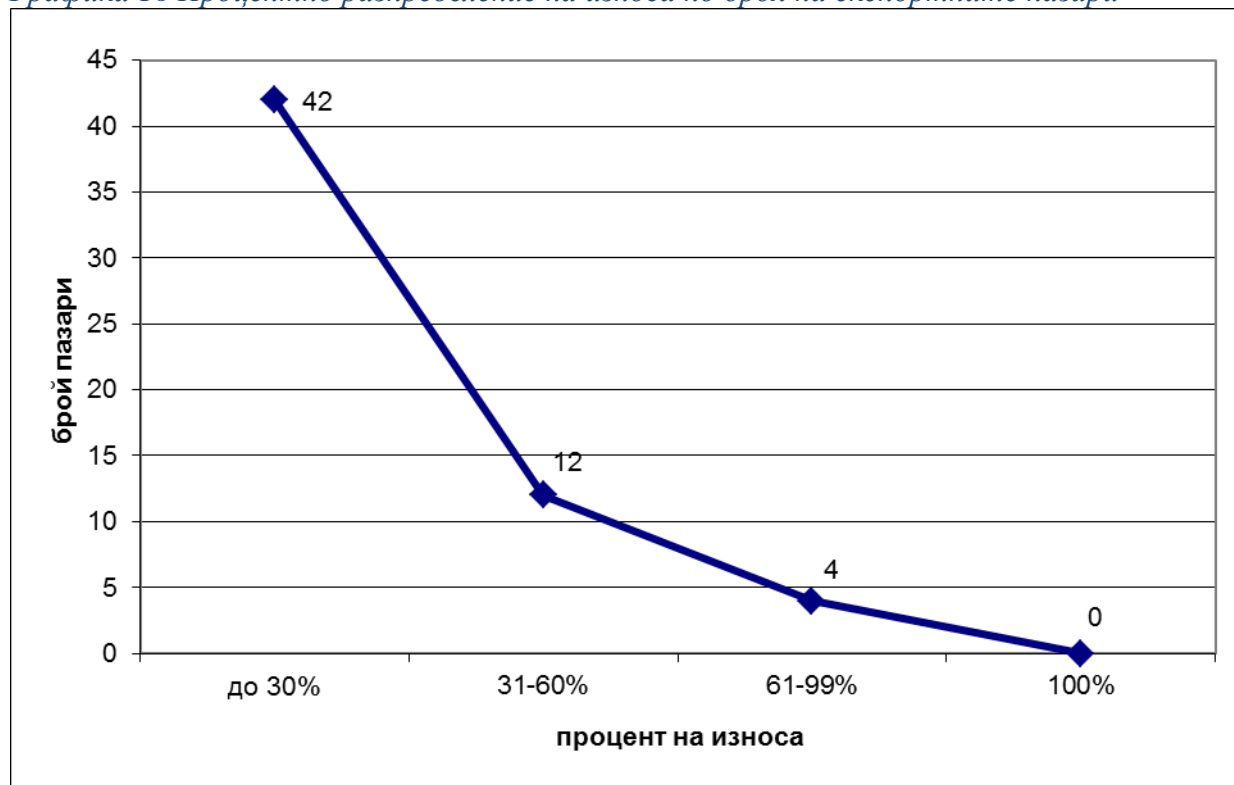


*Източник: Социологическо проучване*



От приложената графика 15 се вижда, че основна дестинация на експортните пазари на изследваните предприятия е ЕС (84,5%). Останалите експортни дестинации са с незначителен дял. Изследваните предприятия реализират износ в 58 страни, сред които на първо място се нарежда Гърция, следвана от Германия и Румъния.

Графика 16 Процентно разпределение на износа по броя на експортните пазари



Източник: Социологическо проучване

Най-многобройни са пазарите, на които експортът е до 30%. Данните показват, че всички изследвани предприятия изнасят най-малко на 2 пазара. Около 50 % от фирмите имат експорт в три различни страни, а около 1/3 имат четири експортни дестинации.

Основните конкуренти на световните пазари за изследваните предприятия в рамките на социологическото проучване са страните от ЕС. Те са най-вече от ЕС 15-основно Германия и Италия и от ЕС 12- Полша и Румъния.

Водачи сред конкурентите от страни извън ЕС са Китай и Турция. Важно е да се отбележи, че управленците посочват като сериозни конкуренти при експорта редица страни от Далечния Изток. Изброени са Индия, Корея, Малайзия, Тайван, Пакистан, Япония. Общият им дял е 33,3 %. Ако към тях се добави и Китай става ясно, че най-сериозните „съперници“ на българските предприятия от сектора са страните от Азия

С изключение на Румъния не се посочва конкуренция от съседните на България страни, което означава, че именно на Балканския полуостров могат да се търсят пазарни ниши за продуктите, предлагани от сектора.

Мненията на респондентите, свързани с основните предимства на техните конкуренти на международните пазари са детайлизирани. За страните-членки на ЕС, основните предимства са високото качество, високото технологично ниво, притежанието на документи за покрити евро стандарти (задължително за превозните средства), изградените и поддържани контакти, доброто име. Споменават се също и по-добрата държавна политика и мощната подкрепа от нейна страна. За конкуриращите страни извън ЕС като по-важни предимства се налагат ниските цени на суровините и стоките, ниските разходи за труд и държавните дотации (особено Китай).

„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.

Таблица 80 Фактори за перспективността на экспортните пазари

Перспективен пазар	Брой фирми, за които пазарът е перспективен	Защо е перспективен
Европейски съюз	2	Развита инфраструктура Добра платежоспособност
Италия	3	Нарастващо търсене Много от малките фирми фалират и се освобождава пазар 1 непосочил
Германия	2	По-ниски цени на добро качество По-високия стандарт е обвързан с по-висока себестойност на изделията



Англия	1	Поддържа конкурентни цени и добро качество
Холандия	1	Поддържа конкурентни цени и добро качество
Румъния	2	Близко до България, по-лесно се случват нещата Нямат собствени фирми за производство
Турция	1	Непосочил
Русия	3	Поръчките са в големи количества Развитие на КРС Цените на предлаганите услуги са по-конкурентоспособни
Европа	1	По-близко Лесен достъп Имат потребност от иновации
България	1	Внесе се много и разнородна техника, за която липсват части
Не знаем	1	Кризата налага да сме по-гъвкави с промяната на обстоятелствата

*Източник: Социологическо проучване*

Относно очакваните промени в износа на предприятието през следващите 5 години, анализът показва, че ръководителите на фирмите са умерени оптимисти като по-малко от половината предвиждат увеличение на износа с бавни темпове. Тежката икономическа ситуация в Европа, където са основните пазари за сектора, очевидно е причина около 1/3 да не могат да преценят в коя посока ще се развие експорта. От друга гледна точка, сравнително високият дял на ръководителите, които не могат да преценят как ще се развива износът на техните фирми, вероятно означава също, че те нямат разработена адекватна експортна стратегия, която е още по-необходима именно във време на нестабилност и кризи.

Положителен е фактът, че 71,4 % от изследваните предприятия от бранша имат ясна и добре обоснована експортна стратегия. Но 28,6 % не разполагат с такава. Последното кореспондира напълно с визията на ръководителите за посоката, в която ще се развива експортът на техните фирми – 33,3 % са посочили, че не могат да преценят как ще се развива износът им. Следователно, необходимо е тези близо 1/3 от фирмите в сектора да бъдат подпомогнати за разработването на експортни стратегии.



Относно производствения капацитет на фирмите, свързани с възможностите им за експорт и нагласата на управленските екипи за реализиране на износ сочат, че 57,1% от тях имат достатъчен капацитет за експортно производство, което налага модернизиране на производството. Но един висок процент (42,9 %) са на мнение, че към момента техните фирми нямат адекватна възможност да произвеждат стоки за износ. За да се постигне успешен и конкурентен експорт обаче не е достатъчно само това, че 90,5 % от управленските екипи имат нагласата и волята за реализиране на износ на произведените продукти. Необходимо и задължително е също така да се повиши технико-технологичното равнище на сектора, което би премахнало една съществена пречка пред фирмите за реализиране на успешен експорт.

Във всички изследвани предприятия управленските екипи имат единна воля да реализират износ на произвежданите от тях продукти.

Но развитието на експортния потенциал е свързано и с възможностите за внедряване на нови продукти. Делът на предприятията, реализирали нов продукт на пазара след 2007 г. е 57,1% от участвалите в изследването. В това отношение обяснимо е, че ръководителите посочват като един от най-критичните факторите за успеха на износа липсата на собствена развойна база. Може би това е и причината повече от половината предприятия да не инвестират в развойна дейност. Инвестициите са ориентирани най – вече към разширяване дейността на съществуващото предприятие (52,6 % от отговорите). Следват диверсификация на продукцията на съществуващото предприятие чрез добавяне на нови продукти (26,3 %) и стартиране на нова дейност в друг сектор (15,8 %). Само едно предприятие инвестира във фундаментална промяна на цялостния процес.

За да се засили експортната ориентация на МСП от сектора от съществено значение е и рекламата. В тази връзка сравнително малка част от предприятия (38,1%) използват портали за реклама и електронна търговия. Преобладават предприятията, които чрез портали реализират до 10 % от експорта си.

Собствена търговска марка имат малко над половината от изследваните предприятия (52,4%). Притежатели на международни сертификати ISO; OHSAS; LTF-L; LTF-UL са 61,9% от фирмите.

Въз основа на извършените анализи на статистическа информация и резултатите от социологическото проучване може да се направят следните общии изводи за сектора:



- Българските износители са ориентирани предимно към големите световни пазари на изследваните продуктови групи;
- Страните от ЕС са основен пазар, с потенциал за развитие за нашите стоки от анализирания сектор;
- Основните конкуренти на нашия износ за ЕС са големи износители на същата продуктова група от ЕС и Азиатските страни. За пазари извън ЕС се конкурираме освен с големите износители от ЕС и с Китай, САЩ, Япония, Швейцария, Турция, Тайланд, Малайзия, Пакистан, Тайван, Корея;
- Експортните дестинации, към които са ориентирани МСП от сектора са от нашия географски регион - Германия, Италия, Франция, Холандия, Белгия, Чехия, Люксембург, Полша, Словакия, Унгария, Австрия, Румъния, Гърция, Турция, Сърбия, Русия, Украйна, който може да се определи като едно от най-важните пазарни направления за износа на сектора;
- Предприятията от бранша, освен от Румъния, нямат сериозна конкуренция в рамките на Балканския полуостров;
- Българският износ се счита за конкурентоспособен, с добро съотношение на качество и цена;
- Липсата на квалифицирани специалисти с външнотърговска експертиза е един от проблемите, свързани с износа от МСП от сектора.

## ДОПЪЛНИТЕЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ОПРЕДЕЛЕНИТЕ ПРИОРИТЕТНИ ЕКСПОРТНИ ПАЗАРИ

---

За подпомагане подготовката на експортните стратегии на МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” тук е направен анализ на:

- Производството на превозни средства, без автомобили, в ЕС;
- Основни икономически показатели на приоритетните пазари;

### *Производство на превозни средства, без автомобили в ЕС*

Производството в ЕС на превозни средства без автомобили през 2009 г. обхваща около 14 000 броя предприятия, които осигуряват заетост на близо 750 000 работещи в тях. Средният брой заети в едно предприятие възлиза на 53 бр. По данни на Евростат през 2009 г. приносът на сектора за ЕС-27 е значителен, с оборот от 159 537 млн. евро и генериращ 43 239 млн. евро добавена стойност. Производството на превозни средства без автомобили заема дял от около 1% от създадената добавена стойност и осигурява заетост на 0,7% от работещите в нефинансовия сектор на ЕС 27. Най-голям дял в създадената добавена стойност от сектора в ЕС имат Германия, Франция, Великобритания. Производството в сектора е съсредоточено в големи фирми, като МСП създават само 13,8% от добавената стойност през 2006 г., за разлика от създадената добавена стойност от МСП в нефинансовия сектор, възлизаща на 57,9%. Производителността на труда измерена като произведена добавена стойност на 1 зает през 2009 г. възлиза средно на 58 хил. евро в сектор производство на превозни средства без автомобили (38 хил. евро в производството на плавателни съдове, 56 хил. евро при производството на превозни средства движещи се по релси, 129,5 хил. евро в авиостроенето).

В ЕС-27 Франция и Италия са най-големите производители в корабостроенето (по създадена добавена стойност). По значение на заетостта, корабостроенето е важно за Полша и Румъния. С най-голяма специализация се отличават България, Латвия и

Финландия, при които корабостроенето генерира повече от половината от добавената стойност в сектора.

Производството на локомотиви, мотриси, вагони и части за тях в ЕС 27 с най-голям дял от около 27% е Германия, следвана от Франция и Италия с по около 10%. Румъния е с висока специализирана в това производство генериращо 0,5 % от добавената стойност на нефинансовия сектор в страната. С голям дял е също производството на локомотиви, вагони и за Чехия, Латвия, Словения, Унгария.

Производството на превозни средства за въздухоплаване и космонавтиката е съсредоточено в световен мащаб в ЕС и САЩ- основните производителки на Ербъс и Боинг. Производството е едно от най-значимото в областта на развойната дейност и иновациите.

В ЕС 27 Производството на велосипеди и мотоциклети нараства с годишен темп около 2-3 % през периода 2006 - 2010 г., в него през 2009 г. работят около 3200 предприятия, основно МСП, които създават близо 2400 млн. добавена стойност. Най-голям производител е Италия с дял от над 45% от добавената стойност в ЕС.

МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили“, участвали в социологическата анкета посочват че 81,8% от износа им е за страните от ЕС.

В следващата таблица са представени основни показатели, характеризирани производството на Превозни средства без автомобили, в страни от ЕС, които са основни пазари и конкуренти на други пазари за нашите износители от сектор С30.



Таблица 81. Основни показатели за производството на превозни средства, без автомобили, в страни от ЕС.

Страни	Брой Предприятия	Оборот (млн. евро)	Добавена стойност (млн. евро)	Брой заети	дял от прераб. пром.	дял от заетите в прер. пром.	брутни инвест./ 1 зает	Коефиц инвестиране (брутни инвест./добавена стойност (%))
Е-27	14000	159536.83	43239.04	7471*				11*
България	86	195.6	49	6147	1.1	1.1	2.3	28.4
Германия	948	29819.4	8118	113640	2.2	1.7	6.8	9.5
Франция	940	41043.5	10530	.	6.0			
Гърция	443	612.0	394.3	7603	1.3	1.9	3.4	6.5
Италия	3055	21005.5	5163.1	97995	3.1	2.4	7.4	14.0
Румъния	434	1643.2	437.1	38258	3.3	2.9	5.0	38.7
Полша	1427	2889.5	1134.7	49632	1.6	2.0	3.7	16.3
Холандия	1184	7033.1	1322.6	18228	3.0	2.5	4.6	6.3
Словакия	45	337.1	83.6	3906	0.8	1.0	12.2	56.8
Чехия	459	1701,3	488,8	19071	1,5	1,6	5,1	20

Източник: Евростат

\*- средно за една страна от ЕС





## *Информация за определените в анализа приоритетни пазари за МСП от сектор С30*

### *1. Държави-членки на ЕС*

#### **ГЕРМАНИЯ**

**Германия** е традиционен търговски партньор на страната ни и е основен пазар за сектор С30. Германия, трета световна сила, е един от най-големите вносители и износители на превозни средства, без автомобили. Страната е нетен износител както в търговията вътре в ЕС, така и в тази с трети страни. С население от близо 82 млн. (най-населената в ЕС) при висока заетост, цени превишаващи средните за ЕС, германският пазар е с голяма покупателна способност и за стоките за потребление. Германия почти е достигнала целта за разходване на 3% от БНП за изследователска и развойна дейност което подпомага разработването на иновационни технологии. През 2010 г. делът на износа за Германия от общия износ на България е 10,6%, а делът на вноса от Германия е 11,7% от общия ни внос. Германия е водещ чуждестранен инвеститор в България. По данни на БАИ за периода 1996 - 2010 г. германските инвестиции са на обща стойност 2548.0 млн.евро, с което Германия заема 5-то място в ранг-листата на водещите чуждестранни инвеститори.

Според класацията на Световния икономически форум Германия заема 6-то място от 142 страни, като отстъпва едно място спрямо предходната година **по** индекс на конкурентоспособността (*Global Competitiveness index, 2011 - 2012 rankings, World Economic Forum*).



Таблица 82. Основни икономически показатели за Германия

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	71,1	72,9	74	74,2	74,9
Ниво на безработица %	10,3	8,7	7,5	7,8	7,1
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	102,6	101,7	103,5	106,1	104,3
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	115	116	116	116	118
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението (Purchasing Power Standard per inhabitant)	27300	28900	29000	27200	28800
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	2,54	2,53	2,69	2,82	2,82

Източник: Евростат, Световна банка

За българските МСП е важно да запазят и развият контактите си с предприятия от Германия, с цел обмяна на добри практики, коопериране за по-голяма специализация на производството, за увеличаване на износа. През 2011 г. стокообменът с Германия е в размер на 4 976млн.евро. Износът от България за Германия е в размер на 2 412 млн.евро, а вносът от Германия е в размер на 2 564 млн.евро

За 2011 г. износът за Германия заема 11.93% от общия износ (1-во място), а вносът от Германия заема 10.99% от общия внос (2-ро място след Русия).

## ИТАЛИЯ

Италия е традиционен търговски партньор на България. Със своите 60 млн. жители с добра покупателна способност, италианския пазар (на база БВП/ глава от населението; северната част на Италия е един от най-богатите региони в Европа) представлява добра възможност за реализация на производството на българските стоки от сектор С30. Италия е нетен вносител и при вътрешно съюзната търговия и при международната търговия. Докато през 2009 г. спрямо 2004 г., Италия увеличава отрицателното си търговско салдо в търговията в рамките на ЕС, то тя успява да намали външнотърговското си салдо в международната търговия до -5,1 млрд.евро (при - 13 млрд. евро през 2008 г.). През 2010 г. делът на износа за Италия от общия



износ на България е 9,7%, а делът на вноса от Италия е 7,4% от общия ни внос. В таблица 83 са представените основни макроикономически показатели за подпомагане МСП при подготовка на своите експортни стратегии. Италия е един от традиционните пазари за износ на велосипеди от българските МСП от сектор С30.

*Таблица 83 Основни икономически показатели за Италия*

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението (възраст 20-64 години)	62,5	62,8	63	61,7	61,1
Ниво на безработица %	6,8	6,1	6,7	7,8	8,4
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	104,2	102,5	102,4	104,9	103,5
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	105	104	104	104	101
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението (Purchasing Power Standard per inhabitant)	24700	26000	26100	24400	24600
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	1,13	1,17	1,21	1,26	1,26

*Източник: Евростат, Световна банка*

На база на класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Италия се изкачва с пет позиции до 43-то място (48 през 2010 – 2011 г.) от анализираните 142 страни. През 2011 г. стокообменът с Италия е в размер на 3 387.8 млн.евро. Износът от България за Италия е в размер на 1 720.7 млн.евро(ръст от 13,9% спрямо 2010 г.), а вносът от Италия е в размер на 1 667.1 млн.евро(ръст от 15,7% спрямо 2010 г.).

## **ФРАНЦИЯ**

**Франция** – както бе посочено при анализа на сектор С30 в ЕС, „Производството на превозни средства, без автомобили“ във Франция е много добре развито с дял 6% от цялата преработваща индустрия. Франция е специализирана в авио производството, корабостроенето. Страната е нетен вносител както в търговията със страни от ЕС, така и в търговията с останалите страни. През 2009 г. негативното салдо на въртешносъюзната търговия на страната се увеличава почти три пъти, спрямо 2004 г. и достига до -61,7 млрд.евро (по данни на Евростат). Франция разполага с



високотехнологична индустрия и силно развит аграрен сектор. Развитата индустрия и високата покупателна способност на населението са добра предпоставка за износ, както на стоки за промишлеността, така и за потреблението.

Франция е най-голямата по площ страна в ЕС, с население от 64,3 млн., БВП на глава от населението превишава средното ниво за ЕС с 8 пункта, а нивото на цените за краен потребител с 11 пункта, което определя Франция като добра експортна дестинация.

През 2010 г. делът на износа за Франция от общия износ на България е 4%, а делът на вноса от Франция е 3,3% от общия ни внос Създадена е Българо-френска търговска камара /правоприемник на Делови клуб Франция-България/, която улеснява преките бизнес контакти между български и френски фирми.

*Таблица 84. Основни икономически показатели за Франция*

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	69,3	69,8	70,4	69,4	69,1
Ниво на безработица %	9,2	8,4	7,8	9,5	9,8
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	108,6	108,1	110,7	112,4	110,8
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	108	108	107	108	108
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението(Purchasing Power Standard per inhabitant)	25600	26900	26700	25400	26300
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	2,11	2,08	2,12	2,26	2,26

*Източник: Евростат, Световна банка*

При класацията по индекс на конкурентноспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Франция отстъпва 3 места спрямо предходната година и слиза на 18 позиция от 142 страни. **През 2011 г.** стокообменът с Франция е в размер на 1615.7 млн.евро. Износът от България за Франция е в размер на 857.3 млн.евро, а вносът от Франция е в размер на 758.4млн.евро



За 2011 г. се наблюдава ръст в стокообмена на годишна база от 28.42% и положително салдо от 98.9 млн. евро.

