

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ I. АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТУВАЩОТО СЪСТОЯНИЕ

1. СЪСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ НА СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ТЕКСТИЛ И ИЗДЕЛИЯ ОТ ТЕКСТИЛ” В БЪЛГАРИЯ

Анализът на състоянието и развитието на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е организиран така, че да отговори на следните въпроси:

1. Какво е мястото на МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” в промишлеността общо и в преработващата промишленост в България.
2. Каква е общото състояние на МСП в сектора и какви тенденции протичат в периода 2009-2010 г. по отношение на оборот, заетост, добавена стойност и др.
3. Каква е динамиката на развитието на сектора в сравнение с развитието на останалите анализирани сектори¹, на промишлеността общо и на преработващата промишленост.
4. Какво е мястото на подсекторите в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”.
5. Какво е финансовото състояние на МСП в сектора.

Сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” обхваща един раздел на сектор С „Преработваща промишленост”², а именно раздел 13 „Производство на текстил и изделия от текстил”.

Съгласно КИД – 2008 раздел 13 е обособен в следните групи и класове:

- 13.1 „Подготовка и предене на текстилни влакна”
- 13.2 „Производство тъкани”
- 13.3 „Облагородяване на прежди, платове и облекло”
- 13.9 „Производство на други текстилни изделия”
 - 13.91 „Производство на плетени платове”.
 - 13.92 „Производство на конфекционирани текстилни изделия без облекло”
 - 13.93 „Производство на килими и текстилни подови настилки”
 - 13.94 „Производство на канапи, въжета, мрежи и изделия от тях”
 - 13.95 „Производство на нетъкани текстилни изделия без облекло”
 - 13.96 „Производство на други текстилни изделия за техническа и производствена употреба”

¹ В рамките на Проект № BG161PO003 – 4.2.01-0001 “Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия” се разработват експортни стратегии за други 17 сектора от преработващата промишленост, за които се счита, че имат експортен потенциал. Състоянието, развитието и експортната ориентация на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е съпоставено с данните за останалите сектори, за да се очертае тяхното позициониране и възможности за износ.

² Съгласно КИД - 2008

- 13.99 „Производство на други текстилни изделия, неклассифицирани другаде”

Производството на текстил е с традиции в България и се състои от подготовка и предене на текстилни влакна, тъкани, преди, конфекционирани текстилни изделия (без облекло) и др. Фирмите от сектора са разположени главно в територията на южна България.

Положението на страната е благоприятно в географски аспект поради съществуващата близост до суровини и потребители. Все пак трябва да се има предвид, че в последните години местната суровинна база е ограничена поради намаленото производство на вълна, памук и влакна.

В следващата таблица са представени данни по основни показатели, характеризиращи малките и средните предприятия в 18-те сектора.

Таблица 1. Основни данни, характеризиращи МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

Икономически дейности (КОД)	Групи нефинансови предприятия	ИЗМЕНЕНИЕ (в %)															Производителност на труда (лв./зает)	Производителност на труда (лв./зает)
		Предприятия (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятия (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятия	Оборот	Добавена стойност	Заети	Износ		
		2009	2009	2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010	2010/2009	2010/2009	2010/2009	2010/2009	2010/2009	2009	2010
Общо	България, вкл. финансови предприятия				3204800	22881600				3010400	30435000					133.01		
Общо	Общо	316565	179305454	32471996	2041918		313024	183194352	32367989	1932329		98.88	102.17	99.68	94.63		15903	16751
Общо	Преработваща промишленост	32177	38575825	7595046	577450		30709	43088856	8053188	538435		95.44	111.70	106.03	93.24		13153	14957
МСП	Общо	315804	123533857	20261960	1549591		312314	123169217	19462962	1458958		98.89	99.70	96.06	94.15		13076	13340
МСП	Преработваща промишленост	31860	17444821	4235655	397161		30409	17754591	4196679	367468		95.45	101.78	99.08	92.52		10665	11421
МСП-18 СЕКТОРА																		
10	Производство на хранителни продукти	4783	4822896	783939	71217	987553	4736	5173275	850805	67976	912774	99.02	107.26	108.53	95.45	92.43	11008	12516
11	Производство на напитки	778	412614	76129	7804	77517	780	434331	88453	7519	47556	100.26	105.26	116.19	96.35	61.35	9755	11764
13	Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	681	261386	56076	6965	130252	599	245997	68963	6402	103323	87.96	94.11	122.98	91.92	79.33	8051	10772
14	Производство на облекло	4924	1359707	522960	83680	1413899	4477	1364456	497789	75171	1326690	90.92	100.35	95.19	89.83	93.83	6250	6622
15	Обработка на кожи; производство на обувки и други изделия от обработени кожи без косъм	535	212737	87126	13032	263470	494	219978	91709	12601	292115	92.34	103.40	105.26	96.69	110.87	6686	7278
16	Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене	2112	431909	107204	14242	114357	1962	473329	109346	13379	82920	92.90	109.59	102.00	93.94	72.51	7527	8173
17	Производство на хартия, картон и изделия от хартия и картон	553	406424	102205	7465	61824	517	372203	75571	6385	39800	93.49	91.58	73.94	85.53	64.38	13691	11836
18	Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	1171	439473	142697	8982	36288	1159	490227	150553	9044	31197	98.98	111.55	105.51	100.69	85.97	15887	16647
20	Производство на химични продукти	558	727137	162850	8770	288182	577	871899	172799	8482	213452	103.41	119.91	106.11	96.72	74.07	18569	20372
21	Производство на лекарствени вещества и продукти	56	110491	43412	1630	22469	54	125524	51070	1736	19808	96.43	113.61	117.64	106.50	88.16	26633	29418
22	Производство на изделия от каучук и пластмаси	2078	1195769	283769	20990	327153	1930	1305231	266457	19103	341186	92.88	109.15	93.90	91.01	104.29	13519	13948
23	Производство на изделия от други неметални минерални суровини	1591	1235756	320586	19101	94125	1467	934392	244241	15425	88967	92.21	75.61	76.19	80.75	94.52	16784	15834
25	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	4415	1872617	491740	40457	310201	4061	1618573	438892	34900	331204	91.98	86.43	89.25	86.26	106.77	12155	12576
26	Производство на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти	389	321139	99235	5467	240243	363	452104	143744	5254	159772	93.32	140.78	144.85	96.10	66.50	18152	27359
27	Производство на електрически съоръжения	531	542648	139986	9590	229947	508	558704	127155	8312	225533	95.67	102.96	90.83	86.67	98.08	14597	15298
28	Производство на машини и оборудване, с общо и специално предназначение	920	703096	223155	16798	218782	895	883555	273932	15936	245549	97.28	125.67	122.75	94.87	112.23	13285	17190
30	Производство на превозни средства, без автомобили	84	168206	45942	2371	62813	74	138874	30201	2146	55352	88.10	82.56	65.74	90.51	88.12	19377	14073
31	Производство на мебели	2452	547237	167165	21407	111034	2279	563924	157716	18833	127390	92.94	103.05	94.35	87.98	114.73	7809	8374

Икономически дейности (КОД)	Групи нефинансови предприятия	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)
		2009	2009	2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010
Общо	България, вкл. финансови предприятия				3204800	22881600				3010400	30435000
Общо	Общо	316565	179305454	32471996	2041918		313024	183194352	32367989	1932329	
Общо	Преработваща промишленост	32177	38575825	7595046	577450		30709	43088856	8053188	538435	
МСП	Общо	315804	123533857	20261960	1549591		312314	123169217	19462962	1458958	
МСП	Преработваща промишленост	31860	17444821	4235655	397161		30409	17754591	4196679	367468	

СТРУКТУРА - Дял на МСП в 18-сектора в МСП в промишлеността

10	Производство на хранителни продукти	1.51	3.90	3.87	4.60	4.32	1.52	4.20	4.37	4.66	3.00
11	Производство на напитки	0.25	0.33	0.38	0.50	0.34	0.25	0.35	0.45	0.52	0.16
13	Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	0.22	0.21	0.28	0.45	0.57	0.19	0.20	0.35	0.44	0.34
14	Производство на облекло	1.56	1.10	2.58	5.40	6.18	1.43	1.11	2.56	5.15	4.36
15	Обработка на кожи; производство на обувки и други изделия от обработени кожи без косъм	0.17	0.17	0.43	0.84	1.15	0.16	0.18	0.47	0.86	0.96
16	Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене	0.67	0.35	0.53	0.92	0.50	0.63	0.38	0.56	0.92	0.27
17	Производство на хартия, картон и изделия от хартия и картон	0.18	0.33	0.50	0.48	0.27	0.17	0.30	0.39	0.44	0.13
18	Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	0.37	0.36	0.70	0.58	0.16	0.37	0.40	0.77	0.62	0.10
20	Производство на химични продукти	0.18	0.59	0.80	0.57	1.26	0.18	0.71	0.89	0.58	0.70
21	Производство на лекарствени вещества и продукти	0.02	0.09	0.21	0.11	0.10	0.02	0.10	0.26	0.12	0.07

Икономически дейности (КОД)	Групи нефинансови предприятия	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)
		2009	2009	2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010
22	Производство на изделия от каучук и пластмаси	0.66	0.97	1.40	1.35	1.43	0.62	1.06	1.37	1.31	1.12
23	Производство на изделия от други неметални минерални суровини	0.50	1.00	1.58	1.23	0.41	0.47	0.76	1.25	1.06	0.29
25	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	1.40	1.52	2.43	2.61	1.36	1.30	1.31	2.26	2.39	1.09
26	Производство на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти	0.12	0.26	0.49	0.35	1.05	0.12	0.37	0.74	0.36	0.52
27	Производство на електрически съоръжения	0.17	0.44	0.69	0.62	1.00	0.16	0.45	0.65	0.57	0.74
28	Производство на машини и оборудване, с общо и специално предназначение	0.29	0.57	1.10	1.08	0.96	0.29	0.72	1.41	1.09	0.81
30	Производство на превозни средства, без автомобили	0.03	0.14	0.23	0.15	0.27	0.02	0.11	0.16	0.15	0.18
31	Производство на мебели	0.78	0.44	0.83	1.38	0.49	0.73	0.46	0.81	1.29	0.42
СТРУКТУРА - Дял на МСП в 18-сектора в МСП в преработващата промишлеността											
10	Производство на хранителни продукти	15.01	27.65	18.51	17.93		15.57	29.14	20.27	18.50	
11	Производство на напитки	2.44	2.37	1.80	1.96		2.57	2.45	2.11	2.05	
13	Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	2.14	1.50	1.32	1.75		1.97	1.39	1.64	1.74	
14	Производство на облекло	15.46	7.79	12.35	21.07		14.72	7.69	11.86	20.46	
15	Обработка на кожи; производство на обувки и други изделия от обработени кожи без косъм	1.68	1.22	2.06	3.28		1.62	1.24	2.19	3.43	

Икономически дейности (КОД)	Групи нефинансови предприятия	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятие (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)
		2009	2009	2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010
16	Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене	6.63	2.48	2.53	3.59		6.45	2.67	2.61	3.64	
17	Производство на хартия, картон и изделия от хартия и картон	1.74	2.33	2.41	1.88		1.70	2.10	1.80	1.74	
18	Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	3.68	2.52	3.37	2.26		3.81	2.76	3.59	2.46	
20	Производство на химични продукти	1.75	4.17	3.84	2.21		1.90	4.91	4.12	2.31	
21	Производство на лекарствени вещества и продукти	0.18	0.63	1.02	0.41		0.18	0.71	1.22	0.47	
22	Производство на изделия от каучук и пластмаси	6.52	6.85	6.70	5.29		6.35	7.35	6.35	5.20	
23	Производство на изделия от други неметални минерални суровини	4.99	7.08	7.57	4.81		4.82	5.26	5.82	4.20	
25	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	13.86	10.73	11.61	10.19		13.35	9.12	10.46	9.50	
26	Производство на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти	1.22	1.84	2.34	1.38		1.19	2.55	3.43	1.43	
27	Производство на електрически съоръжения	1.67	3.11	3.30	2.41		1.67	3.15	3.03	2.26	
28	Производство на машини и оборудване, с общо и специално предназначение	2.89	4.03	5.27	4.23		2.94	4.98	6.53	4.34	
30	Производство на превозни средства, без автомобили	0.26	0.96	1.08	0.60		0.24	0.78	0.72	0.58	

Икономически дейности (КОД)	Групи нефинансови предприятия	Предприятия (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)	Предприятия (бр.)	Оборот ¹ (хил.лв.)	Добавена ст-т ^{1,2} (хил.лв.)	Заети (бр.)	Износ (хил.лв.)
		2009	2009	2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010
31	Производство на мебели	7.70	3.14	3.95	5.39		7.49	3.18	3.76	5.13	
Структура по подсектори											
13	Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
13.1	Подготовка и предене на текстилни влакна	6.17	26.68	6.52	13.54	42.99	7.35	29.12	35.33	14.17	45.57
13.2	Производство на тъкани	8.37	29.60	28.23	24.15	37.85	7.68	18.84	8.45	16.85	#VALUE!
13.3	Облагородяване на прежди, платове и облекло	6.46	6.68	11.06	8.57	0.82	6.18	6.71	9.60	7.56	#VALUE!
13.9	Производство на други текстилни изделия	79.00	37.05	54.19	53.74	18.34	78.80	45.33	46.62	61.42	30.87

Забележка

1. Данните са изчислени по методологията на Структурната бизнес статистика

2. По факторни цени

Въз основа на данните от таблицата могат да се направят следните по-важни изводи:

Място на МСП от сектора в МСП в преработващата промишленост:

Брой на фирмите и заетите в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

В сектора преобладават малките и средните предприятия. И за МСП в този сектор, както в промишлеността на страната като цяло, тенденцията, която се очертава през периода 2009 – 2010 г. е към намаляване на броя на предприятията (от 681 бр. през 2009 г. на 599 бр. през 2010 г.), респективно на заетите в сектора – от 6965 на 6402 души.

Макар текстилните предприятия да не са сред първите по мащаб работодатели в страната, все пак секторът е един от значимите и перспективни отрасли от преработващата ни промишленост. За анализирания сектор, както и за останалите разглеждани сектори (с изкл. на производство на лекарствени вещества и продукти и печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители) и общо в преработващата промишленост се наблюдава намаление на заетите лица. За 2010 г. секторът е осигурявал заетост на почти 1,74 % от заетите в МСП в преработващата промишленост.

Оборот и добавена стойност в МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” са на едно от последните места сред МСП в преработващата промишленост по реализиран оборот и създадена добавена стойност. Делът на МСП, произвеждащи текстилни продукти за 2010 година, представлява приблизително 0,57 % от оборота и, съответно - 0,86% от добавената стойност в МСП в преработващата промишленост.

Средният темп на увеличение на оборота през 2010 г. спрямо 2009 г. за МСП в преработващата промишленост е 1,78%. От анализираните 18 сектора в 13 има увеличение на оборота, като увеличението варира от 0,35% в производството на облекло до 40,78% в производството на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти. Производството на текстил е един от малкото сектори, при които оборотът намалява вместо да се увеличава (от 261,386 млн. лв. през 2009 г. на 245,997 млн. лв. през 2010 г.), като намалението е с 5,89 %.

В половината от секторите има увеличение на добавената стойност през 2010 г. спрямо 2009 г. – от 2% при производството на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели до 45% в производството на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти, при регистрирано намаление на добавената стойност в МСП в преработващата промишленост от почти 1%. По този показател секторът „Производство на текстил и изделия от текстил” бележи сравнително голямо увеличение с 22,98 %. Това се дължи на факта, че броят на заетите, респективно разходите за възнаграждения, намалява с по-голям процент (8,08 %) отколкото е намалението на оборота (5,88 %).

Следователно, МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” са в групата на колебливо развиващите се сектори и за да се засили техният потенциал за увеличаване на експортните възможности са необходими сериозни и последователни усилия.

Производителност на труда в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” имат по-висока производителност на труда (измерена като отношение на произведена добавена стойност на 1 зает) от сектори като „Производство на облекло, кожи и обувки” и „Производство на мебели”, но тя е значително по-ниска от средната за преработващата промишленост за 2009 и за 2010 г. За двете години на анализирания период се наблюдава обща тенденция на нарастване на производителността на труда в почти всички сектори, включително и при производството на текстил и изделия от текстил, като процентът на нарастване е с двадесет пункта по-висок спрямо средния процент на растеж за преработващата промишленост.

Вътрешносекторни характеристики:

- Регистрираната тенденция на намаление на броя на МСП в сектора през 2010 г. спрямо 2009 г. е валидна и за всички подсектори с изключение на незначително увеличение на броя фирми в „Подготовка и предене на текстилни влакна”³, в която са включени приблизително 7 % от фирмите от сектора.
- Най-голяма заетост в сектора осигурява подсекторът „Производство на други текстилни изделия” (61,42 % от заетите в сектора), следван от „Производство на тъкани”. От всички подсектори единствено в „Производство на други текстилни изделия” се наблюдава увеличение на заетите, а в останалите 3 - намаление, което е най-съществено в „Производство на тъкани”.
- През двете години принос към оборота на сектора имат „Производство на други текстилни изделия” (15,14 % увеличение на оборота) и „Подготовка и предене на текстилни влакна”, като заедно с „Облагородяване на преди, платове и облекло” създават и най-високата добавена стойност в сектора. В рамките на анализирания подсектори динамиката в оборота и добавената стойност е различна, а ръстът и по двата анализирани показатели е най-съществен при производството на други текстилни изделия и преденето на текстилни влакна. Оборотът и добавената стойност спадат най-силно при производството на тъкани.
- Производителността на труда е най-висока в предприятията от „Облагородяване на преди, платове и облекло”. През 2010 г. спрямо 2009 г. производителността на труда се увеличава в подсекторите (с изключение на „Производство на тъкани”), като увеличението е най-съществено при „Подготовка и предене на текстилни влакна”.

Производството на изделия от текстил в страната се осъществява от около 700 фирми, като тяхното регионално разпределение е представено в следващата таблица.

³ По НКИД 2008

**Таблица 2: Регионално разпределение на предприятията от сектор
„Производство на текстил и изделия от текстил”**

	Заети в сектора (бр.)	% от заетите в района	% от заетите в сектора	% от фирмите в сектора
Северозападен район	766	1.7	14.8	12.8
Северен централен район	1104	0.4	4.7	13.6
Североизточен район	3442	0.3	3.3	7.6
Югоизточен район	8830	2.6	37.8	15.9
Южен централен район	5274	1.2	22.6	22.7
Югозападен район	3917	0.4	16.8	27.5

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

В сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” се наблюдава неравномерно разпределение на предприятията и заетите по региони. Най-голяма е концентрацията на фирми в Югозападния район, следван от Южния централен район, а най-ниска – в Североизточния район. Междурегионалните различия по процент на заетите в съответния район, са сравнително ниски - между 0,3 и 2,6%.

Значение на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” за националната икономика

При анализа на състоянието на даден икономически сектор, за да се прецени по-точно неговото значение за икономиката на дадена страна, важно значение имат следните индекси и тяхната динамика:

- Индекс на промишленото производство
- Индекс на оборота на вътрешния пазар в промишлеността

Важна характеристика за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е динамиката на индекса на промишленото производство и съпоставката му с промишлеността, в частност - с преработващата промишленост.

Таблица 3. Индекси на промишленото производство за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Промисленост - общо	87,0	86,2	87,7	98,6	110,3	119,5	123,1	132,3	117,6	101,8	107,1
Преработваща промишленост	75,1	71,7	79,3	92,8	106,5	118,2	131	132,6	114,4	96,0	103,3
Производство на текстил и изделия от текстил	71.7	69.0	81.5	102.4	106.0	103.1	163.4	106.0	82.0	59.9	58.8

Източник: НСИ

До 2007 г. индексът на промишленото производство общо за икономиката, за преработващата промишленост нараства със сходна динамика, а при производството на текстил тенденцията на растеж е доста колеблива. През 2001, 2005 и 2007 г. се наблюдават леки понижения на индекса за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, а през 2008 г. тенденцията на развитие, както и за цялата промишленост, рязко се пречупва надолу. Докато в края на 2010 г. средният индекс за промишлеността успява да достигне базисните нива от 2005 година, то производството на текстил продължава да намалява и достига до 58,8 % спрямо 2005 г. Следователно, световната финансово-икономическа криза е довела до много сериозно намаление на производството в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, от което той все още не може да се съвземе.

Динамиката на индекса на оборота на вътрешния пазар в периода 2000-2010 г. е представена в Таблица 4.

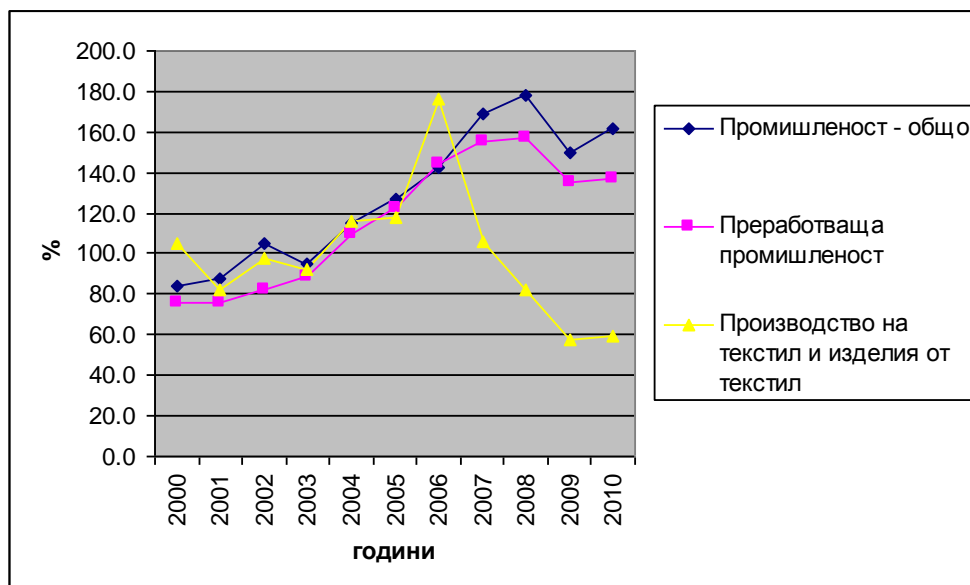
Таблица 4. Индекс на оборота на вътрешния пазар за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)

Вътрешен пазар	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
Производство на текстил и изделия от текстил	105.2	82.1	98.0	92.3	116.2	117.7	176.5	105.9	82.3	57.6	59.6

Източник: НСИ

Индексът на оборота на вътрешния пазар в производството на текстилни продукти показва нарастването на приходите от продажби на предприятията от сектора до 2007 година, когато започва рязък спад в оборота, продължил до 2010 г. Тенденцията на растеж е валидна общо за промишлеността и за преработвателната промишленост до 2008 г., а след това се наблюдава спад през 2009 г. и задържане на достигнатото ниво през 2010 г. Фигура 1 по-долу визуализира сериозния негативен ефект, който търпи изследваният сектор през кризисния период 2007-2010 г.

Фигура 1. Индекс на оборота на вътрешния пазар в промишлеността за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)



Източник: НСИ

В момента текстилната промишленост се представлява от около 700 фирми, като равнището на заплатите в сектора е едно от най-ниските. Средномесечното възнаграждение се оценява на около 460 лв. и осигурява заетост на 12,8 хил. души (2,6% от заетите в преработващата промишленост). За сравнение - към 2004 година текстилната промишленост в България включва близо 730 предприятия, в които са били заети около 35 хил. души.

Кадровото осигуряване на сектора е резултат от функционирането на 54 професионални гимназии. В същото време се наблюдава несъответствие между предлаганото професионално образование и потребностите на бизнеса, както и нисък дял на завършилите текстилни специалности, които се реализират в сектора.

Международно признати стандарти

Социално отговорното отношение, както към служителите, така и към околната среда е важен елемент, необходим за изграждането на устойчив положителен имидж на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“, към който следва да се стремят всички компании в бранша. Същото се отнася и за поддържането на гаранции за безопасни и здравословни условия на труд, което се удостоверява със системата OHSAS 18001.

Стандартът SA 8000 е базиран на международните норми за човешките права, описани в конвенциите на Международната организация по труда, Конвенцията на ООН за правата на децата и Световната декларация за човешките права. Ключови изисквания на SA 8000 са неизползването на детски и принудителен труд, осигуряване на здравословни и безопасни условия на работа, възможност за членство на служителите в различни асоциации и сдружения, недопускане на дискриминация, регламентиране на работното време и компенсиране на положения извънреден труд.

Въвеждането и прилагането в производствената дейност на фирмите от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” на международно признати стандарти и добри производствени практики все още е на заден план. В това отношение те са длъжници, както на производствения си персонал, така и на своите клиенти и партньори. В сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” този процес в някои направления е започнал, макар и колебливо. Данни по отношение на въведените стандарти в сектора са поместени по-долу.

Според информация от Българския сертификационен регистър (www.bgcert.com) към средата на м. януари 2012 г. от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” (EA Code 04)⁴ само 1 фирма притежава сертификат ISO 9001:2000, а 21 фирми поддържат ISO 9001:2008.

По отношение на въвеждане на системи за управление на околната среда от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” едва 1 фирма поддържа сертификат ISO 14001:2004 и нито една не е сертифицирана в по-новата версия ISO 14001:2009. Въпреки че текстилните предприятия са едни от сериозните замърсители на околната среда, към момента, очевидно, те не успяват да заделят ресурси за поддържане на международно признатите стандарти за нейното опазване.

По отношение на осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд само 2 фирми от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” поддържат сертификат OHSAS 18001:2007.

В текстилния сектор нито една от българските фирми не е въвела SA 8000 - Система за управление на социалната отговорност, нито GMP:2008 - Добри производствени практики.

Едно от обясненията за липсата на мотивация у фирмите от сектора да се сертифицират по международно признати стандарти е, че изискванията на възложителите често се отнасят към други норми и стандарти, които не са общовалидни като цитираните по-горе.

⁴ Публикуваните данни по отношение на въвеждане на международно признати стандарти се отнасят за сектор „Текстил и текстилни продукти” (EA Code 04), който според класификацията, използвана от Българския сертификационен регистър, включва и фирмите, занимаващи се с производство на облекло.

РЕЗУЛТАТИ ОТ АНКЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ СРЕД ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ТЕКСТИЛ И ИЗДЕЛИЯ ОТ ТЕКСТИЛ”⁵

В рамките на направеното за целите на настоящата експортна стратегия анкетно проучване сред предприятията от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” са интервюирани 19 МСП. Разпределението им според броя на заетите и годишния им оборот е посочено в Таблица 5.

Таблица 5. Разпределение на предприятията, според заети лица и оборот

Заети лица	Брой	Процент
По-малко от 10 души	5	26,3
От 11 до 50 души	10	52,6
От 51 до 250 души	4	21,1
Общо	19	100,0
Годишен оборот		
По-малък от 3 900 000 лв.	16	84,2
От 3 900 000 до 19 500 000 лв.	3	15,8
От 19 500 001 до 97 500 000 лв.	-	-
Общо	19	100,0

В преобладаващата част от предприятията (53 %) броят на заетите лица е между 10 и 50 души, а годишният оборот на 84,2 % от анкетираните е до 3 900 000 лева. Интересно е да се отбележи, че макар 21,1% от изследваните предприятия да попадат в групата с най-висок брой работещи, сред анкетираните фирми, липсват такива с оборот от над 19 500 000 лева.

Анализът на данните от анкетното проучване за оборота на МСП кореспондира с направените по-горе констатации. В периода 2008–2011 г. не може да се забележи ясно изразена тенденция в промяната на оборота на фирмите. За 2008 г. и 2009 г. броят на фирмите с повишен или намален оборот е равен. Според представената информация от анкетираните лица за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” 2010 г. се очертава като най-неблагоприятната за разглеждания период като тогава средната стойност на промяна в оборота, измерена чрез медианата е 95%. Положителен е фактът, че за 2011 г. съотношението между фирмите с нарастващ оборот и тези с намаляващ расте като достига стойности от 1,14.

⁵ Анкетното проучване е проведено в периода 31 октомври – 28 ноември 2011 г. с висшия управленски персонал на 5 микро, 10 малки и 4 средни предприятия (общо 19 МСП), работещи в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”.

Таблица 6. Промени в оборота на фирмите за периода 2008–2011 г.

(База 2007 г. = 100 %)

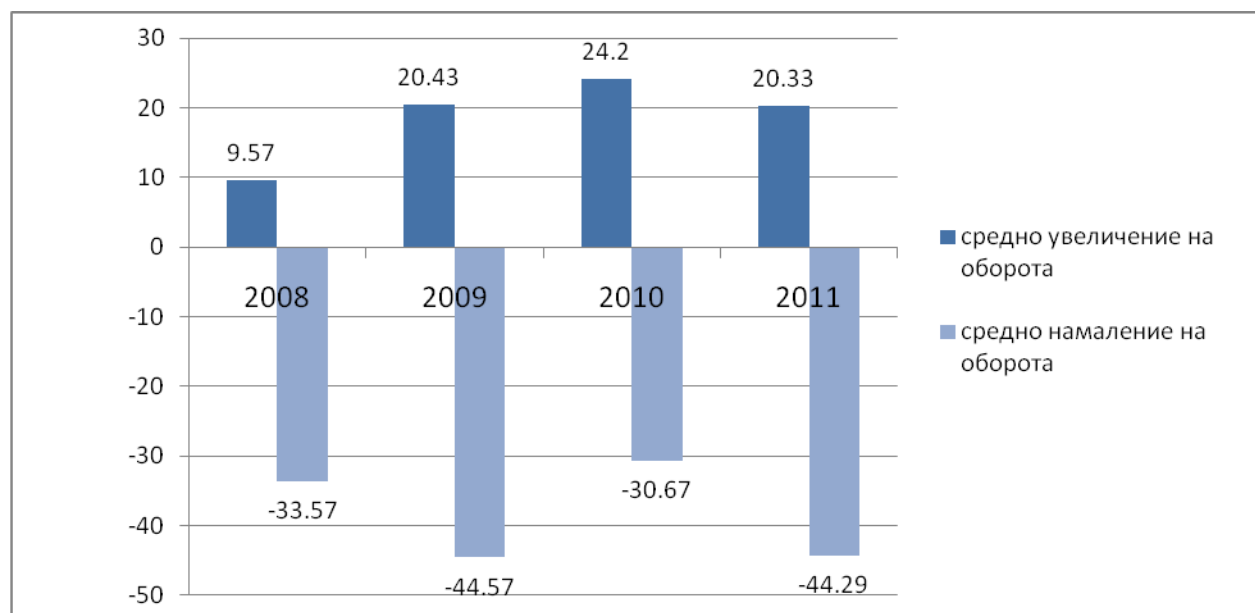
Година	Брой фирми с намален оборот	Брой фирми със запазен оборот	Брой фирми с повишен оборот	Не могат да преценят	Неотговорили	Съотношение между фирмите с нарастващ и намаляващ оборот	Средна стойност на промяна в оборота (медиана) в %
2008	7	1	7	1	3	1,00	100
2009	7	1	7	1	3	1,00	100
2010	8	2	5	1	3	0,63	95
2011	7	0	8	1	3	1,14	105

За изследваните предприятия анализът на данните, свързани с процента на промените в техния оборот, дава възможност да се посочи следното:

- При 6 фирми се наблюдава трайна тенденция за повишаване на оборота и надминаване на базата от 2007 г.
- При 2 фирми тенденцията е обратната – те имат трайно и ясно изразено намаляване на оборота си спрямо 2007 г.
- При 7 предприятия не се наблюдава определена тенденция; при тях оборотът е променлив през наблюдаваните 4 години, което съвпада и с цялостната тенденция в сектора, изведена при анализа на статистическите данни.

От Фигура 2 се вижда, че през изследвания период средното намаление в оборота на фирмите надвишава средното му увеличение.

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



Може да се отбележи, че според тези данни, във фирмите с повишен оборот средните стойности са по-ниски в сравнение със средните стойности на намаляване на оборота за предприятията, които са паднали под равнището на 2007 г.

Стоките, които анкетираните фирми произвеждат, се отнасят основно към сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” като делът на фирмите, които имат дейност и в друг сектор е незначителен. Продуктивният асортимент при текстилните изделия на изследваните фирми е разнообразен и поради тази причина събраната информация до голяма степен може да се отнесе за сектора като цяло.

ФИНАНСОВ АНАЛИЗ НА АНКЕТИРАНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТ СЕКТОР „ПРОИЗВОДСТВО НА ТЕКСТИЛ И ИЗДЕЛИЯ ОТ ТЕКСТИЛ”

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

Анализът на финансовото състояние на фирми от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” 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 12⁶ експортно-ориентирани МСП от сектора, като изходните данни за анализа са представени в следващата таблица:

Таблица 7. Изходни данни за анализа на финансовото състояние на 12 предприятия от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” (в хил. лв.)

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
АКТИВИ	48074	39127	36560	33336
Дълготрайни активи	24482	17595	17487	15258
Краткотрайни активи - общо, в т.ч.:	23583	21477	19030	18031
Материални запаси	12883	12583	10928	11523
Краткосрочни вземания	9269	7560	6498	5730
Парични средства	1027	1309	1342	510
ПАСИВИ	48074	39127	36560	33336
Собствен капитал	26185	22017	22009	20140
Дългосрочни пасиви	2602	2760	2146	925

⁶ Финансовият анализ обхваща 12 предприятия от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, тъй като към датата на изготвяне на анализа, информация от търговския регистър беше налична за 12 от попадналите 19 предприятия в анкетното проучване.

Краткосрочни пасиви	19287	14350	12405	12271
Краткосрочни задължения	18879	13800	12341	12271
Задължения към доставчици и клиенти	10379	6669	4526	5225
ОБЩО ПРИХОДИ	37 585	34123	22460	23433
Нетни приходи от продажби	36675	27487	21092	22227
ОБЩО РАЗХОДИ	38041	37808	22519	23779
Счетоводна печалба	-456	-3685	-59	-346

В две от анализиранияте 12 предприятия са концентрирани основната част активите – около 50% и те реализират между 65 и 73 % от оборота за разглеждания период. За да се избегне изкривяване на резултатите финансовото състояние на двете предприятия се анализира отделно.

Таблица 8. Изходни данни за анализа на финансовото състояние на групата на 10-те предприятия от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” (в хил. лв.)

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
АКТИВИ	29 710	21 540	20 296	16 537
Дълготрайни активи	17 728	11 164	11 034	9 354
Краткотрайни активи - общо, в т.ч.:	11 973	10 346	9 233	7 171
Материални запаси	6 908	4 994	4 429	3 593
Краткосрочни вземания	4 599	4 322	3 502	3 003
Парични средства	367	1 029	1 040	307
ПАСИВИ	29 710	21 540	20 296	16 537
Собствен капитал	20 786	15 976	15 570	13 336
Дългосрочни пасиви	1 021	1 866	1 830	621
Краткосрочни пасиви	7 903	3 698	2 896	2 580
Краткосрочни задължения	7 495	3 148	2 832	2 580
Задължения към доставчици и клиенти	2 766	757	785	757
ОБЩО ПРИХОДИ	13 076	15 081	7 924	6 368
Нетни приходи от продажби	12 206	8 824	7 158	5 714
ОБЩО РАЗХОДИ	14 486	19 527	8 591	7 129
Счетоводна печалба/загуба	-1 410	-4 446	-667	-761

Таблица 9. Изходни данни за анализа на финансовото състояние на групата на 2-те предприятия от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” (в хил. лв.)

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
АКТИВИ	18364	17587	16264	16799
Дълготрайни активи	6754	6431	6453	5904
Краткотрайни активи - общо, в т.ч.:	11610	11131	9797	10860
Материални запаси	5975	7589	6499	7930
Краткосрочни вземания	4670	3238	2996	2727
Парични средства	660	280	302	203
ПАСИВИ	18364	17587	16264	16799
Собствен капитал	5399	6041	6439	6804
Дългосрочни пасиви	1581	894	316	304
Краткосрочни пасиви	11384	10652	9509	9691
Краткосрочни задължения	11384	10652	9509	9691
Задължения към доставчици и клиенти	7613	5912	3741	4468

ОБЩО ПРИХОДИ	24509	19042	14536	17065
Нетни приходи от продажби	24469	18663	13934	16513
ОБЩО РАЗХОДИ	23555	18281	13928	16650
Счетоводна печалба/загуба	954	761	608	415

Анализът на представените данни показва следното:

- Наблюдава се намаление на активите на анализиранията предприятия от групата на 2-те в резултат на намаляване, както на дълготрайните, така и на краткотрайните активи. При групата на 10-те предприятия се наблюдава същата тенденция на намаление, но с по-голям процент. Очевидно през разглеждания период фирмите на успяват да намерят средства за инвестиции и не могат да компенсират намалението на балансовите стойности на активите в резултат на изхабяването им.
- Елементът с най-неравномерен темп на изменение в рамките на краткотрайните активи на групата на 10-те предприятия е паричните средства – ръст с над 180 % през 2008 г. спрямо 2007 г. и последващ силен спад през 2010.
- Краткотрайните активи бележат постоянен спад при групата на 10-те предприятия, и колеблив ръст при групата на 2-те предприятия.
- Забелязва се постоянно, макар и с малки проценти, увеличение в раздела на собствения капитал при групата на 2-те и непрекъснато намаление в групата на групата на 10-те предприятия.
- Приходите на дружествата от продажби, постоянно намаляват през разглеждания период, като само през последната 2010 и само групата на 2-те предприятия същите бележат лек ръст, достигайки 16,5 млн. лв.
- При групата на 10-те предприятия се наблюдава сериозна счетоводна загуба, която през 2008г. достига до 4,4 млн. лева. През следващите години този показател намалява като абсолютна стойност, но все още остава с отрицателен знак. За разлика от тях картината при групата на 2-те е обърната. При тях се отчита непрекъсната счетоводна печалба, чиято стойност, обаче, също намалява с устойчив темп и през 2010 година вече е с 58% по-ниска спрямо 2007 г.
- През 2008 и 2009 г. дългосрочните пасиви на групата на 10-те предприятия се увеличават спрямо 2007г. в резултат на взети дългосрочни заеми, но през 2010г. дългосрочните им задължения намаляват поради рестриктивната банкова политика. При групата на 2-те се наблюдава по-скоро намаление на размера на дългосрочните пасиви, което е показателно за предпазливостта им по отношение на нови кредити.

1. 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 за 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:

$$\text{Коефициент на рентабилност на приходите от продажби} = \frac{\text{Счетоводна печалба}}{\text{Нетен размер на приходите от продажби}}$$

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

Таблица 10. Коефициент на рентабилност на приходите от продажби

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	-0.1190	-0.5011	-0.0704	-0.1435
Група на 2-те предприятия	0.0352	0.0357	0.0386	0.0223
Общо	-0.0161	-0.1366	0.0016	-0.0203

В анализирания период коефициентът на рентабилност на приходите от продажби има отрицателни стойности при малките предприятия, които не успяват да реализират печалба от приходите си от продажби. Коефициентът на рентабилност на приходите от продажби има относително устойчиви положителни стойности при групата на 2-те предприятия. За групата на 10-те изменението на коефициента не следва еднопосочна тенденция – стойността му намалява само през 2009, което позволява на групата на 2-те предприятия да компенсира отрицателната стойност на показателя при групата на 10-те и затова само през тази година общият показател е с положителна стойност.

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 дялът 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:

$$\text{Коефициент на рентабилност на собствения капитал} = \frac{\text{Счетоводна печалба}}{\text{Собствен капитал}}$$

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

Таблица 11. Коефициент на рентабилност на собствения капитал

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	-0.0699	-0.2768	-0.0324	-0.0615
Група на 2-те предприятия	0.1595	0.1104	0.0836	0.0541
Общо	-0.0226	-0.1706	0.0015	-0.0224

Използването на собствения капитал от анализирания МСП води до отрицателен финансов резултат през три от разглежданите четири години на периода, но в групата на 2-те предприятия стойностите на коефициента са много по-благоприятни. Тези резултати се влияят в голяма степен от устойчивия отрицателен финансов резултат, регистриран в групата на 10-те предприятия.

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 анализирания МСП са представени в следващата таблица:

Таблица 12. Коефициент на капитализация на активите

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	-0.0654	-0.2404	-0.0289	-0.0588
Група на 2-те предприятия	0.1234	0.0962	0.0796	0.0518
Общо	-0.0202	-0.1483	0.0014	-0.0215

Стойностите на коефициента на капитализация на активите отново са по-добри (с положителни стойности) при групата на 2-те предприятия. При тях базата на активите е относително постоянна и коефициентът се изменя под влиянието на печалбата. При групата на 10-те предприятия показателят се подобрява през 2009 г. и 2010 г. с намаляването на загубата спрямо 2008 г.

2. 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 коефициент на ефективност на приходите. Те са реципрочни, като разликата между тях е във величината на коефициентите и насоката на тяхното изменение. В настоящия анализ е използван коефициентът на ефективност на приходите. Той показва с колко разходи са реализирани единица приходи и се изчислява по следната формула:

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

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

Таблица 13. Коефициент на ефективност на приходите

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	1.1078	1.2948	1.0842	1.1195
Група на 2-те предприятия	0.9611	0.9600	0.9582	0.9757

Общо	1.0121	1.1080	1.0026	1.0148
------	--------	--------	--------	--------

При положителен финансов резултат коефициентът на ефективност на приходите е под единица. Такъв е случаят при групата на 2-те предприятия, като стойностите му са почти неизменни. Стойностите на показателя са над единица за групата на 10-те предприятия, което се дължи на отрицателния финансов резултат в тази група, а изменението им показва колеблива тенденция.

3. 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 превизиение 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 МСП са представени в следващата таблица:

Таблица 14. Коефициент на финансова автономност

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	2.3292	2.8713	3.2945	4.1662
Група на 2-те предприятия	0.4164	0.5232	0.6554	0.6807
Общо	1.1963	1.2868	1.5125	1.5262

В групата на 10-те предприятия коефициентът на финансова независимост има високи стойности бележещи постоянно нарастващо превизиение на собствения капитал спрямо задълженията за периода, което е показателно, че 10-те предприятия са финансово независими от ползването на чужди средства. За разлика от големите предприятия, при които е налице превизиение на задълженията спрямо собствения капитал, показващо, макар и намаляващо, зависимост от кредиторите.

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. Колкото коефициентът е по-голям, толкова зависимостта на предприятието от външни източници на средства е по-силна. Коефициентът се изчислява по следната формула:

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

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

Таблица 15. Коефициент на задлъжнялост

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Група на 10-те предприятия	0.4293	0.3483	0.3035	0.2400
Група на 2-те предприятия	2.4014	1.9113	1.5259	1.4690
Общо	0.8359	0.7771	0.6611	0.6552

Стойностите на коефициента на задлъжнялост на групата на 10-те предприятия от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” показва слабата им и все по-намаляваща зависимост от външни източници на средства. За разлика от тях обаче групата на 2-те предприятия демонстрира финансовата си зависимост през разглеждания период, макар че тя устойчиво намалява.

4. Показатели за ликвидност

Коефициентите за ликвидност показват възможностите на фирмата за погасяване на текущите си задължения. Ликвидността на 12-те 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 МСП са представени в следващата таблица:

Таблица 16. Коефициенти на ликвидност

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Коефициент на обща ликвидност				
Група на 10-те предприятия	1.5150	2.7977	3.1882	2.7795
Група на 2-те предприятия	1.0199	1.0450	1.0303	1.1206
Общо	1.2227	1.4967	1.5341	1.4694
Коефициент на бърза ликвидност				
Група на 10-те предприятия	0.6758	1.7001	1.6963	1.3868
Група на 2-те предприятия	0.4950	0.3325	0.3468	0.3023
Общо	0.5668	0.6445	0.6565	0.5304
Коефициент на незабавна ликвидност				
Група на 10-те предприятия	0.6626	1.6998	1.6038	1.2829
Група на 2-те предприятия	0.4682	0.3303	0.3468	0.3023
Общо	0.5454	0.6427	0.6353	0.5085
Коефициент на абсолютна ликвидност				
Група на 10-те предприятия	0.0490	0.3269	0.3672	0.1190
Група на 2-те предприятия	0.0580	0.0263	0.0318	0.0209
Общо	0.0544	0.0949	0.1087	0.0416

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 е вероятно фирмата да прибегне до алтернативни източници на финансиране (например заем). Коефициентите на обща ликвидност на анализиранияте предприятия са над единица като стойността му е сравнително постоянна при групата на 2-те предприятия, докато при групата на 10-те се наблюдава положителна тенденция.

Начинът на изчисляване на останалите коефициенти за ликвидност предполага и по-ниските им стойности. Коефициентите на бърза и незабавна ликвидност са сходни и при двете групи фирми поради изключително слабото влияние на текущите инвестиции.

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 анализиранияте предприятия.

Изводи:

В заключение могат да се направят следните обобщаващи изводи относно състоянието общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” и за МСП:

Общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

- ✚ Динамиката в произведената продукция и оборота на предприятията от сектора, измерени чрез индексите на производството и на оборота, показват силно колебание в тенденциите в сектора в периода 2001-2010 г., а това е признак за съществуването на сериозната нужда от спешни и адекватни мерки за стабилизиране и подкрепа за сектора.
- ✚ Твърде малко фирми са въвели в производството си международно признати стандарти - само 1 фирма притежава сертификат ISO 9001:2000, 21 фирми поддържат ISO 9001:2008, едва 1 фирма поддържа сертификат ISO 14001:2004 и други две поддържат сертификат OHSAS 18001:2007 за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд.
- ✚ В сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” се наблюдава неравномерно разпределение на предприятията и заетите по райони. Най-голяма е концентрацията на фирми в Югозападния район, следван от Южния централен район, а най-ниска – в Североизточния район. Това разположение е свързано с традиции в производството.
- ✚ В момента текстилната промишленост се представлява от около 700 фирми, като равнището на заплатите в сектора е едно от най-ниските. Средномесечното възнаграждение се оценява на около 460 лв. и осигурява заетост на 12,8 хил. души (2,6% от заетите в преработващата промишленост). За сравнение - към 2004 година текстилната промишленост в България включва близо 730 предприятия, в които са били заети около 35 хил. души.
- ✚ Производството е с традиции в България и се състои от подготовка и предене на текстилни влакна, тъкани, преди, конфекционирани текстилни изделия (без облекло) и др. Фирмите от сектора са разположени главно в територията на южна България.
- ✚ Кадровото осигуряване на сектора е резултат от функционирането на 54 професионални гимназии. В същото време се наблюдава несъответствие между предлаганото професионално образование и потребностите на бизнеса, както и нисък дял на завършилите текстилни специалности, които се реализират в сектора.

Положението на страната е благоприятно в географски аспект поради съществуващата близост до суровини и потребители. Все пак трябва да се има предвид, че в последните години местната суровинна база е ограничена поради намаленото производство на вълна, памук и влакна.

За МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

- ✚ Секторът осигурява заетост на 1,74% от заетите в МСП и, макар че е на едно от последните места сред МСП в преработващата промишленост по реализиран

оборот (1,39%) и създадена добавена стойност (1,64 %) за 2010 г., той успява да запази оборотите си на външния пазар.

- ✚ Производителността на труда в МСП в сектора е по-ниска в сравнение със средната производителност на МСП в преработвателната промишленост, но нараства с изпреварващи темпове спрямо общия ръст на промишлеността – 33,8 % повишение през 2010 г. спрямо предходната.
- ✚ Съществува тенденция за намаляване на броя на предприятията и заетите в сектора, която е характерна за всички сектори на преработващата промишленост.
- ✚ Във вътрешносекторен аспект подсекторът „Производство на други текстилни изделия” осигурява най-висока заетост (61,42 %), следван от „Производство на тъкани”. Производителността на труда, обаче, е най-висока в предприятията от група „Облагородяване на преди, платове и облекло”.
- ✚ При анализа на данните от анкетното проучване за оборота на МСП за периода 2008–2011 г. не може да се забележи ясно изразена тенденция в промяната на оборота на фирмите.
- ✚ В периода 2007 г. - 2010 г. МСП, включени в анкетното проучване, не използват достатъчно ефективно ресурсите и приходите си, което е видно от коефициентите им за рентабилност на приходите от продажби, собствения капитал и активите.
- ✚ От направения финансов анализ на предприятията, попаднали в анкетното проучване е видно, че групата на 2-те предприятия са силно зависими от външни източници на средства, докато групата на 10-те предприятия стабилно увеличават финансовата си независимост през разглеждания период, което се дължи отчасти и на затруднения достъп до кредитен ресурс.

2. ЕКСПОРТНА ОРИЕНТАЦИЯ НА МСП В СЕКТОРА

Анализът на експортната ориентация на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” в България е организиран така, че да даде отговор на следните въпроси:

1. Каква е динамиката на износа на стоки по сектори за периода 2001-2010 г.
2. Какво е мястото на износа на МСП в общия износ на сектора.
3. Какво е мястото на анализирания сектор сред 18-те сектора, за които се разработват експортни стратегии
4. Каква е динамиката на износа на МСП в сектора за периода 2009-2010 г.
5. Какво е мястото на експорта на отделните класове съгласно КИД-2008 в рамките на общия експорт на сектора.

Поради липса на съпоставима информация за общия износ по сектори от НСИ за по-дълъг период, динамиката на общия износ на стоки по сектори е изготвена на база информацията, налична в Международния търговски център. Поради факта, че в МТЦ е използвана Комбинираната номенклатура (2010) за класификация на стоките, всички четири-разрядни позиции бяха анализирани и съотнесени към подходящия клас от КИД-2008, което да позволи съпоставимост с данните, предоставени от НСИ. Въпреки това „разпределяне” е възможно да се получи разминаване между стойността на обема на износа за съответния сектор по данни на МТЦ с официалните данни на НСИ (заради възможно несъответствие в някои от шест-разрядните кодове), но това разминаване би следвало да е незначително от гледна точка целите на анализа.

Таблица 17. Динамика на износа по сектори, 2001-2010 г.

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
		ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ. ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.	ХИЛ.ЛВ.
1	Производство на хранителни продукти	644297,7	904893,0	817561,4	1050215,7	1199256,1	1297381,9	1434796,1	2379559,2	2404247,4	2953443,6
2	Производство на напитки	150226,7	144940,5	141343,9	140430,5	162754,3	174695,0	217350,3	209699,1	157279,2	180504,0
3	Производство на текстил и изделия от текстил	340105,5	409171,9	493301,6	581648,7	589545,0	701292,8	803214,5	738479,1	560334,7	614506,7
4	Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи	2435681,3	2691711,0	3068584,8	3190831,3	3159990,7	3320430,1	3321842,9	3034999,1	2598558,5	2741347,6
5	Производство на изделия от каучук и пластмаси	244250,9	275738,1	309562,9	364164,7	458864,1	579484,6	702892,1	662774,9	575682,6	785503,3
6	Производство на химични и фармацевтични продукти	953533,6	850754,7	890119,1	923062,5	1250677,4	1322021,6	1775909,1	2138948,8	1603436,0	2144402,2
7	Производство на неметални и минерални суровини	258748,7	265124,7	293742,9	301229,7	334480,7	514661,0	614248,3	633728,5	562709,0	688931,9
8	Производство на машини, оборудване и домакински уреди	700231,9	767646,2	800179,7	948099,8	1154034,7	1390424,5	1931544,2	2181999,2	1537950,9	1925968,4
9	Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти	68484,0	114332,5	153731,1	150824,0	205425,3	303755,3	359473,4	395080,3	392529,1	479543,1
10	Производство на канцеларска и електронноизчислителна техника и компютри	47476,8	70640,4	97961,0	121756,7	151726,6	189026,4	227643,6	271219,9	228431,4	281847,5

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
11	Производство на електрически машини и апарати	359450,3	406486,0	545047,9	598251,6	701611,2	899523,6	1154155,5	1325826,2	1327215,0	1774543,6
12	Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели	192265,1	220109,1	245501,8	288059,3	285975,5	311237,9	380906,0	274022,1	259803,1	359102,0
13	Производство на дървесна маса, хартия картон и изделия	120607,2	129009,0	170598,0	196676,6	200373,1	191179,5	237182,0	264951,0	134306,5	303874,6
14	Производство на мебели	86524,4	124681,4	161768,1	196365,2	221591,5	237477,5	273462,2	256685,4	206577,8	237082,0
15	Издателска и полиграфическа дейност, възпроизвеждане	4173,1	6289,9	10103,3	7668,5	9301,8	11379,5	22014,7	25751,0	17772,6	14790,8
16	Производство на превозни средства, без автомобили	28605,2	41531,5	34692,9	42269,1	77655,9	99974,1	150461,6	208852,4	253659,2	390099,0
17	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	525909,1	508218,1	539211,9	748526,9	851665,2	1256090,9	1615683,5	1508280,3	1107334,1	1427109,8
18	Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника	89242,5	155225,2	170705,2	186213,9	473170,9	514533,2	421408,3	528136,6	490199,3	464114,5
	Общо за 18-те сектора	7249814,1	8086503,1	8943717,2	10036294,7	11488100,0	13314569,6	15644188,4	17038992,9	14418026,3	17766714,6
	Общ износ от БГ	11155564,1	11886800,6	13026809,9	15613700,2	18436113,4	23511655,4	26503711,3	29889710,1	23143142,6	30353296,3
Структура (Дял на сектора в износа на страната, %)											
1	Производство на хранителни продукти	5,78	7,61	6,28	6,73	6,50	5,52	5,41	7,96	10,39	9,73
2	Производство на напитки	1,35	1,22	1,09	0,90	0,88	0,74	0,82	0,70	0,68	0,59

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
3	Производство на текстил и изделия от текстил	3,05	3,44	3,79	3,73	3,20	2,98	3,03	2,47	2,42	2,02
4	Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи	21,83	22,64	23,56	20,44	17,14	14,12	12,53	10,15	11,23	9,03
5	Производство на изделия от каучук и пластмаси	2,19	2,32	2,38	2,33	2,49	2,46	2,65	2,22	2,49	2,59
6	Производство на химични и фармацевтични продукти	8,55	7,16	6,83	5,91	6,78	5,62	6,70	7,16	6,93	7,06
7	Производство на неметални и минерални суровини	2,32	2,23	2,25	1,93	1,81	2,19	2,32	2,12	2,43	2,27
8	Производство на машини, оборудване и домакински уреди	6,28	6,46	6,14	6,07	6,26	5,91	7,29	7,30	6,65	6,35
9	Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти	0,61	0,96	1,18	0,97	1,11	1,29	1,36	1,32	1,70	1,58
10	Производство на канцеларска и електронноизчислителна техника и компютри	0,43	0,59	0,75	0,78	0,82	0,80	0,86	0,91	0,99	0,93
11	Производство на електрически машини и апарати	3,22	3,42	4,18	3,83	3,81	3,83	4,35	4,44	5,73	5,85
12	Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели	1,72	1,85	1,88	1,84	1,55	1,32	1,44	0,92	1,12	1,18

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
13	Производство на дървесна маса, хартия картон и изделия	1,08	1,09	1,31	1,26	1,09	0,81	0,89	0,89	0,58	1,00
14	Производство на мебели	0,78	1,05	1,24	1,26	1,20	1,01	1,03	0,86	0,89	0,78
15	Издателска и полиграфическа дейност, възпроизвеждане	0,04	0,05	0,08	0,05	0,05	0,05	0,08	0,09	0,08	0,05
16	Производство на превозни средства, без автомобили	0,26	0,35	0,27	0,27	0,42	0,43	0,57	0,70	1,10	1,29
17	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	4,71	4,28	4,14	4,79	4,62	5,34	6,10	5,05	4,78	4,70
18	Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника	0,80	1,31	1,31	1,19	2,57	2,19	1,59	1,77	2,12	1,53
	Общо за 18-те сектора	64,99	68,03	68,66	64,28	62,31	56,63	59,03	57,01	62,30	58,53
	Общ износ от БГ	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Базов индекс, 2001=100											
1	Производство на хранителни продукти	100,00	140,45	126,89	163,00	186,13	201,36	222,69	369,33	373,16	458,40
2	Производство на напитки	100,00	96,48	94,09	93,48	108,34	116,29	144,68	139,59	104,69	120,15
3	Производство на текстил и изделия от текстил	100,00	120,31	145,04	171,02	173,34	206,20	236,17	217,13	164,75	180,68
4	Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи	100,00	110,51	125,98	131,00	129,74	136,32	136,38	124,61	106,69	112,55

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
5	Производство на изделия от каучук и пластмаси	100,00	112,89	126,74	149,09	187,87	237,25	287,77	271,35	235,69	321,60
6	Производство на химични и фармацевтични продукти	100,00	89,22	93,35	96,80	131,16	138,64	186,25	224,32	168,16	224,89
7	Производство на неметални и минерални суровини	100,00	102,46	113,52	116,42	129,27	198,90	237,39	244,92	217,47	266,26
8	Производство на машини, оборудване и домакински уреди	100,00	109,63	114,27	135,40	164,81	198,57	275,84	311,61	219,63	275,05
9	Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти	100,00	166,95	224,48	220,23	299,96	443,54	524,90	576,89	573,17	700,23
10	Производство на канцеларска и електронноизчислителна техника и компютри	100,00	148,79	206,33	256,46	319,58	398,15	479,48	571,27	481,14	593,65
11	Производство на електрически машини и апарати	100,00	113,09	151,63	166,44	195,19	250,25	321,09	368,85	369,23	493,68
12	Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели	100,00	114,48	127,69	149,82	148,74	161,88	198,11	142,52	135,13	186,77
13	Производство на дървесна маса, хартия картон и изделия	100,00	106,97	141,45	163,07	166,14	158,51	196,66	219,68	111,36	251,95
14	Производство на мебели	100,00	144,10	186,96	226,95	256,10	274,46	316,05	296,66	238,75	274,01

Номер сектор	Износ от България	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
15	Издателска и полиграфическа дейност, възпроизвеждане	100,00	150,73	242,11	183,76	222,90	272,69	527,54	617,07	425,89	354,43
16	Производство на превозни средства, без автомобили	100,00	145,19	121,28	147,77	271,48	349,50	525,99	730,12	886,76	1363,74
17	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	100,00	96,64	102,53	142,33	161,94	238,84	307,22	286,79	210,56	271,36
18	Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника	100,00	173,94	191,28	208,66	530,21	576,56	472,21	591,80	549,29	520,06
	Общо за 18-те сектора	100,00	111,54	123,36	138,44	158,46	183,65	215,79	235,03	198,87	245,06
	Общ износ от БГ	100,00	106,55	116,77	139,96	165,26	210,76	237,58	267,94	207,46	272,09

Източник: Международен търговски център

Анализът на представените данни показва, че:

- Обемът на реализирания износ за 2010 г. е най-голям за сектор „Производство на хранителни продукти”. Със своите 2,02% от общия износ на страната, сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” заема средното 9-то място сред анализиранияте сектори от преработващата промишленост.
- В динамика отчетената тенденция на намаление в дела на износа на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” след 2007 г., за разлика от наблюдаваното увеличение в други сектори, говори за негативните последици от кризата и за това, че секторът все още не е успял да ги преодолее.
- Темпът на промяна в обема на износа за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” нараства почти 2 пъти по-бавно спрямо средния регистриран растеж за 18-те анализирани сектора.
- Най-голям растеж на обема на износа в стойностно изражение през 2010 г. спрямо 2001 г. регистрира сектор „Производство на превозни средства, без автомобили” - над 13 пъти., докато в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” това увеличение е 1,8 пъти.
- Най-голямо нарастване през 2010 г. спрямо 2009 г. регистрира сектор „Производство на дървесна маса, хартия, картон и изделия” - над 2 пъти. Сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” бележи увеличение от около 10% като само 3 от разглежданите сектори регистрират по-слабо нарастване (или съответно намаление).

В следващата таблица е откритоена позицията на износа на МСП в анализиранияте 18 сектора по данни на НСИ за износа по КИД-2008.

Таблица 18. Износ на МСП в анализиранияте сектори и дял към общия износ

№ сектор	Описание	Износ на МСП, 2009, (хил.лв.)	Износ на МСП, 2010 (хил.лв.)	Дял на износа на МСП в общия износ на сектора, 2009, %	Дял на износа на МСП в общия износ на сектора, 2010, %
1	Производство на хранителни продукти	987553	912774	59,62	42,08
2	Производство на напитки	77517	47556	54,36	30,97
3	Производство на текстил и изделия от текстил	130252	103323	24,27	18,12
4	Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи	1677369	1618805	64,27	57,21
5	Производство на изделия от каучук и пластмаси	327153	341186	66,68	49,50
6	Производство на химични и фармацевтични продукти	310651	233260	18,14	10,07

№ сектор	Описание	Износ на МСП, 2009, (хил.лв.)	Износ на МСП, 2010 (хил.лв.)	Дял на износа на МСП в общия износ на сектора, 2009, %	Дял на износа на МСП в общия износ на сектора, 2010, %
7	Производство на неметални и минерални суровини	94125	88967	16,67	12,59
8	Производство на машини, оборудване и домакински уреди	199895	224946	15,78	12,86
9	Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти ⁷	n/a	n/a	n/a	n/a
10	Производство на канцеларска и електронноизчислителна техника и компютри	n/a	n/a	n/a	n/a
11	Производство на електрически машини и апарати	229947	225533	19,51	14,89
12	Производство на дървен материал и изделия от него, без мебели	114357	82920	47,06	25,04
13	Производство на дървесна маса, хартия картон и изделия	61824	39800	43,90	12,65
14	Производство на мебели	111034	127390	38,80	35,17
15	Издателска и полиграфическа дейност, възпроизвеждане	36288	31197	4942,48	5028,21
16	Производство на превозни средства, без автомобили	62813	55352	19,37	15,61
17	Производство на метални изделия, без машини и оборудване	310201	331204	52,62	36,02
18	Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника	18064	16663	n/a	n/a

Източник: НСИ

Анализът на представените данни показва следното:

- Общата наблюдавана тенденция по отношение на обема на износа през 2010 г. спрямо 2009 г. е намаление на износа на МСП при увеличение на общия износ на сектора, което показва, че малките и средните предприятия са засегнати по-

⁷ За секторите „Производство на медицински, прецизни и оптични апарати и инструменти”, „Производство на канцеларска и електронноизчислителна техника и компютри” и „Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника” не е възможно да се изчисли дялът на МСП в износа, тъй като тези сектори не съвпадат с разделите на КИД-2008. НСИ предоставя данни за износ по Класификация на икономическите дейности (КИД) на ниво сектори и раздели.

значително от световната финансово-икономическа криза, в сравнение с големите предприятия.

- Делът на износа на МСП в общия износ на съответния сектор е в широк диапазон – от 10,1% в „Производство на химични и фармацевтични продукти” до 57,2% в сектор „Производство на облекло, вкл. кожено, обработка на кожи” през 2010 г. МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” допринасят за малко над 18% от износа на сектора.
- Делът на износа на МСП спрямо регистрирания експорт от съответния сектор за всички разглеждани сектори намалява през 2010 г. спрямо 2009 г. Най-малко намаление е регистрирано в сектор „Производство на машини, оборудване и домакински уреди” – 2,9 п.п., а най-голямо в сектор „Производство на дървесна маса, хартия, картон и изделия” – 31,3 п.п. Спадът в дела на МСП в износа от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е сравнително малък - с 6,15 п. п.
- През анализирания период позиционирането на сектора спрямо дела на МСП в износа на сектора се подобрява с едно място, достигайки 8-о през 2010 г.

В следващата таблица е представена информация, характеризираща износа на МСП в 18-те анализирани сектори.

Таблица 19. Показатели за състоянието на износа на МСП на 18-те анализирани сектори

Групи предприятия	Дял на износа на МСП в сектора в общия износ на 18-те сектора (%)		Изменение на износа 2010/2009	Обем на износа на 1 зает (лв.)	
	2009	2010		2009	2010
Производство на хранителни продукти	19,79	19,65	92,43	13867	13428
Производство на напитки	1,55	1,02	61,35	9933	6325
Производство на текстил и изделия от текстил	2,61	2,22	79,33	18701	16139
Производство на облекло	28,33	28,56	93,83	16896	17649
Обработка на кожи; производство на обувки и други изделия от обработени кожи без косъм	5,28	6,29	110,87	20217	23182
Производство на дървен материал и изделия от дървен материал и корк, без мебели; производство на изделия от слама и материали за плетене	2,29	1,79	72,51	8030	6198
Производство на хартия, картон и изделия от хартия и картон	1,24	0,86	64,38	8282	6233
Печатна дейност и възпроизвеждане на записани носители	0,73	0,67	85,97	4040	3449
Производство на химични продукти	5,78	4,60	74,07	32860	25165
Производство на лекарствени вещества и	0,45	0,43	88,16	13785	11410

Групи предприятия	Дял на износа на МСП в сектора в общия износ на 18-те сектора (%)		Изменение на износа 2010/2009	Обем на износа на 1 зает (лв.)	
	2009	2010		2009	2010
продукти					
Производство на изделия от каучук и пластмаси	6,56	7,35	104,29	15586	17860
Производство на изделия от други неметални минерални суровини	1,89	1,92	94,52	4928	5768
Производство на метални изделия, без машини и оборудване	6,22	7,13	106,77	7667	9490
Производство на компютърна и комуникационна техника, електронни и оптични продукти	4,81	3,44	66,50	43944	30410
Производство на радио-, телевизионна и далекосъобщителна техника	0,36	0,36	92,24	18173	14242
Производство на електрически съоръжения	4,61	4,86	98,08	23978	27133
Производство на машини и оборудване, с общо и специално предназначение	4,38	5,29	112,23	13024	15408
Производство на превозни средства, без автомобили	1,26	1,19	88,12	26492	25793
Производство на мебели	2,23	2,74	114,73	5187	6764

Източник: НСИ

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

- МСП от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” заемат десето място сред разглежданите сектори по дял на износа в общия износ на 18-те сектори през 2009 г., а през 2010 г. – единадесето. През 2010 г. този дял е по-нисък в сравнение с 2009 г., тъй като износет в сектора намалява с 21%, а общият експорт на национално ниво – нараства с 33%.
- През 2009 г. 49,83 % от оборота на МСП в сектора е реализиран на чуждестранни пазари, а през 2010 – 42 %.
- По показателя „обем на износа на 1 зает” секторът „Производство на текстил и изделия от текстил” заема 11-о място сред анализиранияте сектори през 2009 г. и 12-о през 2010 г.

Сравнението на получените резултати с индекса на оборота на международния пазар общо за сектора показва следното:

Таблица 20. Индекс на оборота на външния пазар за периода 2000 – 2010 г. (към м. декември на съответната година, при постоянна база 2005 г.)

Външен пазар	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Промисленост - общо	64.2	55.0	73.5	69.3	91.5	112.2	120.6	139.3	97.0	110.3	176.9
Преработваща промисленост	60.4	53.7	73.0	68.5	91.9	110,1	119.8	140.0	98.3	113.8	180.0
<i>Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло</i>	55.2	61.8	72.0	87.9	89.2	82.5	86.0	86.5	92.2	66.5	88.1

Източник: НСИ

Приходите от продажби в производството на текстилни продукти на международния пазар нарастват плавно след 2000 г., като през 2005 г., когато отпадат международните ограничения за търговия с Китай, се забелязва първият неголям спад в тенденцията на растеж. Втори спад се наблюдава през 2009 година, което е ефект от световната икономическа криза.

За сравнение общо за промислеността и за преработващата промисленост през 2008 г. има съществен спад в оборота на международния пазар, което съвпада с началото на световната финансова криза.

Тези резултати показват сравнително стабилното позициониране на фирмите от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” на международните пазари. Трябва също да се има предвид обаче, че положителните резултати се дължат и на повишението на цените през последните години.

Таблица 21. Показатели за състоянието на износа на МСП в рамките сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

Код по НКИД	Групи предприятия	Износ (хил.лв.)	Износ (хил.лв.)	Структура на износа (%)		Изменение на износа 2010/2009 (%)	Обем на износа на 1 зает (лв.)	
		2009	2010	2009	2010		2009	2010
13	Производство на текстил и изделия от текстил, без облекло	130 252	103 323	100,0	100,0	79,33	18 701	16 139
13.1	Подготовка и предене на текстилни влакна	55 992	47 083	42,99	45,57	84,09	59 376	51 911
13.2	Производство на тъкани	49 296	..	37,85	29 308	..
13.3	Облагородяване на прежди, платове и облекло	1 072	..	0,82	1 796	..
13.9	Производство на други текстилни изделия	23 892	31 891	18,34	30,87	133,48	6 383	8 111

Източник: НСИ

Най-съществен дял в износа на текстилни продукти има групата „Подготовка и предене на текстилни влакна”, и стойността на показателя „обем на износа на един зает” е най-висока, но обемът на износа намалява през 2010 г. спрямо 2009 г. с почти 16 %. На второ място по дял в структурата на износа се нарежда „Производството на тъкани”, но в този подотрасъл през 2010 г. броят на предприятията, за които има данни е под определения статистически минимум за класифицирана информация, което не позволява да се направят съответните анализи. Доколкото показват предоставените от НСИ данни, единствено „Производството на други текстилни изделия” за 2010 година бележи увеличение по всички показатели - стойност на износа, дял в структурата на износа на сектора и обема на износ на един зает.

Структура на износа - резултати от проведеното анкетно проучване

Изследваните 19 предприятия в анкетното проучване са от 13 населени места в страната. Преобладават предприятията от София-град и гр. Габрово.

През целия петгодишния период на проучването (2007 – 2011 г.) преобладава директният износ на предприятията – те самостоятелно експортират своята продукция. Само 3 фирми имат траен износ чрез посредници, една от тях реализира износа си само по този начин и една фирма е посочила несамостоятелен износ в рамките на 85% за годините 2010 – 2011 г.

Таблица 22. Брой предприятия според дела на самостоятелния им износ за периода 2007 – 2011 година

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

Въз основа на представените в Таблица 22 данни може да се направят следните изводи.

- Макар и слабо, нараства броят на предприятията, които въобще не са осъществили директен износ през периода 2007 – 2011 г.
- За целия времеви период най-висок е броят на предприятията от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, които самостоятелно изнасят между 31% и 60% от произвежданите стоки. По години този брой се променя незначително.
- Само за едно от предприятията директният износ е под 10%.
- Почти без промени остава броят на фирмите, изнасящи сами 100 % от произведената си продукция. Техният дял варира между 16 и 21 % от анкетираните в сектора предприятия.
- Като цяло за разглеждания период структурата на предприятията според дела на директния им износ се запазва.

- Положително е, че за целия времеви период има 9 фирми с директен експорт над 50 % от продукцията. Три от фирмите са със 100% износ през всичките пет години.

При анализа на данните за периода 2007 – 2011 г. за изследваните предприятия от сектора не се наблюдава ясна зависимост между промените в оборота и износа на произведените стоки и услуги. Не винаги повишението на оборота на фирмата е свързано с повишаване на дела на износа ѝ. Вярно е и обратното – има предприятия, които са с намален оборот през годините, но с повишен или непроменен дял на износа.

В заключение могат да се направят следните **обобщаващи изводи** относно експортната ориентация общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” и на МСП:

Общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

- Делът на износа на сектора от общия износ на страната е 2,02%, с което той заема средното 9-то място сред анализираните сектори от преработващата промишленост.
- В динамика отчетената тенденция на намаление в дела на износа на сектора след 2007 г., за разлика от наблюдаваното увеличение в други сектори, говори за негативните последици от кризата и за това, че секторът все още не е успял да ги преодолее.
- За 2010 г. спрямо 2009 г. сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” бележи увеличение в стойността на износа от около 10% като само 3 от разглежданите сектори регистрират по-слабо нарастване (или съответно намаление).

За МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

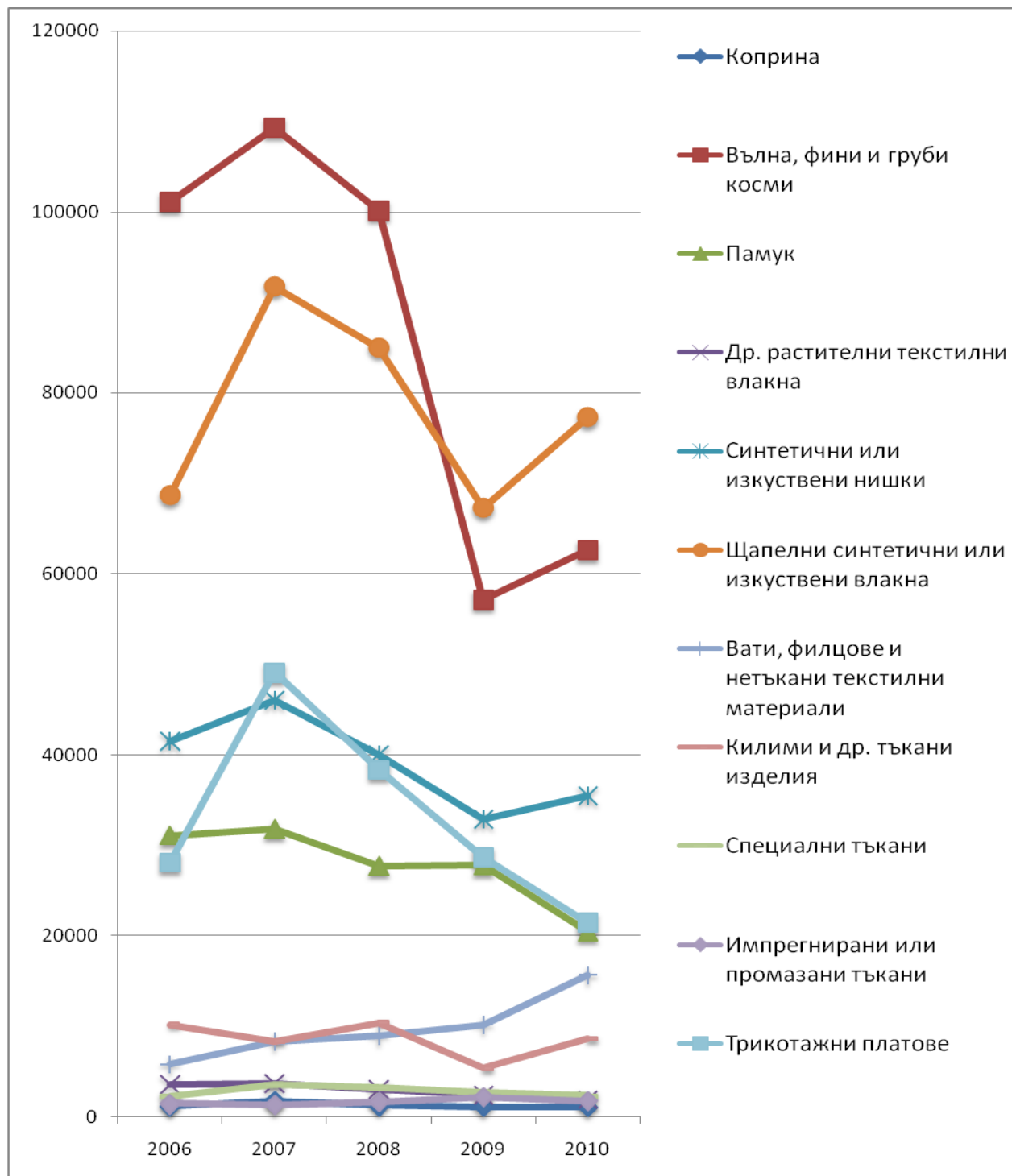
- Общата наблюдавана тенденция по отношение на обема на износа през 2010 г. спрямо 2009 г. е намаление на износа на МСП при увеличение на общия износ на сектора, което показва, че малките и средните предприятия за засегнати по-значително от световната финансово-икономическа криза, в сравнение с големите предприятия.
- През 2009 и 2010 г. делът на МСП в износа на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е сравнително нисък – 24,3 % за 2009 г. и 18,1 % за 2010 г.
- Делът на износа на МСП спрямо регистрирания експорт от съответния сектор за всички разглеждани сектори намалява през 2010 г. спрямо 2009 г. Спадът в дела на МСП в износа от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е сравнително малък- с 6,15 п.п.
- В рамките на МСП от сектора най-съществен дял в износа на текстил има групата „Подготовка и предене на текстилни влакна”, а най-голямо нарастване в обема на износа се наблюдава при „Производството на други текстилни изделия”
- По показателя „обем на износа на 1 зает” секторът „Производство на текстил и изделия от текстил” заема 11-о място сред анализираните сектори през 2009 г. и 12-о през 2010 г., което показва, че голяма част от производството на МСП в сектора е насочена към вътрешния пазар.

- Наличието на група от експортно ориентирани МСП се потвърждава от проведеното анкетно проучване. От получените данни се вижда, че 1/3 от предприятията изнасят над 60% от произведената продукция. Предвид факта, че в извадката са включени само предприятия, които изнасят или са изявили изрично намерение да изнасят, може да се направи извод, че общият брой МСП, реално осъществяващи износ, е сравнително малък спрямо цялата съвкупност.
- Почти всички от предприятията, попаднали в извадката, изнасят директно без посредничество на търговски предприятия, създаване на съвместна търговска дейност с други предприятия и т.н.

3. АНАЛИЗ НА СТОКИ И УСЛУГИ С ЕКСПОРТЕН ПОТЕНЦИАЛ

Движението на българския износ за изследвания период в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“ може да се проследи на фигурата по-долу.

Фигура 3. Износ на България за периода 2006 – 2010г.



Най-голям обем на износа в рамките на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” имат:

1. „Вълна, фини и груби косми”
2. „Щапелни синтетични или изкуствени влакна”
3. „Синтетични или изкуствени нишки”
4. „Трикотажни платове”
5. „Памук”

Стойностите на износа на „Коприна”, „Импрегнирани или промазани тъкани”, „Специални тъкани”, „Други растителни текстилни влакна”, „Килими” и „Вати, филцове и нетъкани текстилни материали” са твърде малки, поради което няма да бъдат разглеждани детайлно в анализа на стоките и услугите с експортен потенциал.