## ПОЛША

**Полша** е традиционен търговски партньор на България още от СИВ. От ЕС-12 Полша се развива с много бързи темпове, като сектор С30 заема дял от 1,6% от преработващата промишленост в страната. Полша е специализирана в производството на плавателни съдове с по-малък тонаж, вертолети и самолети, военно оборудване. Населението на Полша е близо 37 млн. Средните заплати в реалния сектор през декември 2010 г. са в размер на 3848 злоти (1012 евро) и нарастват бързо. Заплатите варират в различните региони: през 2007 г. средната заплата в столицата Варшава е 4603 злоти (1177), докато в различни окръзи на Полша са дори по-високи и варират от 2020 злоти (517 евро) до 5616 злоти (1436 евро). Брутният вътрешен продукт на глава от населението през 2010 г. е равен на близо 63% от средния за ЕС. Според доклад на Креди Сюзиз, поляците са най-богатата нация в Централна Европа след чехите. Това прави Полша привлекателна дестинация за износ както на стоки за промишлеността, така и за потребление. През 2010 г. делът на износа за Полша от общия износ на България е 1,7%, а делът на вноса от Полша е 2,1 % от общия ни внос.

Таблица 85. Основни икономически показатели за Полша

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението (възраст 20-64 години)	60,1	62,7	65	64,9	64,6
Ниво на безработица %	13,9	9,6	7,1	8,2	9,6
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	62,5	61,7	69,2	58,2	61,9
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	52	54	56	61	63
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението (Purchasing Power Standard per inhabitant)	12300	13600	14100	14300	15300
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	0,56	0,57	0,6	0,68	0,74

Източник: Евростат, Световна банка



В класацията по индекс на конкурентноспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Полша отстъпва 2 места спрямо предходната година и слиза на 42-ра позиция от 142 страни. **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, като бележи увеличение спрямо 2010 г. с 10.91%. **Износът от България** е 361.06 млн. Евро и се увеличава спрямо 2010 г. с 34.9%. **Салдото** за 2011 г. е -85.73 млн. евро

## РУМЪНИЯ

**Румъния** е съседка на България като географската близост намалява разходите за осъществяването на експорт за страната. Въпреки положителните тенденции на икономическо развитие (растеж на БВП от 2001 г. насам средно 5%), румънската икономика има нужда от по-нататъшни реформи. При планиране на експорт следва да се има предвид бюрокрацията, корупцията, продължаващите слабости в правосъдието и митнически проблеми. Икономическите показатели сочат наличието на предпоставки за силен икономически растеж. От 1 юли 2005 г. в Румъния започна смяна на парите, като бяха зачеркнати четири нули от старата парична единица. Населението на страната е 21,4 млн.души. Средната заплата през 2009 г. възлиза на 375 евро, като гарантираната минимална заплата за работещ по специалността, с висше образование е 300 евро и 150 евро за работниците с ниско образователно ниво, а средната пенсия е около 175 евро.

Производството на превозни средства без автомобили съставлява 3,3 % от преработващата промишленост в страната и осигурява заетост на 38 258 души. За обновяване на наличната в някои предприятия остаряла материална база, сектора инвестира 38,7% от произведената добавена стойност.

В последните години стокооборотът между България и Румъния бележи значителен ръст, (през 2009 г. имаше лек спад в експорта на България и по-голям в импорта ни). През 2010 г. делът на износа за Румъния от общия износ на България е 9,3%, а делът на вноса от Румъния е 7% от общия ни внос, като търговското салдо за втора година е положително за България. Общите Европейски проекти, в които участват и двете страни, изграждането на Дунав мост 2, Трансграничните проекти,



Европейските средства за модернизиране на инфраструктурата, селското стопанство и други, са основание да считаме, че търговско-икономическите връзки ще се задълбочават и развиват все повече в краткосрочен и дългосрочен план.

Таблица 86. Основни икономически показатели за Румъния

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	64,8	64,4	64,4	63,5	63,3
Ниво на безработица %	7,3	6,4	5,8	6,9	7,3
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	57,6	63,8	63,1	57,6	58,8
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	38	42	47	47	46
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението(Rurchasing Power Standard perinhabitant)	9100	10400	11700	11000	11400
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	0,45	0,52	0,58	0,47	0,47

Източник: Евростат, Световна банка

В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Румъния отстъпва 10 места спрямо предходната година и слиза на 77 позиция от 142 страни. 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. Тенденциите в двустранния стокообмен за 2011 г., в сравнение с 2010 г. са за увеличение на стокообмена с 36%; увеличение с 20% на износа и с 28% на вноса.

## ГЪРЦИЯ

Гърция традиционно влиза в първата петица на търговските ни партньори от ЕС и е на челните места в страните от ЮИЕ. Географската близост и добрата инфраструктура облекчават износа. През 2010 г. делът на износа за Гърция от общия износ на страната е 7,9%, а делът на вноса от Гърция е 5,9% от общия ни внос. Със своите 11,2 млн.жители, Гърция е основен пазар за нашите МПС произвеждащи велосипеди. Поради проблемите в съседката ни и приетите от правителството трудни реформи като условие за предоставяне на средства от Европейския интервенционен фонд, страната и нейните жители са изправени пред значителни финансови проблеми.





Това може да има негативен ефект върху българския износ за този пазар. Но същевременно кризата може да се окаже стимулатор за увеличаване търсенето на велосипеди от по-ниска ценова категория, съответстващи на износа на българските производители за тази страна.

Таблица 87. Основни икономически показатели за Гърция

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	65,7	66	66,5	65,8	64
Ниво на безработица %	8,9	8,3	7,7	9,5	12,6
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	89,1	89,8	91,7	95	95,1
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	92	90	92	94	90
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението (Purchasing Power Standard per inhabitant)	21800	22500	23100	22100	21900
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	0,59	0,6			

Източник: Евростат, Световна банка

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.

В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Гърция отстъпва 7 места спрямо предходната година и слиза на 90 позиция от 142 страни. 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.





## ЧЕХИЯ

През последните години чешката икономика бележи непрекъснат ръст на БВП, като през 2007 г. достигна най-висок ръст еж от 6.5%. По обем на БВП на глава от населението, Чехия достигна през 2007 г. 83% от средното ниво за ЕС, което поради кризата спада до 80% през 2010 г., но остава най-висок за страните от ЕС-12. Високият прилив на преки чуждестранни инвестиции, един от най-големите за региона, допринася за укрепване на икономическата сила на страната. Само през 2005 г. преките чуждестранни инвестиции достигат 8.8 млрд.евро. Населението 10,5 млн., като минималната месечна работна заплата определена през 2007 г. възлиза на 8,000 чешки крони (320 евро). През 2010 г. делът на износа за Чехия от общия износ на страната е 0,94%, а делът на вноса от Чехия е 1,9% от общия ни внос.

Таблица 88. Основни икономически показатели за Чехия

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	79,4	79,2	79,8	77,8	76,1
Ниво на безработица %	7,8	6,8	5,6	5,5	6,1
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	61,3	62,4	72,2	73,1	75,2
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	80	83	81	82	80
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението(Rurchasing Power Standard perinhabitant)	18900	20700	20200	19300	19400
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	1,49	1,48	1,41	1,48	1,56

Източник: Евростат, Световна банка

В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Чехия отстъпи с 2 места спрямо предходната година и е на 38 позиция от 142 страни. 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.



## 2. Страни извън ЕС

### ТУРЦИЯ

Турция е кандидат-член за присъединяване към ЕС и е в Митнически съюз с ЕС. Доходите на населението наброяващо близо 73,4 млн. жители са вариращи. За гарантиране доходите на населението, законодателството предвижда задължителна минимална месечна работна заплата в размер на 638 нови турски лири месечно (280 евро) за всички служители (по данни от 2008 г.).

Таблица 89. Основни икономически показатели за Турция

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението (възраст 20-64 години)	48,2	48,2	48,2	47,8	50
Ниво на безработица %	8,7	8,8	9,7	12,5	10,7
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	66,5	70,1	68,2	63,5	71,3
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	45	46	47	46	49
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението (Purchasing Power Standard per inhabitant)	10600	11500	11700	10900	12000
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	0,57	0,71	0,73	0,85	:

Източник: Евростат, Световна банка

Турция е сред основните външнотърговски партньори на страната ни, като заема 5-то място сред експортните дестинации и 6-то място сред вносителите през 2009 г. Сред страните от балканския регион, Турция е вторият по значение търговски партньор след Румъния. През 2010 г. делът на износа за Турция от общия износ на България е 5,8%, а делът на вноса от Турция е 5,4% от общия ни внос, като салдото е положително за нашата страна.

В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Турция се изкачва с 2 места спрямо предходната година и достига до 59-та позиция от 142 страни. През 2011 г. стокообменът с Турция е в размер на **3 936.2** млн. щ.д.. Износът от България за Турция е в размер на **2391.5** млн. щ.д., а вносът от Турция е в размер на **1544.7** млн. щ.д.



## ШВЕЙЦАРИЯ

**Швейцария** е перспективен търговски и икономически партньор за България поради благоприятния търговско-политически режим, изгодните условия за реализиране на финансови и други специфични търговско-икономически операции, високото технологическо равнище на индустрията, значителната стабилност на нейната икономика и национална валута. България отдава голямо значение на разширяването на стокообмена с Швейцария. През последните години стокообменът постепенно нараства и се стабилизира. Българският износ също показва тенденция на увеличение.

За 2009 г. стокообменът с Швейцария заема 0.8% от общия стокообмен на България, съответно износът за Швейцария – 0.7% от общия износ, а вносът от Швейцария – 0.9% от общия внос. За 2010 г. се наблюдава ръст на двустранния стокообмен от 14.8% спрямо същия период на предходната година, като ръстът при износа е 19.6%, а при вноса 12%. Салдото остава отрицателно в размер на -73.8 млн.евро.

Населението на Швейцария е 7,7 милиона. Има традиция в колективните трудови договори да се определя доброволно минимално месечно заплащане което варира от 2,200 до 4,200 CHF (1820- 3480 евро) за нискоквалифицираните работници и от 2,800 до 5,300 CHF (2320-4380 евро) за квалифицираните.

*Таблица 90. Основни икономически показатели за Швейцария*

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)</b>	80,5	81,3	82,3	81,7	81,1
<b>Ниво на безработица %</b>					
<b>Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)</b>	134,6	125,1	128,5	138,5	147,6
<b>Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)</b>	134	139	143	144	147
<b>БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението(Purchasing Power Standard perinhabitant)</b>	31800	34700	35700	33700	35900
<b>разходи за НИРД, изразени като % от БНП</b>	2,9		2,99		

*Източник: Евростат, Световна банка*



В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*,) Швейцария запази своята първа позиция от 142 страни. През 2011 г. стокообменът с Швейцария е в размер на 306.4 млн.евро. Износът от България за Швейцария е в размер на 124.9 млн.евро, а вносът от Испания е в размер на 181.5 млн.евро. За 2011 г. се наблюдава ръст на двустранния стокообмен от 11.4% спрямо предходната година, като ръстът при износа е 24.6%, а при вноса 4.1%. Салдото остава отрицателно в размер на -56.6 млн.евро

## НОРВЕГИЯ

Норвегия е член на EFTA. Членството на България в ЕС и участието на Норвегия, заедно с другите страни, които не са членки на ЕС – Исландия и Лихтенщайн, в Европейската икономическа зона, са добра основа за активизиране на сътрудничеството. През 2010 г. двустранният стокообмен се свива в сравнение с 2009 г. и е в размер на 31.8 млн. евро. Свиването на обема на двустранните търговски потоци се дължи на намалението на вноса от Норвегия, който спада с 60 % за разглеждания период. От друга страна износът запазва своя обем и регистрира леко увеличение с 3.1%. Салдото в двустранната търговия е положително за България през 2010 г. в размер на 15 млн. евро, като отбелязва драстично увеличение спрямо 2009 г., дължащо се в спада на вноса от Норвегия.

Таблица 91. Основни икономически показатели за Норвегия

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)	79,5	80,9	81,8	80,6	79,6
Ниво на безработица %					
Сравнение нивото на цените за краен потребител (ЕС-27=100)	139,8	137,5	140,6	137,1	148,3
Индекс на БНП на човек от населението изразен като PPS (ЕС-27=100)	185	182	192	176	181
БНП по пазарни цени изразен като покупателна способност на човек от населението(Rurchasing Power Standard perinhabitant)	53800	54700	54000	52400	52100
Разходи за НИРД, изразени като % от БНП	1,49	1,62	1,61	1,8	1,71

Източник: Евростат, Световна банка



Интерес за България представляват опитът, постиженията и възможностите на Норвегия в области като корабостроенето и целия конгломерат от дейности, свързани с морската индустрия, транспорт и търговия.

С високите стойности на БВП на глава от населението, изразен като покупателна способност и ниво на цените за краен потребител, надвишаващо средните за ЕС с близо 50 пункта, Норвегия е добра дестинация за експорта на български стоки.

- В класацията по индекс на конкурентоспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Норвегия отстъпи с 2 места спрямо предходната година и е класирана на 16 позиция от 142 страни. За 2011 г. стокообменът с Норвегия отбелязва ръст с малко над една втора спрямо 2010 г. и възлиза на 49.1 млн. евро. Обемът на **износа** към Норвегия нараства с 52.1% спрямо 2010 г. и е в размер на 35.6 млн. евро, а **вносът** отбелязва 60-процентен ръст спрямо 2010 г. и достига 13.5 млн. евро.
- **Салдото в двустранната търговия е положително** и продължава да бъде трайно положително за България, като през 2011 г. е в размер на 22.1 млн. евро, отбелязвайки драстично увеличение спрямо 2010 г., дължащо се на ръста на износа за Норвегия.

## РУСИЯ

**Русия** е традиционен и един от най-важните външно-икономически партньори на България. През 2010 г. делът на Руската федерация във външнотърговския стокообмен на България е съответно 2,5 % от износа и 13,2 % от вноса. Салдото е отрицателно за България поради големите обеми на внос на енергоизточници. България заема около 1% от външнотърговския стокообмен на Русия.

Населението на Русия е около 142 млн. Средната работна месечна заплата за 2010 г. е около 700 USD, като бележи осемкратно нарастване спрямо 2000 г. Определената през 2008 г. минимална работна заплата възлиза на 4330 руски рубли (110 евро).

Русия е богата на природни ресурси и енергоизточници, притежава 13% от световните запаси на нефт. Основната задача пред руската икономика е нейната

диверсификация в посока намаляване на относителния дял на суровинния сектор и развитие на инфраструктурата и обработващата промишленост.

Сектор С30 е застъпен в цялата си гама- Руската федерация произвежда всички видове кораби, жп вагони и локомотиви, авио и космонавтика. Повечето предприятия са с остаряло оборудване, в процес на модернизация.

Броят на българските фирми с руско участие от 5 до 100% от капитала са 4652 (2-ро място след Турция).

*Таблица 92. Основни икономически показатели за Руска федерация*

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)</b>	61,9	62,8	62,8	62,8	61,5
<b>Ниво на безработица %</b>			7,8	8,2	7,2
<b>Реално нарастване на БНП в %</b>	8,2	8,5	5,2	-7,8	4,0
<b>БНП на човек от населението изразен като PPP по текущи цени в USD</b>	14560	16400	19850	18270	19190
<b>БНП на човек от населението в USD</b>	6856	9142	11725	8610	10430
<b>Инфлация</b>	9,7	9,1	14,0	11,7	6,9

*Източник: Световна банка*

В класацията по индекс на конкурентноспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Русия губи 3 места спрямо предходната година и слиза до 66 позиция от 142 страни. **През 2011 г.** по данни на МТЦ стокообменът с Руската федерация е в размер на 2 334.7 млн.щ.д.. Износът от България за Руската федерация е в размер на 716,4 млн.щ.д., а вносът от Руската федерация е в размер на 5 618,3 млн.щ.д. Руската федерация е един от основните външнотърговски партньори на Република България. 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).

## УКРАЙНА

Украйна е един от основните търговски партньори на България. През 2010 г.тя е на 10 място в общия стокообмен и заема 1.28% от износа и 4.16% от вноса на България. Населението на страната е около 46 млн. Номиналната месечна заплата е в размер на



1905,87 (евро) като индекса на реалните заплати през 2010 г. достига 310,8 (при 2000 г. = 100). Украйна е определена от Световната банка като страна с ниски доходи от средното ниво.

Търговията между ЕС и Украйна се базира на Споразумението за партньорство и сътрудничество, което гарантира преференциален достъп на Украйна до пазарите на ЕС и постепенна либерализация за стоките с произход ЕС. През 2008 г. Украйна бе приета за член на СТО, което подпомага интегрирането ѝ в световната търговия.

Украйна произвежда пълната гама на превозни средства, като по-голямата част от тях се изнасят в ЕС и Руската федерация.

*Таблица 93. Основни икономически показатели за Украйна*

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>Ниво на заетост на населението ( възраст 20-64 години)</b>	57,8	57,8	58	58,1	61,5
<b>Ниво на безработица %</b>	7,4	6,7		8,8	8,1
<b>Реално нарастване на БНП в %</b>	7,1	7,9	2,3	-14,8	4,2
<b>БНП на човек от населението изразен като PPP по текущи цени в USD</b>	6130	6680	7250	6240	6620
<b>БНП на човек от населението в USD</b>	2282	3046	3995	2545	3007
<b>Инфлация</b>	9,0	12,8	22,0	15,9	19,4

*Източник: Световна банка*

В класацията по индекс на конкурентноспособността (Global Competitiveness index 2011 - 2012 rankings, *World Economic Forum*), Украйна се изкачва със 7 места спрямо предходната година и достига до 82-ра позиция от 142 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





## **КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА НА ПРОИЗВОДСТВОТО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА, БЕЗ АВТОМОБИЛИ, НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ**

---

Направените изводи в анализа, имат своето значение за стратегическото развитие на българското производство на сектор „Производство на превозни средства, без автомобили“, но за да ги развием ще допълним и тенденциите в реализираните конкурентни предимства при износа на тези стоки в рамките на световната търговия.

За целта ще използваме известния в икономиката и пазарните анализи като сравнително или относително производствено предимство (от английски: „comparative advantage”). Този принцип утвърждава предимството на дадена страна или определено предприятие в производството на продукт, което предимство е налице като следствие от по-добра ресурсна, кадрова, технологична или друга осигуреност и обуславя по-добрата сравнителна крайна ценова ефективност на страната или лицето, имащи производственото предимство.

За българското производство сме отчели сред производствените предимства основно ниската цена на труда, като имаме и някои логистични (предимно географски), енергийни или други минимални ресурсни преимущества. Цялостната картина на конкурентоспособност и специализация на българския износ по попадащите в сектора продукти, би могла да се види от стандартизираните коефициенти – като този на Баласа.

Смисълът на този индекс се състои в сравняване на дела на износа на даден продукт в износа на съответната страна с дела на световния износ на този продукт в световния износ като цяло. По този начин се идентифицират групите стоки, за които дадена страна притежава безспорни предимства в международната конкуренция. От количествена гледна точка стойност на индекса на Баласа над 1 се интерпретира като наличие на конкурентно предимство (или степен на експортна специализация).





Таблица 94. Коефициент на специализация на българската промишленост от сектор Производство на превозни средства без автомобили

Специализация и промишлена производителност	Година	Износ (хил.евро)	дял от общ износ (%)	ръст стойност на износа (%)	ръст обем на износа (%)	световен ръст стойност на износ (%)	световен ръст обем износ (%)	Брой продукти за износ	Дял на топ 3 продукта (%)	Дял на топ 3 експортни и пазара (%)	Нетен търг. баланс (хил.евро)	Специализиран коефициент Баласа	Специализация, индекс Лафей
Кораби и други плаващи средства	2005	204,887	20.7	0.3				14	97.5	57.7	71,868	3.1	1
	2006	143,427	12.5	0.2	-30	14	-44	11	99.5	77.2	93,014	1.7	0
	2007	83,195	0.7	0.1	-36	9	-46	11	99.1	64.9	40,827	0.9	0
	2008	96,635	0.6	0.1	-22	19	-41	13	97.3	55.6	24,035	0.7	0
	2009	22,632	0.2	0.02	-42	13	-56	11	89.3	73.8	-4,119	0.2	0
Средства за въздухоплаване, космонавтика и части	2005	2,711	0.0300	0.0000				11	70.4	60.6	-70,381	0.0	0
	2006	53,973	0.4700	0.0400	1891	12	1879	11	96.8	92.2	-9,384	0.4	0
	2007	11,337	0.0900	0.0100	104	7	98	12	69.2	77.0	-41,399	0.1	0
	2008	14,374	0.0900	0.0100	74	8	66	10	83.8	75.3	-62,511	0.1	0
	2009	25,95	0.2300	0.0300	76	-5	81	11	94.8	87.1	7,405	0.2	0
Локомотиви, мотриси, вагони и части за тях	2005	29,074	0.2900	0.1500				15	75.7	70.3	-29,262	1.3	0
	2006	46,855	0.4100	0.2400	61	-1	62	19	74.7	58.8	-22,849	2.0	0
	2007	60,53	0.4800	0.2800	44	5	39	18	82.6	70.3	4,278	2.1	0
	2008	68,051	0.4300	0.2500	33	10	22	16	84.9	65.6	-57,56	1.9	0
	2009	48,734	0.4200	0.2700	14	-3	17	16	90.6	81.0	-83,919	2.1	0
Други превозни средства	2005	68,561	0.6900	0.0100				58	59.2	55.3	-1,540,485	0.1	-5
	2006	67,724	0.5900	0.0100	-1	0	-1	64	61.3	53.3	-1,726,189	0.1	-5
	2007	93,051	0.7400	0.0100	16	2	14	68	55.2	51.1	-1,691,795	0.1	-4
	2008	152,012	0.9500	0.0200	30	4	26	68	43.9	53.8	-2,091,335	0.1	-4
	2009	160,937	14.000	0.0300	24	-7	30	70	46.1	57.6	-549,486	0.2	-1

Източник: МТЦ



Както личи от таблица 94, голяма част от българската продукция от сектора е под нивото на индекса, определящо наличие на конкурентни предимства.