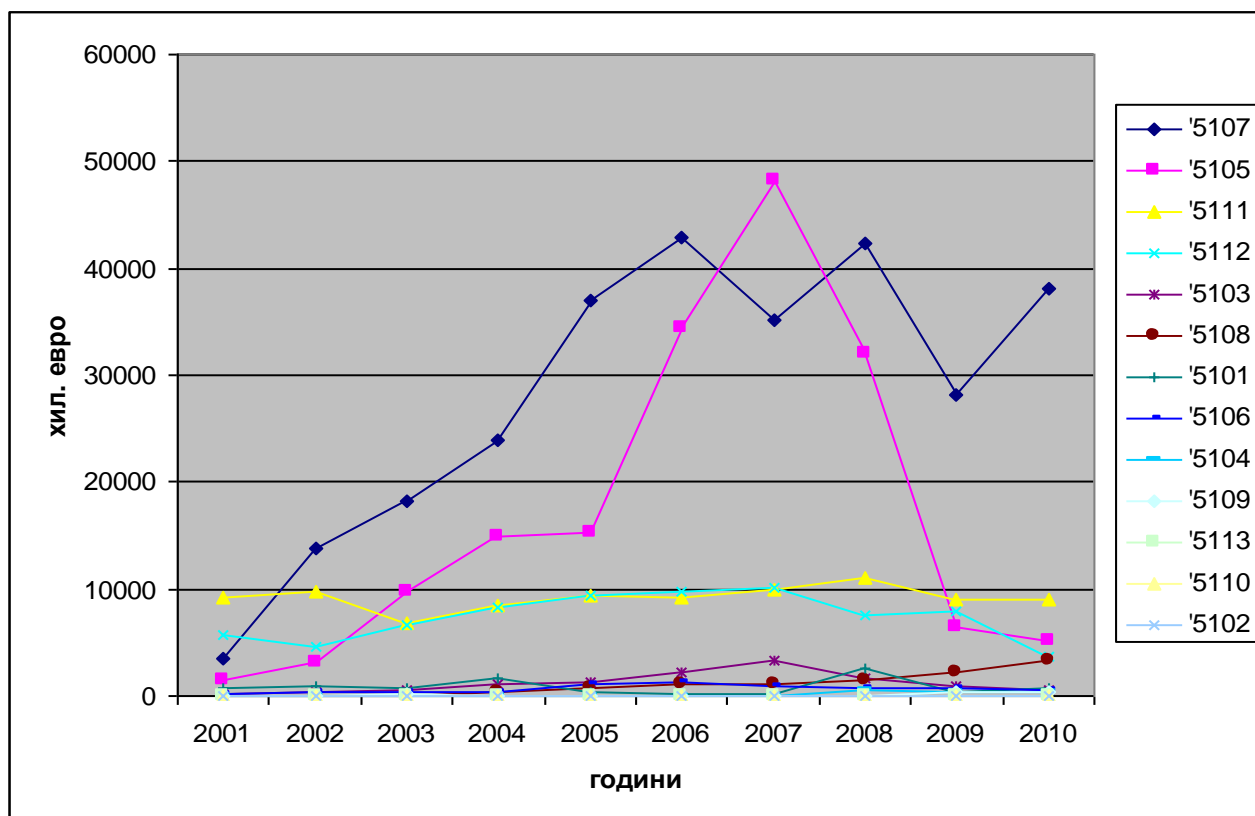
Стоки и услуги с експортен потенциал - Вълна, фини и груби косми

Глава „Вълна, фини и груби косми” включва следните стокови групи като най-изнасяните от тях са открити:

Код по КН	
5107	Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно
5105	Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)
5111	Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми
5112	Тъкани от камгарна вълна или от камгарни фини животински косми
5103	Отпадъци от вълна или от фини или груби животински косми, включително отпадъците от прежди, с изключение на развлакнените отпадъци
5108	Прежди от фини животински косми, щрайхгарни или камгарни, непригодени за продажба на дребно
5101	Вълни, нещрайхгарни, нито камгарни
5106	Прежди от щрайхгарна вълна, непригодени за продажба на дребно
5104	Развлакнени отпадъци от вълна или от фини или груби животински косми
5109	Прежди от вълна или от фини животински косми, пригодени за продажба на дребно
5113	Тъкани от груби животински косми или от конски косми
5110	Прежди от груби животински косми или от конски косми (включително обвитите прежди от конски косми), дори пригодени за продажба на дребно
5102	Фини или груби животински косми, нещрайхгарни, нито камгарни

Движението на износа от най-продаваните продуктови групи от **Вълна, фини и груби косми** за периода 2001 – 2010 г. е представено в следващата фигура.

Фигура 4. Износ на стоковите групи от Вълна, фини и груби косми, 2001 - 2010 г.



Както е видно от графиката единствено в продуктова група „Преди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно” (5107) се наблюдава по-значим ръст, макар и с известни колебания и спадове през годините. Другите две групи, които заслужават внимание са: „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)” (5105), която въпреки че през последните години бележи рязък спад все пак е достигала значителни количества износ (2006, 2007 и 2008 г.) и „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми” (5111), при която износът е относително устойчив и не се наблюдават сериозни спадове.

Износът ни по останалите продуктови групи от **Вълна, фини и груби косми** е незначителен и той няма да бъде разглеждан по-долу в анализа.

Стойностите на износа на водещите продуктови групи от **Вълна, фини и груби косми** са представени в следващата таблица.

Таблица 23. Износ на България на най-изнасяните стокови групи от Вълна, фини и груби косми, 2002 – 2010 г., хил. евро

Код по КН	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Преди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно	13796.33	18230.19	23979.48	36953.92	42920.72	35166.31	42317.98	28219.67	38092.84
Вълна, фини или груби животински	3191.66	9718.41	14932.6	15338.18	34401.53	48195.01	31934.9	6462.65	5151.04

косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)									
Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми	9777.95	6840.52	8382	9429.18	9131.34	9985.09	11032.14	9036.09	9027.12

**Основни износители, динамика на износа, позициониране на страната за основните
стокови групи от Вълна, фини и груби косми по данни на МТЦ**

„Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

**Таблица 24. Ранжиране на износителите на „Прежди от камгарна вълна, непригодени
за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)**

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	1 719 903	1 588 424	1 490 412	1 469 407	1 415 633	1 426 158	1 407 626	1 270 247	1 011 412	1 378 911
1	Китай	338 741	306 656	275 592	271 183	294 278	293 454	297 258	291 545	243 558	417 879
2	Италия	411 747	400 036	350 624	355 909	335 570	305 270	264 931	206 416	170 709	213 780
3	Хонг Конг, Китай	196 904	175 797	179 695	174 749	170 630	159 194	148 571	152 817	124 913	143 595
4	Германия	234 788	203 975	214 264	197 251	175 904	203 668	211 067	163 240	117 269	133 500
5	Полша	73 711	75 192	60 514	63 015	59 619	64 257	82 887	88 904	56 841	82 846
...	...										
9	България	3 422	13 796	18 230	23 979	36 954	42 921	35 166	42 318	28 220	38 093

България е сред 10-те топ износители в световен план на „Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно” с дял от 2,76% за 2010 г.

**Таблица 25. Динамика на износа на „Прежди от камгарна вълна,
непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010
г. (% , 2001=100)**

Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	92	87	85	82	83	82	74	59	80
Китай	100	91	81	80	87	87	88	86	72	123
Италия	100	97	85	86	81	74	64	50	41	52
Хонг Конг, Китай	100	89	91	89	87	81	75	78	63	73
Германия	100	87	91	84	75	87	90	70	50	57
Полша	100	102	82	85	81	87	112	121	77	112
...
България	100	403	533	701	1 080	1 254	1 028	1 237	825	1 113

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износът на България нараства с много по-бързи темпове.

Таблица 26. Позиция на България в световния износ на „Преди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	32	16	14	10	8	8	8	7	8	9

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 23 позиции, като най-добро е било позиционирането ѝ през 2008 г.

Таблица 27. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	1.01	4.50	6.61	8.84	12.56	14.63	11.83	14.52	11.59	9.12

По-съществено увеличение на износа след 2004 г. води до увеличение на дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. – Китай. Регистрираното намаление в измервания показател през последните 2 години се дължи не само на намалението в стойността на българския износ, но и на рязкото увеличение на износа на Китай за последната наблюдавана година.

„Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 28. Ранжиране на износителите на „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	1 980 920	1 884 702	1 679 846	1 469 968	1 413 163	1 524 278	1 589 729	1 277 493	948 524	1 383 793
1	Китай	323 319	332 943	315 043	312 544	363 576	432 651	443 927	367 948	308 583	538 864
2	Република Чехия	56 864	64 079	69 472	68 202	91 663	102 891	107 877	107 796	69 973	117 977
3	Аржентина	90 420	93 976	91 240	89 418	87 076	95 526	100 005	93 467	70 189	110 573
4	Италия	107 074	117 054	125 539	112 577	101 618	113 214	125 821	112 944	87 563	105 211
5	Уругвай	140 508	139 054	106 356	87 684	85 645	91 439	99 090	83 326	71 618	100 129
...	...										
22	България	1 400	3 192	9 718	14 933	15 338	34 402	48 195	31 935	6 463	5 151

България заема 22-ро място в световния износ на „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)” с дял от 0,37% за 2010 г.

Таблица 29. Динамика на износа на „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи- тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	95	85	74	71	77	80	64	48	70
Китай	100	103	97	97	112	134	137	114	95	167
Република Чехия	100	113	122	120	161	181	190	190	123	207
Аржентина	100	104	101	99	96	106	111	103	78	122
Италия	100	109	117	105	95	106	118	105	82	98
Уругвай	100	99	76	62	61	65	71	59	51	71
...
България	100	228	694	1 067	1 096	2 457	3 443	2 281	462	368

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износът на България нараства с по-бързи темпове за периода 2001- 2008 г. Необходимо е да се отбележи, че износът на България намалява значително през последните 2 години и докато при водещите износители през 2010 г. се наблюдава възвръщане на стойността на износа до предкризисните нива, то при България тенденцията на влошаване продължава.

Таблица 30. Позиция на България в световния износ на „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	34	27	20	17	18	14	11	11	20	22

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износители на тази стокова група с 12 позиции. Най-добро е било позиционирането на страната през 2007 и 2008 г. През последните 2 години се наблюдава влошаване на позиционирането, дължащо се на значително намаление на регистрирания износ от страната.

Таблица 31. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0.43	0.96	3.08	4.78	4.22	7.95	10.86	8.68	2.09	0.96

Докато за 2007 г. българският износ на разглежданата стокова група е представлявал почти 11 % от този на водещия износител - Китай, то в годините след кризата този дял значително се свива.

„Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

**Таблица 32. Ранжиране на износителите на „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми” в световен мащаб за периода 2001-2010 г.
(хил.евро)**

No. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	1 775 363	1 457 155	1 137 684	1 242 736	1 205 814	1 117 858	1 064 671	1 006 922	805 503	877 778
1	Италия	934 900	763 033	588 979	635 462	589 776	520 266	483 627	438 355	348 362	364 558
2	Китай	41 527	48 610	46 703	65 196	72 025	96 715	110 761	119 550	102 373	130 940
3	Великобритания	104 392	90 756	71 829	71 022	73 428	77 011	69 461	68 050	50 093	64 064
4	Германия	161 222	127 986	88 253	95 473	109 218	91 272	78 912	71 129	55 599	59 192
5	Япония	120 736	105 353	96 895	96 450	81 393	72 185	55 457	53 863	38 224	42 052
...	...										
14	България	9 177	9 778	6 841	8 382	9 429	9 131	9 985	11 032	9 036	9 027

България заема 14-о място в световния износ на „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми” с дял от 1,03 % за 2010 г.

Таблица 33. Динамика на износа на „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	82	64	70	68	63	60	57	45	49
Италия	100	82	63	68	63	56	52	47	37	39
Китай	100	117	112	157	173	233	267	288	247	315
Великобритания	100	87	69	68	70	74	67	65	48	61
Германия	100	79	55	59	68	57	49	44	34	37
Япония	100	87	80	80	67	60	46	45	32	35
...
България	100	107	75	91	103	99	109	120	98	98

Като цяло промените в стойността на износа от България са сходни с промените, настъпващи в световния износ и износа на основните 5 страни-износителки. След 2008 г. в България се наблюдава известен спад в стойността на регистрирания експорт, характерен за всички водещи износители, с изключение на Китай.

Таблица 34. Позиция на България в световния износ на „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	21	17	18	16	16	14	11	11	12	14

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група със 7 позиции.

Таблица 35. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0.98	1.28	1.16	1.32	1.60	1.76	2.06	2.52	2.59	2.48

През последните години дялът на българския износ на разглежданата стокова група се увеличава, което се дължи на регистрираното намаление в износа на най-големия износител – Италия.

Стоки и услуги с експортен потенциал - Щапелни синтетични или изкуствени влакна

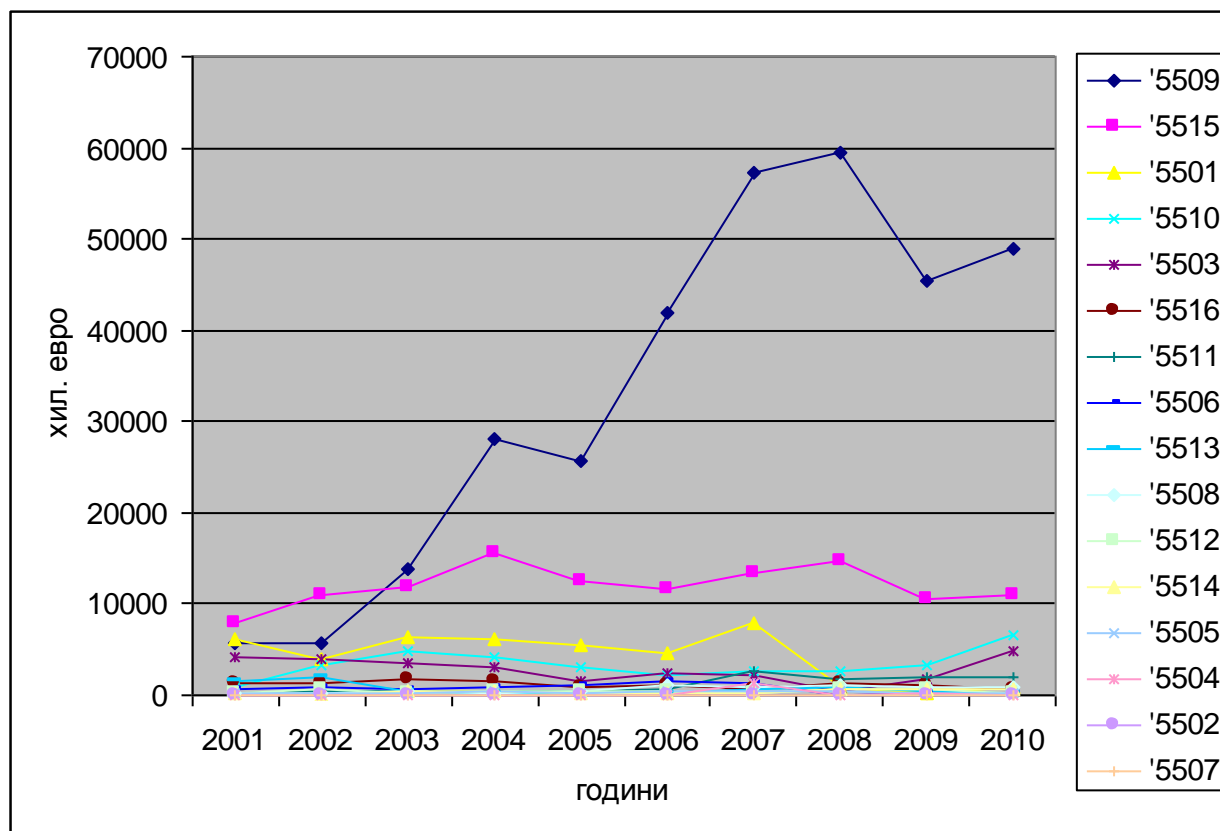
Глава „Щапелни синтетични или изкуствени влакна” включва следните стокови групи като най-изнасяните от тях са открити:

	Код по КН
5509	Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди
5515	Други тъкани от синтетични щапелни влакна
5501	Кабели от синтетични нишки
5510	Прежди от изкуствени щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече изкуствени щапелни влакна
5503	Синтетични щапелни влакна, некардирани, нито пенирани, нито обработени по друг начин за предене
5516	Тъкани от изкуствени щапелни влакна
5511	Прежди от синтетични или изкуствени щапелни влакна (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно
5506	Синтетични щапелни влакна, кардирани, пенирани или обработени по друг начин, за предене
5513	Тъкани от синтетични щапелни влакна, съдържащи тегловно по-малко от 85% от тези влакна, смесени предимно или само с памук, с тегло, непревишаващо 170 g/m ²
5508	Шевни конци от синтетични или изкуствени щапелни влакна, дори пригодени за продажба на дребно
5512	Тъкани от синтетични щапелни влакна, съдържащи тегловно 85% или повече синтетични щапелни влакна - Съдържащи тегловно 85% или повече полиестерни щапелни влакна
5514	Тъкани от синтетични щапелни влакна, съдържащи тегловно по-малко от 85% от тези влакна, смесени предимно или само с памук, с тегло, превишаващо 170 g/m ²
5505	Отпадъци от синтетични или изкуствени влакна (включително дреб, отпадъци от прежди и развлакнените отпадъци)
5504	Изкуствени щапелни влакна, некардирани, нито пенирани, нито обработени по друг начин, за

	предене
5502	Кабели от изкуствени нишки
5507	Изкуствени шапелни влакна, кардирани, пенирани или обработени по друг начин, за предене

Движението на износа от най-продаваните продуктови групи за **Шапелни синтетични или изкуствени влакна** за периода 2001 – 2010 г. е представено на Фигура 5.

Фигура 5. Износ на Шапелни синтетични или изкуствени влакна, 2001 - 2010 г.



Както е видно от горната фигура, единствено в продуктови групи „Преди от синтетични шапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече шапелни влакна от найлон или от други полиамиди” (5509) и „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” (5515) има постигнати сравнително добри стойности на износа - по-високи от 10 млн. евро на година почти през целия период. За разлика от „Преди от синтетични шапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече шапелни влакна от найлон или от други полиамиди”, при която би могло да се твърди, че движението е възходящо със значителен ръст като цяло (741,64% ръст през 2010 г. спрямо 2001 г.), то при „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” движението на износа е по почти хоризонтална линия – устойчиво е без резки промени.

Положителна е очертаващата се тенденция през последните години на периода и при продуктови групи „Преди от изкуствени шапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече изкуствени

щапелни влакна” (5510) и „Синтетични щापелни влакна, некардирани, нито пенирани, нито обработени по друг начин за предене” (5503), при които макар и малък в стойностно изражение, износът се движи във възходяща линия.

Износът ни по останалите продуктови групи от **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е незначителен или с тенденция към понижаване и поради това те няма да бъдат разглеждани по-долу.

Стойностното изражение на износа ни във водещите продуктови групи може да се проследи в следващата таблица.

Таблица 36. Износ на България на най-изнасяните стокови групи от Щапелни синтетични или изкуствени влакна, 2002 – 2010 г., хил. евро

Код по КН	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди	5803.17	5644.34	13739.33	28043.45	25592.81	41821.4	57256.51	59420.79	45376.19	48842.25
Други тъкани от синтетични щапелни влакна	7906.72	11018.03	11927.62	15591.04	12514.16	11730.4	13279.65	14684.6	10483.78	11067.96

Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 37. Ранжиране на износителите на „Прежди от синтетични щапелни влакна, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	4 262 755	3 867 296	3 303 297	3 421 507	3 481 924	3 618 219	3 587 847	3 256 861	2 958 621	3 972 093
1	Китай	515 015	475 289	425 944	446 956	484 949	574 574	635 612	579 147	531 311	779 683
2	Индонезия	452 801	415 669	349 140	405 742	460 820	477 499	457 848	401 662	414 949	582 099
3	Индия	175 546	187 059	207 515	206 955	198 615	225 938	269 669	260 847	220 882	336 748
4	Италия	455 008	424 222	415 681	441 239	367 700	367 362	343 958	305 817	220 212	275 416
5	САЩ	116 240	96 568	83 051	97 155	143 994	157 299	163 050	200 722	165 585	268 693
...	...										
15	България	5 803	5 644	13 739	28 043	25 593	41 821	57 257	59 421	45 376	48 842

България заема 15-то място сред износителите на „Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно

85% или повече шапелни влакна от найлон или от други полиамиди” с дял от 1,23% за 2010 г.

Таблица 38. Динамика на износа на „Преди от синтетични шапелни влакна, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	91	77	80	82	85	84	76	69	93
Китай	100	92	83	87	94	112	123	112	103	151
Индонезия	100	92	77	90	102	105	101	89	92	129
Индия	100	107	118	118	113	129	154	149	126	192
Италия	100	93	91	97	81	81	76	67	48	61
САЩ	100	83	71	84	124	135	140	173	142	231
...
България	100	97	237	483	441	721	987	1 024	782	842

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износът на България нараства със значително по-бързи темпове.

Таблица 39. Позиция на България в световния износ на „Преди от синтетични шапелни влакна, непригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	40	40	32	21	23	18	15	14	15	15

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 25 позиции.

Таблица 40. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	1.13	1.19	3.23	6.27	5.28	7.28	9.01	10.26	8.54	6.26

По-доброто позициониране на страната сред износителите е свързано и с увеличаване на дела на българския износ спрямо износа на топ износителя.

Други тъкани от синтетични шапелни влакна

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 41. Ранжиране на износителите на „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	2 933 492	2 756 447	2 399 227	2 401 676	2 374 381	2 530 965	2 346 612	1 975 366	1 845 395	2 326 981
1	Китай	275 643	264 010	242 699	307 202	459 696	701 087	586 972	375 508	536 613	769 397
2	Индия	133 542	144 890	159 800	160 559	160 119	186 913	192 666	178 598	164 223	287 640
3	Турция	217 789	213 322	229 106	216 386	209 088	186 781	160 750	138 819	130 849	139 906
4	Япония	125 352	123 990	105 262	104 958	95 733	98 407	102 090	115 296	109 575	110 939
5	Германия	255 779	206 523	152 990	180 479	150 334	135 763	119 595	118 426	99 766	108 003
...	...										
22	България	7 907	11 018	11 928	15 591	12 514	11 730	13 280	14 685	10 484	11 068

България заема 22-ро място в световния износ на „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” с дял от 0,48 % за 2010 г.

Таблица 42. Динамика на износа на „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	94	82	82	81	86	80	67	63	79
Китай	100	96	88	111	167	254	213	136	195	279
Индия	100	108	120	120	120	140	144	134	123	215
Турция	100	98	105	99	96	86	74	64	60	64
Япония	100	99	84	84	76	79	81	92	87	89
Германия	100	81	60	71	59	53	47	46	39	42
...
България	100	139	151	197	158	148	168	186	133	140

Данните за динамиката на износа показват променливи нива износа на тази стокова група с произход България. Най-успешна за българския износ е 2008 г. Положително наблюдение е, че през 2010 г. износът от страната нараства, макар и малко.

Таблица 43. Позиция на България в световния износ на „Други тъкани от синтетични шапелни влакна” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	38	31	27	25	28	24	26	23	20	22

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група 16 позиции.

Таблица 44. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	2.87	4.17	4.91	5.08	2.72	1.67	2.26	3.91	1.95	1.44

Въпреки регистрираното слабо увеличение в стойността износа през 2010 г., делът на българския износ на разглежданата стокова група продължава да спада, което говори, че темповете на увеличение в България изостават от тези на основния износител.

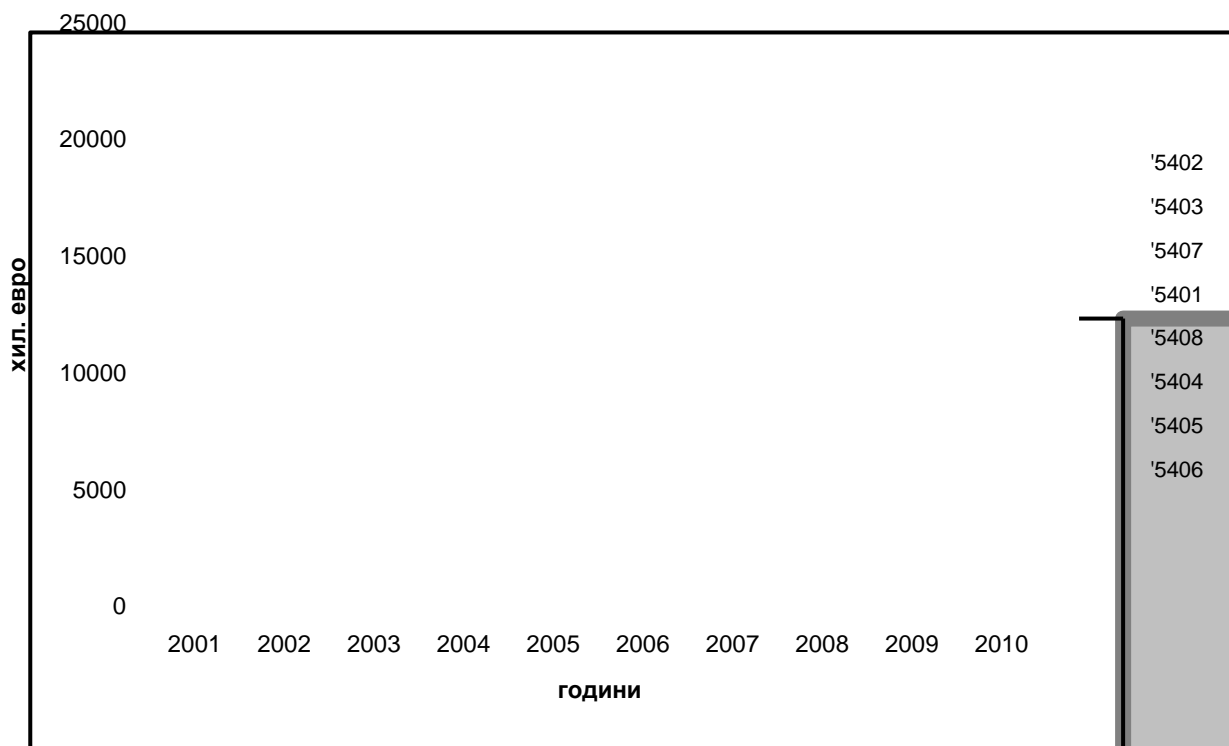
Стоки и услуги с експортен потенциал - Синтетични или изкуствени нишки

Глава „Синтетични или изкуствени нишки” включва следните стокови групи като най-изнасяните от тях са открити:

Код по КН	
5402	Прежди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex
5403	Прежди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex
5407	Тъкани от прежди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404
5401	Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно
5408	Тъкани от прежди от изкуствени нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5405
5404	Синтетични монофиламенти с линейна плътност, равна или превишаваща 67 dtex, чието най-голямо напречно сечение не превишава 1 mm; ленти и подобни форми (например изкуствена слама) от синтетични текстилни материали, чиято видима широчина не превишава 5 mm
5405	Изкуствени монофиламенти с линейна плътност, равна или превишаваща 67 dtex, чието най-голямо напречно сечение не превишава 1 mm; ленти и подобни форми (например изкуствена слама) от изкуствени текстилни материали, чиято видима широчина не превишава 5 mm
5406	Прежди от синтетични или изкуствени нишки (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно

Движението на износа от най-продаваните продуктови групи от **Синтетични или изкуствени нишки** за периода 2001 – 2010 г. е представено на следващата фигура.

Фигура 6. Износ на Синтетични или изкуствени нишки, 2001 - 2010 г.



Както се вижда от графиката, силно очертана възходяща тенденция има при продуктова група „Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex” (5402). За десетгодишния период постигнатият ръст в износа по тази продуктова група е 98,7%. По възходяща линия се движи износът и от продуктова група „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” (5401). За периода 2001 – 2010 г. е постигнат ръст на износа в рамките на 83%.

Низходяща тенденция в развитието на износа се регистрира при продуктова група „Тъкани от преди от изкуствени нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5405” (5408). За десетгодишния период спадът в износа е от порядъка на 87,5%.

Стойностното изражение на износа ни във водещите продуктови групи може да се проследи в Таблица 45.

**Таблица 45. Износ на България на най-изнасяните стокови групи от
Синтетични или изкуствени нишки, 2001 – 2010 г., хил. евро**

Код по КН	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Прежди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex	276.6	1234.8	3505.1	7101.3	11309.7	13597.9	16544.3	14027.4	18066.4	21867.1
Прежди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex	14361.3	16343.1	16921.1	13627.8	13489.8	12260.6	12513.7	8953.8	6778.1	7215.9
Тъкани от прежди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404	3793.3	5353.6	4899.8	5374.4	7699.6	8600.4	10348.4	10421.1	4970.5	3821.9
Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно	273.3	218.8	785.3	819.2	739.5	812.8	1155.6	1451.7	1379.6	1640.2

Износът от последните три продуктови групи в таблицата по-горе е незначителен в стойностно изражение и поради това няма да бъде разглеждан.

Основни износители, динамика на износа, позициониране на страната за основните стокови групи от Синтетични или изкуствени нишки по данни на МТЦ

„Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 46. Ранжиране на износителите на „Преди от синтетични нишки, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	10 895 641	11 101 075	10 259 306	10 723 036	10 781 862	11 431 032	11 550 067	10 590 795	8 488 768	11 720 269
1	Китай	118 693	179 165	235 977	348 451	640 941	958 037	1 450 036	1 579 300	1 159 629	1 887 817
2	Китайско Тайпе	1 200 929	1 322 528	1 243 844	1 368 520	1 380 081	1 361 025	1 249 014	989 725	895 880	1 190 842
3	Република Корея	995 616	1 080 456	1 061 533	966 062	849 928	781 922	796 721	688 852	609 372	809 591
4	Италия	729 672	702 971	680 204	706 626	745 227	792 040	801 383	697 163	526 186	664 518
5	САЩ	680 691	674 590	609 739	607 199	572 824	668 669	571 655	550 618	397 959	600 783
...	...										
37	България	277	1 235	3 505	7 101	11 310	13 598	16 544	14 027	18 066	21 867

България заема 37-о място в световния износ на „Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно” с дял от 0,19 % за 2010 г.

Таблица 47. Динамика на износа на „Преди от синтетични нишки, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	102	94	98	99	105	106	97	78	108
Китай	100	151	199	294	540	807	1 222	1 331	977	1 591
Китайско Тайпе	100	110	104	114	115	113	104	82	75	99
Република Корея	100	109	107	97	85	79	80	69	61	81
Италия	100	96	93	97	102	109	110	96	72	91
САЩ	100	99	90	89	84	98	84	81	58	88
...
България	100	446	1 265	2 564	4 083	4 909	5 973	5 064	6 522	7 894

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износьт на България нараства с много по-бързи темпове.

Таблица 48. Позиция на България в световния износ на „Преди от синтетични нишки, непригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	75	64	53	51	46	45	44	41	38	37

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 38 позиции, като постига най-добро позициониране през последната наблюдавана година.

Таблица 49. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0.23	0.69	1.49	2.04	1.76	1.42	1.14	0.89	1.56	1.16

По-доброто позициониране не е свързано със съществено увеличение в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Китай, тъй като и за тази страна се регистрира сериозно увеличение в износа.

„Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 50. Ранжиране на износителите на „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	764 088	742 634	729 127	746 174	734 151	769 332	772 527	750 869	632 698	792 335
1	Китай	47 166	53 245	52 915	60 493	58 861	68 610	94 349	137 052	145 700	193 358
2	Германия	131 310	129 174	144 615	169 956	159 019	194 570	204 136	183 865	140 013	168 548
3	САЩ	107 705	89 625	90 324	104 634	100 424	94 792	76 009	68 264	49 002	61 648
4	Румъния	709	750	2 186	15 556	26 866	27 212	18 265	17 605	21 283	32 484
5	Хонг Конг, Китай	56 805	53 302	47 058	39 587	39 368	35 350	26 966	24 362	21 385	31 238
...	...										
41	България	273	219	785	819	740	813	1 156	1 452	1 380	1 640

България заема 41-о място в световния износ на „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” с дял от 0,21 % за 2010 г.

Таблица 51. Динамика на износа на „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	97	95	98	96	101	101	98	83	104
Китай	100	113	112	128	125	145	200	291	309	410
Германия	100	98	110	129	121	148	155	140	107	128
САЩ	100	83	84	97	93	88	71	63	45	57
Румъния	100	106	308	2 194	3 789	3 838	2 576	2 483	3 002	4 582
Хонг Конг, Китай	100	94	83	70	69	62	47	43	38	55
...
България	100	80	288	300	271	298	423	532	505	601

Данните за динамиката на износ показват съществено нарастване на износа на тази стокова група с произход България, каквато тенденция се наблюдава и в две от водещите държави-износителки. Във водещата страна - Китай, нарастването на обема на износа е по-малко от това в България.

Таблица 52. Позиция на България в световния износ на „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	60	63	51	48	51	47	46	40	41	41

Нарастването в износа води до по-добро позициониране на страната като през 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 19 позиции.

Таблица 53. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0,58	0,41	1,48	1,35	1,26	1,18	1,23	1,06	0,95	0,85

Въпреки регистрираното увеличение в стойността на изследвания показател през 2003 г., през следващите години се забелязва тенденция на намаление, дължаща се на по-бързия растеж в обема на износа на водещия износител в световен мащаб - Китай.

„Тъкани от преди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

**Таблица 54. Ранжиране на износителите на „Тъкани от преди от синтетични нишки”
в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)**

№. към 2010	Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	16 676 853	15 461 179	14 421 063	14 302 677	14 608 004	14 369 375	14 790 679	14 424 717	12 456 194	14 953 048
1	Китай	1 464 244	2 071 419	2 775 302	3 514 452	3 785 384	3 897 951	3 797 494	3 983 218	3 754 815	5 026 691
2	Китайско Тайпе	2 291 267	1 900 852	1 504 498	1 392 180	1 328 262	1 391 982	1 290 488	1 199 280	1 078 908	1 365 059
3	Република Корея	3 022 005	2 547 652	1 824 172	1 550 883	1 416 990	1 237 945	1 145 377	1 158 213	1 059 933	1 310 878
4	Индия	391 303	468 350	521 117	545 905	490 256	457 818	496 253	702 749	1 008 663	1 056 455
5	Япония	1 440 548	1 194 247	1 015 869	965 872	885 026	873 889	819 847	797 711	700 244	793 644
...	...										
59	България	3 793	5 354	4 900	5 374	7 700	8 600	10 348	10 421	4 970	3 822

България заема 59-о място в световния износ на „Други тъкани от синтетични щapelни влакна” с дял от 0,03 % за 2010 г.

**Таблица 55. Динамика на износа на „Тъкани от преди от синтетични
нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404” в световен
мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)**

Износители	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	93	86	86	88	86	89	86	75	90
Китай	100	141	190	240	259	266	259	272	256	343
Китайско Тайпе	100	83	66	61	58	61	56	52	47	60
Република Корея	100	84	60	51	47	41	38	38	35	43
Индия	100	120	133	140	125	117	127	180	258	270
Япония	100	83	71	67	61	61	57	55	49	55
...
България	100	141	129	142	203	227	273	275	131	101

Данните за динамиката на износа показват променливи нива износа на тази стокова група с произход България. Най-успешна за българския износ е 2008 г. Като цяло водещите износители на тази стокова група успяват да увеличат нивата на износа си и през 2010 г. повечето достигат стойности, по-високи от предкризисните. Прави впечатление, че износът на България след 2008 г. намалява и през последната година той почти достига нивата от 2001 г.

**Таблица 56. Позиция на България в световния износ на „Тъкани от преди
от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от
5404” през периода 2001-2010 г.**

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	57	54	53	52	54	51	47	45	55	59

През 2010 г. спрямо 2001 г. България влошава своето място сред износителите на тази стокова група с 2 позиции, поради сериозния спад в нивата на износа в резултат на световната икономическа криза.

Таблица 57. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0,26	0,26	0,18	0,15	0,20	0,22	0,27	0,26	0,13	0,08

Намалението в нивата на износа след 2008 г. водят и до намаление в дела на българския износ в износа на основния износител - Китай.

Прежди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 58. Ранжиране на износителите на „Прежди от изкуствени нишки, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

No. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	873 050	806 247	845 136	1 272 643	1 264 658	1 264 370	1 248 956	1 021 514	566 543	806 322
1	Китай	128 148	186 431	191 818	169 022	187 383	257 710	283 109	196 971	235 447	352 526
2	Япония	81 505	60 924	48 515	52 900	68 603	70 163	70 767	74 408	79 320	104 863
3	САЩ	70 016	59 912	61 808	57 772	63 649	57 854	59 176	45 592	38 693	75 532
4	Република Чехия	33 017	35 516	39 920	37 263	41 020	26 856	25 489	41 972	30 964	35 151
5	Индия	47 988	43 605	49 009	46 498	55 436	57 893	62 943	32 645	21 495	34 061
...	...										
14	България	14 361	16 343	16 921	13 628	13 490	12 261	12 514	8 954	6 778	7 216

България заема 14-то място сред износителите на „Прежди от изкуствени нишки, непригодени за продажба на дребно” с дял от 0,89% за 2010 г.

Таблица 59. Динамика на износа на „от изкуствени нишки, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	92	97	146	145	145	143	117	65	92
Китай	100	145	150	132	146	201	221	154	184	275
Япония	100	75	60	65	84	86	87	91	97	129
САЩ	100	86	88	83	91	83	85	65	55	108
Република Чехия	100	108	121	113	124	81	77	127	94	106

Индия	100	91	102	97	116	121	131	68	45	71
...
България	100	114	118	95	94	85	87	62	47	50

Износът на тази стокова група след 2003 г. е с тенденция на намаление. Все пак през 2010 г. се забелязва леко нарастване в реализирания износ, което обаче е по-слабо изразено в сравнение с това, регистрирано от водещите износители.

Таблица 60. Позиция на България в световния износ на „от изкуствени нишки, непригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	19	16	17	16	14	14	14	15	12	14

Въпреки стойностното намаление в износа от България, страната ни подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 5 позиции през разглеждания период.

Таблица 61. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	11,21	8,77	8,82	8,06	7,20	4,76	4,42	4,55	2,88	2,05

Регистрираното намаление в износа от България резултира и в по-малък дял на българския износ спрямо износа на водещия износител.

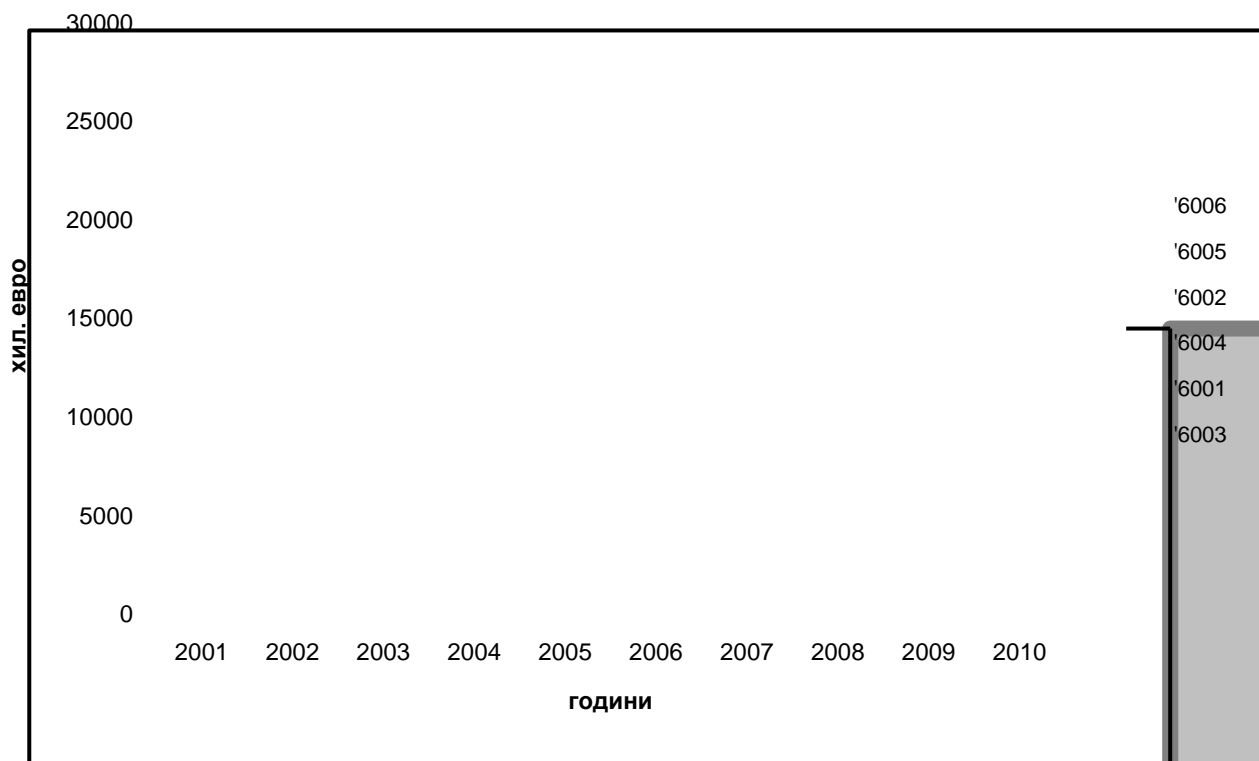
Стоки и услуги с експортен потенциал - Трикотажни платове

Глава „Трикотажни платове” включва следните стокови групи като най-изнасяните от тях са открити:

Код по КН	
6006	Други трикотажни платове
6005	Основно-плетени платове (включително тези, получени чрез машина за галониране), различни от тези от 6001 до 6004
6002	Трикотажни платове с ширина, непревишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластomers или каучукови нишки, различни от тези от 6001
6004	Трикотажни платове с ширина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластomers или каучукови нишки, различни от тези от 6001
6001	Кадифета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас”) и хавлиени платове, трикотажни
6003	Трикотажни платове с ширина, непревишаваща 30 cm, различни от тези от 6001 или 6002

Движението на износа от най-продаваните продуктови групи от **Трикотажни платове** за периода 2001 – 2010 г. е представено на фигура 7.

фигура 7. Износ на Трикотажни платове, 2001 - 2010 г.



Стойностното изражение на износа ни във водещите продуктови групи може да се проследи в следващата таблица.

Таблица 62. Износ на България на най-изнасяните стокови групи от Трикотажни платове, 2001 – 2010 г., хил. евро

Код по КН	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Други трикотажни платове	0	4783.8	6860.8	6088.3	5754.8	11903.1	23076.5	17645.9	12578.9	13572.7
Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластomers или каучукови нишки, различни от тези от 6001	0	1655.6	3443.2	6139.8	6294.4	13390.1	24023.5	17909.6	10908.3	3524.4
Кадифета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни	430.5	872.2	621.0	651.2	637.6	1397.0	626.7	1271.0	3572.3	3101.2

Основни износители, динамика на износа, позициониране на страната за основните стокови групи от Трикотажни платове по данни на МТЦ

„Други трикотажни платове”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 63. Ранжиране на износителите на „Други трикотажни платове” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	n/a	6 212 572	6 120 368	7 180 888	7 591 057	8 426 220	8 671 247	8 266 108	7 730 739	10 052 531
1	Китай	n/a	1 352 997	1 368 285	1 429 895	1 695 410	2 118 256	2 412 751	2 402 297	2 592 070	3 717 969
2	Република Корея	n/a	1 193 547	968 670	911 624	889 435	1 032 703	1 032 219	1 021 723	1 091 863	1 353 000
3	Хонг Конг, Китай	n/a	1 480 995	1 352 293	1 362 116	1 390 153	1 507 349	1 389 112	1 137 901	951 381	1 113 265
4	Китайско Тайпе	n/a	0	0	872 277	803 351	853 438	822 529	756 083	686 295	895 573
5	Турция	n/a	92 796	115 454	165 233	218 717	298 511	380 955	412 731	393 826	538 830
...	...										
34	България	n/a	4 784	6 861	6 088	5 755	11 903	23 077	17 646	12 579	13 573

България заема 34-то място в световния износ на „Други трикотажни платове” с дял от 0,14 % за 2010 г.

Таблица 64. Динамика на износа на „Други трикотажни платове” в световен мащаб за периода 2002-2010 г. (% , 2002=100)⁸

Износи-тели	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	99	116	122	136	140	133	124	162
Китай	100	101	106	125	157	178	178	192	275
Република Корея	100	81	76	75	87	86	86	91	113
Хонг Конг, Китай	100	91	92	94	102	94	77	64	75
Китайско Тайпе	n/a	n/a	100 ⁹	92	98	94	87	79	103
Турция	100	124	178	236	322	411	445	424	581
...
България	100	143	127	120	249	482	369	263	284

Данните за динамиката на износ показват нарастване на износа на тази стокова група с произход България по-бързо от световното такова. Сред водещите държави-износителки единствено Турция регистрира по-голямо увеличение на експорта си. След намалението, в следствие на икономическата криза, през 2010 г. се регистрира увеличаване на нивата на износ.

⁸ Базовият индекс за таблицата е към 2002 г., поради липса на информация за 2001 г.

⁹ Базовият индекс за тази страна е към 2004 г., поради липса на информация за предишни години

Таблица 65. Позиция на България в световния износ на „Други трикотажни платове” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	n/a	36	33	36	36	33	28	32	32	34

Позиционирането на България през анализирания период е сравнително постоянно като през 2010 г. страната ни подобрява мястото си в класацията с 2 места.

Таблица 66. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	n/a	0,35	0,50	0,43	0,34	0,56	0,96	0,73	0,49	0,37

За наблюдавания период България, макар и с малко, увеличава дела на експорта си спрямо износа на водещия износител в световен мащаб - Китай. В предкризисната година страната ни постига най-висока стойност на изследвания показател, когато и позиционирането на България сред основните износители на стоковата група е най-добро.

„Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки, различни от тези от 6001”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 67. Ранжиране на износителите на „Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	n/a	2 656 307	2 817 838	3 157 068	3 221 211	3 697 545	4 093 963	3 916 064	3 676 501	4 492 284
1	Китай	n/a	225 207	250 649	323 705	394 953	566 640	732 669	762 017	832 996	1 161 869
2	Република Корея	n/a	640 987	684 952	696 368	686 403	764 291	881 938	815 828	814 078	969 637
3	Хонг Конг, Китай	n/a	527 540	482 972	563 093	537 189	572 773	516 499	489 426	435 576	525 622
4	Италия	n/a	318 355	377 421	365 996	332 386	378 190	431 612	391 780	320 122	352 585
5	Китайско Тайпе	n/a	0	0	140 808	162 783	184 142	182 814	175 847	180 869	245 175
...	...										
38	България	n/a	1 656	3 443	6 140	6 294	13 390	24 023	17 910	10 908	3 524

България заема 38-о място в световния износ на „Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки” с дял от 0,08 % за 2010 г.

Таблица 68. Динамика на износа на „Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки” в световен мащаб за периода 2002-2010 г. (% , 2002=100)¹⁰

Износи-тели	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	106	119	121	139	154	147	138	169
Китай	100	111	144	175	252	325	338	370	516
Република Корея	100	107	109	107	119	138	127	127	151
Хонг Конг, Китай	100	92	107	102	109	98	93	83	100
Италия	100	119	115	104	119	136	123	101	111
Китайско Тайпе	n/a	n/a	100 ¹¹	116	131	130	125	128	174
...
България	100	208	371	380	809	1 451	1 082	659	213

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износът на България нараства с много по-бързи темпове до началото на световната икономическа криза. След 2007 г. тенденцията се обръща и докато при водещите страни износителки за 2010 г. нивата на износ се увеличават, при България негативният процес продължава.

Таблица 69. Позиция на България в световния износ на „Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	n/a	36	29	26	26	21	17	20	24	38

Позиционирането на страната ни през анализирания период е динамично като най-добро е през 2007 г., когато и обемът на износа на България е най-голям. Световната икономическа криза има сериозен ефект на експорта на тази стокова група и като резултат през 2010 г. България се класира с 2 места по-надолу в класацията спрямо 2002 г.

Таблица 70. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	n/a	0,74	1,37	1,90	1,59	2,36	3,28	2,35	1,31	0,30

През наблюдавания период дялът на експорта на България спрямо износа на водещия износител в световен мащаб – Китай, не следва еднопосочна тенденция. След пика през 2007 г. следва сериозно намаление, което резултира в дял по-малък от този през 2002 г.

¹⁰ Базовият индекс за таблицата е към 2002 г., поради липса на информация за 2001 г.

¹¹ Базовият индекс за тази страна е към 2004 г., поради липса на информация за предишни години.

„Каdifета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 71. Ранжиране на износителите на „Каdifета, плюшове и хавлиени платове, трикотажни” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	2 723 758	2 885 759	2 460 405	2 217 090	2 331 501	2 348 374	2 232 161	2 264 279	2 038 231	2 581 552
1	Китай	218 278	404 028	451 580	478 638	611 072	740 907	759 293	887 061	922 567	1 267 976
2	Китайско Тайпе	576 710	484 325	341 303	316 543	331 775	334 278	300 622	268 736	229 401	275 916
3	Република Корея	546 788	526 063	415 318	281 170	304 620	265 029	207 142	210 828	204 604	242 902
4	САЩ	259 200	190 196	148 714	133 559	145 913	170 828	144 077	119 062	99 436	113 904
5	Малайзия	35 078	59 092	52 470	66 275	72 126	71 670	80 152	113 659	78 705	98 929
...	...										
35	България	431	872	621	651	638	1 397	627	1 271	3 572	3 101

България заема 35-о място в световния износ на „Каdifета, плюшове и хавлиени платове, трикотажни” с дял от 0,12 % за 2010 г.

Таблица 72. Динамика на износа на „Каdifета, плюшове и хавлиени платове, трикотажни” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	106	90	81	86	86	82	83	75	95
Китай	100	185	207	219	280	339	348	406	423	581
Китайско Тайпе	100	84	59	55	58	58	52	47	40	48
Република Корея	100	96	76	51	56	48	38	39	37	44
САЩ	100	73	57	52	56	66	56	46	38	44
Малайзия	100	168	150	189	206	204	228	324	224	282
...
България	100	202	144	151	148	324	145	295	829	719

В сравнение с водещите 5 износители на тази стокова група износьт на България нараства с по-бързи темпове.

Таблица 73. Позиция на България в световния износ на „Каdifета, плюшове и хавлиени платове, трикотажни” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	64	53	56	49	61	47	56	47	29	35

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 29 позиции.

Таблица 74. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0,20	0,22	0,14	0,14	0,10	0,19	0,08	0,14	0,39	0,24

По-доброто позициониране не е свързано със съществено увеличение в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Китай, тъй като и за тази страна се регистрира сериозно увеличение в експорта.

Стоки и услуги с експортен потенциал - Памук

Глава „Памук” включва следните стокови групи като най-изнасяните от тях са открити:

	Код по КН
5205	Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно
5207	Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно
5209	Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m ²
5210	Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²
5208	Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²

Движението на износа от най-продаваните продуктови групи от **Памук** за периода 2001 – 2010 г. е представено на Фигура 8.

Освен от тези продуктови групи сме изнасяли стоки и от останалите продуктови групи от **Памук**. Износът ни от тях за анализирания период е много малък в стойностно изражение и поради това няма да бъде разглеждан в анализа.

Фигура 8. Износ на Памук, 2001 - 2010 г.



Износът в стойностно изражение е представен в следващата таблица.

Таблица 75. Износ на България на Памук 2001 – 2010 г., хил. евро

Код по КН	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Памучни преди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно	5073.73	4555.43	4327.44	5723.33	4551.19	5074.74	1793.19	1957.4	2457.28	4044.77
Памучни преди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно	1422.07	3808	5398.92	5604.35	5961.19	4979.21	5917.23	5929.98	4200.4	4022.18
Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m ²	12387.08	14058.51	12065.42	9075.01	11486.37	8609.14	6924.71	4375.61	5529.06	2953.56
Памучни тъкани,	2544.11	1656.62	1423.05	951.08	807.78	2558.46	2547.52	4131.62	5200.66	1521.97

съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²										
Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²	8258.05	13570.09	20037.48	19845.56	15622.43	6607.9	10276.17	6280.68	5967.17	4153.97

Основни износители, динамика на износа, позициониране на страната за основните стокови групи от Памук по данни на МТЦ

„Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 76. Ранжиране на износителите на „Памучни прежди, съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	7 765 629	7 502 738	6 983 047	6 783 076	6 700 578	7 621 460	7 384 314	6 978 596	6 180 763	9 575 124
1	Индия	879 221	810 039	631 166	649 390	745 742	983 005	1 136 220	1 134 519	882 494	2 076 801
2	Китай	732 030	937 281	1 072 868	958 857	990 102	1 283 482	1 220 933	1 138 638	1 112 600	1 411 996
3	Пакистан			847 635	867 038	977 498	1 138 034	1 014 368	809 059	923 563	1 226 528
4	Хонг Конг, Китай	1 473 124	1 532 803	1 497 144	1 443 402	1 294 400	1 383 337	1 208 894	1 011 106	960 025	1 204 215
5	САЩ	268 393	264 535	271 628	329 554	438 339	539 091	575 782	634 526	584 132	797 525
...	...										
45	България	5 074	4 555	4 327	5 723	4 551	5 075	1 793	1 957	2 457	4 045

България заема 45-о място в световния износ на „Памучни прежди, съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно” с дял от 0,04 % за 2010 г.

Таблица 77. Динамика на износа на „Памучни прежди, съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	97	90	87	86	98	95	90	80	123
Индия	100	92	72	74	85	112	129	129	100	236
Китай	100	128	147	131	135	175	167	156	152	193
Пакистан	n/a	n/a	100 ¹²	102	115	134	120	95	109	145
Хонг Конг, Китай	100	104	102	98	88	94	82	69	65	82
САЩ	100	99	101	123	163	201	215	236	218	297
...
България	100	90	85	113	90	100	35	39	48	80

Износът на България на изследваната стокова група се движи със сходни темпове на световния такъв до 2007 г., когато рязко намалява. През последната анализирана година се забелязва увеличение в стойността на експорта, но нивата все още са по-ниски от тези през 2001 г.

Таблица 78. Позиция на България в световния износ на „Памучни прежди, съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	55	53	53	49	50	45	64	61	54	45

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 10 позиции.

Таблица 79. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0,58	0,56	0,69	0,88	0,61	0,52	0,16	0,17	0,28	0,19

По-доброто позициониране не е свързано с увеличение в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Индия.

„Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

¹² Базовият индекс е към 2003 г. поради липса на данни за предишни години.

Таблица 80. Ранжиране на износителите на „Памучни прежди, пригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	696 019	689 693	646 511	651 702	545 482	494 888	353 188	248 458	218 271	265 626
1	Китайско Тайпе	11 099	17 426	21 681	14 798	9 709	16 932	29 361	30 984	39 842	47 210
2	Индия	473 726	433 942	365 468	404 184	360 436	292 103	152 881	67 730	35 488	31 799
3	Франция	49 736	50 781	43 789	39 669	33 362	36 968	36 648	34 159	32 187	29 506
4	Египет								478	11 480	19 228
5	Италия	22 461	24 727	25 999	18 542	16 328	18 716	11 702	9 624	10 499	16 596
...	...										
14	България	1 422	3 808	5 399	5 604	5 961	4 979	5 917	5 930	4 200	4 022

България заема 14-то място сред износителите на „Памучни прежди, пригодени за продажба на дребно” с дял от 1,51% за 2010 г. Доброто позициониране е свързано със сравнително ниското ниво на общия световен износ на разглежданата стокова група.

Таблица 81. Динамика на износа на „Памучни прежди, пригодени за продажба на дребно” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	99	93	94	78	71	51	36	31	38
Китайско Тайпе	100	157	195	133	87	153	265	279	359	425
Индия	100	92	77	85	76	62	32	14	7	7
Франция	100	102	88	80	67	74	74	69	65	59
Египет	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	100 ¹³	2 402	4 023
Италия	100	110	116	83	73	83	52	43	47	74
...
България	100	268	380	394	419	350	416	417	295	283

Износът на България за разглежданата стокова група нараства с по-бързи темпове от този на основните пет износители до 2008 г. В последните две години експортът на България намалява.

Таблица 82. Позиция на България в световния износ на „Памучни прежди, пригодени за продажба на дребно” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	25	15	11	10	10	12	12	12	13	14

¹³ Базовият индекс е към 2008 г. поради липса на данни за предишни години.

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 11 позиции, а през 2004 и 2005 г. страната ни попада сред водещите 10 износители в световен план.

Таблица 83. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	12,81	21,85	24,90	37,87	61,40	29,41	20,15	19,14	10,54	8,52

През последните две години се наблюдава спад в дела на българския износ спрямо износа на водещия износител.

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 84. Ранжиране на износителите на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	9 230 625	9 719 805	8 011 457	8 027 298	7 709 882	8 097 395	6 976 846	6 329 805	5 113 007	5 997 482
1	Китай	1 097 294	1 460 830	1 400 878	1 436 681	1 596 008	1 706 267	1 571 197	1 528 514	1 285 132	1 651 627
2	Хонг Конг, Китай	1 576 468	1 698 811	1 341 712	1 381 727	1 403 294	1 332 987	1 157 692	970 125	770 003	776 145
3	Пакистан	n/a	n/a	48 023	78 240	82 151	207 579	277 989	384 420	386 889	533 118
4	Италия	777 306	852 664	792 702	807 087	724 781	706 088	678 429	602 782	435 385	464 570
5	Турция	340 988	325 716	301 027	369 177	372 842	337 710	387 061	364 720	318 732	364 654
...	...										
57	България	12 387	14 059	12 065	9 075	11 486	8 609	6 925	4 376	5 529	2 954

България заема 57-о място в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²” с дял от 0,05 % за 2010 г.

Таблица 85. Динамика на износа на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	105	87	87	84	88	76	69	55	65
Китай	100	133	128	131	145	155	143	139	117	151
Хонг Конг, Китай	100	108	85	88	89	85	73	62	49	49

Пакистан	n/a	n/a	100 ¹⁴	163	171	432	579	800	806	1 110
Италия	100	110	102	104	93	91	87	78	56	60
Турция	100	96	88	108	109	99	114	107	93	107
...
България	100	113	97	73	93	70	56	35	45	24

Горната таблица разкрива тенденция на намаление в стойността на българския износ на разглежданата стокова група като това наблюдение е валидно (с изкл. на 2010 г.) и за общия световен износ.

Таблица 86. Позиция на България в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	45	47	45	50	44	50	50	62	47	57

През 2010 г. спрямо 2001 г. България влошава своето място сред износителите на тази стокова група с 12 позиции.

Таблица 87. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	1,13	0,96	0,86	0,63	0,72	0,50	0,44	0,29	0,43	0,18

Наблюдава се намаление в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Китай.

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m²”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 88. Ранжиране на износителите на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	2 209 895	2 089 490	2 115 902	2 052 099	2 072 064	1 988 992	1 867 073	1 847 402	1 388 851	1 719 565
1	Китай	173 824	232 126	268 643	211 612	233 086	257 360	250 581	332 668	337 816	583 013
2	Пакистан			339 433	435 142	588 193	494 442	391 669	464 049	259 705	308 112
3	Турция	22 729	31 714	38 769	50 856	58 673	79 309	91 407	98 924	77 277	86 199
4	Италия	196 825	169 305	181 424	148 406	129 262	150 449	169 305	147 493	84 218	86 147

¹⁴ Базовият индекс е към 2003 г. поради липса на данни за предишни години.

5	Република Корея	221 386	203 170	185 040	175 370	166 255	153 518	137 053	103 101	77 194	81 958
...	...										
36	България	2 544	1 657	1 423	951	808	2 558	2 548	4 132	5 201	1 522

България заема 36-о място в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна” с дял от 0,09 % за 2010 г.

Таблица 89. Динамика на износа на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	95	96	93	94	90	84	84	63	78
Китай	100	134	155	122	134	148	144	191	194	335
Пакистан	n/a	n/a	100 ¹⁵	128	173	146	115	137	77	91
Турция	100	140	171	224	258	349	402	435	340	379
Италия	100	86	92	75	66	76	86	75	43	44
Република Корея	100	92	84	79	75	69	62	47	35	37
...
България	100	65	56	37	32	101	100	162	204	60

Движението на износа на България през разглеждания период е динамично като се наблюдават периоди на нарастване и на намаление. Прави впечатление, че в годините на световната икономическа криза (до 2010 г.) експортът от България нараства за разлика от световния такъв.

Таблица 90. Позиция на България в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	37	42	39	43	52	29	31	27	24	36

През 2010 г. спрямо 2001 г. България подобрява своето място сред износителите на тази стокова група с 1 позиция. Въпреки това, през десет годишния период позиционирането на страната ни варира значително.

Таблица 91. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	1.46	0.71	0.53	0.45	0.35	0.99	1.02	1.24	1.54	0.26

¹⁵ Базовият индекс е към 2003 г. поради липса на данни за предишни години.

Не се наблюдава ясно изразена тенденция на увеличение или намаление в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Китай.

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m²”

Основните износители, динамика на износа, позициониране на страната за тази стокова група по данни на МТЦ са представени на следващите таблици.

Таблица 92. Ранжиране на износителите на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (хил.евро)

№. към 2010	Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Общо	9 610 881	9 966 022	9 384 368	9 159 219	9 398 543	9 935 318	9 497 302	9 616 348	8 085 436	10 638 168
1	Китай	1 815 880	2 071 612	2 249 600	2 317 912	2 669 969	3 117 023	3 196 375	3 498 452	3 476 591	5 300 536
2	Италия	882 903	965 723	992 261	1 027 711	970 626	954 767	868 081	719 217	523 851	622 740
3	Хонг Конг, Китай	1 142 692	1 096 930	954 520	984 569	952 459	918 648	782 637	588 082	448 335	505 808
4	Пакистан			611 435	462 935	577 302	560 113	479 546	520 042	385 752	503 500
5	Индия	496 184	481 364	406 240	351 049	348 866	410 027	421 512	439 218	388 383	494 955
...											
60	България	8 258	13 570	20 037	19 846	15 622	6 608	10 276	6 281	5 967	4 154

България заема 60-о място в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук” с дял от 0,04 % за 2010 г.

Таблица 93. Динамика на износа на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук” в световен мащаб за периода 2001-2010 г. (% , 2001=100)

Износи-тели	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Общо	100	104	98	95	98	103	99	100	84	111
Китай	100	114	124	128	147	172	176	193	191	292
Италия	100	109	112	116	110	108	98	81	59	71
Хонг Конг, Китай	100	96	84	86	83	80	68	51	39	44
Пакистан	n/a	n/a	100 ¹⁶	76	94	92	78	85	63	82
Индия	100	97	82	71	70	83	85	89	78	100
...
България	100	164	243	240	189	80	124	76	72	50

След 2007 г. се наблюдава намаление в нивото на износа от България на разглежданата стокова група, докато в световен план през 2010 г. обемите на реализирания експорт нарастват като за определени от водещите износители изпреварват предкризисните стойности.

¹⁶ Базовият индекс е към 2003 г. поради липса на данни за предишни години.

Таблица 94. Позиция на България в световния износ на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук” през периода 2001-2010 г.

Година	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Позиция в световния износ	44	38	35	33	36	54	50	52	52	60

През 2010 г. спрямо 2001 г. България влошава своето място сред износителите на тази стокова група с 16 позиции.

Таблица 95. Дял на износа на България в износа на водещия износител в световен мащаб за 2010 г. (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
България	0.45	0.66	0.89	0.86	0.59	0.21	0.32	0.18	0.17	0.08

След 2007 г. се наблюдава тенденция на намаление в дела на българския износ в износа на водещия износител в световен мащаб - Китай.

Представените дотук данни за анализиранияте стокови групи се отнасят общо за всички предприятия в сектора, а не само за МСП. Получените резултати от проведеното **анкетно проучване** показват, че основно изнасяните продукти от българските МСП през 2010 г. са възглавници, изделия с дълъг косъм, луксозни опаковки, преди от синтетични и щапелни влакна и смесени с вълна преди, спално бельо, схеми за гоблени, текстилни етикети, хавлиени кърпи и халати, седалки за автомобили.

Данните за *производствения капацитет* на фирмите, свързани с възможностите им за експортни стоки и услуги и нагласата на управленските им екипи за реализиране на износ са твърде положителни. 89,5% от анкетиранияте лица са посочили, че имат достатъчен капацитет за производство. Във всички изследвани предприятия управленските екипи имат единна воля да реализират износ на произвежданите от тях продукти. С други думи, от гледна точка на капацитета и управленските нагласи на ръководствата на фирмите, по мнението на анкетиранияте лица, няма пречки за реализирането на успешна експортна дейност.

Сравнително задоволителни изглеждат данните за способностите и познанията на служителите за експортна дейност. Интервюираните ръководители посочват, че около половината и повече от заетите имат високи знания и умения. Единствено при владееенето на чужди езици уменията на служителите са по-скоро на средно ниво, отколкото високи. Това, обаче, не е проблем за интернационализацията пред предприятията, защото при степенуването на значимостта на бариерите пред осъществяването на експорт пречката, свързана с езикови бариери е определена като най-незначителна.

Немалък е и процентът на анкетиранияте лица, определили знанията на служителите като средни. Интересно е да се отбележи, че никой от експертите не посочва да има служители с ниски познания относно събирането на плащания. Разпределението на тези данни е представено в следващата таблица.

Таблица 96. Оценка на способностите и познанията на служителите в изследваните предприятия (в %)

	Високи	Средни	Ниски
Реализация на експортни продажби	57,9	31,6	10,5
Работа на външни пазари	66,7	27,8	5,5
Събиране на плащания	55,6	44,4	0,0
Владеене на чужди езици	42,1	47,4	10,5

В Таблица 97 са представени оценките на респондентите за фактори, свързани с успеха на предприятието при износа на стоки и услуги от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”.

Таблица 97. Степен на важност на факторите, влияещи върху износа (в %)

Критични фактори	Оценка		
	Много важно	Важно	Не е важно
Ниски разходи на труд	57,9	26,3	15,8
Висока квалификация на персонала	73,7	21,1	5,3
Високо технологично ниво	68,4	21,1	10,5
Собствена развойна база	47,4	26,3	26,3
Персонал с опит във външната търговия	52,6	26,3	26,3
Логистична подкрепа от държавата при износа	52,6	21,1	26,3

В оценките на изследваните лица, представени в **Таблица 97**, високата квалификация на персонала е определена като най-важното условие за успешна реализация на външните пазари. Забелязва се известно „разминаване” в обобщената оценка на респондентите с техни мнения в отговор на други въпроси от анкетата. Докато липсата на квалифицирана работна сила при въпросите, свързани с бариерите пред експорта не се оценява като сериозна пречка за сектора (тя е посочена като най-маловажна от всички бариери), то тук квалификацията на персонала е от водещо значение. И само един от анкетираните не смята фактора за важен при експортната дейност.

На следващо място по важност за осъществяването на успешен износ е определено високото технологично на производството. Обобщената оценка кореспондира с мнението на респондентите, посочено и на други въпроси в анализа – високорангова и много сериозна пречка за износа са високите производствени цени на техните стоки, които биха могли да се намалят при едно по-високо технико-технологично равнище в предприятията от сектора. От всички изброени критични фактори наличието на собствена развойна база се оценява като много важна за успеха на експорта от 47,4 % от респондентите, което макар и сериозен процент, я нарежда на последно място по важност сред изследваните

фактори. Очевидно, мениджърите не отдават полагащото се значение на развойната дейност, като предпоставка за успешната реализация на външните пазари.

Необходимо е да се отбележи, че ролята на държавата за подпомагане на износа на МСП при другите групи въпроси от анкетата се оценява като високо приоритетна, докато тук тя е събрала само половината (52,6 %) от отговорите. Едно вероятно обяснение за това несъответствие е, например, че при този въпрос става дума само за логистичната, а не за цялостната подкрепа на държавата за експортната дейност на фирмите.

Над 84% от интервюираните малки и средни предприятия посочват, че произвеждат **краен продукт**, предназначен за износ, като в 81% от случаите степента на **преработка е висока**, а в останалите **средна**. Около 16% от МСП изнасят **суровина със средна степен на преработка** и 32% - **полуфабрикат**, съответно с **висока и средна степен на преработка** (Сборът на процентите е над 100, тъй като респондентите са посочвали повече от един отговор).

Същевременно над половината от респондентите, включени в проучването споделят мнението, че в сектора няма стоки и услуги с открояващо се по-висок дял на добавената стойност, който да допринесе за нарастване на износа. Отговорите на анкетираните лица, които смятат, че такива стоки и услуги съществуват, са в диапазона на асортимента на собственото им производство. Очевидно, анкетираните смятат че въпреки високата, като цяло, степен на преработка на продукцията, добавената стойност при производствата в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е малка.

Изводи:

В заключение могат да се направят следните **обобщаващи изводи** относно стоките в експортни предимства и потенциал, произвеждани от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” и от МСП в сектора:

Общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

Стоковите групи, които се произвеждат и изнасят в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, са изключително многобройни. Поради тази причина изборът на стокови групи с експортни предимства и потенциал бе осъществен въз основа на няколко критерия, а именно най-висок относителен дял в износа на съответната стокова група, нарастване през наблюдавания период или реализирани големи обеми на износ преди началото на световната икономическа криза. В анализа са включени и стоковите групи, при които се наблюдава относително устойчив износ през анализирания период. Тези критерии бяха приложени за сектора като цяло, тъй като официална статистическа информация за МСП не е налична. Прилагането на избраните критерии при данните от Международния търговски център даде основание да се определят следните 17 стокови групи, които имат експортни предимства и потенциал:

№	КИД	Описание
1	5107	Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно
2	5105	Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)
3	5111	Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми

4	5509	Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди
5	5515	Други тъкани от синтетични щапелни влакна
6	5402	Прежди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex
7	5401	Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно
8	5407	Тъкани от прежди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404
9	5403	Прежди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex
10	6006	Други трикотажни платове (<i>най-ранни данни към 2002 г.</i>)
11	6004	Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече прежди от еластomers или каучукови нишки, различни от тези от 6001 (<i>най-ранни данни към 2002 г.</i>)
12	6001	Кадифета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни
13	5205	Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно
14	5207	Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно
15	5209	Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m ²
16	5210	Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²
17	5208	Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²

Основните констатации от анализа на мястото на страната в световния износ, динамиката на износа, позиционирането на нашата страна по стойност на износа за избраните стокови групи в сектора са обобщени в следващата таблица:

Таблица 98. Износ на България 2001 – 2010 г., хил. евро

Описание	Място в световния износ към 2001 г.	Място в световния износ към 2010 г.	Дял в световния износ към 2010 г.	Дял в износа на водещия световен износител за 2010 г. към 2001 г.	Дял в износа на водещия световен износител за 2010 г.	Промяна в износа през 2010 г. спрямо 2001 г.
Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно	32	9	2,76%	1,04%	9,12%	1113%
Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)	34	22	0,37%	0,43	0,96%	368%
Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми	21	14	1,03%	0,98	2,48%	98%
Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди	40	15	1,23%	1,13	6,26%	842%
Други тъкани от синтетични щапелни влакна	38	22	0,48%	2,87	1,44%	140%
Прежди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex	75	37	0,19%	0,23%	1,16%	7894%
Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно	60	41	0,21%	0,58%	0,85%	601%
Тъкани от прежди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404	57	59	0,03%	0,26%	0,08%	101%
Прежди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex	19	14	0,89%	11,21%	2,05%	50%
Други трикотажни платове	36	34	0,14%	0,35%	0,37%	284%
Трикотажни платове с ширина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече прежди от еластомери или каучукови нишки, различни от тези от 6001	36	38	0,08%	0,74%	0,30%	213%
Кадифета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни	64	35	0,12%	0,20%	0,24%	719%
Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно	55	45	0,04%	0,58%	0,19%	80%

85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно						
Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно	25	14	1,51%	12,81%	8,52%	283%
Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m ²	45	57	0,05%	1,13%	0,18%	24%
Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²	37	36	0,09%	1,46	0,26	60%
Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m ²	44	60	0,04%	0,45	0,08	50%

Източник: МТЦ

Представените данни показват, че през 2010 г. най-добро класиране сред световните износители има стоковата група „Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”. Трие от тези стокови групи - „Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”, „Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно” и „Прежди от синтетични шапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече шапелни влакна от найлон или от други полиамиди” - заемат челните две позиции в дела на България в световния износ (съответно 2,76%, 1,51% и 1,23%). Повечето от тези стокови групи имат експортни предимства поради факта, че разчитат на суровини от местно производство, които са традиционни за България.

Най-малък дял в световния износ има стоковата група „Тъкани от прежди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404” (0,03%).

При 11 от анализираните стокови групи износът нараства. Групите, при които не е регистриран растеж, са по-засегнати от икономическата криза.

За МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

Представените по-горе данни за анализираните стокови групи се отнасят общо за всички предприятия в сектора, а не само за МСП. Липсата на достатъчно статистическа информация не дава възможност да се идентифицира делът на износа от МСП в износа на анализираните стокови групи.

Известна ориентация дават получените резултати от проведеното **анкетно проучване**. Попадналите в извадка фирми декларират, че основно изнасяните продукти през 2010 г. са възглавници, изделия с дълъг косъм, луксозни опаковки, прежди от синтетични и шапелни влакна и смесени с вълна прежди, спално бельо, схеми за гоблени, текстилни етикети, хавлиени кърпи и халати, седалки за автомобили.

Според 89,5% от интервюираните ръководни представители на фирмите **производственият капацитет** за създаване на експортни стоки е достатъчен. 100% от фирмите декларират, че целият управленски екип има единна воля за осъществяване на

износ. С други думи, от гледна точка на капацитета и управленските нагласи на ръководствата на фирмите, по мнението на анкетираните лица, няма пречки за реализирането на успешна експортна дейност.

Фирмите имат ограничен опит при организиране на участия в национални и международни изложения и не разполагат с достатъчен брой специалисти с опит във външнотърговската дейност. В този смисъл мениджърите, участвали в анкетното проучване, не отдават полагащото се значение на развойната дейност, като предпоставка за успешната реализация на външните пазари. В доста по-голяма степен високата квалификация на персонала и високото технологично ниво са основните фактори, влияещи върху износа.

Поради профила на попадналите в анкетното проучване фирми, същите изнасят краен продукт с по-специфични качества (по предложена класификация – суровини, полуфабрикати и краен продукт) с висока или средна степен на преработка. Същевременно над половината от респондентите, включени в проучването споделят мнението, че в сектора няма стоки и услуги с открояващо се по-висок дял на добавената стойност, който да допринася за нарастване на износа. Така, въпреки високата, като цяло, степен на преработка на продукцията, според анкетираните ръководители на фирми добавената стойност при производствата в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е малка.

4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА БЪЛГАРСКИЯ ТЕКСТИЛ НА ВЪНШНИТЕ ПАЗАРИ

Традиционно производителността на труда, измерена като съотношение между добавената стойност и броя на заетите лица, е показателят, измерващ конкурентоспособността на предприятията. **Целта** на този анализ обаче е да оцени **перспективността на пазари** във и извън ЕС за износа на български стоки, както и **потенциалните конкуренти** (страни) при износа на съответните стоки.

Наличните данни позволяват да се направи оценка на важните и перспективните пазари от гледна точка на сектора като цяло. Допуска се, че даден пазар, който е приоритетен на големите предприятия, също е важна експортна дестинация и за МСП.

Сравнителен анализ на цените на изнасяните продукти не е извършен, тъй като анализираните стокови групи, представени от четири-разрядните кодове в МТЦ, са съставени от различен брой продукти, представени от осем-разрядни кодове в МТЦ. В този смисъл изчисляване на единична цена за дадена стокова група и сравнението ѝ с цената на същата стокова група, но изнасяна от различна страна, не би било коректно, поради различното съотношение на съставлящите ги продукти, техните обеми и цени. Същевременно информация за единична цена за продукти, представени от осем-разрядни кодове в МТЦ, не е налична.

Информация за необходимите стандарти за навлизане на чуждестранни пазари е налична на адрес: www.standardsmap.org

Големина на международния пазар, стойности и обеми на вноса

В следващата таблица са представени основните вносители в световен план:

Таблица 99. Най-големи вносители за периода 2006 – 2010 г., в хил. евро

	2006	2007	2008	2009	2010
Коприна					
Световен пазар	2382392	2178704	2075332	1634610	1852873
Италия	310053	298009	291635	185019	248294
Индия	279794	288233	253782	282109	219904
Хонг Конг	197010	201877	177452	139899	168515
САЩ	243121	215132	173257	106887	122266
Япония	178542	114702	112657	85732	112443
Република Корея	145800	115804	97569	72114	84433
Вълна, фини и груби косми					
Световен пазар	10229039	10339317	9277170	7029024	8917116
Китай	1704273	1968496	1780743	1587937	2129310
Италия	1315435	1278788	1139108	772538	1087103
Германия	820623	803737	710056	565077	764021
Хонг Конг	680576	638149	628139	447610	524237

Япония	473653	427280	365761	237191	296821
Великобритания	364696	384602	295940	220332	307644
Памук					
Световен пазар	36860763	35265575	34879560	28592581	41071369
Китай	7251404	5630663	5059925	4431318	7997378
Хонг Конг	3930802	3535576	2825874	2470726	2965240
Турция	1663868	2064236	1584889	1504303	2549742
Бангладеш	969589	1164314	1655312	1396419	2534174
Италия	1604657	1558270	1349825	987448	1363742
Индонезия	622811	695261	1353642	1058428	1680930
Др. растителни текстилни влакна					
Световен пазар	2795141	2603755	2235454	1783139	2485426
Китай	386764	365134	280407	283643	421448
САЩ	177051	193545	207244	103625	139570
Италия	204037	179584	135017	88248	133365
Турция	153496	137525	123574	104903	193505
Белгия	172076	165943	122855	97647	138317
Хонг Конг	231199	159434	111622	79602	88368
Синтетични или изкуствени нишки					
Световен пазар	27009186	27376235	25870284	21708621	27842710
Китай	3021112	2740966	2481623	2301606	2849792
САЩ	1825956	1695813	1509476	1199169	1549572
Германия	1409836	1428386	1336533	1226664	1479944
Италия	1335975	1374098	1171356	931986	1151593
Хонг Конг	1459824	1264876	999369	814589	1012247
Турция	959831	1149980	1015737	890881	1269658
Щапелни синтетични или изкуствени влакна					
Световен пазар	24162717	24448934	23095843	20368421	25564096
Китай	2250275	2047858	1712931	1799954	2273115
Германия	1231028	1288706	1240528	1225099	1479379
Турция	1073853	1370872	1152642	1088631	1573202
САЩ	1335432	1387236	1249819	921048	1270740
Виетнам	1160659	1342252	1282706	1077489	844872
Италия	1087035	1116958	1035566	811720	1053900
Вати, филцове и нетъкани текстилни материали					
Световен пазар	12027334	12321883	12563374	11291813	14409962

САЩ	1185332	1168598	1090957	956352	1223304
Германия	996142	942286	957368	967403	1086242
Китай	662763	656596	678682	644724	848524
Великобритания	615922	664454	592280	522067	618365
Франция	595804	607839	596555	531096	595409
Италия	456463	515959	488416	407375	494067
Килими и др. тъкани изделия					
Световен пазар	9532395	9557327	9010232	7913378	9422948
САЩ	1799345	1634176	1378448	1126877	1391820
Великобритания	1189075	1235055	995064	790103	819943
Германия	992209	915434	861172	1044077	1093753
Канада	616157	594323	553334	489947	587653
Япония	413933	377602	367955	359205	455166
Франция	359059	385081	392078	356342	397192
Специални тъкани					
Световен пазар	8190188	7475898	7119229	6300561	7341731
САЩ	686093	614431	525106	417236	514439
Китай	667221	560199	501390	444713	522796
Хонг Конг	526594	447410	415016	359513	445397
Виетнам	358823	332436	318445	303180	331462
Мексико	469772	356522	259268	202834	269760
Германия	297473	275626	261023	316857	343158
Импрегирани или промазани тъкани					
Световен пазар	12448963	13412305	12952600	11505933	14499242
САЩ	1231437	1232294	1182039	1098281	1485023
Китай	1248879	1245978	1174330	1080102	1390769
Германия	1044982	1082108	1099005	1060544	981944
Мексико	570346	579829	521395	394131	561618
Франция	519249	519204	503861	399238	457741
Хонг Конг	503918	478129	478483	398791	522535
Трикотажни платове					
Световен пазар	14017835	14348525	13838139	12630085	16304577
Хонг Конг	2267119	2034438	1681118	1489262	1644414
Китай	1713836	1698805	1570882	1532631	1766278
Виетнам	331005	452843	502113	725150	1705532
Мексико	766486	729538	612289	466715	601293

САЩ	819012	682740	567449	498874	587405
Камбоджа	460672	504077	605655	528915	754127

Източник: МТЦ

И при единадесетте продуктови глави се забелязва, че основните потребители са едни и същи, т.е. пазарите на Китай, САЩ, Германия, Хонг Конг, Виетнам, Турция, Италия се явяват като най-перспективните за изделията на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”.