- Единствено при износа на локомотиви, моториси, вагони и части за тях стойностите на индекса преминават границата от 1, което потвърждава тяхната конкурентност и гарантира трайното им присъствие на международните пазари в бъдеще.
- Проблемно е голямото намаление при динамиката на стойностите на индекса на Баласа за корабостроенето ни, което се дължи на проблеми както на международната икономическа ситуация, настъпването на развиващите се страни от Азия, така и в проблеми на национално и фирмено ниво довели до загуба на традиционни пазари.

Има очертана положителна тенденция при динамиката на индекса на производството на велосипеди което доказва още веднъж изводите за експортния потенциал на това производство.



Таблица 95. 96 Коефициенти на специализация (сравнителни предимства) по промишлени сектори: в ЕС и най-големите световни  
икономики за 2009 г.

Revealed comparative advantage index in manufacturing industries in 2009 - EU countries, Japan and Brazil, China, India and Russia.

	Food	Bevarages	Tobacco	Textiles	Clothing	Leather & footwear	Wood & wood products	Paper	Printing	Refined petroleum	Chemicals	Pharmaceuticals	Rubber & plastics	Non-metallic mineral products	Basic metals	Metal products	Computers, electronic & optical	Electrical equipment	Machinery	Motor vehicles	Other transport	Furniture	Other manufacturing
	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	C25	C26	C27	C28	C29	C30	C31	C32
Austria	0.92	2.06	0.85	0.71	0.55	0.75	4.45	2.23	1.30	0.26	0.50	1.33	1.36	1.41	1.24	1.99	0.41	1.34	1.47	1.27	0.71	1.42	0.78
Belgium	1.35	1.08	0.98	0.87	0.78	1.02	0.83	0.97	7.21	1.07	2.10	3.40	1.06	1.13	1.04	0.72	0.22	0.43	0.68	1.16	0.24	0.60	1.12
Bulgaria	1.45	0.94	3.10	1.37	3.70	1.31	1.56	0.42	0.29	2.61	0.56	0.69	0.82	2.18	2.82	0.66	0.30	1.11	0.72	0.29	0.34	1.39	0.33
Cyprus	2.06	1.43	34.64	0.11	0.54	0.42	0.24	0.40	0.23	0.00	0.53	4.53	0.37	0.39	0.37	0.63	0.92	0.30	0.55	0.33	1.52	0.80	2.69
Czech Rep.	0.47	0.74	1.54	0.93	0.38	0.39	1.53	1.04	1.32	0.17	0.50	0.28	1.70	1.83	0.67	2.01	0.98	1.51	1.15	2.18	0.51	1.49	0.78
Denmark	3.08	0.77	1.86	0.73	1.52	0.79	1.31	0.69	0.99	0.73	0.62	1.28	1.18	1.50	0.35	1.57	0.49	1.18	1.53	0.33	0.61	2.75	0.86
Estonia	1.23	2.08	0.45	1.49	1.12	0.65	8.16	0.78	0.01	3.48	0.68	0.10	1.31	1.60	0.42	1.90	0.39	1.42	0.65	1.13	0.29	3.00	0.54
Finland	0.33	0.51	0.02	0.23	0.16	0.26	4.79	8.57	0.75	1.49	0.58	0.44	0.86	0.78	1.19	0.97	0.78	1.51	1.57	0.36	1.30	0.29	0.49
France	1.18	3.93	0.59	0.60	0.72	1.05	0.66	1.05	1.15	0.58	1.33	1.70	1.12	0.98	0.76	0.92	0.43	0.92	0.88	1.22	3.23	0.66	0.76
Germany	0.78	0.66	1.80	0.54	0.51	0.38	0.87	1.24	2.43	0.29	1.05	1.33	1.29	1.03	0.77	1.24	0.54	1.17	1.62	1.77	1.35	0.85	0.64
Greece	2.70	1.81	5.69	1.75	2.12	0.71	0.56	0.73	1.47	2.10	0.90	1.65	1.25	2.57	1.96	1.01	0.25	0.78	0.40	0.11	1.18	0.36	0.39
Hungary	0.84	0.40	0.02	0.33	0.30	0.52	0.82	0.87	0.15	0.36	0.52	0.85	1.22	1.17	0.31	0.76	1.75	1.72	0.79	1.87	0.16	0.98	0.26
Ireland	1.25	1.62	0.40	0.08	0.07	0.06	0.35	0.10	0.00	0.15	3.38	6.27	0.28	0.22	0.05	0.20	0.88	0.22	0.29	0.04	0.39	0.09	1.44
Italy	0.93	2.12	0.02	1.38	1.59	3.01	0.53	1.01	1.25	0.72	0.68	0.91	1.36	2.02	0.98	1.73	0.20	1.13	1.90	0.74	0.95	2.55	0.95
Latvia	1.61	4.15	3.35	1.15	1.24	0.37	18.34	0.78	0.65	0.70	0.60	1.12	0.87	1.59	1.43	1.43	0.43	0.59	0.60	0.75	0.50	2.77	0.55
Lithuania	2.02	1.17	5.65	1.14	1.42	0.33	3.36	0.85	1.00	4.93	1.35	0.37	1.18	0.77	0.23	1.00	0.23	0.51	0.52	0.68	0.51	6.01	0.38
Luxembourg	0.92	0.88	6.33	2.05	0.38	0.44	2.13	2.37	0.21	0.02	0.52	0.16	3.72	2.56	4.04	1.11	0.33	0.67	0.84	0.73	1.18	0.11	0.25
Malta	0.63	0.21	1.32	1.19	0.36	0.16	0.05	0.02	1.74	0.09	0.33	2.10	1.46	0.42	0.04	0.40	2.55	1.70	0.39	0.04	0.81	0.35	1.97
Netherlands	2.11	1.44	5.36	0.49	0.57	0.66	0.31	0.92	0.73	2.03	1.63	0.83	0.82	0.48	0.58	0.75	1.14	0.54	1.00	0.36	0.41	0.40	0.83
Poland	1.41	0.47	4.77	0.62	0.72	0.36	2.40	1.55	0.48	0.43	0.65	0.27	1.68	1.54	0.86	1.70	0.66	1.29	0.56	2.03	1.09	4.98	0.30
Portugal	1.17	3.76	5.30	1.98	2.24	3.30	4.51	2.61	0.99	0.63	0.62	0.34	1.83	3.55	0.60	2.02	0.31	0.98	0.52	1.45	0.14	2.62	0.30
Romania	0.33	0.23	5.93	1.13	2.53	2.81	3.98	0.29	0.04	1.29	0.44	0.30	1.38	0.53	0.88	0.97	0.50	1.40	0.76	1.99	1.54	3.90	0.30
Slovakia	0.46	0.51	0.00	0.40	0.49	1.22	1.79	1.33	0.63	0.89	0.39	0.15	1.28	1.15	1.14	1.57	1.40	0.98	0.61	2.35	0.27	1.72	0.29
Slovenia	0.59	0.59	0.00	0.69	0.44	0.64	3.19	1.85	0.19	0.34	0.81	2.04	1.64	1.54	0.90	1.88	0.23	2.05	0.99	1.84	0.33	3.09	0.49
Spain	1.60	2.22	0.33	0.84	1.22	1.35	0.88	1.29	0.46	0.53	1.06	1.21	1.21	2.21	1.02	1.16	0.21	0.89	0.70	2.43	1.04	0.85	0.38
Sweden	0.53	0.91	0.24	0.33	0.32	0.21	3.98	5.68	0.14	1.30	0.73	1.53	0.91	0.64	1.04	1.01	0.76	1.12	1.27	0.97	0.40	1.62	0.54
United Kingdom	0.70	3.32	0.93	0.53	0.60	0.46	0.19	0.76	1.10	1.30	1.36	2.33	0.92	0.73	0.74	0.79	0.70	0.71	1.08	1.15	1.49	0.38	1.09
EU-27	1.10	1.62	1.60	0.69	0.76	0.91	1.18	1.34	1.79	0.77	1.16	1.54	1.18	1.18	0.82	1.16	0.57	0.98	1.18	1.30	1.15	1.20	0.75
USA	0.91	0.66	0.29	0.53	0.15	0.21	0.58	1.19	0.67	1.04	1.46	1.13	1.03	0.70	0.71	0.91	1.03	0.89	1.37	0.96	0.50	0.46	1.59
Japan	0.09	0.06	0.08	0.48	0.02	0.03	0.02	0.26	0.20	0.41	1.00	0.18	1.08	0.94	1.25	0.67	1.18	1.12	1.65	2.13	1.51	0.14	0.46
Brazil	5.09	0.12	0.61	0.45	0.05	1.96	2.05	2.77	0.24	0.69	0.97	0.32	0.75	1.10	1.91	0.83	0.14	0.56	0.67	0.95	1.38	0.69	0.19
China	0.37	0.09	0.15	2.52	2.75	2.56	0.96	0.37	0.15	0.26	0.44	0.20	0.91	1.37	0.46	1.27	1.87	1.42	0.72	0.22	0.76	2.01	1.11
India	1.03	0.09	0.50	2.86	2.46	1.36	0.12	0.21	1.05	3.18	0.93	0.85	0.54	0.79	1.10	0.82	0.25	0.42	0.43	0.34	1.00	0.28	5.88
Russia	0.66	0.37	1.69	0.08	0.02	0.11	3.82	1.08	0.09	9.03	1.33	0.06	0.31	0.64	3.89	0.37	0.12	0.24	0.24	0.15	0.52	0.22	0.05

Source: Own calculations using COMTRADE data



Както можем да забележим от по-внимателното анализиране на горната таблица, в българската промишленост все още относителните предимства се отчитат в промишлености с висока интензивност на труда или уповаващи се на големи индустриални комплекси и базисна преработка на ресурсите. Производството на превозни средства отстъпва по своята специализация на доста държави в ЕС-27, но изпреварва Белгия, Естония, Унгария, Португалия, Словакия, Словения. България е съизмерима със страни като Швеция и Ирландия.