Основни доставчици. Дял на продуктите с български произход

В Таблица 100 могат да се проследят стойностите и обемите на износа осъществен от най-големите износители за периода 2006 – 2010 г.

Таблица 100. Най-големи износители - износ 2006 – 2010 г., хил. евро

	2006	2007	2008	2009	2010
Коприна					
Световен пазар	2667767	2413073	2404746	1998261	2451274
Китай	1133397	1019062	974639	923334	1236554
Италия	372714	361057	366378	262157	285604
Индия	305145	254180	244637	194414	252433
Хонг Конг	132557	121144	140308	119746	133299
Япония	95422	80893	74894	72242	78398
Корея	101822	78242	79305	62865	68369
Вълна, фини и груби косми					
Световен пазар	10785178	10938227	9441454	7407292	9593495
Италия	2217871	2157597	1908462	1457516	1679865
Китай	1589472	1549977	1418753	1165793	1778532
Австралия	1431880	1669919	1314651	1041073	1511964
Германия	791753	779390	692263	548988	647670
Хонг Конг	458055	448134	416198	304373	351645
Нова Зеландия	435152	423598	356543	287501	394465
Памук					
Световен пазар	40869622	37973350	35940920	30114725	43760797
Китай	7066499	6828150	7265855	6884165	9840135
САЩ	5146845	4648013	4515565	3530883	5689562
Индия	2794212	3216167	3091393	2290764	5188585

Хонг Конг	4059847	3572946	2925156	2553478	2988336
Пакистан	2866536	2509279	2443763	2297234	3022410
Италия	2540678	2420336	2051928	1484703	1679170
Др. растителни текстилни влакна					
Световен пазар	2948898	2700127	2255988	1944803	2765474
Китай	525868	449287	404154	425074	654848
Бангладеш	301764	346632	295297	284305	505780
Италия	346923	311344	251384	168575	188858
Франция	296770	291982	213951	189921	250396
Белгия	216736	211269	157586	130146	179976
Индия	124316	124042	137452	122191	262631
Синтетични или изкуствени нишки					
Световен пазар	30704008	31331275	29199394	24334829	30862558
Китай	5252750	5691045	5960509	5373519	7595260
Тайпе	2839923	2611212	2255271	2036205	2624588
Корея	2174354	2100346	1992272	1792075	2273092
Германия	2351310	2410492	2159112	1426065	1502683
Италия	1823983	1865773	1672507	1301026	1516066
Япония	1674002	1584813	1550921	1318585	1658447
Щапелни синтетични или изкуствени влакна					
Световен пазар	23399680	23867109	22134804	19491892	25472650
Китай	4404106	4645368	4680601	4345907	5991986
Германия	1919033	1839420	1670235	1159937	1282154
САЩ	1508084	1480776	1488801	1328129	1693349
Индонезия	1080755	1157704	1104566	1063718	1562764
Япония	1151071	1185912	1098028	1030749	1323032
Тайпе	1376016	1216235	945288	954043	1188971
Вати, филцове и нетъкани текстилни материали					
Световен пазар	12842993	13047679	13430922	12351407	15231679
Германия	1665331	1715273	1786968	1686583	1948175
САЩ	1497666	1281283	1310266	1215556	1576390
Китай	875622	1004954	1302367	1406940	2020727
Италия	1200563	1217319	1187738	1023015	1170660

Япония	676407	667372	649742	592896	755049
Франция	689101	706324	690760	570306	650878
Килими и др. тъкани изделия					
Световен пазар	10186757	10213050	9632609	8381536	10538501
Белгия	2057265	2076519	1799710	1474738	1559449
Китай	850683	963009	1100034	1069290	1472225
Индия	972957	890586	807980	701397	1001861
Холандия	874122	914218	824195	739263	783403
Турция	591530	723683	787355	771339	954430
САЩ	804729	755378	754520	615125	756646
Специални тъкани					
Световен пазар	9869625	9992935	9581986	7549752	8695854
Китай	2679860	3422228	3643492	2530980	2865206
Хонг Конг	756391	637831	575284	504450	631716
Германия	515780	459083	453398	469405	510641
САЩ	630080	481482	390590	339740	395962
Франция	544007	501056	419617	329621	329545
Тайпе	480796	419316	394355	349250	444604
Импрегнирани или промазани тъкани					
Световен пазар	13882734	14429704	14466808	13016910	16925141
Китай	1697353	2072688	2626360	2843328	4236859
Германия	1680508	1603064	1641581	1491286	1814492
САЩ	1183249	1171571	1075235	947813	1310539
Тайпе	1083385	972966	892015	790329	1024411
Корея	944730	888998	864652	731105	966986
Италия	740152	829879	766580	628281	751327
Трикотажни платове					
Световен пазар	17334712	17750287	16957500	15726411	19842463
Китай	3693575	4186104	4327477	4605153	6526534
Корея	2307773	2305756	2217713	2264479	2789250
Хонг Конг	2457268	2243710	1897514	1629156	1899475
Тайпе	1568486	1479130	1345383	1204152	1551379
САЩ	1304273	1224522	1056383	653164	799949

Италия	989587	1024337	962962	796329	888163
--------	--------	---------	--------	--------	--------

Източник: МТЦ

По данни на МТЦ за разглеждания петгодишен период България заема 32-ро място сред страните, които изнасят **Коприна** на световния пазар. Износът осъществен от България е на стойност около 6 091 хил. евро, което представлява 0,051 % от световния износ.

По износ на **Вълна, фини и груби косми** България е на 19 място за разглеждания период. Износът ни за периода е на стойност приблизително 430 082 хил. евро, което съставлява приблизително 0,89 % от световния износ.

По износ на **Памук** за анализирувания период страната ни се нарежда на 70 място. Износът осъществен от България е на стойност приблизително 138 808 хил. евро, което е приблизително 0,074% от световния износ.

За разглеждания период България е на 43 място в света по стойност на износа на **Др. растителни текстилни влакна**. За петгодишния период износът ни е на стойност 14 658 хил. евро, което е около 0,12 % от световния износ.

За анализирувания период България е на 45 място в света по износ на **Синтетични или изкуствени нишки**. За петгодишния период износът ни е на стойност 196 020 хил. евро, което е около 0,134 % от световния износ.

За анализирувания период България е на 31 място в света по износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**. За същия период износът ни е на стойност 389 996 хил. евро, което е около 0,34 % от световния износ.

За анализирувания период страната ни се нарежда на незавидното 67 място по износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**. Износът осъществен от България е на стойност приблизително 48 894 хил. евро, което е приблизително 0,073% от световния експорт.

За анализирувания период България е на 55 място в света по износ на **Килими и други тъкани изделия**. За петгодишния период износът ни е на стойност 42 803 хил. евро, което е около 0,087 % от световния експорт.

Страната ни се нарежда на 66 място по износ на **Специални тъкани**. Износът осъществен от България е на стойност приблизително 13 926 хил. евро, което е приблизително 0,03% от световния експорт.

За анализирувания период България е на незавидното 72 място в света по износ на **Импрегнирани или промазани тъкани**. За петгодишния период износът ни е на стойност 42 803 хил. евро, което е около 0,011 % от световния експорт.

Световният износ на **Трикотажни платове** за периода 2006 – 2010 г. е на стойност По данни на МТЦ за разглеждания петгодишен период България заема 40 място сред страните, които изнасят на световния пазар **Трикотажни платове**. Износът осъществен от България е на стойност около 165 746 хил. евро, което представлява 0,19 % от световния износ.

В заключение може да се каже, че при осем от общо единадесетте разглеждани глави водещ износител (доставчик) е Китай, като в челната шестлица най-често се оказват и други

страни от Далечния Изток, като Хонг Конг, Тайпе, Корея, Индия. Сред останалите водещи доставчици заслужава да се отбележат Германия, Италия, САЩ.

Водещи страни вносителки в сектора

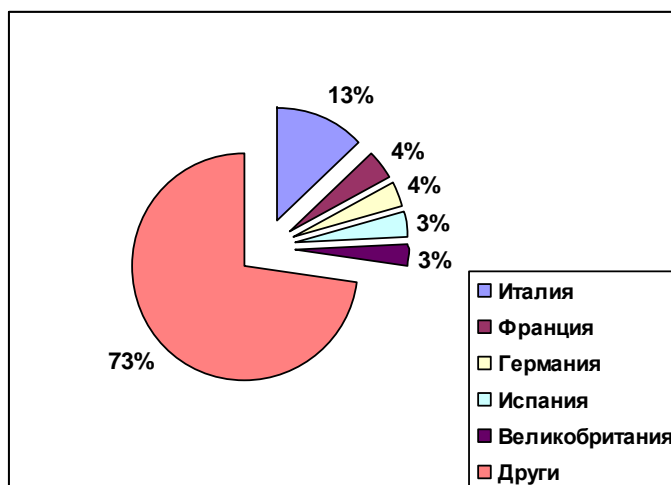
Анализ на 5 водещи страни вносителки в ЕС

Водещи страни вносителки в ЕС на Коприна

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на стоки от **Коприна** в рамките на Европейския съюз са Италия с внос за 1 333 010 хил. евро, Франция – 396 959 хил. евро, Германия – 381 926 хил. евро, Испания – 350 013 хил. евро и Великобритания – 284 828 хил. евро. Тези страни общо владеят 27 % от световния пазар на **Коприна**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ на **Коприна** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 9. Дялово разпределение на вноса на Коприна сред най-големите вносителки в ЕС



Италия

В рамките на ЕС Италия е най-големият потребител на **Коприна**. 13 % от световния внос е насочен към италианския пазар. По този показател тя се нарежда на първо място не само в рамките на ЕС, но и в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала най-големи обеми внос от Китай, Румъния, Германия, Индия Франция и др. България се нарежда на 13 място по обем сред вносителите в най-големия пазар на **Коприна** – Италия. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 4 682 290 евро¹⁷, което ни осигурява пазарен дял на този пазар в рамките на 0,35 %.

Франция

4 % от световния внос на **Коприна** е във Франция. По този показател тя се нарежда на второ място в ЕС и на осмо място в световен мащаб.

¹⁷ Данните са от МТЦ (международен търговски център)

За анализирания период страната е осъществявала най голям по стойност внос от Италия, Китай, Индия, Великобритания, Бразилия, Германия и др.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки на пазара на Франция за около 20 610 евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял в страната - 0,005 %.

Германия

4% от световния внос на **Коприна** е за задоволяване нуждите на германския пазар. Германия е на трето място в ЕС по внос на **Коприна** и на девето място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Италия, Индия, Швейцария, Австрия, Тайланд и др.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Коприна** за Германия в размер само 9 650 евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките само на 0,003 %.

Испания

На испанския пазар се реализира 3% от световния износ на **Коприна**. Испания се явява четвъртия най-голям потребител в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на десето място.

За анализирания период страната е осъществявала внос на най-голяма стойност от Италия, Индия, Китай, Германия, Франция.

За периода 2006 – 2010 г. България се нарежда на 21 място сред вносителите в Испания с износ на **Коприна** на стойност 56 330 евро, което ни осигурява твърде малък пазарен дял на испанския пазар в рамките на 0,016 %.

Великобритания

3 % от световния износ на **Коприна** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на пето място в ЕС и на единадесето в света.

За анализирания период страната е осъществявала най голям по стойност внос от Индия, Италия, Китай, Германия, Тайланд, Франция и др.

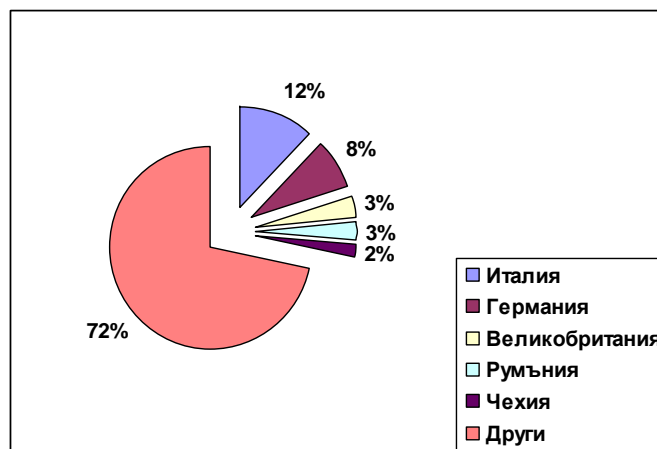
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за английския пазар на стойност 22 750 евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,008 %.

Водещи страни вносителки в ЕС на Вълна, фини и груби косми

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на продукти на **Вълна, фини и груби косми** в рамките на Европейския съюз са Италия с внос за 5 592 972 хил. евро, Германия – 3 663 514 хил. евро, Великобритания – 1 573 214 хил. евро, Румъния – 1 292 473 и Чехия – 896 996 хил. евро. Тези страни общо владеят почти 30% от световния пазар на **Вълна, фини и груби косми**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 10. Дялово разпределение на вноса на Вълна, фини и груби косми сред най-големите вносители в ЕС



Италия

12 % от световния внос на **Вълна, фини и груби косми** е за задоволяване нуждите на италианския пазар. Италия е на първо място в ЕС по внос и на второ в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Чехия, Германия, Австрия, Великобритания, Полша, а България се нарежда на 7-о място по обем сред вносителите в най-големия европейски пазар. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 247 066.28 хил. евро¹⁸, което ни осигурява значим пазарен дял на този пазар - 4,42 %.

Германия

В рамките на ЕС Германия е втория по големина потребител- 8 % от световния износ на **Вълна, фини и груби косми** е насочен към немския пазар. По този показател Германия се нарежда на второ място в ЕС и на трето място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Италия, Китай, Австралия, Полша, Аржентина.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ за Германия за 14649.43 хил. евро, което ни осигурява 22-ро място и пазарен дял на немския пазар в рамките на 0,4%.

Великобритания

3 % от световния внос на **Вълна, фини и груби косми** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на трето място в ЕС и на шесто в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Италия, Китай, Нова Зеландия, Дания, Германия.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ за Великобритания за 9 591.41 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,61 %.

¹⁸ Данните са от МТЦ (международен търговски център)

Румъния

3 % от световния внос на **Вълна, фини и груби косми** е насочен към Румъния. По този показател страната се нарежда на четвърто място в ЕС и на девето в света.

За анализирания период Румъния е осъществявала внос предимно от Италия, Германия, Чехия, Франция, Турция.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Румъния за 12 536.80 хил. евро, което ни осигурява десето място сред доставчиците на този пазар и пазарен дял от 0,97 %.

Чехия

На чешкия пазар се реализира 2 % от световния внос на **Вълна, фини и груби косми**. Чехия се явява петия най-голям потребител в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на 12-то място.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Италия, Австралия, Южна Африка, Германия, Австрия.

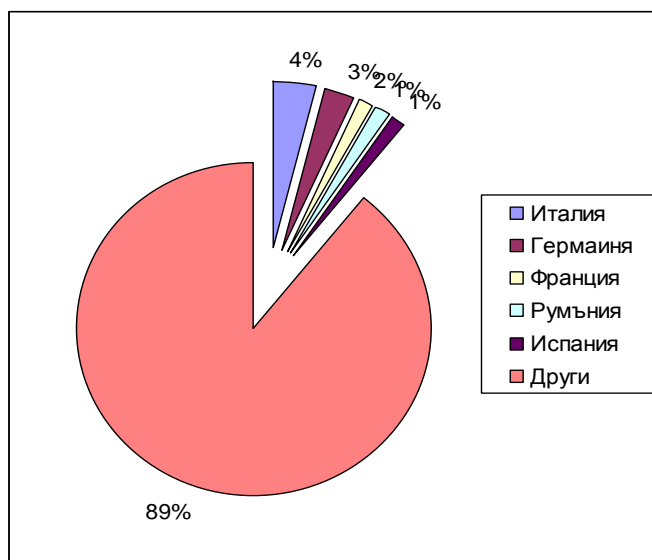
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Вълна, фини и груби косми** за Чехия за 2 484.31 хил. евро. Пазарният ни дял е 0,28 % от този пазар.

Водещи страни вносителки в ЕС на Памук

За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Памук** в рамките на Европейския съюз са Италия с внос за 6863942 хил. евро, Германия – 4 676 364 хил. евро, Франция – 2 791 206 хил. евро, Румъния – 2 484 718 хил. евро и Испания – 2 410 736 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 11 % от световния пазар на **Памук**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 11. Дялово разпределение на вноса на Памук сред най-големите вносители в ЕС



Италия

4 % от световния износ на **Памук** е насочен към Италия. По този показател Италия се нарежда на първо място в ЕС и на пето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Китай, Турция, Индия, Пакистан, Египет и европейските страни Германия, Испания, Гърция, Чехия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла памук за Италия за 37 635,13 хил. евро, което ни осигурява 30-то място и пазарен дял на италианския пазар в рамките на 0,55 %.

Германия

3 % от световния внос на **Памук** е насочен към немския пазар. По този показател страната се нарежда на второ място в ЕС и на десето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Турция, Пакистан, Индия, Швейцария.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Германия памук за 17 503,89 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар от 0,37 %.

Франция

2 % от световния внос на **Памук** е насочен към Франция. По този показател страната се нарежда на трето място в ЕС и петнадесето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Германия, Белгия, Пакистан, Турция.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла памук за Франция за скромната сума от 10 228,38 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на френския пазар в рамките на 0,37%.

Румъния

1 % от световния внос на **Памук** е насочен към Румъния.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Германия, Турция, Франция, Великобритания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Памук** за Румъния за 6 874,93 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,28 %.

Испания

1 % от световния внос на памук е насочен към Испания. По този показател тя е на пето място в ЕС и на двадесето в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Китай, Пакистан, Турция, Индия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Памук** за Испания за около 6 820,31 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на испанския пазар от 0,28 %.

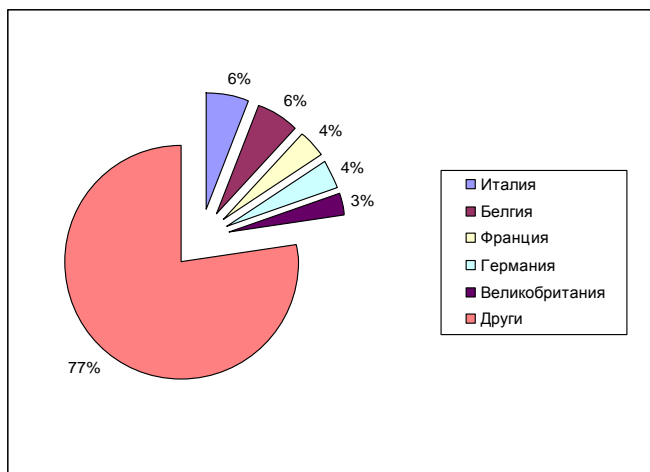
Водещи страни вносителки в ЕС на Други растителни текстилни влакна

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Други растителни текстилни влакна** в рамките на Европейския съюз са Италия с внос за 740 251 хил. евро, Белгия – 696 838 хил.

евро, Франция – 463 760 хил. евро, Германия – 436 130 и Великобритания – 377 633 хил. евро. Тези страни общо владеят 23 % от световния пазар.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ на **Други растителни текстилни влакна** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 12. Дялово разпределение на вноса на Други растителни текстилни влакна сред най-големите вносители в ЕС



Италия

6 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е за задоволяване нуждите на италианския пазар. Италия е на първо място в ЕС по внос и на трето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Франция, Литва, Белгия и Тунис, а България се нарежда на 18-о място по стойност сред вносителите в най-големия европейски пазар. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 4 726.42 хил. евро¹⁹, което ни осигурява пазарен дял на този пазар от 0,64 %.

Белгия

6 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към Белгия. По този показател страната се нарежда на второ място в ЕС и на пето в света.

За анализирания период Белгия е осъществявала внос предимно от Франция, Бангладеш, Индия, Китай, Италия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Белгия незначително количество стоки на стойност 90.30 хил. евро, което ни осигурява незавидното 44 място сред доставчиците на този пазар и пазарен дял от 0,013 %.

¹⁹ Данните са от МТЦ (международен търговски център)

Франция

На френския пазар се реализира 4 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна**. Франция се явява третия най-голям потребител в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на 7-о място.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Италия, Белгия, Полша, Китай, Испания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Други растителни текстилни влакна** за Франция за 657.19 хил. евро. Пазарният ни дял е 0,14 %.

Германия

В рамките на ЕС Германия е четвъртия по големина потребител на **Други растителни текстилни влакна**. 4 % от световния внос е насочен към немския пазар. По този показател Германия се нарежда на четвърто място в ЕС и на девето място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Италия, Индия, Белгия, Китай, Франция.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Други растителни текстилни влакна** за Германия в рамките на 523.69 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар в рамките на 0,12 %.

Великобритания

3 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на пето място в ЕС и на десето в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Италия, Белгия, Филипините, Индия, Бангладеш.

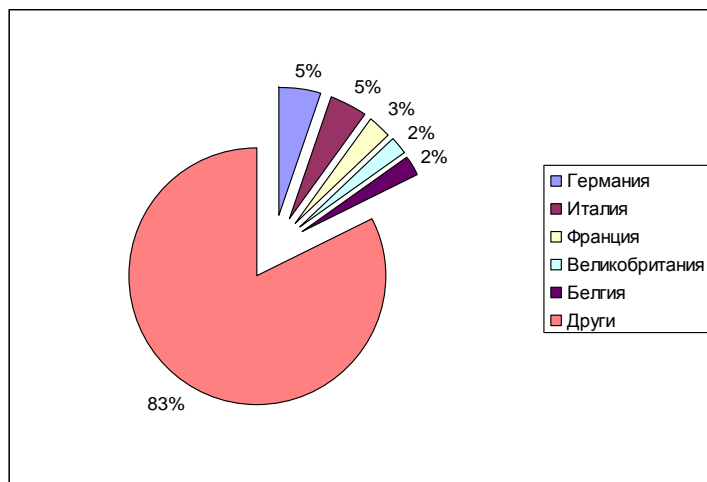
За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Други растителни текстилни влакна** за Великобритания за 628.95 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,17 %.

Водещи страни вносителки в ЕС на Синтетични или изкуствени нишки

За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Синтетични или изкуствени нишки** в рамките на Европейския съюз са Германия – 6 881 363 хил. евро, Италия с внос за 5 965 008 хил. евро, Франция – 4 069 179 хил. евро, Великобритания – 3 018 578 хил. евро и Белгия – 3 011 775 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 17 % от световния пазар на **Синтетични или изкуствени нишки**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 13. Дялово разпределение на вноса на Синтетични или изкуствени нишки сред най-големите вносители в ЕС



Германия

5 % от световния износ на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към немския пазар. По този показател страната се нарежда на първо място в ЕС и на трето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Холандия, Китай, Швейцария, Великобритания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Германия памук за 9 294.82 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар от 0,14 %.

Италия

5 % от световния износ на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към Италия. По този показател Италия се нарежда на второ място в ЕС и на четвърто в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Германия, Китай, Холандия, Испания, Франция.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла синтетични влакна за Италия за 95 178.48 хил. евро, което ни осигурява 17-то място и пазарен дял на италианския пазар в рамките на 1,6 %.

Франция

3 % от световния износ на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към Франция. По този показател страната се нарежда на трето място в ЕС седмо в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Германия, Белгия, Испания, Япония.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла синтетични влакна за Франция за скромната сума от 2 346.75 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на френския пазар в рамките на 0,06 %.

Великобритания

2 % от световния износ на синтетични влакна е насочен към Великобритания. По този показател тя е на четвърто място в ЕС и на дванадесето в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Италия, Турция, Белгия, Холандия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Синтетични или изкуствени нишки** за Обединеното Кралство за около 10 304.25 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на пазара 0,34 %.

Белгия

2 % от световния износ на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към Белгия.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Франция, Италия, Турция, Холандия.

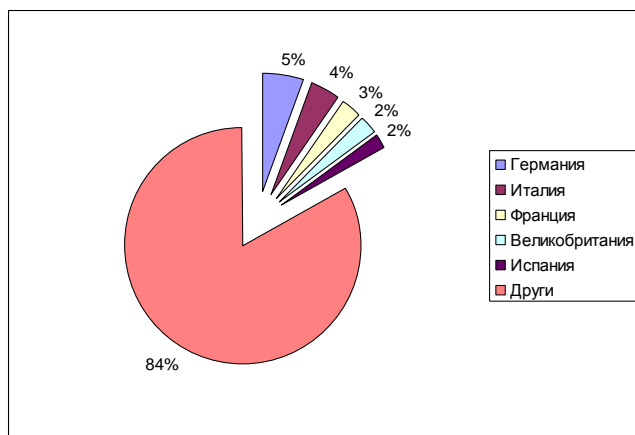
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Синтетични или изкуствени нишки** за Белгия за 4 778.93 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,16 %.

Водещи страни вносителки в ЕС на Щапелни синтетични или изкуствени влакна

За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** в рамките на Европейския съюз са Германия с внос за 6 464 740 хил. евро, Италия – 5 105 179 хил. евро, Франция – 3 265 581 хил. евро, Великобритания – 2 721 149 хил. евро, и Испания с внос за 2 428 764 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 16 % от световния пазар.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 14. Дялово разпределение на вноса на Щапелни синтетични или изкуствени влакна сред най-големите вносители в ЕС



Германия

5 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към немския пазар. По този показател страната се нарежда на първо място в ЕС и на второ в

света. За периода 2006 – 2010 г. Германия е внесла **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** на стойност 6 464 740 хил. евро.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Италия, Австрия, Белгия, Испания, Чехия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Германия **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** приблизително за 19 млн. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар в рамките на едва 0,29%.

Италия

4 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към пазара на Италия.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Китай, Германия, Турция, Белгия, Румъния.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Италия **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** за 130 854.76 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на италианския пазар в рамките на 2,56%.

Франция

3 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към френския пазар. По този показател страната се нарежда на трето място в ЕС и на осмо в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Италия, Белгия, Китай, Австрия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Франция **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** приблизително за 16 067.98 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на френския пазар в рамките на едва 0,5 %.

Великобритания

2 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към пазара на Великобритания. Това я нарежда на четвърто място (заедно с Испания) в Европа и на десето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Италия, Турция, Белгия, Китай.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Великобритания **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** приблизително за 15162.64 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на английския пазар в рамките на едва 0,56%.

Испания

2 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към пазара на Испания. Испания се нарежда на пето място в ЕС и на тринадесето в света по внос.

За анализирания период Испания е осъществявала внос от Италия, Китай, Германия, Пакистан, Австрия.

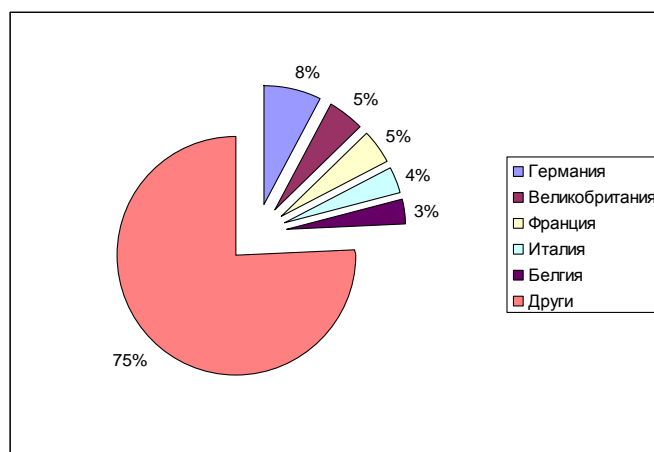
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Испания **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** едва за 8 745.17 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял – 0,36 %.

Водещи страни вносителки в ЕС на Вати, филцове и нетъкани текстилни материали

За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** в рамките на Европейския съюз са Германия с внос за 4 949 441 хил. евро, Великобритания – 3 013 088 хил. евро, Франция – 2 926 703 хил. евро, Италия – 2 362 280 хил. евро, и Белгия с внос за 1 970 145 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 25 % от световния пазар на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 15. Дялово разпределение на вноса на Вати, филцове и нетъкани текстилни материали



Германия

В рамките на ЕС Германия е първия по големина потребител на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали**. 8 % от световния износ е насочен към немския пазар. По този показател Германия се нарежда на второ място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Италия, Франция, Холандия, САЩ, Чехия.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** за Германия за едва 430.44 хил. евро, което ни отрежда незначителен пазарен дял на немския пазар в рамките на 0,009%.

Великобритания

5 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на второ място в ЕС и на четвърто в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Германия, Италия, САЩ, Франция, Китай.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** за Великобритания за 810.81 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на английския пазар в рамките на 0,03%.

Франция

5 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към Франция. По този показател страната се нарежда на трето място в ЕС и на пето в света.

За анализирания период Франция е осъществявала внос предимно от Германия, Италия, Холандия, Испания, Белгия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Франция стоки за едва 80.84 хил. евро.

Италия

4 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е за задоволяване нуждите на италианския пазар. Италия е на четвърто място в ЕС по внос и на шесто в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Германия, Франция, Китай, Испания, Холандия, а България се нарежда на 50-то място по обем сред вносителите. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 662.28 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на този пазар от 0,03 %.

Белгия

На белгийския пазар се реализира 3 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали**. Белгия се явява петия най-голям потребител на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на 9-то място.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от САЩ, Германия, Франция, Холандия, Италия.

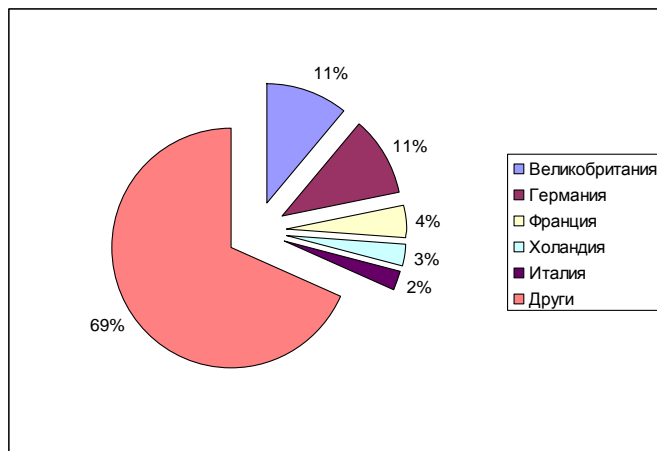
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Белгия за 296.03 хил. евро. Пазарният ни дял е 0,02 % от този пазар.

Водещи страни вносителки в ЕС на Килими и други тъкани изделия

За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Килими и други тъкани изделия** в рамките на Европейския съюз са Великобритания с внос за 5 029 240 хил. евро, Германия – 4 906 645 хил. евро, Франция – 1 889 752 хил. евро, Холандия – 1 447 933 хил. евро и Италия – 1 075 734 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 31 % от световния пазар на **Килими и други тъкани изделия**.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 16. Дялово разпределение на вноса на Килими и други тъкани изделия сред най-големите вносители в ЕС



Великобритания

11 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на първо място в ЕС и на второ в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Белгия, Холандия, Индия, Франция, Китай.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Килими и други тъкани изделия** за Великобритания за 1 110.30 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на английския пазар в рамките на 0,02%.

Германия

11 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към немския пазар. По този показател страната се нарежда заедно с Великобритания на първо място в ЕС и на трето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Белгия, Холандия, Индия, Китай, Иран.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Германия килими за 5 462.71 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар от 0,11 %.

Франция

4 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Франция. По този показател страната се нарежда на трето място в ЕС и на шесто в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Белгия, Холандия, Индия, Великобритания, Китай.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла килими за Франция за скромната сума от 167.30 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на френския пазар в рамките на 0,009%.

Холандия

3 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Холандия. По този показател тя е на четвърто място в ЕС и на седмо в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Белгия, Германия, Великобритания, Полша, Индия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Холандия минималните 15.45 хил. евро и пазарният ни дял е пренебрежимо малък.

Италия

2 % от световния износ на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Италия. По този показател Италия се нарежда на пето място в ЕС и на осмо в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Китай, Турция, Индия, Германия, Белгия, Холандия, Египет.

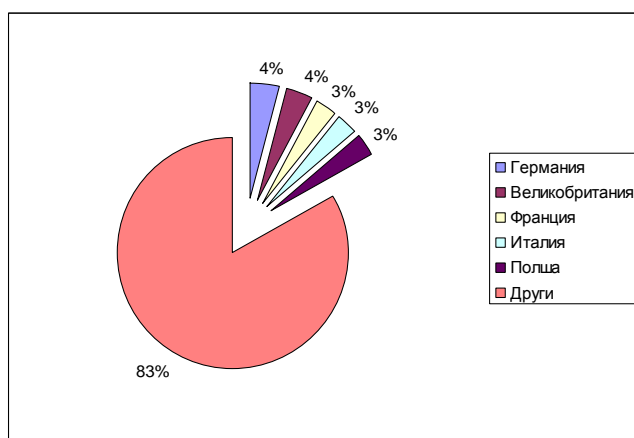
За периода 2006 – 2010 г. България е незначителни обеми за Италия (63.68 хил. евро).

Водещи страни вносителки в ЕС на Специални тъкани

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на продукти на **Специални тъкани** в рамките на Европейския съюз са Германия с внос за 1 494 137 хил. евро, Великобритания – 1 331 504 хил. евро, Франция – 1 129 239 хил. евро, Италия – 1 114 296 хил. евро и Полша – 1 067 988 хил. евро. Тези страни общо владеят 17 % от световния пазар.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ на **Специални тъкани** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 17. Дялово разпределение на вноса на Специални тъкани сред най-големите вносители в ЕС



Германия

В рамките на ЕС Германия е най-големият потребител на **Специални тъкани**. 4 % от световния внос е насочен към немския пазар. По този показател Германия се нарежда на първо място в ЕС и на шесто място в световен мащаб.

За анализирания период страната е внасяла предимно от Италия, Китай, Белгия, Чехия, Швейцария.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на специални тъкани за Германия в рамките на 293.53 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на немския пазар (0,02 %).

Великобритания

4 % от световния внос на **Специални тъкани** е насочен към Великобритания. По този показател тя се нарежда на второ място в ЕС и на седмо в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Белгия, Китай, Италия, Индия, Турция.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ за Великобритания за 1 402.42 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,11 %.

Франция

На френския пазар се реализира 3 % от световния внос на **Специални тъкани**. Франция се явява третия най-голям потребител в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на 8-о място.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Италия, Китай, Белгия, Германия, Испания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Франция за 544.36 хил. евро. Пазарният ни дял е 0,05 % от този пазар.

Италия

3 % от световния внос на **Специални тъкани** е за задоволяване нуждите на италианския пазар. Италия е на четвърто място в ЕС по внос и на девето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Франция, Германия, Индия, Турция, а България се нарежда на 22-ро място по стойност сред вносителите. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 3932.94 хил. евро²⁰, което ни осигурява пазарен дял на този пазар от 0,35 %.

Полша

3 % от световния внос на **Специални тъкани** е насочен към Полша. По този показател страната се нарежда на пето място в ЕС и на десето в света.

За анализирания период Полша е осъществявала внос предимно от Германия, Турция, Китай, Белгия, Италия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Полша незначително количество стоки на стойност 253.42 хил. евро (пазарен дял от 0,02 %).

Водещи страни вносителки в ЕС на Импрегнирани или промазани тъкани

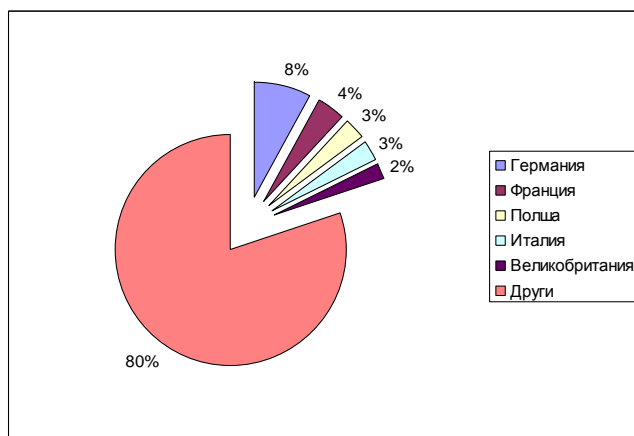
За периода 2006 – 2010 г. водещи вносители на **Импрегнирани или промазани тъкани** в рамките на Европейския съюз са Германия – 5 268 583 хил. евро, Франция – 2 399 293 хил.

²⁰ Данните са от МТЦ (международен търговски център)

евро, Полша – 2 062 015 хил. евро, Италия с внос за 1 835 716 хил. евро, Великобритания – 1 440 495 хил. евро. Тези страни разпределят помежду си 20 % от световния пазар.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 18. Дялово разпределение на вноса на Импрегнирани или промазани тъкани сред най-големите вносители в ЕС



Германия

8 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към немския пазар. По този показател страната се нарежда на първо място в ЕС и на трето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Люксембург, Италия, Швейцария, Холандия, САЩ.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Германия **Импрегнирани или промазани тъкани** за 989.31 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на немския пазар от едва 0,02 %.

Франция

4 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Франция. По този показател страната се нарежда на второ място в ЕС пето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Италия, Белгия, Испания, Великобритания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Франция за скромната сума от 63.71 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на френския пазар.

Полша

3 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Полша. По този показател Италия се нарежда на трето място в ЕС и на седмо в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Италия, Великобритания, Франция, Китай.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Полша само за 47.74 хил. евро.

Италия

3 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Италия. По този показател Италия се нарежда на четвърто място в ЕС и на девето в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от Германия, Франция Великобритания, Китай, Испания.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Италия за 3 220.09 хил. евро, което ни осигурява дял 0,18 % от пазара.

Великобритания

2 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Великобритания. По този показател тя е на пето място в ЕС и на дванадесето в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Германия, Холандия, САЩ, Италия, Франция.

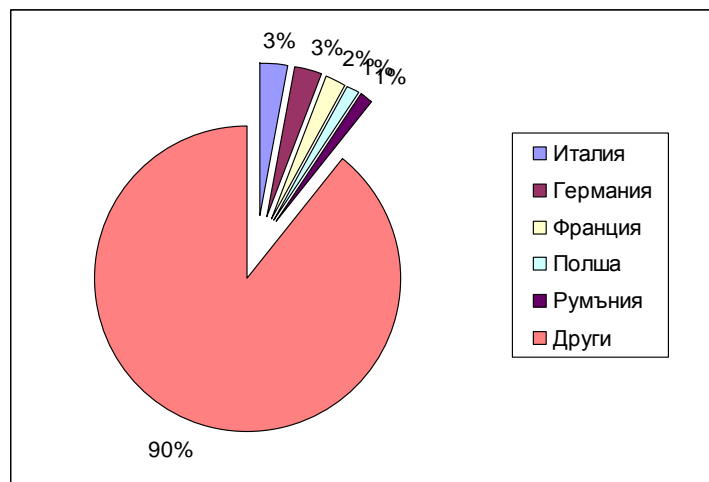
За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Обединеното Кралство за около 32.85 хил. евро.

Водещи страни вносителки в ЕС на Трикотажни платове

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Трикотажни платове** в рамките на Европейския съюз са Италия с внос за 2 144 686 хил. евро, Германия – 1 973 620 хил. евро, Франция – 1 634 882 хил. евро, Полша – 968 604 хил. евро и Румъния – 907 580 хил. евро. Тези страни общо владеят 10 % от световния пазар. България е на шесто място по внос на трикотажни платове в рамките на Европа.

Делът на основните страни вносителки в рамките на ЕС спрямо световния износ на **Трикотажни платове** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 19. Дялово разпределение на вноса на Трикотажни платове сред най-големите вносители в ЕС



Италия

В рамките на ЕС Италия е най-големият потребител на **Трикотажни платове**. 3 % от световния внос е насочен към италианския пазар. По този показател тя се нарежда на седмо място и в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала най-големи обеми внос от Турция, Китай, Германия, Корея, Испания. България се нарежда на 6-о място след Испания по обем сред вносителите в най-големия пазар – Италия. За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки за италианския пазар на стойност 84 805,59 хил. евро²¹, което ни осигурява значим пазарен дял на този пазар в рамките на 3,95 %.

Германия

3 % от световния внос на **Трикотажни платове** е за задоволяване нуждите на германския пазар. Германия е на второ място в ЕС по внос и на осмо място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Италия, Австрия, Китай, Швейцария, Франция.

За периода 2006 – 2010 г. България е осъществила износ на **Трикотажни платове** за Германия в размер на 7 807,100 евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките само на 0,4 %.

Франция

2 % от световния внос на **Трикотажни платове** е във Франция. По този показател тя се нарежда на трето място в ЕС и на единадесето място в световен мащаб.

За анализирания период страната е осъществявала най-голям по стойност внос от Италия, Китай, Германия, Корея, Белгия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Трикотажни платове** за Франция за около 5915,08 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в страната - 0,36 %.

Полша

На полския пазар се реализира 1% от световния износ на **Трикотажни платове**. Полша се явява четвъртия най-голям потребител в рамките на ЕС, а в световен мащаб се нарежда на деветнадесето място.

За анализирания период страната е осъществявала внос на най-голяма стойност от Германия, Италия, Турция, Китай, Дания.

За периода 2006 – 2010 г. България се нарежда на 28-о място сред вносителите в Полша с износ на стойност 1 192,07 евро, което ни осигурява пазарен дял от 0,12 %.

Румъния

1 % от световния износ на **Трикотажни платове** е насочен към Румъния. По този показател тя се нарежда на пето място в ЕС и на 21-во в света.

²¹ Данните са от МТЦ (международен търговски център)

За анализирания период страната е осъществявала най голям по стойност внос от Италия, Турция, Германия, Франция Великобритания.

За периода 2006 – 2010 г. България заема 15-то място сред вносителите на Румънския пазар с реализирани стоки на стойност 2 653,54 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял в рамките на 0,29 %.

България се нарежда на шесто място след Румъния сред европейските вносители на трикотажни платове.

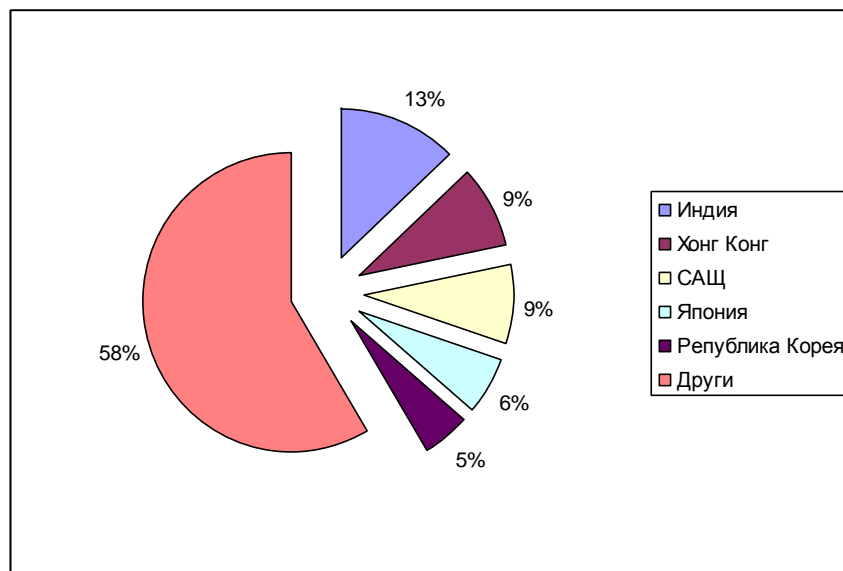
Анализ на 5 водещи страни вносителки извън ЕС

Водещи страни вносителки извън ЕС на Коприна

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Коприна** извън Европейския съюз са Индия с 1 323 822 хил. евро внос, Хонг Конг – 884753 хил. евро, САЩ с внос за 860 663 хил. евро, Япония – 604 076 хил. евро, Корея – 515 720 хил. евро.

Делът на основните страни вносителки извън ЕС на продуктите на **Коприна** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 20. Дял на страните, извън ЕС с най-голям внос на Коприна



Индия

Индия е най-големият световен потребител на **Коприна**. 13 % от световния внос е за задоволяване нуждите на индийския пазар.

За анализирания период най-големият световен вносител на коприна осъществява внос основно от Китай, както и от Виетнам, Корея, Бразилия, Узбекистан.

За периода 2006 – 2010 г. България не е изнасяла коприна за Индия.

Хонг Конг

9 % от световния внос на коприна е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла **Коприна** на стойност 884 752.95 хил. евро и по този показател се нарежда на трето място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос от Китай, Индия, Корея, Италия, Япония.

България е изнесла за Хонг Конг само през 2007 година и на стойност едва 2 хиляди 190 евро.

САЩ

9 % от световния внос на коприна е насочен към САЩ. За периода 2006 – 2010 г. САЩ са внесли **Коприна** на стойност 860 663 хил. евро и по този показател се нарежда на четвърто място в света.

За анализирания период САЩ са осъществявали внос от Индия, Китай, Корея, Италия, Великобритания.

България е изнесла коприна за САЩ само през 2008 година и на незначителната стойност 1 400 евро.

Япония

На пазара извън ЕС Япония е четвърта по потребление на коприна. 6 % от световния износ е насочен към японския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Виетнам, Бразилия, Италия, Тайланд, а България не е осъществявала износ на коприна за Япония.

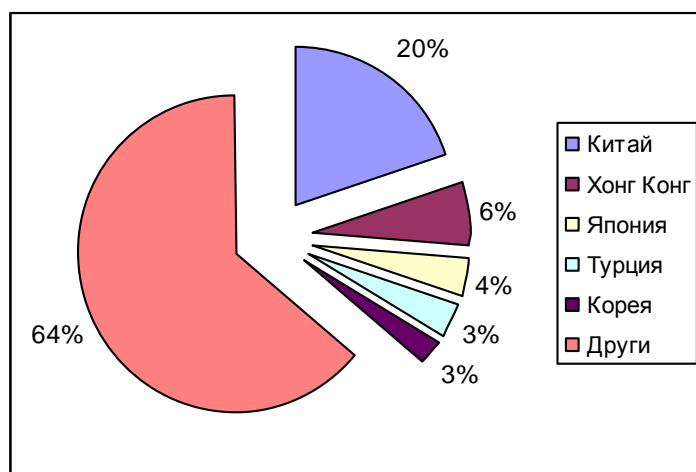
Корея

2 % от световния внос на **Коприна** се реализира в Корея. За периода 2006 – 2010 г. Корея е внесла стоки на стойност 515 719,51 хил. евро. През този период осъщественият в страната внос е с произход от Китай, Виетнам, Бразилия, Италия, Япония. За Корея сме изнесли (само през 2010 г.) стоки на минималната стойност 2 260 евро.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Вълна, фини и груби косми

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Вълна, фини и груби косми** извън Европейския съюз Китай – 9 170 759 хил. евро, Хонг Конг – 2 918 711 хил. евро, Япония, Турция, Корея. Делът на основните страни вносителки на вълна извън ЕС по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 21. Дял на страните с най-голям внос на Вълна, фини и груби косми



Китай

Китай е най-големият световен потребител на **Вълна, фини и груби косми**. 20 % от световния внос на вълна е за задоволяване нуждите на китайския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Австралия, Италия, Япония, Нова Зеландия.

За периода 2006 – 2010 г. България е реализирала износ на **Вълна, фини и груби косми** за Китай на стойност 1 354 570 евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял пазар в рамките на 0,015 %.

Хонг Конг

6 % от световния износ на **Вълна, фини и груби косми** е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла стоки на стойност 2 918 711 хил. евро и по този показател се намира на четвъртото място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос от Китай, Италия, Великобритания, Япония, Корея. България е изнесла **Вълна, фини и груби косми** за Хонг Конг на стойност 902,11 хил. евро.

Япония

На пазара извън ЕС Япония е трета по потребление на **Вълна, фини и груби косми**- 51.4 % от световния внос е насочен към японския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Китай, Италия, Малайзия, Тайпе, Австралия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Вълна, фини и груби косми** за Япония на стойност 242,54 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на японския пазар.

Турция

3 % от световния износ на **Вълна, фини и груби косми** се реализира в Турция. За периода 2006 – 2010 г. Турция е внесла стоки на стойност 1 488 858 хил. евро.

Вносът осъществен в Турция е с произход от Китай, Италия, Чехия, Аржентина, Германия.

България е изнесла стоки за турския пазар приблизително за 25 456,88 хил. евро за анализирувания период, с което се нарежда на тринадесето място след вносителите и съответно ни осигурява пазарен дял от 1,77%.

Корея

3 % от световния износ на **Вълна, фини и груби косми** е насочен към Корея. За периода 2006 – 2010 г. вносът в страната е за 1 308 769 хил. евро.

Осъщественият в Корея внос е с произход от Китай, Италия, Австралия, Тайпе, Индия.

За Корея сме изнесли стоки на стойност едва 70,91 хил. евро, което съответно ни отрежда незначителен пазарен дял.

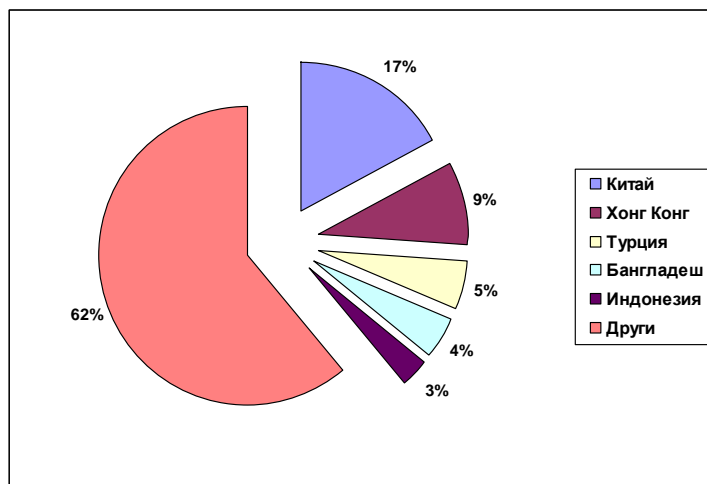
Прави впечатление, че при повечето от основните потребители на вълна най-големите вносители са почти едни и същи – Китай, Италия, Австралия.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Памук

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Памук** извън Европейския съюз са Китай – лидер във вноса с 30 370 688 хил. евро, Хонг Конг – с 15 728 218 хил. евро внос, Турция – с внос на стойност 9367038 хил. евро, Бангладеш и Индонезия.

На следващата фигура е показан дялът на най-големите вносители извън ЕС на **Памук** по данни на МТЦ.

Фигура 22. Дял на страните с най-голям внос на Памук



Китай

Очевидно и в потреблението на памук Китай и Хонг Конг са световните лидери. Китай е най-големият потребител със 17 % от световния внос на памук.

За анализирания период страната е осъществявала внос от САЩ, Индия, Пакистан, Япония, Хонг Конг.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Китай стоки на стойност 329,66 хил. евро и пазарният дял е незначителен – 0,001%.

Хонг Конг

9 % от световния внос на **Памук** е насочен към Хонг Конг. По този показател Хонг Конг се нарежда на второ място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос от Китай, Пакистан, Тайпе, Индия, Италия.

България е изнесла памук за Хонг Конг на стойност едва 531,02 хил. евро – 0,003% от пазара.

Турция

5 % от световния внос на памук е насочен към Турция. По този показател страната се нарежда на трето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от САЩ, Гърция, Китай, Пакистан, Туркменистан.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Памук** за Турция на стойност 24 хил. евро.

Бангладеш

4 % от световния внос на памук е насочен към Бангладеш.

За периода 2006 – 2010 г. страната е внесла стоки на стойност 6 925 563 хил. евро, което я нарежда на четвърто място в световен мащаб.

През този период осъщественият в Бангладеш внос е с произход от Узбекистан, Индия, Китай, Хонг Конг, Пакистан.

През разглеждания период за Бангладеш сме изнасяли стоки само през 2008 и 2009 година на обща стойност 258,15 хил. евро.

Индонезия

3 % от световния износ на **Памук** е насочен към Индонезия. За периода 2006 – 2010 г. вносът в страната е за 5 411 072 хил. евро.

Осъщественият в Индонезия внос е с произход от САЩ, Китай, Бразилия, Австралия, Хонг Конг.

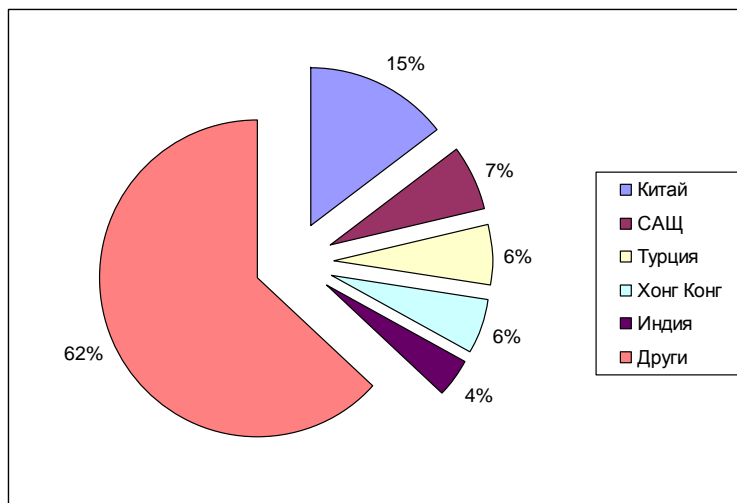
Изнесли сме незначително количество памук за Индонезия на стойност едва 282.72 хил. евро.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Други растителни текстилни влакна

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Други растителни текстилни влакна** извън Европейския съюз са Китай – 1 737 396 хил. евро, САЩ с внос за 821 035 хил. евро, Турция – 713 003 хил. евро, Хонг Конг – 670 225 хил. евро и Индия с внос за 440 289 хил. евро.

Делът на основните страни вносителки извън ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 23. Дял на страните с най-голям внос на Други растителни текстилни влакна



Китай

15 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към Китай. По този показател страната се нарежда на първо място в света.

За анализирания период Китай е осъществявал внос основно от Франция, Бангладеш, Белгия, Индия, Шри Ланка.

България е изнесла **Други растителни текстилни влакна** за Китай на стойност едва 61,48 хил. Евро, при това с прекъсване в годините.

САЩ

И тук САЩ е вторият по мащаб потребител в света. 7 % от световния внос е за задоволяване нуждите на американския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Индия, Китай, Бангладеш, Белгия, Италия.

Износът на България за САЩ през анализирания период е на минимална стойност около 178,85 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на американския пазар в рамките на 0,008%. **Тенденцията на българския износ е колеблива и по-скоро намаляваща.**

Турция

6 % от световния износ на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към турския пазар. По този показател страната се нарежда на четвърто място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Бангладеш, Китай, Индия, Русия, Италия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Други растителни текстилни влакна** за Турция на стойност 577,76 хил. евро, което и отрежда пазарен дял от 0,08 %.

Хонг Конг

6 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към Хонг Конг. За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Италия, Ирландия, Корея, Япония.

През разглеждания период България е изнесла **Други растителни текстилни влакна** за Хонг Конг за общо 103.17 хил. евро, което представлява 0,02% от вноса.

Индия

4 % от световния внос на **Други растителни текстилни влакна** е насочен към Индия. За анализирания период в страната е осъществяван внос от Бангладеш, Китай, Непал, Белгия, Франция.

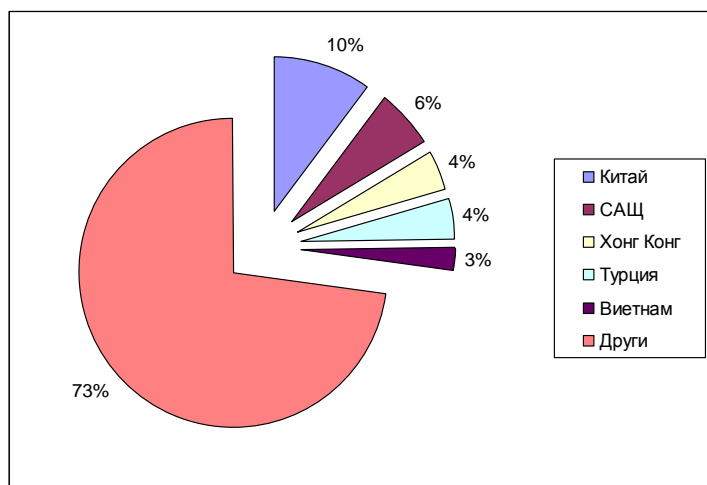
Българският износ за Индия е минимален (5,84 хил. евро) и е осъществен в една единствена година - 2007. Това означава, че този пазар не може да се разглежда като перспективен за Българските Други растителни текстилни влакна.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Синтетични или изкуствени нишки

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Синтетични или изкуствени нишки** извън Европейския съюз са Китай с 13 395 099 хил. евро внос, САЩ с внос за 7 779 986 хил. евро, Хонг Конг – 5 550 905 хил. евро, Турция – 5 286 087 хил. евро, Виетнам – 3 404 435 хил. евро.

Делът на основните страни вносителки извън ЕС на **Синтетични или изкуствени нишки** по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 24. Дял на страните, извън ЕС с най-голям внос на Синтетични или изкуствени нишки



Китай

Китай е безспорния световен лидер в потреблението на **Синтетични или изкуствени нишки**. 10 % от световния внос е за задоволяване нуждите на китайския пазар.

За анализирания период най-големият световен вносител на синтетични влакна осъществява внос основно от Тайпе, Япония, Корея, Китай, Тайланд.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Китай синтетични нишки за 1 247.33 хил. евро, което представлява 0.009 % от китайския внос.

САЩ

6 % от световния внос на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към САЩ. За периода 2006 – 2010 г. САЩ са внесли стоки на стойност 7 779 986 хил. евро и по този показател се нарежда на второ място в света.

За анализирания период САЩ са осъществявали внос предимно от Канада, Мексико, Китай, Корея, Холандия.

В разглеждания период България е изнесла **Синтетични или изкуствени нишки** за САЩ на стойност общо 1 368.44 хил. евро, като въпреки спада на количествата през 2008 г. след това износетът ни отново бележи ръст. Делът на американския пазар е 0,02%

Хонг Конг

4 % от световния внос на **Синтетични или изкуствени нишки** е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла синтетични влакна на стойност 5 550 905 хил. евро и по този показател се нарежда на пето място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос най-вече от Китай, Тайпе, Корея, Япония, Италия.

България е изнесла **Синтетични или изкуствени нишки** за Хонг Конг на стойност едва 707.99 евро, което ни отрежда дял от пазара в размер на 0,01%.

Турция

На пазара извън ЕС Турция е шеста по потребление на синтетични нишки. 4 % от световния износ е насочен към турския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Индонезия, Корея, Виетнам, Индия, а България е на 27-о място с износ за 16 681.54 хил. евро, което ни отрежда дял в размер на 0,3% от турския пазар на синтетични нишки.

Виетнам

3 % от световния внос на **Синтетични или изкуствени нишки** се реализира във Виетнам.

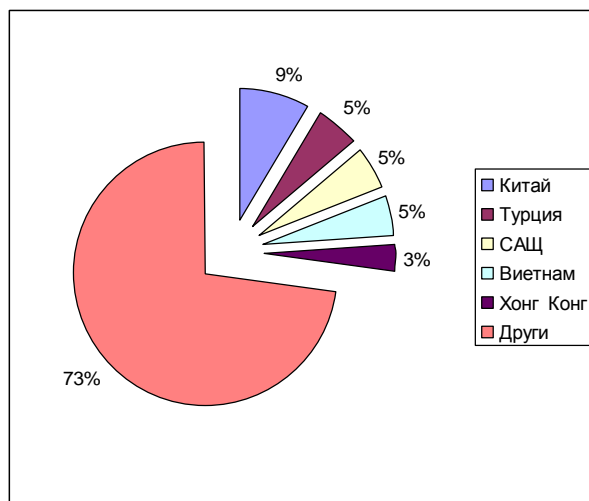
За периода 2006 – 2010 г. Виетнам има внос на **Синтетични или изкуствени нишки** на стойност 3 404 435 хил. евро. През този период осъщественият в страната внос е с произход от Тайпе, Китай, Корея, Япония, Малайзия. За Виетнам сме изнесли (само през 2007 г.) стоки на минималната стойност 87.56 евро.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Щапелни синтетични или изкуствени влакна

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** извън Европейския съюз са Китай – 10 084 133 хил. евро, Турция – 6 259 200 хил. евро, САЩ - 6 164 275 хил. евро, Виетнам – 5 707 978 хил. евро, Хонг Конг – 3 764 156

хил. евро. Делът на основните страни вносителки извън ЕС по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 25. Дял на страните с най-голям внос на Щапелни синтетични или изкуствени влакна



Китай

Китай е най-големият световен потребител на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** - 9 % от световния внос на вълна е за задоволяване нуждите на китайския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Япония, САЩ, Корея, Тайпе, Индонезия.

За периода 2006 – 2010 г. България е реализирала износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** за Китай на стойност 1 523.04 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял в рамките на 0,02 %.

Турция

5 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** се реализира в Турция. За периода 2006 – 2010 г. Турция е внесла стоки на стойност 6 259 199.28 хил. евро, което я нарежда на трето място в света.

Вносът, осъществен в Турция през разглеждания период е с произход от Китай, Индонезия, Индия, Германия, Тайланд.

България е изнесла стоки за турския пазар приблизително за 41 145.13 хил. евро за анализирания период, с което се нарежда на двадесет и второ място след вносителите и съответно ни осигурява пазарен дял от 0,66 %.

САЩ

На пазара извън ЕС САЩ е трета по потребление на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**. 5 % от световния внос на стоки от тази група е насочен към американския пазар. По този показател страната се нарежда на четвърто място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Китай, Корея, Индонезия, Япония, Тайпе.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** за САЩ на стойност 617.40 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на американския пазар.

Вьетнам

5 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към Вьетнам. За периода 2006 – 2010 г. вносът в страната е за 5 707 978 хил. евро.

Осъщественият във Вьетнам внос е основно с произход от Китай, Корея, Тайпе, Япония, Хонг Конг.

За Вьетнам сме изнесли стоки на стойност едва 129.57 хил. евро, което съответно ни отрежда незначителен пазарен дял.

Хонг Конг

3 % от световния износ на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла стоки на стойност 3 764 156 хил. евро и по този показател се намира на седмо място в света.

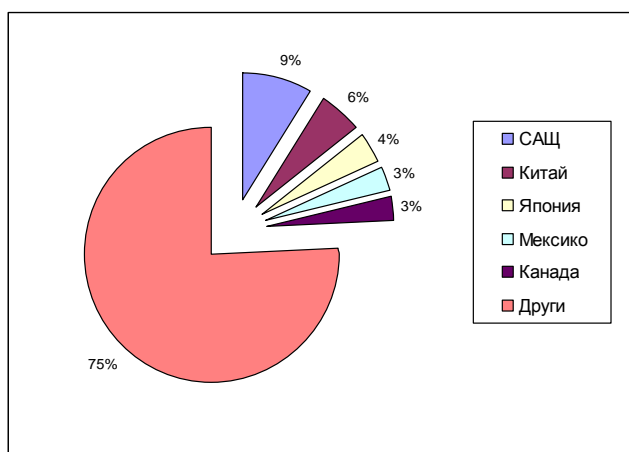
За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос предимно от Китай, Тайпе, Япония, Корея, САЩ. България е изнесла **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** за Хонг Конг на стойност 2383.3 хил. евро, което се равнява на пазарен дял в размер 0,06%.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Вати, филцове и нетъкани текстилни материали

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** извън Европейския съюз са САЩ – 5 624 543 хил. евро, Китай – 3 491 289 хил. евро, Япония – с внос за 2 297 926 хил. евро, Мексико – 2 007 499 хил. Евро, Канада – с внос на стойност 1 826 974 хил. евро.

На следващата фигура е показан делът на най-големите вносителки извън ЕС на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** по данни на МТЦ.

Фигура 26. Дял на страните с най-голям внос на Вати, филцове и нетъкани текстилни материали



САЩ

9 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към САЩ. По този показател страната се нарежда на първо място в света.

За анализирания период в САЩ е осъществяван внос най-вече от Китай, Мексико, Канада, Япония, Германия.

България е изнесла вата и филц за САЩ на стойност едва 364.29 хил. евро.

Китай

Китай е третият по величина световен потребител на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** с 6 % от световния внос.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Япония, САЩ, Корея, Тайпе, Германия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Китай стоки на стойност 521.2 хил. евро и пазарният дял е незначителен – 0,01%.

Япония

4 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към Япония. По този показател страната се нарежда на седмо място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Китай, САЩ, Корея, Тайланд, Тайпе.

За периода 2006 – 2010 г. България не е изнасяла стоки за Япония.

Мексико

3 % от световния внос на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към Мексико.

За периода 2006 – 2010 г. страната е внесла стоки на стойност 2 007 499 хил. евро, което я нарежда на осмо място в световен мащаб.

През този период осъщественият в Мексико внос е с произход от САЩ, Китай, Германия, Холандия, Италия.

През разглеждания период за Мексико сме изнасяли стоки само през 2007 година на минимална стойност от 12.4 хил. евро.

Канада

3 % от световния износ на **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е насочен към Канада. За периода 2006 – 2010 г. вноса в страната е за 1 826 974 хил. евро.

Осъщественият в Канада внос е с произход от САЩ, Китай, Германия, Израел, Португалия.

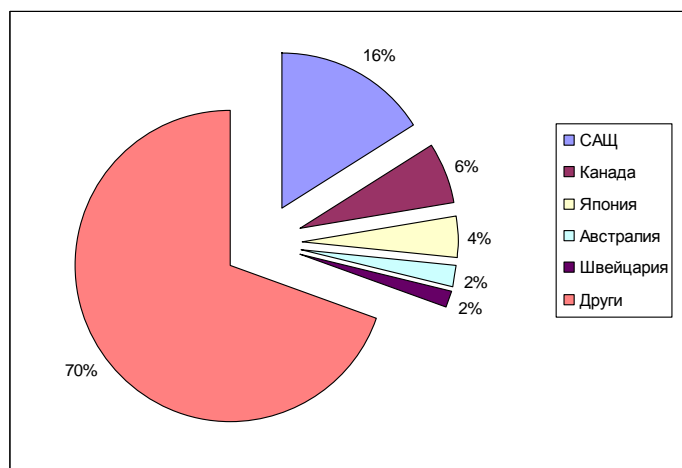
България е изнесла незначително количество вата и филц за Канада на стойност едва 3.76 хил. евро.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Килими и други тъкани изделия

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Килими и други тъкани изделия** извън Европейския съюз са САЩ с внос за 7 330 666 хил. евро, Канада – 2 841 414 хил. евро, Япония – 1 973 861 хил. евро, Австралия – 993 923 хил. евро и Швейцария с внос за 744 605 хил. евро.

Делът на основните страни вносителки извън ЕС спрямо световния износ по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 27. Дял на страните с най-голям внос на Килими и други тъкани изделия



САЩ

САЩ е най-големият по мащаб потребител в света. 16 % от световния внос на килими е за задоволяване нуждите на американския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Индия, Китай, Канада, Египет, Белгия.

Износът на България за САЩ през анализирания период е на стойност около 16 727.24 хил. евро, което ни осигурява пазарен дял на американския пазар в рамките на 0,23%. **Тенденцията на българския износ е колеблива и по-скоро намаляваща.**

Канада

6 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Канада. По този показател страната се нарежда на четвърто място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос основно от САЩ, Индия, Китай, Мексико, Белгия.

България е изнесла **Килими и други тъкани изделия** за Канада на стойност едва 65,29 хил. евро.

Япония

4 % от световния износ на **Килими и други тъкани изделия** е насочен към Японския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос най-вече от Китай, Тайланд, Белгия, Индия, Иран.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла **Килими и други тъкани изделия** за Япония на стойност 499.08 хил. евро.

Австралия

2 % от световния внос на килими и тъкани изделия е насочен към Австралия. За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Нова Зеландия, Китай, Индия, САЩ, Тайланд.

През разглеждания период България е изнесла за Австралия стоки за общо 116.78 хил. евро, което представлява 0,01% от вноса.

Швейцария

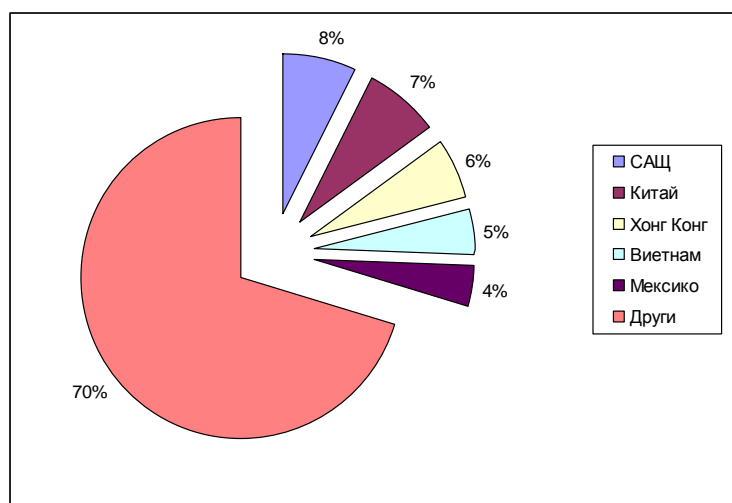
2 % от световния внос на **Килими и други тъкани изделия** насочен към Швейцария. За анализирания период в страната е осъществяван внос от Германия, Белгия, Холандия, Иран, Франция.

Българският износ за Швейцария за периода 2006-2010 г. е в размер 206.77 хил. евро и се равнява на 0,03% от вноса в страната на тези продукти.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Специални тъкани

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Специални тъкани**, извън Европейския съюз са САЩ - 2 757 305 хил. евро, Китай – 2 696 319 хил. евро, Хонг Конг – 2 193 930 хил. евро, Виетнам – 1 644 346 хил. евро, Мексико – 1 558 156 хил. евро. Делът на основните страни вносителки на **Специални тъкани** извън ЕС по данни на МТЦ е представен на следващата фигура.

Фигура 28. Дял на страните, извън ЕС с най-голям внос на Специални тъкани



САЩ

8 % от световния внос на **Специални тъкани** е насочен към САЩ. За периода 2006 – 2010 г. САЩ са внесли стоки на стойност 2 757 305 хил. евро и по този показател се нарежда на първо място в света.

За анализирания период САЩ са осъществявали внос предимно от Китай, Тайпе, Канада, Мексико, Индия.

В разглеждания период България е изнесла специални тъкани за САЩ на незначителна стойност (общо 34.56 хил. евро), като този внос е осъществен само през първите две години на периода.

Китай

7 % от световния внос е за задоволяване нуждите на китайския пазар.

За анализирания период вторият по големина световен вносител на **Специални тъкани** осъществява внос основно от Япония, Корея, Тайпе, Китай, Хонг Конг.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Китай специални тъкани за 52.39 хил. евро, което представлява незначителен дял от китайския внос.

Хонг Конг

6 % от световния внос на **Специални тъкани** е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла синтетични влакна на стойност 2 193 930 хил. евро и по този показател се нарежда на трето място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос най-вече от Китай, Тайпе, Япония, САЩ, Тайланд

България е изнесла **Специални тъкани** за Хонг Конг на стойност едва 20.71 евро, като износът е осъществяван с прекъсване през годините.

Виетнам

5 % от световния внос на специални тъкани се реализира във Виетнам.

За периода 2006 – 2010 г. Виетнам има внос на **Специални тъкани** на стойност 1 644 346 хил. евро. През този период осъщественият в страната внос е с произход от Тайпе, Корея, Китай, Япония, Хонг Конг. За Виетнам сме изнесли (само през 2008 и 2009 г.) стоки на минималната стойност 3,5 хил. евро.

Мексико

На пазара извън Европа Мексико е пета по потребление на специални тъкани. 4 % от световния износ е насочен към мексиканския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от САЩ, Китай, Канада, Бразилия, Тайпе, а България е извършила износ за 3.65 хил. евро, който е осъществен инцидентно през 2007 година.

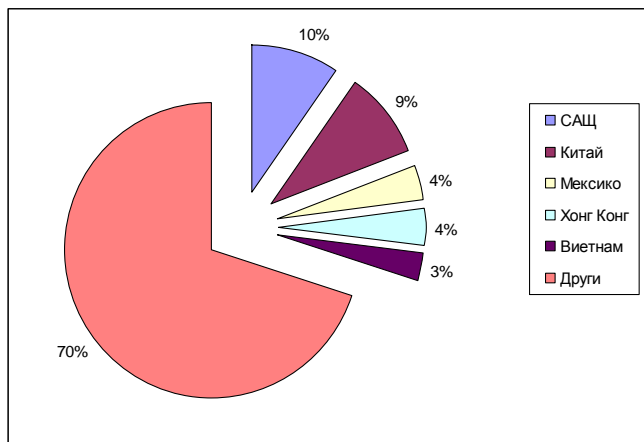
Въз основа на данните може да се направи изводът, че износът на България на специални тъкани е минимален, прекалено колеблив и непостоянен, поради което все още не може да се счита, че имаме конкурентни предимства на международния пазар.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Импрегнирани или промазани тъкани

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Импрегнирани или промазани тъкани**, извън Европейския съюз са САЩ – 6 229 074 хил. евро, Китай – 6 140 058 хил. евро,

Мексико – 2 627 319 хил. евро, Хонг Конг – 2 381 856 хил. евро, Виетнам – 2 057 156 хил. евро. Петте най-големи вносителки извън ЕС на импрегнирани и промазани тъкани поемат 30 % от световния внос, а делът им по данни на МТЦ е представен на фигурата по-долу.

Фигура 29. Дял на страните с най-голям внос на Импрегнирани или промазани тъкани



САЩ

САЩ е най-големият потребител на промазани и импрегнирани тъкани. 10 % от световния внос на стоки от тази група е насочен към американския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Канада, Мексико, Китай, Япония, Германия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла стоки **Импрегнирани или промазани тъкани** за САЩ на стойност 72.92 хил. евро, което ни осигурява незначителен пазарен дял на американския пазар.

Китай

Китай е вторият по големина световен потребител на **Импрегнирани или промазани тъкани** - 59.9 % от световния внос на импрегнирани и промазани тъкани е за задоволяване нуждите на китайския пазар.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от Корея, Тайпе, Япония, Германия, САЩ.

За периода 2006 – 2010 г. България е реализирала инцидентен износ за Китай на стойност 53.13 хил. евро (само през 2006 и 2008 година), което ни осигурява незначителен пазарен дял на този пазар.

Мексико

На пазара извън Европа Мексико е пета по потребление на **Импрегнирани или промазани тъкани**. 4 % от световния износ е насочен към мексиканския пазар. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос предимно от САЩ, Китай, Канада, Бразилия, Тайпе, а България е извършила износ за 3.65 хил. евро, който е осъществен инцидентно през 2007 година.

Хонг Конг

4 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Хонг Конг. Тази китайска провинция за периода 2006 – 2010 г. е внесла стоки на стойност 2 381 856 хил. евро и по този показател се намира на шесто място в света.

За анализирания период Хонг Конг е осъществявал внос предимно от Китай, Тайпе, Корея, Япония, САЩ. България е изнесла **Импрегнирани или промазани тъкани** за Хонг Конг само през 2010 г. на стойност само 3.77 хил. евро.

Виетнам

3 % от световния износ на **Импрегнирани или промазани тъкани** е насочен към Виетнам. За периода 2006 – 2010 г. вносът в страната е за 2 057 156 хил. евро.

Осъщественият във Виетнам внос е основно с произход от Китай, Тайпе, Корея, Япония, Тайланд.

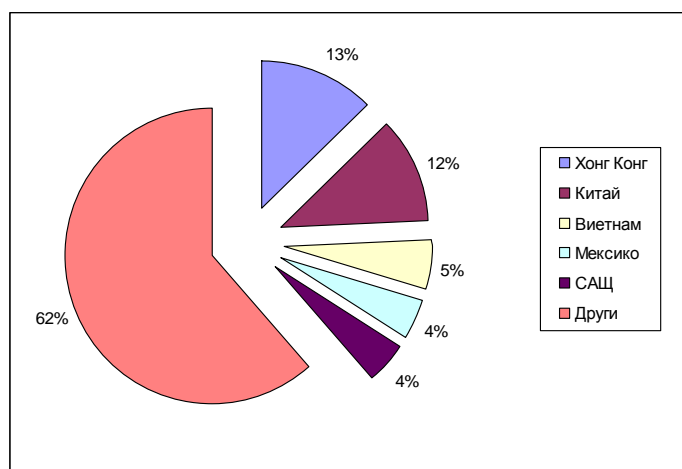
За Виетнам сме изнесли инцидентно стоки на стойност едва 1.53 хил. евро, което ни отрежда незначителен пазарен дял.