## **БАРИЕРИ ПРЕД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА МСП ОТ СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ПРЕВОЗНИ СРЕДСТВА БЕЗ АВТОМОБИЛИ”. МЕРКИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЕКСПОРТА.**

---

### **Барииери за навлизане на пазара**

Барииерите за навлизане на пазара са фактори, които затрудняват или предотвратяват навлизането на нови предприятия в даден отрасъл. Съществуването на барииери за навлизане на пазара винаги се явява фактор, който ограничава развитието на конкурентен пазар.

Входните барииери са по-малко значими на пазарите, характеризиращи се с бързо развитие и навлизане на технологичния прогрес. На такива пазари, движени от нововъведенията, динамиката или конкуренцията в по-дългосрочен период могат да осигурят място на фирми или предприятия, които не са непременно конкуренти на съществуващия пазар.

Като цяло, съществуващите барииери за навлизане на различните пазари, могат да бъдат определени като:

- **Структурни** - произтичат от основните характеристики на дадения отрасъл като *технология, разходи и търсене*, създаващи различни изисквания пред съществуващите и новите участници на пазара, като по този начин се ограничава или се предотвратява навлизането на нови играчи на пазара.

Високи структурни барииери съществуват, когато пазарът се характеризира със значителни по размер икономии от мащаба или икономии от обхвата или високи капиталови разходи. Новите участници на пазара трябва да направят разходи, които действащите оператори не се налага да правят. Пример за това са т.нар. невъзвращаеми разходи, които установените на пазара предприятия вече са направили при започване на дейността си.

- **Стратегически** - възникват в резултат от поведението на действащите участници в отрасъла. Стратегически барииери могат да съществуват и при условие, че

обезпечаването на определена услуга изисква наличието на компоненти, които не могат технически да се дублират или е икономически неизгодно да бъдат дублирани.

- **Правни или регулаторни** - не са базирани на икономически условия, а са резултат на законодателни, административни или други мерки на държавна намеса, които имат директен ефект върху условията за навлизане и/или позициониране на съответния пазар. Държавната политика би могла да ограничи или предотврати навлизането на нови участници на пазара чрез различни лицензионни изисквания, въвеждане на определени стандарти, процедури за проверка и тестване на продуктите и други. Примери за правни или регулаторни бариери са ценовия контрол или други ценови ограничения или мерки, налагани на предприятията, които рефлексират не само върху навлизането, но и върху установяването на предприятието на даден пазар. Наред с посочените примери съществуват и други регулаторни бариери. Измежду най-често срещаните все още са различните лицензионни изисквания.

Под „пречка пред търговията” или „бариера” се разбира „всяка търговска практика, възприета или поддържана от трета страна, по отношение на която правилата на международната търговия предвиждат право на предприемане на действие”.

Типични пречки пред търговията могат да бъдат:

- Национални разпоредби, свързани с дейност по внос (лицензии за внос, инспекции и проверки)
- Задължения за назначаване на представител или за осигуряване на съоръжения за съхранение в държавата, за която се изнася
- Национален контрол на цените и възстановяване на разходи.

Анализът на бариерите пред интернационализацията на МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” и на мерките за подпомагане и насърчаване на износа им е изготвен въз основа на информацията, получена от социологическото проучване и от постъпили предложения от предприятия въз връзка с обсъждането на проекта на стратегия. В социологическото проучване са участвали 21



предприятия от сектора, представляващи извадка от 28,4% от общия брой на МСП през 2010 г., работещи в сектор Производство на превозни средства, без автомобили и резултатите получени на база анализа на информацията от това проучване могат да се приемат за отразяващи достоверно МСП от сектора като цяло.

### **Барииери пред износа на МСП**

Оценката на **степената на сериозност на основните барииери** (пречки) пред износа за отделните предприятия и за сектора като цяло през периода 2007 - 2011 г. на база на проведеното социологическо проучване в 21 броя МСП от сектор Производство на превозни средства, без автомобили е представена в следващата таблица

*Таблица 97. Оценка на сериозността на барииерите (пречките) за износа на предприятията и на сектора като цяло за периода 2007 – 2011 г. (в %)*

Барииери (пречки)	Степен на сериозност на барииерите (пречките)			
	Много сериозна и сериозна пречка		Не особено сериозна пречка и не е пречка	
	за предпри- ятието	за сектора	за предпри- ятието	за сектора
1. Високи производствени цени на стоките и услугите	50,0	61,1	50,0	38,9
2. Високи разходи за осъществяване на износ	36,8	50,0	63,2	50,0
3. Не достатъчно високото качество на стоките и услугите	35,0	50,0	65,0	50,0
4. Липсата на квалифициран персонал, гарантиращ качеството	30,0	33,3	70,0	66,7
5. Липсата на опит във външнотърговската дейност	25,0	50,0	75,0	50,0
6. Езикови барииери	25,0	38,9	75,0	61,1
7. Неблагоприятна бизнес среда в България	80,0	66,7	20,0	33,3
8. Висок риск на различните външни пазари	75,0	66,7	25,0	33,3
9. Митнически и немитнически ограничения от други държави	40,0	35,3	60,0	64,7
10. Необходимост от надграждане на икономическата и административна подкрепа на държавата за подпомагане на сектора във формулиране на задачите за новия програмен период на европейско финансиране	70,0	70,6	30,0	29,4

*Източник: Социологическо проучване*

Оценяваните от респондентите бариери пред износа биха могли да се разделят условно в три групи:

- 1) бариери, свързани с технико-технологичното равнище /1, 2 и 3/;
- 2) пречки, свързани с човешкия фактор /4, 5 и 6/;
- 3) пречки, произтичащи от действията (или бездействията) на държавата и нейните структури /7, 8, 9, 10/.

Анализът на данните в горната таблица позволява да се посочат следните по-важни констатации:

Бариерите от „рисковата“ част на скалата (много сериозни и сериозни пречки) за показателите от първата и втората група са с по-висок дял за сектора като цяло и с по-нисък за конкретните предприятия. За показателите от третата група бариери (тези, които до голяма степен са свързани със „заобикалящата среда“) оценките на ръководителите на изследваните предприятия в относително най-голяма степен ги отнасят към много сериозни пречки пред износа на фирмите и на сектора като цяло.

**Трите най-сериозни бариери** пред експорта, както за отделните фирми, така и за сектора, по мнението на интервюираните ръководители, са:

- висок риск на различните външни пазари (много сериозна за 75,0% от предприятията)
- липсата на подкрепа от българската държава за износа;
- неблагоприятната бизнес среда в България.

Важно е да се отбележи, че по мнението на повече от половината от интервюираните качеството на произведените стоки и услуги не е особено сериозна пречка за експорта, което доказва конкурентността на сектора. Над 70% от ръководителите смятат, че човешкият фактор не е бариера за реализирането на износа и фирмите разполагат с персонал, който в по-голямата си част е добре подготвен за осъществяване на външнотърговска дейност



### **Мерки за преодоляване на затрудненията пред експорта**

Във връзка с посочените по-горе сериозни бариери са и предложените от респондентите мерки за преодоляване на затрудненията пред експорта на предприятията и на сектора като цяло. Аналогично те са свързани основно с подкрепа от страна на държавните институции – награждаване на икономиката и административната подкрепа на държавата за подпомагане на сектора във формулиране на задачите за новия програмен период на европейското финансиране, по-голямо внимание към фирмите от бранша, съдействие за покриване на стандарти (уеднаквяване на стандартите за качество, защото в много европейски страни не се приемат български продукти, отговарящи на евро стандартите, но сертифицирани от българска лаборатория за изпитване на продуктите, която не е акредитирана за да се признават извън страната издадените от нея сертификати), сключване на споразумения с държавите от ЕС за износ на български стоки, съдействие за концесии. От значение за предприятията от сектора са и по-голямата информираност, увеличаването на контактите, маркетинга на пазара, намирането на външни пазари. Посочени са и група мерки за разширяване и обновяване на материалната база на фирмите и технологична модернизация на производството, което да доведе до понижаване на себестойността на стоките и така да се стигне до по-конкурентни цени на външните пазари. За осъществяването на тези инвестиции е необходимо да се подобри достъпа до финансиране и да се намалят лихвените проценти при кредити. В известна степен част от тези мерки повтарят мерките за подпомагане на малките и средни предприятия.

### **Мерки за подпомагане на малките и средните предприятия**

Няма съществени различия в мнението на респондентите относно приоритетните мерки за подпомагане на МСП от сектора до 2013 г. и в следващия програмен период от 2014 г. до 2020 г.

Таблица 98. 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 – 2020 г.	до 2013 г.	2014 – 2020 г.	до 2013 г.	2014 – 2020 г.
Насърчаване износа на фирмите	76,2	76,2	9,5	19,0	14,3	4,8
Подкрепа за технологична модернизация на производство	76,2	71,4	9,5	19,0	14,3	9,6
Подкрепа за покриване на стандарти на ЕС	71,4	61,9	19,0	14,3	9,6	23,8
Финансиране на иновационни проекти	81,0	66,7	9,5	19,0	9,5	14,3
Обучение, повишаване квалификацията на заетите в МСП	61,9	61,9	28,6	23,8	9,5	14,3
Привличане на преки чуждестранни инвестиции	61,9	57,1	23,8	28,6	14,3	14,3
Бизнес коопериране и участие в кълстери	42,9	42,9	33,3	28,6	23,8	28,5
Консултантски и информационни услуги	33,3	42,9	47,6	33,3	19,0	23,8
Подобряване достъпа до финансиране	85,7	76,2	9,5	19,0	4,8	4,8

Източник: Социологическо проучване

Като най-важни мерки и за двата периода се посочват:

- Подобряване на достъпа до финансиране;
- Насърчаване на износа на фирмите;
- Подкрепа за технологичната модернизация на производството;
- Финансиране на иновационни проекти за разработване на нови продукти, технологии, услуги;
- Подкрепа за покриване на стандарти на ЕС;
- Обучение и повишаване квалификацията на работещите в МСП

Според оценките на изследваните лица, повечето от посочените мерки, макар и с различен ранг, имат своето значение и биха подпомогнали съществуването и развитието на МСП от сектора. Интересно е да се посочи, че „привличането на преки чуждестранни инвестиции“ не е сред преимуществено значимите мерки и за двата програмни периода.

Все пак делът на лицата, смятащи, че чуждестранните инвестиции по принцип са една неприоритетна мярка е нисък (едва 14,3 %). С най-нисък приоритет и за двата периода се посочват мерките „бизнес коопериране и участие в клъстери“ и „консултантски и информационни услуги“, които еднозначно имат най-високи дялове в отрицателната част на скалата.