Водещи страни вносителки извън ЕС на Трикотажни платове

За периода 2006 – 2010 г. водещи по внос на **Трикотажни платове** извън Европейския съюз са Хонг Конг – с внос за 9 116 351 хил. евро, Китай – 8 282 432 хил. евро, Виетнам – с внос на стойност 3 716 643 хил. евро, Мексико – 3 176 321 хил. евро, САЩ – 3 155 480 хил. евро.

На следващата фигура е показан дялът на най-големите вносители извън ЕС на **Трикотажни платове** по данни на МТЦ.

Фигура 30. Дял на страните с най-голям внос на Трикотажни платове



Хонг Конг

13 % от световния износ на **Трикотажни платове** е насочен към Хонг Конг. Осъщественият в Хонг Конг внос е с произход от Китай, Тайпе, Корея Италия, Япония.

България е изнесла трикотажни платове за най-големия световен пазар на стойност едва 211.63 хил. евро, което представлява едва 0,002 % от този пазар.

Китай

Китай е вторият по величина световен потребител на **Трикотажни платове** с 12 % от световния внос.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Тайпе, Корея Япония, Хонг Конг, Италия.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла за Китай стоки на стойност 170.6 хил. евро и пазарният дял е незначителен.

Виетнам

5 % от световния внос на **Трикотажни платове** е насочен към Виетнам. По този показател страната се нарежда на трето място в света.

За анализирания период страната е осъществявала внос от Китай, Корея, Тайпе, Хонг Конг, Япония.

За периода 2006 – 2010 г. България е изнесла трикотажни платове за Виетнам само през 2006 и 2008 г. на обща стойност едва 35.25 хил. евро.

Мексико

4 % от световния внос на трикотажни платове е насочен към Мексико.

За периода 2006 – 2010 г. страната е внесла стоки на стойност 3 176 321 хил. евро, което я нарежда на четвърто място в световен мащаб.

През този период осъщественият в Мексико внос е с произход от САЩ, Китай, Корея, Колумбия, Тайпе.

През разглеждания период за Мексико сме изнасяли **Трикотажни платове** на стойност от 319.64 хил. евро.

САЩ

4 % от световния внос на **Трикотажни платове** е насочен към САЩ. По този показател страната се нарежда на пето място в света.

За анализирания период в САЩ е осъществяван внос най-вече от Корея, Китай, Канада, Тайпе, Израел.

България е изнесла трикотажни платове за САЩ на стойност 714.18 хил. евро, което представлява 0,023% от американския пазар.

Определяне и приоритизиране на целевите пазари

Съществуващи и традиционни пазари

Движение на износа на български текстил – общо:

По данни на Евростат предприятията от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” през последните три години (2008-2010) осъществяват износ в общо 171 страни.

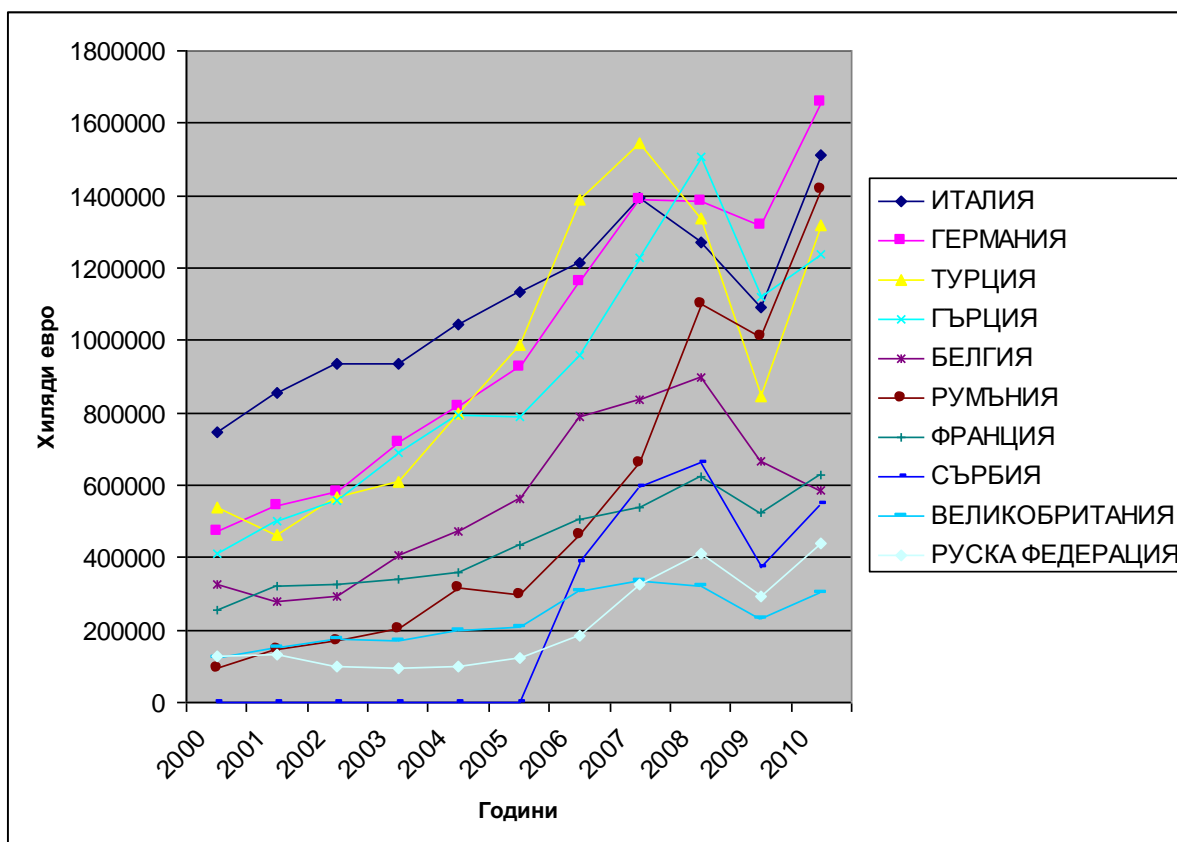
Обемите в стойностно изражение на изнесените стоки от сектора в тези 171 страни могат да се проследят в Таблица 101²² по долу.

Таблица 101. Износ на текстил от България

Година	ИЗНОС (в хил. евро)
2008	24 977 717,522
2009	16 745 541,834
2010	19 133 965,447

Проследявайки страните, за които България е изнасяла на първо място се нарежда Италия, за която през разглеждания период сме изнесли продукция на обща стойност 12 млрд. евро. След нея се нареждат страни като Германия (10,9 млрд. евро), Турция (10,4 млрд. евро), Гърция (9,8 млрд. евро), Белгия (над 6,1 млрд. евро), Румъния (приблизително 5,9 млрд. евро). Движението на българския износ през годините за тези страни е представено на следващата фигура.

**Фигура 31. Износ на текстил от България за периода 2000 – 2010 година –
Топ 10 пазари**



Източник: МТЦ

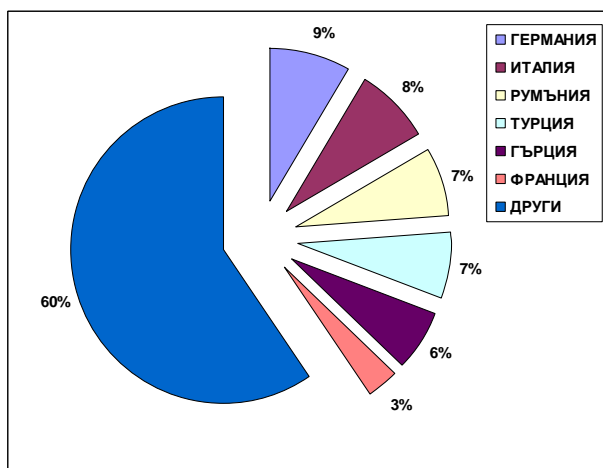
²² По данни от МТЦ

Тенденциите на развитие на износа за периода 2000 – 2010 са сходни за разглежданите десет най-големи пазара на български текстил. През първите седем години на периода износът за тези пазари прогресивно расте, с изключение на руския пазар, където стойностите се запазват относително постоянни. Пикът на износа в повечето пазари е 2008 година, след която се наблюдава рязък спад през 2009 г., дължащ се на международната икономическа криза. През 2010 година отново се наблюдава ръст на износа, като за някои от пазарите – Германия, Италия, Румъния, нивата на износа дори изпреварват тези от пиковата 2008 година. Това съживяване се дължи на оживлението в производството на облекло – основен потребител на текстилни суровини, което беше регистрирано в световен мащаб през 2010 година.

Прави впечатление също и рязкото нарастване на износа ни за съседна Румъния след 2005 година, която се очертава като един от перспективните пазари за български текстил.

На фигурата по-долу са показани дялът на износа на България в проценти за най-големите пазари на текстил през 2010 година

Фигура 32. Дял на най-големите пазари на България в износа на стоки от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“ за 2010 година

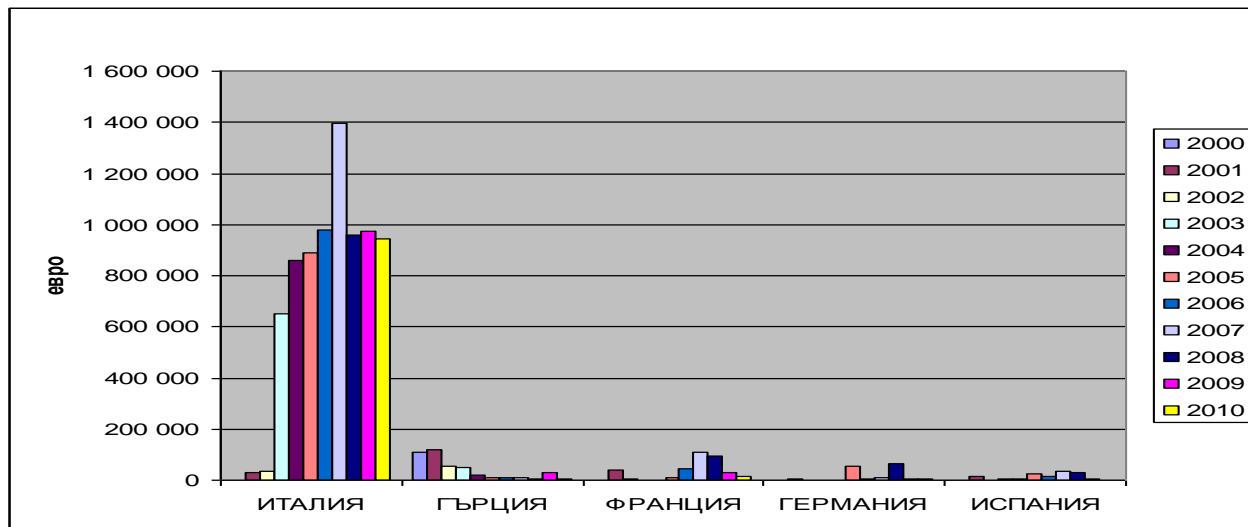


Източник: МТЦ

Традиционни пазари на Коприна

Износът на **Коприна** от България е насочен към сравнително малко на брой държави - общо 37 за разглеждания период. В повечето от тези държави той се осъществява спорадично и непостоянно. Четири са основните пазари за страната ни – Италия, Гърция, Германия, Франция, Испания.

Фигура 33. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

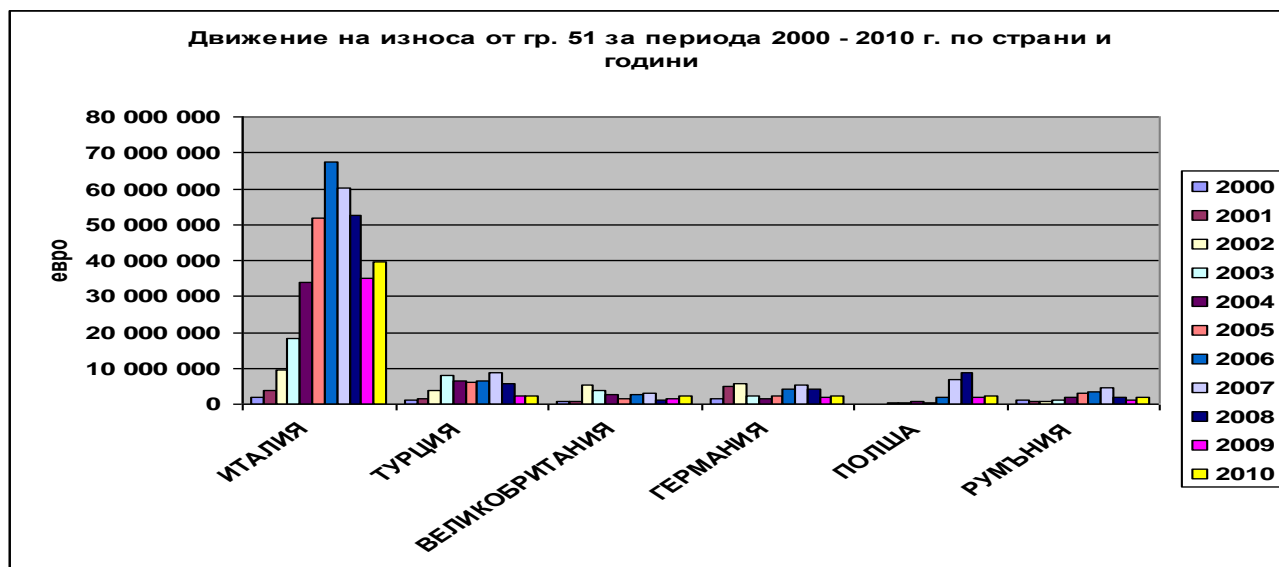
Пазарите на Италия, Германия, Франция, Гърция и Испания могат да се разглеждат като традиционни за България за **Коприна**. Пазарите на съседни Румъния и Македония също са приемали известни количества българска коприна, но износът за тези страни през разглеждания период не е устойчив и постоянен.

За разглеждания период, независимо от икономическите условия, страната ни ежегодно е осъществявала износ за тези страни, като **безспорно основният ни пазар е Италия** (83 % от общия обем на изнесените количества). Износът ни за тези пет страни формира 95 % от целия износ на **Коприна**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2000 – 2010 г.

Традиционни пазари на Вълна, фини и груби косми

България е изнасяла за 87 страни **Вълна, фини и груби косми** за периода 2001 – 2010 г. Проследявайки страните, за които сме изнасяли тези стоки на първо място се нарежда Италия, за която сме изнесли продукцията на обща стойност над 374 млн. евро. След нея се нареждат страни като Германия (36,5 млн. евро), Турция (52,4 млн. евро), Великобритания (25 млн. евро), Полша (23 млн. евро), Румъния (и други. Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 34. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

Пазарите на Италия, Турция, Великобритания, Германия, Полша и Румъния се явяват традиционни за българските стоки. За десетгодишния период, независимо от икономическите условия, страната ни ежегодно е осъществявала износ за тези страни. Износът ни за тях съставлява 44 % от целия износ на **Вълна, фини и груби косми**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

В раздел 3 от настоящия анализ са определени 3 групи стоки и услуги от Вълна, фини и груби косми, с експортен потенциал. В този смисъл за същите („Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”, „Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни (включително безразборно камгарирана вълна)” и „Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми”) е изготвен по-задълбочен анализ по данни на МТЦ, представен по-долу:

„Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 50 страни в света в периода 2006 – 2010 г. През 2010 г. не сме изнасяли за 12 страни от тези 50. Износът ни по тази продуктова група за периода 2006 – 2010 г. е на стойност 186 717.52 хил. евро.

Най-големият потребител на стоките ни от тази продуктова група е Италия. Постигнатият ръст на износа за Италия през 2010 г. спрямо 2009 г. е 56,2 %.

Таблица 102. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	37623.1	29285.56	29841.57	17700.03	27640.15	142090.41
Албания	0	630.31	3048.93	1718.74	0	5397.98
Норвегия	0	0	385.36	2113.11	2141	4639.47

Турция	1718.64	622.29	632.76	477.55	715.42	4166.66
Литва	27.07	954.23	1417.08	232.32	872.06	3502.76
Португалия	0	1091.38	1097.64	262.44	379.55	2831.01
Румъния	977.53	83.9	318.08	514.11	719.19	2612.81
Унгария	3.98	4.38	842.09	776.55	905.95	2532.95
Великобритания	110.65	80.98	16.99	738.55	1338.22	2285.39
Полша	4.78	420.94	597.42	526.3	660.45	2209.89

Прави впечатление, че най-значимите ни пазари са в Европа, но с изключение на италианския пазар, на тези пазари се наблюдават нестабилни и колебливи тенденции.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 103. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	63 606	-4 084	-29 539	-1 705	-20 929
Внос	241 664	269 015	235 955	172 414	234 710
Износ	305 270	264 931	206 416	170 709	213 780

Представените данни разкриват високата конкурентност на италианския пазар за разглежданата стокова група- голям обем както на вноса, така и на износа. Положително за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната след 2006 г. е отрицателно.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 104. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) от продуктова група „Преди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно”

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
прежди от камгарна вълна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ вълна, неизбелени (с изкл. на тези пригодени за продажба на дребно)	10047,11	15212,89	54,9%	57,4%	82206,74	116973,04	12,2%	13,0%

прежди от камгарна вълна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ вълна (с изкл. на неизбелени и тези пригодени за продажба на дребно)	4196,09	6917,76	22,9%	26,1%	56341,1	75428,85	7,4%	9,2%
прежди от камгарна вълна, съдържащи тегловно основно, но $< 85\%$ вълна, смесени предимно или само с щapelни синтетични влакна, неизбелени (с изкл. на тези пригодени за продажба на дребно)	1294,25	2418,88	7,1%	9,1%	6352,94	7676,86	20,4%	31,5%

Представените данни показват тенденция на увеличение на българския внос за Италия, като страната ни успява да заеме по-значителен дял в общия внос на страната. Прави впечатление, че като цяло износьт от тази стокова група не е концентриран в рамките на един продукт.

Вълна, фини или груби животински косми, шрайхгарни или камгарни

България е изнасяла стоки от тази продуктова група само за 25 страни в света в периода 2006 – 2010 г., като през последната година от него е осъществен износ само за 12 страни. Износьт ни по група 5105 е на обща стойност 126 145.13 евро. И тук най-големият ни клиент е Италия, следвана от Турция и Полша (Таблица 105). Въпреки че през последните години износьт ни за Италия значително намалява, тя все пак остава най-големият ни пазар.

Таблица 105. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	19102.5	22560.75	13461.23	3821.08	2330.77	61276.33
Турция	3450.02	7608.28	4692.33	1175.22	1226.01	18151.86
Полша	1661.33	5329.22	6891.01	128.35	315.54	14325.45
Германия	1970.19	2983.05	2501.81	400.11	616.02	8471.18
Румъния	1064.3	2706.56	377.89	0	177.73	4326.48
Унгария	0	2795.56	1443.59	0	0	4239.15
Египет	1544.31	941.82	142.73	0	0	2628.86
Великобритания	1155.05	1019.88	229.72	19.36	0	2424.01
Сирия	761.01	0	841.41	442.41	256.05	2300.88
Франция	892.36	903.89	254.87	70.99	0	2122.11

Тенденцията е към намаляване на обемите на износа през периода 2006 - 2010 г. на основните ни пазари. С изключение на пазарите на Египет и Сирия отново най-големите ни пазари са в Европа.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 106. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	-127 449	-112 445	-104 737	-95 463	-173 346
Внос	240 663	238 266	217 681	183 026	278 558
Износ	113 214	125 821	112 944	87 563	105 211

Представените данни разкриват зависимостта на италианския пазар от вносни Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни. Положително за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната е отрицателно.

Основният продукт по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, който се изнася на водещия пазар – Италия, е представени на следващата таблица:

Таблица 107. Топ продукт, изнасян на най-големия пазар (Италия) -Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни

Продукт, изнасян на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
вълна, камгарна (фини животински косми, щрайхгарни или камгарни)	2955,62	912,73	100,0%	100,0%	141938,71	215722,39	2,1%	0,4%

Представените данни разкриват общата тенденция на намаление на българския внос в Италия като износът ни за тази страна е концентриран в рамките на само един продукт.

Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 51 страни в света в периода 2006 – 2010 г., а износът ни е на обща стойност 48211.78 хил. евро. И тук най-големият ни клиент е Италия, следвана от Великобритания и Франция.

Таблица 108. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	4111.53	4486.62	4760.98	5424.38	4387.42	23170.93
Великобритания	1127.19	1521.07	767.33	799.5	951.89	5166.98
Франция	210.95	1005.29	2195.96	547.1	999.33	4958.63
Румъния	343.09	1018.43	929.09	347.05	797.51	3435.17
Турция	955.24	320.99	347.98	144.84	81.33	1850.38

Испания	558.02	288.16	135.93	162.77	83.59	1228.47
Полша	46.97	255.34	257.59	311.91	296.71	1168.52
Германия	226.07	165.6	284.78	136.24	193.54	1006.23
Дания	112.24	112.35	84.96	179.98	246.26	735.79

Тенденцията е към запазване на съществуващите позиции на основните ни пазари. Въпреки регистрираните спадове в някои страни (например Турция и Испания), като цяло през 2010 година обемите на изнесените стоки към основните ни пазари растат. И за тази продуктова група основните ни потребители са в Европа.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 109. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	487 457	449 729	402 123	320 572	333 764
Внос	32 809	33 898	36 232	27 789	30 794
Износ	520 266	483 627	438 355	348 362	364 558

Като цяло Италия не разчита на вносни Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми за задоволяване на търсенето си. Все пак положително за българския износ е лекото увеличение в стойността на вноса в последната анализирана година.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

**Таблица 110. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия)
Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми**

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% щрайхгарна вълна или щрайхгарни фини животински косми, смесени предимно или само с щапелни синтетични или изкуствени влакна с тегло > 300 g, но <=450 g/m ²	3670,51	3602,72	76,9%	85,0%	14834,04	15754,35	24,7%	22,9%

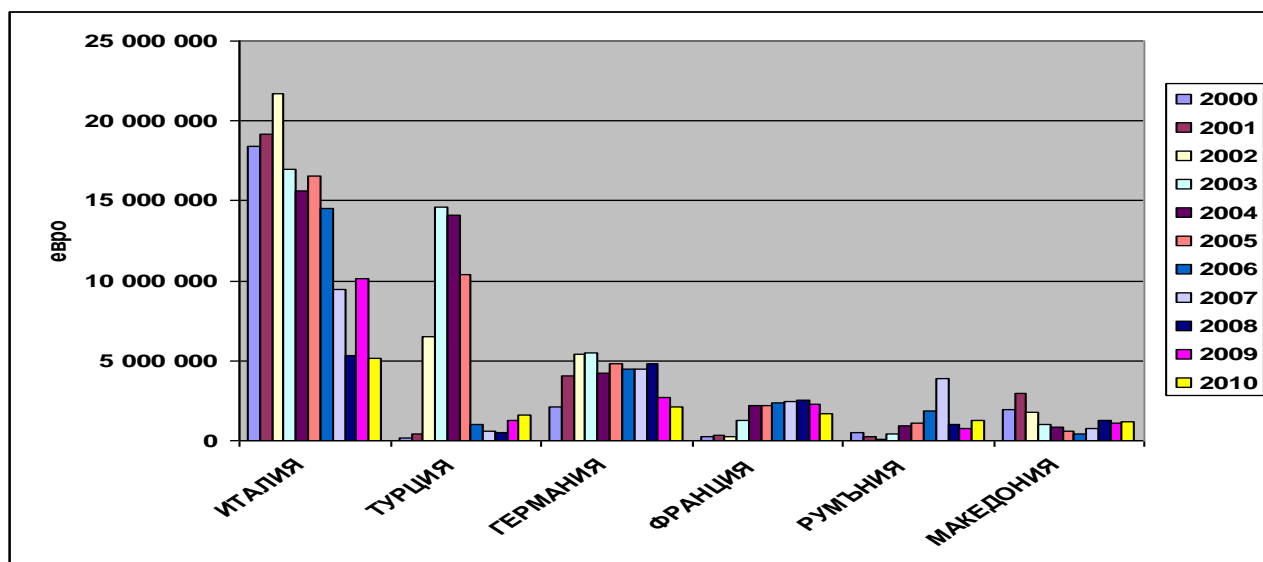
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% шрайхгарна вълна или шрайхгарни фини животински косми, смесени предимно или само с шапелни синтетични или изкуствени влакна с тегло > 450 g/m ²	720,62	308,76	15,1%	7,3%	1366,67	1514,44	52,7%	20,4%
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% шрайхгарна вълна или шрайхгарни фини животински косми, смесени предимно или само с шапелни синтетични или изкуствени влакна с тегло <=300 g/m ²	228,02	233,45	4,8%	5,5%	562,87	1527,99	40,5%	15,3%

Представените данни разкриват общата тенденция на намаление на българския внос в Италия. Все пак, стойността на износа на основния ни продукт – „тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% шрайхгарна вълна или шрайхгарни фини животински косми, смесени предимно или само с шапелни синтетични или изкуствени влакна с тегло > 300 g, но <=450 g/m²”, остава почти непроменена.

Традиционни пазари на Памук

Проследявайки страните, за които България е изнасяла Памук през периода 2001 – 2010 от общо 95 страни, за които има осъществен износ, на първо място се нарежда Италия, за която сме изнесли продукцията на обща стойност над 153 млн. евро. Това формира приблизително 42 % от общата стойност на изнесен от България **Памук** за периода. След нея се нарежда Турция (51 млн. евро), Германия (44,7 млн. евро), Франция (17,7 млн. евро), Румъния (близо 12 млн. евро) и други. Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 35. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

Пазарите на Италия, Турция, Германия, Франция и Румъния може да се разглеждат като традиционни. За десетгодишния период страната ни ежегодно е осъществявала износ за тези страни. Заслужават отбелязване и македонския и сръбския пазари, за който в рамките на последните пет години от анализирания период (за които са налични статистически данни) са изнесени стоки на обща стойност близо 22 млн. евро и може да се смятат за перспективни пазари. Износът ни само за най-големите шест пазара формира по-голямата част (80%) от целия износ на стоки от **Памук**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010г.

В раздел 3 от настоящия анализ са определени 5 групи стоки и услуги от **Памук** с експортен потенциал. В този смисъл за същите („Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно”, „Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно”, „Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²”, „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m²” и „Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m²”) е изготвен по-задълбочен анализ по данни на МТЦ, представен по-долу:

„Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 44 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на стойност 15 327 380 евро, а за най-големите ни пазари е за 13 715 380 евро.

С най-голям ръст сме на пазарите на Турция и Македония. На тези пазари сме отбелязали ръст от 98,97% и 85%. Добро е представянето ни и на вьетнамския пазар. По данни на МТЦ износът ни за Виетнам до 2007 г. е нулев. Само за 3 години той бележи ръст от 77%.

Както е видно от поместените данни по-долу в таблицата, а и от графиката движението на българския износ след 2006 г. на италианския пазар бележи непрекъснат спад. През 2010 г. този спад спрямо 2006 г. в размер на 94,2%. Налага се по-задълбочено изследване на причините за това, в противен случай италианския пазар ще бъде изгубен за българските производители.

Таблица 111. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (5205)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	4170.44	698.16	528.77	304.74	242.49	5944.6
Турция	15.12	71.49	265.74	1132.92	1470	2955.27
Сърбия	480.01	317.35	329.63	169.94	703.37	2000.3
Виетнам	0	0	147.48	363.54	650.66	1161.68
Македония	84.38	195.51	74.76	131.22	566.31	1052.18
Молдова	130.55	237.83	222.93	10.04	0	601.35

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 112. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	-188 601	-153 437	-138 916	-89 637	-200 460
Внос	439 153	408 357	328 709	236 235	372 466
Износ	250 552	254 920	189 793	146 598	172 006

Представените данни разкриват зависимостта на италианския пазар от вносни „Памучни преди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно”. Регистрираното увеличение на общия внос през 2010 г. правят италианския пазар приоритетен за българските износители. В този смисъл е важно да се положат усилия вноса на български продукти в Италия да не продължи да намалява. Алтернатива за българските износители са пазарите в Турция и Сърбия, където се наблюдава тенденция на увеличение на вноса от България.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 113. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) Памучни преди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
усукани преди или усукани памучни преди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 125 dtex, но $< 192,31$ dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 52, но непревишаващ 80 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно	49,48	78,32	20,2%	34,8%	14584,51	25089,48	0,3%	0,3%
усукани преди или усукани памучни преди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 232.56 dtex, но < 714.29 dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 14, но непревишаващ 43 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно	55,93	52,72	22,8%	23,4%	3221,64	6183,51	1,7%	0,9%

усукани преди или усукани памучни преди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 192.31 dtex, но < 232.56 dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 43, но непревишаващ 52 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно	33,7	50,46	13,7%	22,4%	6013,78	9280,91	0,6%	0,5%
---	------	-------	-------	-------	---------	---------	------	------

Както е видно от горната таблица стойността на износа от България към Италия през двете наблюдавани години не е голям, но като цяло се забелязва известно увеличение с обемите на два от основните изнасяни продукти.

„Памучни преди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 33 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на стойност 25 049 000 евро, а за най-големите ни пазари е за малко над 20 000 000 евро.

Таблица 114. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (5207)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Германия	2512.29	3112.18	3139.32	1330.82	1474.52	11569.13
Франция	1532.37	1386.11	1504.07	1586.8	943.6	6952.95
Норвегия	95.52	226.15	383.32	542.8	508.33	1756.12
Италия	29.45	418.02	136.61	17.93	88.86	690.87
Испания	2.39	64.93	190.98	185.71	167.94	611.95

В тази продуктова група най-голям ръст отбелязваме на испанския пазар – ръст от 98,6%.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Германия, са представени в следващата таблица:

Таблица 115. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Германия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	131	2 883	-6 734	-7 814	-5 839
Внос	12 725	9 718	14 611	15 835	16 827
Износ	12 857	12 601	7 877	8 021	10 987

Отрицателното търговско салдо разкрива зависимостта на германския пазар от вносни „Памучни преди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно”. Фактът, че през 2010 г. се наблюдава ръст на българския внос на германския пазар е положителен за българските износители.

Основният продукт по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, който се изнася на водещия пазар – Германия, е представени на следващата таблица:

Таблица 116. Топ продукт, изнасян на най-големия пазар (Германия) - Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно

Продукт, изнасян на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Германия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Германия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
памучни прежди, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, пригодени за продажби на дребно (с изкл. на шевните конци)	1258,4	1009,12	100,0%	100,0%	12928,16	13166,78	9,7%	7,7%

Износът на България към Германия на разглежданата продуктова група е концентриран в рамките на един продукт- памучни прежди, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, пригодени за продажби на дребно (с изкл. на шевните конци).

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m²”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 42 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на стойност 28 392 000 евро, а за най-големите ни пазари е за около 23 000 000 евро (Таблица 117).

Най-големият ни клиент за стоките от тази продуктова група е Италия. Износът ни за италианския пазар представлява 61,2% от целия ни износ по тази продуктова група за периода 2006 – 2010 г.

Таблица 117. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	5824.6	3945.3	1395.33	4147.34	2051.38	17363.95
Великобритания	615.34	555.17	627.32	219.41	33.14	2050.38
Германия	378.91	156.12	317.4	248.81	192.03	1293.27
Македония	50.95	281.6	586.54	310.48	50.46	1280.03
Румъния	681.41	226.88	211.37	53.06	50.46	1223.18

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 118. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	437 731	379 173	363 936	249 394	232 978
Внос	268 357	299 256	238 847	185 991	231 591
Износ	706 088	678 429	602 782	435 385	464 570

Износът на тази стокова група от Италия е по-голям от вноса, който обаче е значителен. В този смисъл е важно да бъдат положени усилия, България да не продължи да губи позиции на изследвания пазар.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

**Таблица 119. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) -
Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло,
превишаващо 200 g/m²**

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с тегло $> 200 \text{ G/M}^2$, обагрени (с изкл. на тези със плитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4 и обикновени тъкани)	153,45	526,4	43,1%	45,9%	21878,2	28727,59	0,7%	1,8%
памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с тегло $> 200 \text{ G/M}^2$, неизбелени (с изкл. на тези със плитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4 и обикновени тъкани)	40,15	500,8	11,3%	43,6%	14816,11	17864,47	0,3%	2,8%
памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с тегло $> 200 \text{ G/M}^2$ със плитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4 неизбелени	16,49	57,99	4,6%	5,1%	6605,34	12154,65	0,2%	0,5%

Обемът на износа в стойностно изражение и на трите анализирани топ продукта нараства през 2010 г. спрямо 2009 г., което е положителен сигнал.

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m²”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 43 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на приблизителна стойност от 16 000 000 евро, а за най-големите ни пазари е на приблизителна стойност 12 500 000 евро (Таблица 120) . И тук както при горната продуктова група най-големият ни пазар е италианският. Добро е движението на износа ни към Румъния. Постигнатият ръст на този пазар за 2010 г. спрямо 2009 г. е 4,4 пъти.

Таблица 120. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (5210)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	1243.41	511.4	224.29	2049.29	54.22	4082.61
Белгия	11.94	609.16	1720.2	1636.28	0.75	3978.33
Сърбия	698.12	285.98	384	327.69	420.97	2116.76
Испания	100.3	21.16	978.7	116.88	42.93	1259.97
Румъния	70.85	342.15	1.36	123.33	543.72	1081.41

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 121. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	117 440	121 588	94 525	42 191	36 504
Внос	33 008	47 717	52 968	42 027	49 644
Износ	150 449	169 305	147 493	84 218	86 147

Като цяло италианския пазар на „Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m²” е отворен. Забелязва се увеличение на вноса след спада, регистриран през 2009 г. Въпреки това, трябва да бъдат отчетени изключително ниските нива на български внос през 2010 г.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

**Таблица 122. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Памучни
тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук**

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
памучни тъкани, съдържащи тегловно < 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло <=200 G/M ² , от преди от различни цветове (с изкл. на тези със сплитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4)	5,74	9,79	3,1%	52,0%	3647,56	3912,98	0,2%	0,3%
чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно < 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло <=200 G/M ² , от преди от различни цветове със сплитка лито	5,74	4,52	3,1%	24,0%	8898,42	9192,05	0,1%	0,0%
чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно < 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло <=200 G/M ² , обагнени, със сплитка лито	0	3,01	0,0%	16,0%	5028,57	6907,97	0,0%	0,0%

Ниските нива на износ през 2010 г. към Италия обуславят и ниските стойности на износа на основните три продукта към този пазар.

„Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m²”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 49 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на приблизителна стойност от 33 286 000 евро, а за най-големите ни пазари е на стойност 29 422 500 евро (Таблица 123).

Таблица 123. Износ на България към основните й клиенти, хил. евро (5208)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	2069.7	2833.5	2208.2	2980.72	1945.2	12037.32
Румъния	987.09	2918.12	723.15	173.52	542.21	5344.09
Германия	1259.33	896.59	681.01	266.74	198.81	3302.48
Испания	191.84	489.52	685.77	1123.6	565.56	3056.29
Холандия	39.01	849.17	410.51	257.42	239.48	1795.59
Франция	341.5	498.27	347.98	129.07	104.68	1421.5
Сърбия	410.76	226.15	318.76	255.98	159.65	1371.3
Македония	199.81	215.94	258.95	214.39	204.84	1093.93

Най-големият ни пазар отново е италианският. Вторият ни по големина пазар – румънският – заема едва 44,4% от италианския ни пазар.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 124. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоквата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	442 317	376 470	253 624	188 423	175 742
Внос	512 450	491 611	465 593	335 428	446 999
Износ	954 767	868 081	719 217	523 851	622 740

Представените данни разкриват високата конкурентност на италианския пазар за разглежданата стокова група- голям обем както на вноса, така и на износа. Намаляващите стойности на търговския баланс правят италианския пазар приоритетен за българските производители. В този смисъл е важно да се вложат усилия, за да не се позволи допълнително намаление на дела на българския внос в общия внос на Италия за разглежданата стокова група.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 125. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m²

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, с тегло $>130 \text{ G}$ до 200 G/M^2 , печатани със сплитка лито	207,94	579,87	10,2%	29,1%	7100,09	9869,06	2,9%	5,9%
чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, с тегло $>130 \text{ G}$ до 200 G/M^2 , неизбелени, с широчина $> 165 \text{ cm}$	212,96	298,97	10,4%	15,0%	22911,45	40771,53	0,9%	0,7%

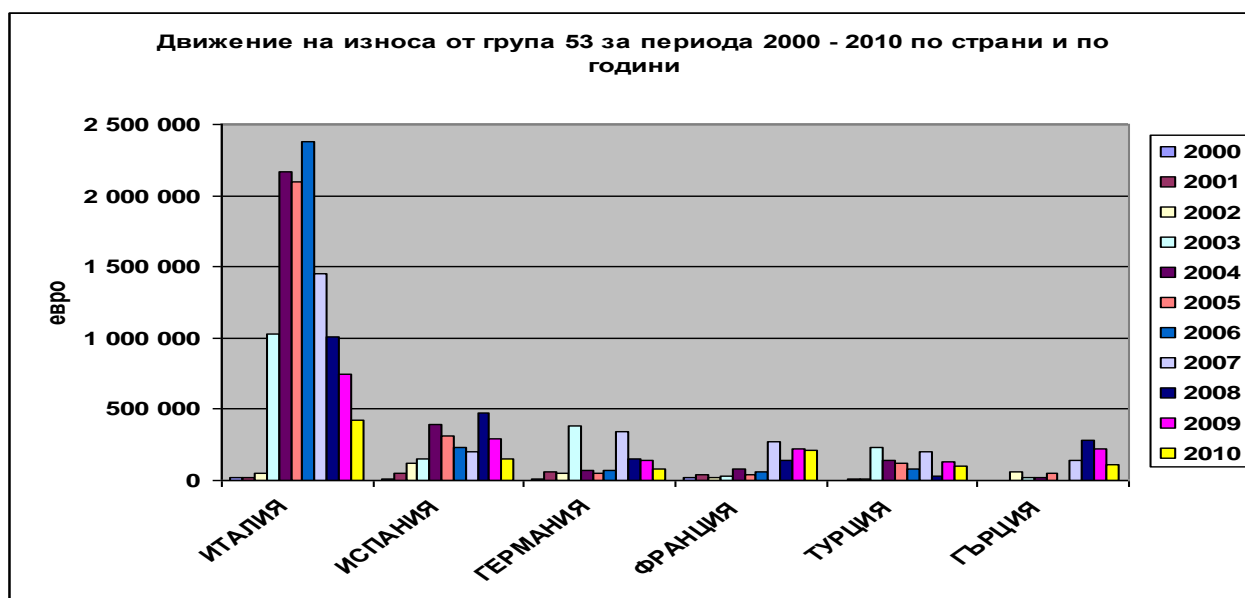
чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, с тегло $>100 \text{ G}$ до 130 G/M^2 , неизбелени, с широчина $> 165 \text{ cm}$	0	257,55	0,0%	12,9%	27893,42	48558,34	0,0%	0,5%
---	---	--------	------	-------	----------	----------	------	------

Обемът на износа в стойностно изражение и на трите анализирани топ продукта нараства съществено през 2010 г. спрямо 2009 г., което е положителен сигнал за българския износител.