Само около 1/5 от предприятията (23,8 % или 4 броя) са получили финансова подкрепа по различни проекти. В две от фирмите е подпомогнато участието в международни изложения; в една е проведено обучение на производствения персонал. В четвъртата от подкрепените фирми съфинансиране е получено три пъти – веднъж в подкрепа на иновационен проект; веднъж за създаване на консорциум с холандска фирма по програма PSOM и веднъж по програма за подобряване на условията на труд. На фона на това, че подкрепата за технологична модернизация на производството и финансирането на иновационни проекти са посочени като високо приоритетни от голяма част експерти, може да се каже, че на практика реализираното съфинансиране е твърде недостатъчно. Информацията от изследването не дава възможност да се прецени дали проблемът е в активността на предприятията, т.е дали са кандидатствали по проекти за съфинансиране или последното им е било отказано по различни причини.

Във връзка с посочените по-горе сериозни бариери са и мерките, които респондентите предлагат като приоритетни, за да се преодолеят затрудненията пред експорта на предприятията и на сектора като цяло. Аналогично те са свързани основно с надграждане на икономическата и административна подкрепа на държавата за подпомагане на сектора във формулиране на задачите за новия програмен период на европейско финансиране.

- Подкрепа от държавата - институциите да не пречат; държавни субсидии; да се набележат мерки за по-гъвкаво финансиране на производителите; да се финансират и стимулират иновационни проекти; подкрепа за покриване на стандарти на ЕС и извън него; преодоляване на административните пречки при внос на резервни части.

- Подобряване на бизнес средата в България;
- Подобряване на отношенията с подизпълнителите;
- Подобряване на материалната база – модернизация на техниката, внедряване на високопроизводителни машини и въвеждане на нови технологии;

- Подобряване на качеството;
- Ниски цени на метали и енергия;
- Намаляване разходите за износа;
- Повишаване квалификацията на работещите и стимулиране задържането на квалифицираните работници
- Финансирането на предприятията: предприемане на мерки за по-гъвкаво финансиране; осигуряване на евтин кредитен ресурс; финансиране от фондовете на ЕС

По отношение на източниците на информация, които ползват, анкетиранияте респондентите са посочили, че ръководителите от изследваните предприятия самостоятелно си набавят необходимата им за експорта информация и по-малко разчитат на информацията от ИАНМСП и браншовата организация. Около 20 % са посочили, че информацията от ИАНМСП представлява за тях допълнителен регулярен източник. Висок обаче е дялът (66,7 %) на лицата, които въобще не използват тази информация. Висок е и дялът на онези ръководители, които не разчитат на информация от браншовата организация (42,9%). Основните постоянни източници на информация са собствени проучвания (76,2%) и Интернет (57,1%). Един от респондентите е заявил, че основно се осведомява за експортните проблеми в сектора при посещенията и участията в изложби.

За интервюираните експерти необходимата допълнителна информация е свързана най-вече с „механизми за международни разпрачания” (42,1%), логистична информация (21,1%), допълнителна информация от браншовите организации, от информация относно импортните изисквания на потенциалните партньори и информация свързана с европейски инициативи. (47,4%).

Част от интервюираните ръководители са преценили, че искат да споделят и свои допълнителни мнения, които представляват интерес за изследването. Цитираме дословно тези мнения.

- Цялостна политика, стратегия от страна на държавата за развитие на сектора.
- Машините по оперативна програма Развитие на конкурентоспособността“ да се вземат от българските производители.

- Намаляване тежестта на осигурителните вноски върху възнагражденията на работниците
- Междуфирмена задлъжнялост – води до неспазване на сроковете за издължаване на дружествата към бюджета следствие на което се налагат големи санкции от контролните органи.
- По-опростен достъп до европейските програми.
- Няма свобода на избор на производствена техника.

## 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 регламентация на 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 закони 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 над-национално 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 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, което 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 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, но 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**

Съществената вътрешна диференциация по отношение на характера, структурата и капацитета на средните и малки предприятия, работещи в този сектор, определя наличието, както на обективни, така и на субективни предпоставки за повишаване на корупционния риск при реализирането на техните експортни стратегии. От една страна, става въпрос за пазарно пространство, в което традиционно именно малките и средни предприятия успяват да реализират в много по-висока степен своите бизнес-планове. Сам по себе си този сектор отразява както възможностите, с които разполагат големите предприятия (в сферата на корабостроенето, производството на локомотиви, мотори и т.н.) така и широко поле за реализация на средни по своя обхват бизнес-стратегии, които биха могли да бъдат източник на съществен икономически резултат.

Част от предприятията в този сектор изпитват сериозни затруднения от липсата на достатъчно активна и последователна публична политика, насочена към подпомагането на хора с различен тип увреждания или затруднения. Международната практика показва, че по-скоро малки и микро-предприятия са ангажирани с производството на средства за придвижване, предназначени за различни уязвими групи. В същото време, липсата на публични финанси в общите възможности за финансиране на подобен тип индустрии определя относителната им зависимост и неконкурентоспособност и при реализирането на намеренията им за участие в съвместни бизнес-инициативи с чуждестранни партньори, и при реализирането на самостоятелни експортни стратегии.

Профилът на корупционния риск при предприятията от този сектор включват в различна степен фактори, определени от динамиката на чуждестранните пазари и съществуващите местни условия за насърчаване на износа. От една страна, при опитите си



за излизане на външни пазари, средните предприятия в сектора *разчитат до голяма степен на съществуващите механизми и правни гаранции за защита на свободната конкуренция, там където търсят възможност да експортират продукцията си*. Това се отнася в най-голяма степен за производителите на елементи от корабно оборудване, за корабостроителите, които осъществяват успешна експортна стратегия по отношение на крайния продукт от своята дейност, но се нуждаят от вътрешна подкрепа, за да успеят да реализират плановите си.

В случаите, когато българските производители не присъстват на чуждестранни пазари чрез свои партньори, които поемат солидарно част от рисковете на износа, те се изправят пред необходимостта да инвестират в подготовката на специализирана администрация, квалификацията и преквалификацията на персонал, който изцяло да е ангажиран с анализ на пазарните условия и доминиращите предпочитания по отношение на продукцията, предназначена за износ.

По-съществени са трудностите пред малките предприятия, които еднакво трудно успяват да достигнат както до достатъчно надеждни чуждестранни партньори и договори, така и до необходимата им експертиза, отнасяща се до предпочитанията на производителите. Всички тези фактори придобиват още по-съществено значение при общото ограничаване на хоризонта за средносрочно планиране на дейностите в частния сектор.

При наличието на определено съчетание от фактори на външната среда и субективните предпочитания, част от средните и малки предприятия в сектора се изправят едновременно пред решаването на няколко групи от задачи:

- компенсиране на информационния дефицит, при липса на достатъчно надеждни контакти и гаранции за успешно навлизане на нови пазари;
- капацитет за преодоляване на местните изисквания за осигуряване на безпрепятствен износ при наличието на висока степен на несъвместимост между правилата и критериите за оценка на продукцията, съществуващи на двата пазара;



- достатъчно стабилни финансови гаранции за успешното завършване и реализация на планираната продукция, която е предмет на договори за износ с чуждестранни партньори;
- достатъчно надеждна и предвидима правна среда, която би могла да осигури, както защита на техните собствени интереси, така и събиране на дължимите вземания в случай на некоректно поведение на чуждестранните им партньори.

Съчетаването на всички тези елементи предполага последователно изграждане и развитие на средносрочна експортна стратегия; достатъчно стабилни бизнес-контакти в чужбина или готовност за включване в съществуващите корупционни мрежи, които в крайна сметка, ограничават постигнатите печалби и генерират стратегическа несигурност в развитието на предприятията от бранша.

Конкурентните пазари, на които търсят възможност за реализация на продуктите си предприятията от този сектор, особено когато става въпрос за Африка и Близкия Изток, са доминирани от продавачи, които са готови или вече са включени в мрежи на международна корупция. В този смисъл, рисковете пред българските производители се определят в по-голяма степен от конюнктурата на външните пазари за реализация на тяхната продукция, отколкото от съществуващите експортни условия у нас.

### **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 превозни средства без автомобили” 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 относителното ниво 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 анкетираните 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 обществено-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 субрегионален 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 превозни средства без автомобили” следва да се вземат предвид данните за най-значимите пазари:**

**А) пазари в държави-членки на Европейския Съюз: Германия, Франция, Гърция, Белгия, Холандия, Италия, Испания, Литва, Полша Естония, Австрия, Дания, Румъния, Словакия, Чехия, Люксембург, Словения, Унгария, Великобритания, Кипър, Латвия**

При планирането и реализирането на експортни стратегии следва да се вземе предвид фактът, че според данните от Индекса за възприятие на корупцията в този сектор има три обособени подгрупи от държави, чиито стойности са следните.

Първа група, която включва: Дания (9,4), Холандия (8,9), Люксембург (8,5), Германия (8 пункта), Великобритания (7,8), Австрия (7,8), Белгия (7,5), Франция (7), в които общият бизнес климат е по-благоприятен и публичните институции прилагат водещите стандарти за ефективно функциониране и успешно противодействие на корупцията. Резултатите от другото сравнително изследване – Световен корупционен барометър, показват че публичните институции в тези държави функционират ефективно, като прилагат водещите стандарти за превенция и противодействие на корупцията. Там рискът от корупция е предопределен на първо място от политически фактори, а разпространението на корупционни практики в администрацията е сведено до минимум.

Втората група държави, които имат сравнително по-ограничени успехи в противодействието на корупцията, са: Естония (6,4), Кипър (6,3), Испания (6,2), Словения (5,9), Полша (5,5). Въз основа на общата оценка на международния Индекс за възприятие на корупцията може да се даде оценка, че тези държави са изградили надеждна система от институции и механизми за превенция и противодействие на корупцията.

Трета група, чиито резултати са индикатор за все още нерешени проблеми с превенция и противодействие на корупцията: Литва (4,8), Унгария (4,6), Чехия (4,4), Латвия (4,2), Словакия (4), Италия (3,9), Румъния (3,6), Гърция (3,4). По-сериозни проблеми с нивото на разпространение на корупцията срещат Румъния, Италия и Гърция, чиито стойности са показател за недостатъчно ефективно противодействие на корупцията в тези две страни.

По отношение на първата обособена подгрупа следва да бъде отбелязано, че в Дания е налице практически свободна от корупция среда. Данните за предлагани подкупи не могат

да достигнат дори и статистически значимата граница от 1%. Много сходни са данните и за Холандия и Люксембург: в контекста на двете държави рискът от корупция може за предопределен само от външни бизнес фактори, много рядко от политически фактори, а разпространението на корупционни практики в администрацията е сведено до минимум.

По-сериозен риск от оказване на корупционен натиск във Франция може да се очаква от страна на земеделските служби (на които 8,1% от гражданите са платили подкуп през последната година, митниците (5,4%) и медицинските услуги (5,1%), а по-ефективно съдействие бизнесът може да очаква от данъчните и регистрационните служби, полицията и съдебната система (в рамките на 2% - до 3% са случаите, в които гражданите са плащали подкуп през последната година). Най-висока степен на интегритет в работата на институциите и бизнеса може да се очаква в Германия. В Германия на практика отсъства корупционен натиск върху бизнеса от страна на митници, данъчни служби и съдебна система; най-високият процент на платили подкуп е при гражданите и фирмите, които са имали досег с работата на регистрационните служби (1,9%). Във Великобритания подкупи най-високият процент на платили подкуп е при гражданите и фирмите, които са имали досег с работата на митниците (4,4%), земеделски служби (4,2%), регистрационни служби (3,4%); по-нисък е по отношение на данъчните служби (1,2%) и полицията (0,9%).

За Италия най-сериозен корупционен натиск би могъл да се очаква от съдебната система, митниците и земеделските служби. В подкрепа на това заключение могат да бъдат приведени данните от Световния корупционен барометър, който представя информация относно непосредствения опит на гражданите с корупционни практики. На пряко зададен въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите насочват към най-сериозен натиск за плащане на подкупи съществува в съдебната система (28,8% от гражданите са платили подкуп), митници (13,9%, земеделски служби (12,9%) и секторът на медицински услуги (10%).

Данните от Световния корупционен барометър 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. Що се отнася до една от най-често срещаните изразни форми на корупция – плащането на подкупи – следва да се вземе

предвид, че най-значителен е делът подкупите, дадени на полицията (16,2%), съдебна система (13,0%) и регистрационни служби (10,8%).

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 натиск за плащане на подкупи 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.

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 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%).

Интерес представлява Литва, която има стойност на индекса 4,8 пункта. Същевременно, при Литва следва да се отчете по-широко разпространение на една от най-преките изразни форми на корупция – плащането на подкупи. На пряко зададения въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите в Литва насочват към най-сериозен натиск за плащане на подкупи в следните сектори: полиция (30,0%), съдебна система (22,4%), митници (22,6%), земеделски служби (15,4%), регистрационни служби (13,8%), данъчни служби (2,9%).



**Б) пазари извън държави-членки на Европейския Съюз: Норвегия, Швейцария, Турция, Сърбия, Украйна, Мексико, САЩ, Алжир, Панама, Индия, Русия, Черна Гора, Мавриций, Армения**

При разработването и реализирането на експортни стратегии в този сектор следва да се има предвид значителната разлика между държавите във втората група пазари. Това, съответно, се отразява не само върху обхвата и разпространението на корупционните практики във втората група държави, но и при осъществяването на бизнес на техни национални компании в чужбина.

При планиране на експортни стратегии в този сектор на първо място следва да се отчетат данните от Индекса за възприемане на корупцията. Според корупционния индекс (по степен на некорумпираност) посочените по-горе държави се подреждат, както следва: Норвегия (9), Швейцария (8,8), САЩ (7,1), Турция (4,2), Черна гора (4), Сърбия (3,3), Панама (3,3), Индия (3,1), Алжир (2,9), Армения (2,6), Русия (2,4), Украйна (2,3)

Разгледани във вътрешно-национален мащаб, данните от Световния корупционен барометър разкриват следната картина. В Норвегия е налице практически свободна от корупция среда. Данните за предлагани подкупи не могат да достигнат дори и статистически значимата граница от 1%.

В САЩ по-силно изразен е рискът от политически покровителствана корупция. Що се отнася до плащането на подкупи, на пряко зададения въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите насочват към най-сериозен корупционен риск в следните сектори: митници (18,3%), земеделски служби (12,5%), регистрационни служби (9%), съдебна система (8,4%), данъчни служби (5,6%), полиция (5,7%).

В Турция най-силен корупционен риск има в бизнес сектора и в администрацията. Що се отнася до плащането на подкупи, тази практика е масово разпространена. На пряко зададения въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите насочват към най-сериозен корупционен риск в следните сектори: митници (32,4%), земеделски служби (32,2%), данъчни служби (34,5%), регистрационни служби (31,2 %), полиция (28,9 %), съдебна система (26,2 %).

В САЩ най-силно изразен е рискът от политически покровителствана корупция. Що се отнася до плащането на подкупи, на пряко зададения въпрос „През последните 12 месеца плащали ли сте подкуп” отговорите на респондентите насочват към най-сериозен корупционен риск в следните сектори: митници (18,3%), земеделски служби (12,5%), регистрационни служби (9%), съдебна система (8,4%), данъчни служби (5,6%), полиция (5,7%).

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%).

Аналогични са данните и по отношение на водещият риск за Индия – там политическите партии са определени като водещ източник на корупция, като непосредствено след тях се нареждат полицията, а на трето място – парламентът.

При планиране и реализиране на експортни стратегии в Алжир, както и целия регион на Северна Африка, следва да се вземе предвид фактът, най-сериозен корупционен риск се установява в работата на: полицията; службите за регистрация и издаване на разрешителни режими, както земеделските служби.



## УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАНИ ОТ ИАНМСП

---

Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) изпълнява държавната политика в подкрепа на МСП в България и работи за интернационализация на българския бизнес. Дирекция „Развитие и интернационализация на МСП” към ИАНМСП участва в разработването, организира и координира изпълнението на мерките от годишните програми за прилагане на Националната стратегия за насърчаване на малките и средните предприятия, извършва национална реклама на българския икономически потенциал, съдейства на малките и средните предприятия за осъществяване на контакти с потенциални бизнес партньори, проучва възможностите и информира малките и средните предприятия за източниците за финансиране и за банковите процедури.

Информационните услуги, които ИАНМСП предлага, са:

- външнотърговска информация;
- информация за български производители;
- информация за международни и регионални пазари;
- международни изложения и панаири;
- бизнес форуми в страната и чужбина;
- информационни кампании;
- информация за международни търгове;
- информация за оферти и запитвания от български и чуждестранни фирми

На интернет сайта на агенцията редовно се публикува информация за предстоящите събития и календар на събитията, организирани от ИАНМСП. По проекта за интернационализация на МСП бе създаден и портала за износ.

Относно оценката на участниците в социологическото изследване за ефекта върху експортната дейност на предприятието на предоставяните от ИАНМСП услуги

половината от изследваните лица са посочили, че услугите, предоставяни от ИАНМСП имат висок и среден ефект върху експортната дейност. Все пак трябва да се посочи, че другата половината от респондентите оценяват всички изброени услуги като такива с нисък и никакъв ефект. От услугите, предоставяни от ИАНМСП, с най-висок ефект върху експорта на предприятията е информацията свързана с оферти и запитвания от чуждестранни фирми (30,0%) и организиране участие в международни изложения и панаири (30,0%). Разпределението на оценките на експертите са представени в следната таблица:

*Таблица 99. 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	Неотговорил
Външнотърговска информация	0,0	45,0	5,0	50,0	0,0
Информация за международни и регионални пазари	15,0	35,0	0,0	50,0	15,0
Организиране участие в международни изложения и панаири	30,0	20,0	5,0	45,0	30,0
Организиране на бизнес форуми в страната и чужбина	10,0	30,0	20,0	40,0	10,0
Организиране на информационни кампании	15,0	35,0	10,0	40,0	15,0
Информация за международни търгове	10,0	40,0	5,0	45,0	10,0
Информация за оферти и запитвания от чуждестранни фирми	30,0	20,0	5,0	45,0	30,0

*Източник: Социологическо проучване*

На база на получените резултати се налага изводът, че 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 средните предприятия в България да се почувстват „обгрижвани“ от ресорните държавни структури .

Въз основа на анализа на данните от социологическото проучване могат да се обобщят следните основни изводи относно съществуващите бариери пред интернационализацията на МСП от сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” и мерките и перспективите за развитие на износа на предприятията от сектора:

– Основният извод по отношение на бариерите пред износа на малките и средните предприятия от сектора е, че най-сериозните пречки са свързани с външни фактори, по-специално от несигурността на външните пазари. Като цяло технологичното равнище и квалификацията на персонала на предприятията са задоволителни и не се оценяват като особено сериозни бариери пред износа.

– Мерките за преодоляване на бариерите през износа се очаква да бъдат предприети от държавата, но и от самите фирми от сектора. Фирмите ясно осъзнават необходимостта от повишаване на конкурентоспособността си на международните пазари, както и недостига на собствени финансови ресурси. Това личи от факта, че сред приоритетните мерки за подпомагане на МСП с най-висок приоритет се посочена насърчаването на износа и подобряване достъпа до финансиране.

– Очакванията са за следващия планов период за приоритетните мерки да бъдат заделени още повече средства.

– Фирмите разчитат в най-голяма степен на собствените си сили за набавяне на необходимата им информация за износа, и в много по-малка степен на административни структури като ИАНМСП и браншови организации.

## БИБЛИОГРАФИЯ И СТАТИСТИЧЕСКИ ИЗТОЧНИЦИ:

---

- 1) Конкурентоспособно представяне и политики на страните-членки – ЕК, документ SEC (2010 г.) 1272, придружаващ стратегия „Интегрирана индустриална политика за глобалната ера. Конкурентоспособност и устойчивост на преден план”.
- 2) Национална програма за реформи (2011 – 2015 г.) на Република България. (В изпълнение на стратегия „Европа 2020”) – МС на РБ, София, 13 април, 2011 г.
- 3) Пакет „Научни изследвания, иновации и конкурентоспособност” (Предложение за Регламент на ЕП и Европейския Съвет за създаване на Програма за конкурентоспособност на предприятията и за МСП 2014 – 2020 г.) – Брюксел, 30.11.2011 г.; COM (2011 г.) 834 окончателен.
- 4) Методология за стратегическо планиране в РБ – Съвет за административната реформа към МС на РБ, София, Април 2010 г.
- 5) Основи на икономиката – Гилеспи, Андрю; 2 изд., Оксфорд Юнивърсити Прес 2011 г.
- 6) Промислена политика: засилване на конкурентоспособността – ЕК, Брюксел, 14.10.2011 г.; COM (2011 г.) 642 окончателен
- 7) Класификация на икономическите дейности (КИД-2008) – НСИ, София 2008 г.
- 8) “Small Business Act” за Европа („Мисли за малките!”) – ЕК, Брюксел, 25.6.2008 г.; COM (2008 г.) 394 окончателен
- 9) Анализ за състоянието и факторите за развитие на МСП (Българските МСП в условията на криза) – НОЕМА, ИАНМСП, София 2011 г.

10) За разработването на настоящата стратегия са били консултирани и използвани публично достъпни статистически данни и документи от:

- i. *НСИ*
- ii. *Евростат*
- iii. *МИЕТ*
- iv. *СТО (ООН)*
- v. *Световна банка*
- vi. *Международен търговски център, Женева*
- vii. *Данни и публикации на БСК, БТПП, БКК Машиностроене*
- viii. *Информация от проведено социологическо проучване в периода 31 октомври – 28 ноември 2011 г. с висшия персонал на микро, малки и средни предприятия от анализирания сектор*
- ix. *Други официални информационни електронни източници*