Традиционни пазари на Други растителни текстилни влакна

Количествата изнесена продукция на **Други растителни текстилни влакна** не са големи – за целия разглеждан период са изнесени стоки на обща стойност едва 25 млн. евро. От общо 71 страни, за които има осъществен износ, на първо място се нарежда отново Италия (общо 11,4 млн. евро), последвана от Испания (2,4 млн. евро), Германия (1,4 млн. евро), Франция (1,1 млн. евро), Турция (малко над 1 млн. евро) и други. Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 36. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

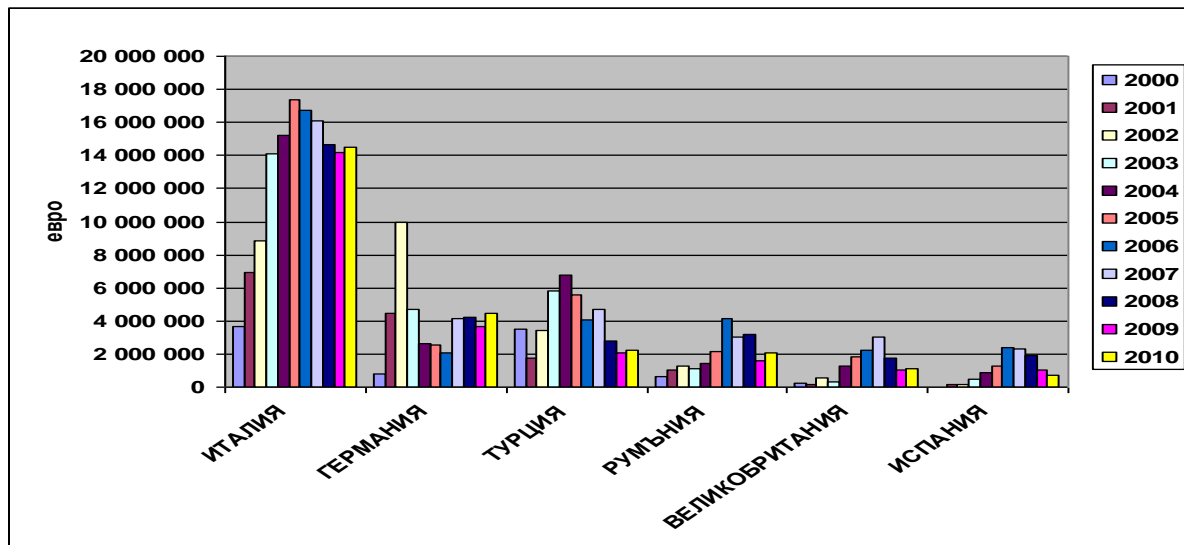
Пазарите на Италия, Испания, Германия, Франция, Турция и Гърция може да се разглеждат като традиционни за износа на **Други растителни текстилни влакна**. За десетгодишния период страната ни ежегодно без прекъсване е осъществявала износ за тези страни. Износът ни само за тези пазари формира по-голямата част (73 %) от целия износ на **Други растителни текстилни влакна**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Отново се налага изводът, че основният пазар за България е Италия (44 % от общия износ за периода) и това определя до голяма степен обвързаността на производството ни с този пазар.

Традиционни пазари на Синтетични или изкуствени нишки

Проследявайки направения износ от България на **Синтетични или изкуствени нишки** през периода 2001 – 2010 от общо 87 страни, за които има износ, на първо място е Италия (общо 142,5 млн. евро), последвана от Германия (43,7 млн. евро), Турция (малко над 42,8 млн. евро) Румъния (21,6 млн. евро), Великобритания (13,6 млн. евро). Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 37. Износ на България за основните ѝ клиенти



Пазарите на Италия, Германия, Турция, Румъния, Великобритания и Испания могат да се разглеждат като традиционни за България за **Синтетични или изкуствени нишки**. За десетгодишния период, независимо от икономическите условия, страната ни ежегодно е осъществявала износ за тези страни, като основният ни пазар е Италия (37 % от общия обем на изнесените количества). Износът ни за тези шест страни формира 71 % от целия износ на **Синтетични или изкуствени нишки**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

В раздел 3 от настоящия анализ са определени 4 групи стоки и услуги от **Синтетични или изкуствени нишки**, с експортен потенциал. В този смисъл за същите („Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex”, “Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно” , „Тъкани от преди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404” и „Преди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително изкуствените монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex”) е изготвен по-задълбочен анализ по данни на МТЦ, представен по-долу:

„Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 44 страни в света в периода 2006 – 2010 г., като износът ни е на стойност 84 103 000 евро. Най-големият ни клиент е Италия, следвана от Германия и Турция.

Таблица 126. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	8029.63	8245.16	6500.89	9602.55	12174.23	44552.46
Германия	4.78	1108.16	2094.69	2473.06	3042.43	8723.12
Турция	1972.58	2381.92	940.64	981.62	780.94	7057.70
Великобритания	1040.42	1044.69	869.96	703.41	524.89	4183.37
Испания	1268.88	1169.44	514.5	523.44	437.54	3913.80
Румъния	165.58	449.39	613.73	770.1	1010.63	3009.43

От данните в таблицата се вижда, че позициите ни са най-стабилни на пазарите на Италия, Германия и Румъния. На последните два износът ни е в непрекъсната възходяща линия. Постигнатият ръст в износа за 2010 г. спрямо 2009 г. е 21% на италианския пазар, 18,7% на немския и 23,8% на румънския пазар.

Както е видно от данните в горната таблица е необходимо да се предприемат мерки за възвръщане на позициите ни на турския, английския и испанския пазари. По отношение на износа за тези страни все още сме на минус и нивата от 2009 г. не са достигнати.

Данни за търговския баланс, внос и износ за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 127. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	51 855	50 532	65 370	33 014	41 345
Внос	740 185	750 851	631 793	493 172	623 173
Износ	792 040	801 383	697 163	526 186	664 518

Въпреки че търговското салдо на Италия за тази стокова група е положително, вносът в страната с съществен. Тенденцията на увеличение на българския внос през последните години доказва значението на Италия като важна експортна дестинация за българската продукция.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 128. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
текстурирани преди с полиестерни нишки (с изкл. на пригодените за продажба на дребно)	9634,81	12547,75	71,7%	73,3%	72871,65	106772,62	13,2%	11,8%
прежди с полиестерни нишки, вкл. синтетичните монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични, със сук > 50 сука на метър (с изкл. на шевните конци, прежда, пригодена за продажба на дребно и текстурирана прежда)	3300,52	4291,78	24,6%	25,1%	9558,81	12245,02	34,5%	35,0%
прежди с полиестерни нишки, вкл. синтетичните монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични, без сук или със сук <=50 сука на метър (с изкл. на преди от еластимери, шевните конци, прежда, пригодена за продажба на дребно и текстурирана прежда)	97,52	169,44	0,7%	1,0%	27348,47	38080,79	0,4%	0,4%

Данните от горната таблица разкриват общата тенденция на увеличаване на износа на България за Италия. Общият внос на анализираната страна нараства по-бързо от нашия такъв и в този смисъл е от значение страната ни да съумее да завоюва по-добри пазарни позиции в Италия.

„Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно”

България е изнасяла разглежданата продуктова група за 38 страни в света в периода 2006 – 2010 г., като износът ни е на стойност 6 439 850 евро. Износът ни е малък в стойностно изражение, но е разгледан, поради факта, че за периода 2001-2010 г. бележи непрекъснат растеж.

Таблица 129. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (5401)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Македония	501.5	469.09	507.7	492.6	655.93	2626.82
Гърция	69.26	334.85	445.17	278.93	241.74	1369.95
Сърбия	50.95	94.84	128.45	124.76	259.06	658.06
Албания	1.59	5.11	60.49	114.01	154.38	335.58
Италия	20.7	14.59	95.83	136.95	50.46	318.53

Германия	70.05	40.12	87	55.93	12.05	265.15
Босна и Херцеговина	3.98	11.67	18.35	30.12	56.48	120.60

С изключение на пазарите в Германия, Италия и Гърция на останалите е отбелязан ръст през 2010 г. спрямо 2009 г. Износът ни към страните от Балканския полуостров се движи в непрекъсната възходяща линия. Изключение прави Гърция.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Македония, са представени в следващата таблица:

Таблица 130. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Македония	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	-5 458	-6 022	n/a	-4 837	n/a
Внос	5 516	6 078	n/a	4 915	n/a
Износ	58	57	n/a	77	n/a

Македония разчита на вноса на „Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно”. Този факт, в съчетание с регистрираното увеличение на българския внос правят Македония важна експортна дестинация за тази продуктова група за България.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Македония, са представени на следващата таблица:

Таблица 131. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Македония) - Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Македония (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Македония	
		2009		2009		2009		2009
шевни конци от синтетични нишки, пригодени за продажба на дребно		10,04		63,6%		2364,07		0,4%
шевни конци от синтетични нишки, непригодени за продажба на дребно: преди със сърцевина, наречени "core yarn: други		4,3		27,2%		1139,37		0,4%
шевни конци от синтетични нишки, непригодени за продажба на дребно		0,72		4,6%		135,52		0,5%

Данни са налични към 2009 г., когато основният продукт, доставян от България на македонския пазар е „Шевни конци от синтетични нишки, пригодени за продажба на дребно”.

„Тъкани от преди от синтетични нишки”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 49 страни в света в периода 2006 – 2010 г. През 2010 г. не сме изнасяли за 27 страни от тези 49. Износът ни по тази продуктова група за периода 2006 – 2010 г. е на стойност 38 162 260 евро.

Най-големият потребител на стоките ни от тази продуктова група е Италия, следвана от Румъния и Великобритания (Таблица 132).

Таблица 132 Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	2552.89	2473.11	2836.88	1961.81	395.36	10220.05
Румъния	2911.11	1859.57	1816.72	567.89	701.11	7856.40
Великобритания	696.53	1399.24	373.81	25.81	299.72	2795.11
Испания	570.76	671.17	1215.22	271.76	8.28	2737.19
Турция	305.68	824.37	637.52	147.71	189.02	2104.30
Сърбия	355.03	532.56	413.91	402.97	320.81	2025.28
Германия	223.69	623.75	715	174.96	48.2	1785.60
Хърватска	7.96	2.92	0.68	0	1312.61	1324.17
Франция	58.91	371.33	700.72	151.29	26.36	1308.61
Македония	90.75	153.2	229.72	289.68	155.89	919.24

В тази продуктова група все още не сме достигнали нивата на износ от 2009 г. с изключение на турския и английския пазари, на които отбелязваме растеж. Интерес представлява движението и на хърватския пазар. Износът ни за Хърватска в периода 2006 – 2008 г. е незначителен в стойностно изражение, но през 2010 г. прави забележителен скок. Причините могат да се крият както в близостта между България и Хърватска, така и в установяването на нови бизнес контакти и завладяване на пазарна ниша на хърватския пазар.

Причините за намаляващия ни износ по тази продуктова група след 2007 г. могат да се крият както в свиване на потреблението в световен мащаб, така и в закриване на наши предприятия.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 133. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	358 303	347 968	341 689	285 422	251 170
Внос	289 796	293 423	267 816	225 307	279 775

Износ	648 098	641 391	609 505	510 729	530 944
-------	---------	---------	---------	---------	---------

Представените данни разкриват високата конкурентност на италианския пазар за разглежданата стокова група- голям обем както на вноса, така и на износа. Положителен за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната постепенно намалява, а и вносът постепенно достига предкризисните си стойности. Необходимо е да бъдат отчетени спадът в стойността на българския внос в Италия, както и възможностите за българските износители, които се откриват на хърватския пазар.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 134. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Тъкани от преди от синтетични нишки, включително тъканите, получени от продуктите от 5404

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
тъкани от преди с висока здравина, от найлон или от други полиамиди, вкл. монофиламенти с линейна плътност ≥ 67 decitex и с ширина (напречно сечение) ≤ 1 mm	4,3	109,2	0,2%	33,5%	21544,78	30638,14	0,0%	0,4%
тъкани от преди, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ нишки от найлон или от други полиамиди, вкл. монофиламенти с линейна плътност ≥ 67 decitex и с максимален диаметър ≤ 1 mm, печатани	43,02	100,91	1,7%	30,9%	2175,49	2567,24	2,0%	3,9%
тъкани от преди от нишки, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ найлон или други полиамиди, вкл. монофиламенти с линейна плътност ≥ 67 decitex и с максимален диаметър ≤ 1 mm, боядисани	19,36	36,9	0,7%	11,3%	11792,37	19128,13	0,2%	0,2%

По основните три продукта за 2010 г. се наблюдава нарастване в стойността на износа спрямо 2009 г., за разлика от общото наблюдавано намаление на българския внос в Италия за последната анализирана година.

„Преди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 53 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни е на обща стойност 47 722 000 евро. И в тази продуктова група основният ни клиент е Италия, следвана от Германия, Турция, Белгия и Пакистан.

Таблица 135. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	2507.52	2862.68	2662.2	1688.62	1570.16	11291.18
Германия	1632.67	1700.54	991.62	912.07	1280.98	6517.88
Турция	1484.61	1279.6	886.95	909.92	1141.66	5702.74
Белгия	1403.41	1690.32	894.42	523.44	458.62	4970.21
Пакистан	832.65	971.74	371.09	202.2	148.36	2526.04
Великобритания	464.09	530.37	482.55	316.93	309.51	2103.45
Мароко	324.78	355.28	379.93	564.31	292.19	1916.49
Румъния	410.76	477.11	523.33	235.9	171.7	1818.80

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 136. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	-77 317	-101 620	-69 917	-60 156	-77 053
Внос	120 249	160 146	116 313	86 993	108 158
Износ	42 931	58 526	46 397	26 837	31 105

Въпреки отрицателното търговско салдо на италианския пазар, тенденцията на намаление на българския внос в страната трябва да бъде отчетена. В този смисъл е необходимо да се положат усилия за заздравяване на българските позиции в Италия, както и да се доразвие потенциала на пазари като Турция и Германия, при които през 2010 г. е регистрирано нарастване.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 137. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Преди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010

прежди от нишки от вискозна коприна, вкл. монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични, без сук или със сук <120 сука на метър (с изкл. на шевни конци, прежда, пригодена за продажба на дребно, прежди с висока здравина и текстурирани прежди)	1113,56	1039,24	71,5%	69,6%	32253,71	42212,17	3,5%	2,5%
прежди от нишки от вискозна коприна, вкл. монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични със сук > 120 сука на метър (с изкл. на шевни конци, прежда, пригодена за продажба на дребно, прежди с висока здравина и текстурирани прежди)	219,41	288,43	14,1%	19,3%	1500,04	1497,12	14,6%	19,3%
прежди, усукани или корд (многократно пресукани нишки), вкл. монофиламенти с линейна плътност < 67 decitex (с изкл. на шевни конци, прежда, пригодена за продажби на дребно, прежди с висока здравина и текстурирани прежди)	186,43	161,16	12,0%	10,8%	3159,26	4722,54	5,9%	3,4%

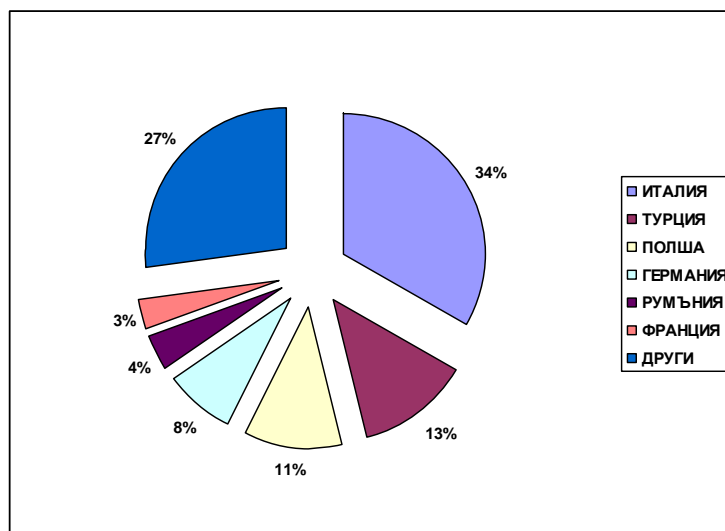
България губи част от дела си в общия внос на Италия по отношение на основния изнасян за страната продукт, но същевременно през 2010 г. отговаря за почти 20% от вносните „прежди от нишки от вискозна коприна, вкл. монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични със сук > 120 сука на метър (с изкл. на шевни конци, прежда, пригодена за продажба на дребно, прежди с висока здравина и текстурирани прежди)“.

Традиционни пазари на Щапелни синтетични или изкуствени влакна

Проследявайки направения износ от България на **Щапелни синтетични или изкуствени влакна** през периода 2001 – 2010 г. от общо 97 страни, за които е направен износ, на първо място е Италия (общо 212,8 млн. евро), последвана от Турция (81,3 млн. евро), Полша (малко над 72 млн. евро), Германия (50,6 млн. евро), Румъния (26,5 млн. евро), Франция (21,9 млн. евро).

Пазарите на Италия, Турция, Полша, Германия, Румъния, Франция могат да се разглеждат като традиционни за България за **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**, тъй като за анализирания десетгодишен период страната ни ежегодно е осъществявала износ за тези страни, като основният ни пазар отново е Италия (34 % от общия обем на изнесените количества). Износът ни за тези шест страни формира 73 % от целия износ, осъществен от българските текстилни предприятия на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Фигура 38. Разпределение на българския износ на Щапелни синтетични или изкуствени влакна в %



Източник: МТЦ

В раздел 3 от настоящия анализ са определени 2 групи стоки и услуги от **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**, с експортен потенциал. В този смисъл за същите („Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди” и „Други тъкани от синтетични щапелни влакна”) е изготвен по-задълбочен анализ по данни на МТЦ, представен по-долу:

Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди

България е изнасяла стоки от продуктова група „Прежди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди” за 62 страни в света в периода 2006 – 2010 г., като износът ни е на стойност 252 717.14 хил. евро. Най-големият ни клиент е Италия, следвана от Полша и Турция (Таблица 138).

Таблица 138. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (5509)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	22185.55	28531.23	23433.11	19237.36	16476.55	109863.80
Полша	12689.63	10619.78	11596.26	8921.36	9677.03	53504.06
Турция	1864.32	7212.87	4982.54	2995.78	5647.32	22702.83
Великобритания	46.17	2369.52	4033.75	3195.11	4462.73	14107.28
Румъния	2013.18	2311.15	3180.1	1335.84	1052.8	9893.07
Германия	804	1553.9	2893.97	2359.05	2229.1	9840.02
Испания	4.78	497.54	1727.68	1545.21	1396.96	5172.17

Русия	44.58	53.26	1396.69	1315.76	817.84	3628.13
Гърция	15.92	594.57	649.07	947.2	1394.7	3601.46
Хонг Конг	164.78	1053.44	1138.42	354.22	681.53	3392.39

От данните в таблицата се вижда, че позициите ни са най- стабилни на пазарите на Италия, Полша, Турция и Великобритания. Тенденцията обаче е колеблива при всички тях. На италианския пазар тенденцията е към равномерен спад, докато износът за Полша, Турция и Великобритания бележи ръст през последните години. Спадът в износа за италианския пазар през 2010 г. спрямо 2009 г. е с 14,35%, а ръстът в износа за втория, третия и четвъртия по големина пазари е съответно – за Полша е 8,47%, за съседна Турция – 88,51% и за Великобритания – 39,67%.

Както е видно от данните в Таблица 138 е необходимо да се предприемат мерки за възвръщане на позициите ни на италианския пазар, за да се обърне низходящата тенденция и да се възвърнат позициите от 2007 година. По отношение на износа за Полша, Турция и Великобритания – очевидно тези пазари имат потенциал и следва да се полагат усилия за увеличаване на пазарния дял на най-перспективните български **Щапелни синтетични или изкуствени влакна**.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 139. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	215 318	168 488	126 419	67 188	84 618
Внос	152 044	175 470	179 398	153 024	190 798
Износ	367 362	343 958	305 817	220 212	275 416

Регистрираното увеличение във вноса на Италия за разгледаната стокова група през последната година до стойности изпреварващи предкризисните такива е положителен сигнал за българските износители. Необходимо е, обаче, да се отчете негативната тенденция на спад в нивата на българския внос на италианския пазар и да бъдат положени усилия за укрепване на позициите ни на него.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

**Таблица 140. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) -
Преди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци),
непригодени за продажба на дребно**

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
прежди, съдържащи тегловно основни, но <85% акрилни или модакрилни влакна щапелни влакна, смесени предимно или само с вълна или фини животински косми (с изкл. на конци за шиене и вълна, пригодена за продажба на дребно)	13085,91	12950,65	75,4%	82,9%	50563,94	58158,55	25,9%	22,3%
прежди, съдържащи тегловно >50 % до <85% щапелни влакна от найлон, смесени предимно или само с вълна или фини животински косми (с изкл. на конци за шиене и вълна, пригодена за продажба на дребно)	1393,2	899,17	8,0%	5,8%	4163,11	5345,33	33,5%	16,8%
прежди, съдържащи тегловно основно, но <85% щапелни влакна от найлон, смесени предимно или само с изкуствени щапелни влакна (с изкл. на конци за шиене и вълна, пригодена за продажба на дребно)	337,01	594,18	1,9%	3,8%	5041,48	8103,1	6,7%	7,3%

Представените данни разкриват общата тенденция на намаление на българския внос на италианския пазар и съответния спад в дела на българския внос в общия внос на Италия. Единствено при „прежди, съдържащи тегловно основно, но <85% щапелни влакна от найлон, смесени предимно или само с изкуствени щапелни влакна (с изкл. на конци за шиене и вълна, пригодена за продажба на дребно)” се наблюдава известно увеличение в стойността на вноса и в относителния му дял.

Други тъкани от синтетични щапелни влакна

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 58 страни в света в периода 2006 – 2010 г., като износът ни е на стойност 61 246.39 хил. евро. Износът ни не е голям в стойностно изражение, но следва да бъде разгледан, защото, както беше казано по-горе, в периода 2001 – 2010 г. тенденцията е устойчива и бележи лек ръст.

Таблица 141. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Германия	1360.43	2910.83	2630.26	1411.84	1569.41	9882.77
Франция	289.76	2632.88	2064.79	1996.23	1749.4	8733.06
Италия	3312.31	1464.17	1641.36	990.94	636.35	8045.13

Русия	1686.8	1268.65	1785.45	812.4	890.14	6443.44
Румъния	1545.11	321.72	468.28	206.51	1064.1	3605.72
Великобритания	288.96	225.43	1382.42	494.04	433.77	2824.62
Испания	565.19	550.8	1169.68	139.82	76.81	2502.30
Полша	16.72	619.37	448.57	453.17	414.19	1952.02
Унгария	270.65	466.9	296.33	235.9	475.19	1744.97
Чехия	74.83	504.84	273.9	660.39	102.42	1616.38

И в тази продуктова група се наблюдава рязко загубване на позициите на италианския пазар. Не може да се открие ясна тенденция и за двата по-значими пазара – Германия и Франция – тенденцията е колеблива и непостоянна, макар че периодът завършва с ръст спрямо 2006. С изключение на пазарите в Германия, Румъния, Русия и Унгария на останалите е отбелязан спад през 2010 г. спрямо 2009 г.

Износът ни на Други тъкани от синтетични щapelни влакна е насочен основно към Европейски страни, но е тенденцията му като цяло е колеблива и непостоянна.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещите пазари за анализираната стокова група- Германия и Франция, са представени в следващите таблици:

Таблица 142. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Германия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	37 943	22 661	27 037	18 596	18 803
Внос	97 819	96 934	91 389	81 170	89 200
Износ	135 763	119 595	118 426	99 766	108 003

Търговският баланс на Германия е положителен. Забелязва се, че вносът на страната също е значителен (ок. 82% от износа през 2010 г.). Това, в съчетание с наблюдаваното увеличение в стойността на българския внос през 2010 г. правят германския пазар перспективен за българските износители.

Таблица 143. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Франция	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	83 553	72 037	72 397	42 374	36 066
Внос	88 558	97 970	81 370	65 230	62 916
Износ	172 111	170 007	153 768	107 604	98 982

Вносът на Франция за разглежданата стокова група е голям, но се наблюдава тенденция на намаление. Това съчетано с наблюдаваното свиване на стойността на българския внос в страната след 2007 г. са индикатори, които следва да бъдат отчетени.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещите пазари – Германия и Франция, са представени на следващата таблица:

Таблица 144. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Германия) - Други тъкани от синтетични щапелни влакна

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Германия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Германия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% полиестерни щапелни влакна, смесени предимно или само с камгарна вълна или камгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	339,88	471,43	82,4%	77,9%	20152,3	24450,12	1,7%	1,9%
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% полиестерни щапелни влакна, смесени предимно или само с щрайхгарна вълна или щрайхгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	36,57	118,23	8,9%	19,5%	3305,54	2037,07	1,1%	5,8%
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% акрилни или модакрилни щапелни влакна, смесени предимно или само с камгарна вълна или камгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	4,3	11,3	1,0%	1,9%	1613,33	1805,12	0,3%	0,6%

Представените данни разкриват общата тенденция на увеличение на българския износ в Германия през 2010 г. Стойностното нарастване води и до увеличение на дела на българския износ в общия внос на Германия.

Таблица 145. Топ 3 продукти, изнасяни на втория по големина пазар (Франция) - Други тъкани от синтетични щапелни влакна

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Франция (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Франция	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010

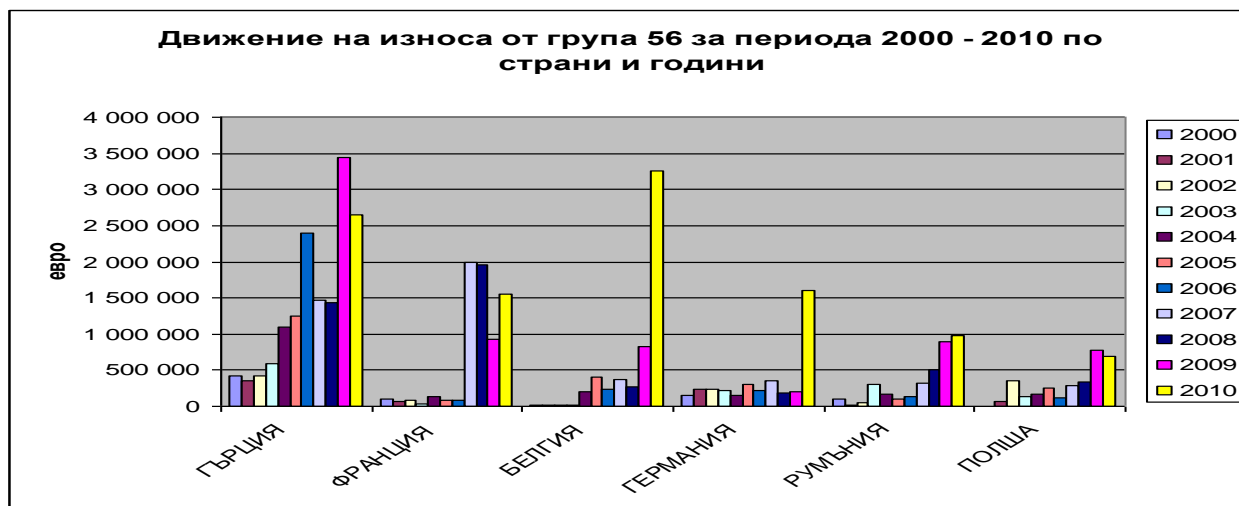
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% полиестерни щапелни влакна, смесени предимно или само с камгарна вълна или камгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	1334,4	1451,93	67,0%	64,6%	15520,96	10379,65	8,6%	14,0%
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% акрилни или модакрилни щапелни влакна, смесени предимно или само с камгарна вълна или камгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	432,37	602,46	21,7%	26,8%	1770,36	1689,15	24,4%	35,7%
тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% полиестерни щапелни влакна, смесени предимно или само с щрайхгарна вълна или щрайхгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани	103,25	128,78	5,2%	5,7%	1690,05	1593,51	6,1%	8,1%

По основните три български продукти, които се изнасят към Франция, се наблюдава увеличение в стойността на износа, което води и до по-голям дял на страната в общия внос на Франция. Това наблюдение е в контраст на регистрираното намаление в общия износ на продуктовата група към Франция.

Традиционни пазари на Вати, филцове и нетъкани текстилни материали

Количествата изнесена продукция от **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** не са големи – за целия разглеждан период са изнесени стоки на обща стойност близо 69,7 млн. евро. От общо 120 страни, за които има осъществен износ, на първо място се нарежда Гърция (общо 15,5 млн. евро), последвана от Франция (7 млн. евро), Белгия (5,6 млн. евро), Германия (близо 4 млн. евро), Румъния (3,6 млн. евро), Полша (малко над 3 млн. евро). Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 39. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

Пазарите на Гърция, Франция, Белгия, Германия, Румъния и Полша може да се разглеждат като традиционни. За десетгодишния период страната ни ежегодно и без прекъсване е осъществявала износ за тези страни. Износът ни само за тези пазари формира основна част (56 %) от българския износ, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Тук изводът е, че основният пазар на български **Вати, филцове и нетъкани текстилни материали** е съседна Гърция (22 % от общия износ за периода) и това определя до голяма степен обвързаността на производството ни с този пазар.

Традиционни пазари на Килими и други тъкани изделия

Проследявайки направения износ от България на **Килими и други тъкани изделия** през периода 2001 – 2010 от общо 110 страни, за които има износ, на първо място са САЩ (общо 46,6 млн. евро), последвани от Германия (12,1 млн. евро), Белгия (малко под 6 млн. евро), Гърция (3,3 млн. евро), Полша (3,1 млн. евро).

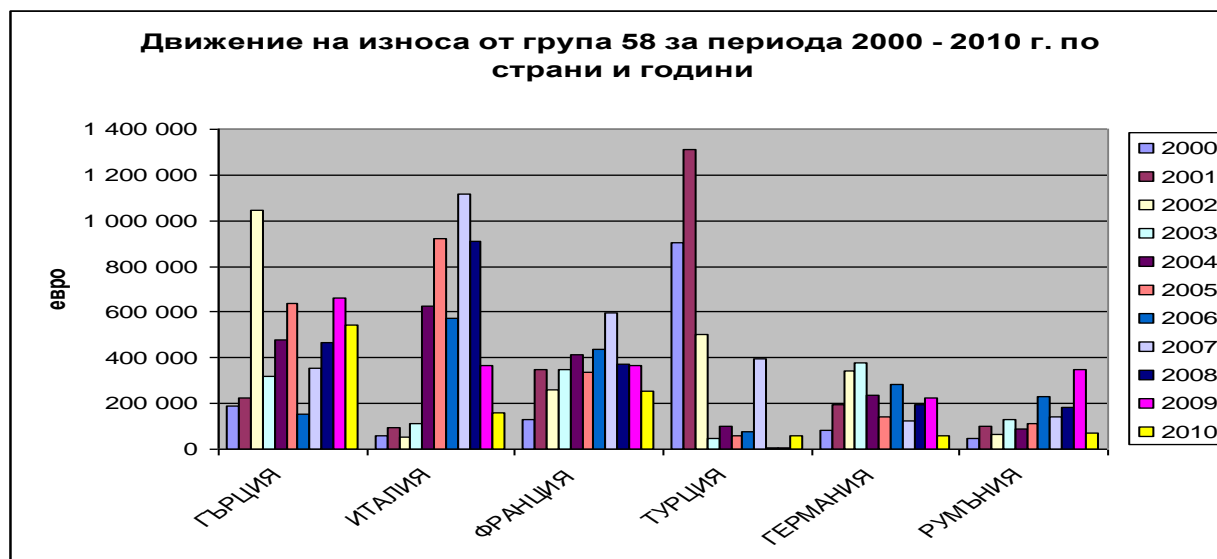
Пазарите на САЩ, Германия, Белгия, Гърция, Полша и Румъния се явяват традиционни за българските **Килими и други тъкани изделия**. За разглеждания десетгодишен период, българските производители ежегодно са изнасяли килими за тези страни, като основният ни пазар са Съединените американски щати (45 % от общия обем на изнесените количества). Износът ни за тези шест страни формира 72 % от целия износ, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Традиционни пазари на Специални тъкани

Проследявайки количествата изнесена продукция от **Специални тъкани**, те не са големи – за целия разглеждан период износът е на обща стойност 28,2 млн. евро. От общо 97 страни, за които има осъществен износ, на първо място е Гърция (общо 5,1 млн. евро), последвана от Италия (близо 5 млн. евро), Франция (3,9 млн. евро), Турция (3,5 млн. евро), Германия (2,3 млн. евро) и Румъния (1,5 млн. евро). Движението на българския износ през

годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 40. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

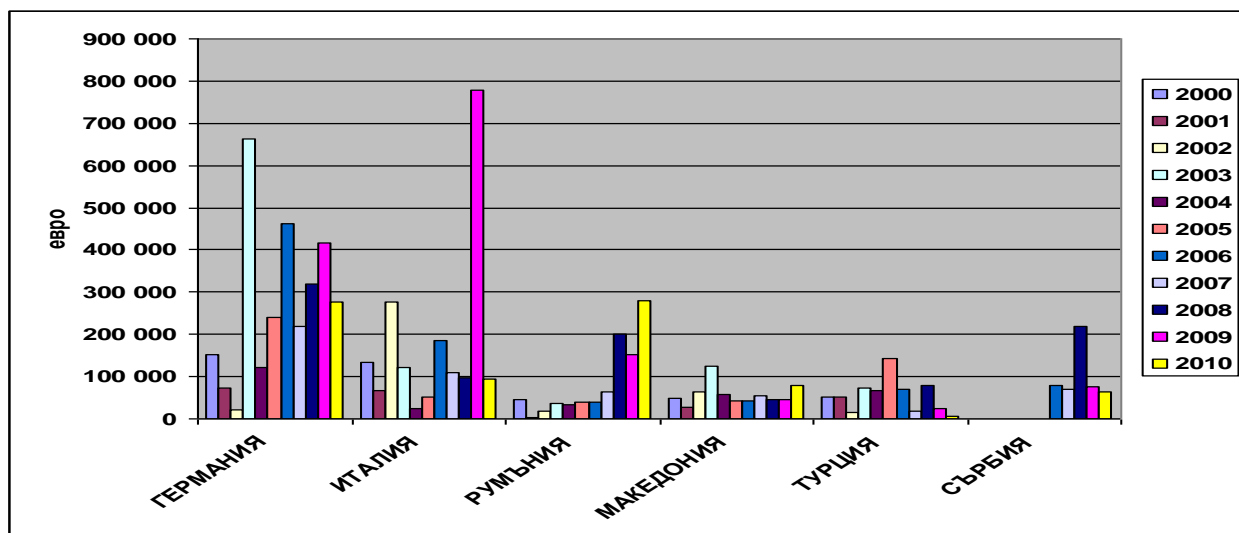
Пазарите на Италия, Испания, Германия, Франция, Турция и Гърция може да се разглеждат като традиционни. За десетгодишния период страната ни ежегодно без прекъсване е осъществявала износ за тези страни. Износът ни само за тези пазари формира по-голямата част (73 %) от целия износ на **Специални тъкани**, който сме осъществили на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Основният пазар на български **Специални тъкани** са Гърция и Италия, което определя до голяма степен обвързаността на производството ни с този пазар.

Традиционни пазари на Импрегнирани или промазани тъкани

Проследявайки количествата изнесени **Импрегнирани или промазани тъкани**, те не са големи – за целия разглеждан период са изнесени стоки на обща стойност само 14,7 млн. евро. От общо 105 страни, за които има осъществен износ, на първо място се нарежда Германия (близо 3 млн. евро), последвана от Италия (1,9 млн. евро), съседните Румъния (0,9 млн. евро), Македония (0,6 млн. евро), Сърбия (0,5 млн. евро) и Турция (0,6 млн. евро). Движението на българския износ през годините за първите шест страни, за които сме осъществили най-голям износ е представено на следващата фигура.

Фигура 41. Износ на България за основните ѝ клиенти



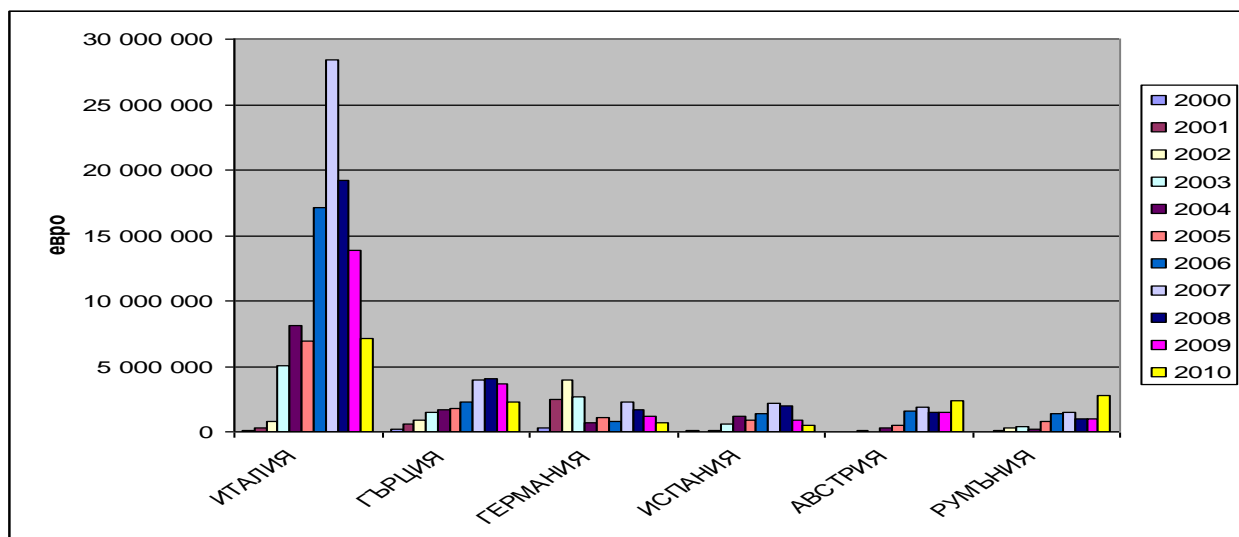
Източник: МТЦ

Макар и малки като обем, може да се смята, че традиционните пазари на българските **Импрегнирани или промазани тъкани** са Германия, Италия, Румъния, Македония, Турция и Сърбия. Износът ни за посочените страни формира 50 % от целия износ, осъществен на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

Традиционни пазари на Трикотажни платове

Проследявайки направения износ от България на **Трикотажни платове** през периода 2001 – 2010 от общо 87 страни, за които е правен износ, на първо място е Италия (общо 107 млн. евро), последвана от Гърция (22,9 млн. евро), Германия (малко над 17,7 млн. евро), Испания (9,9 млн. евро), Австрия (9,8 млн. евро), Румъния (9,4 млн. евро). Движението на българския износ през годините за първите шест страни е представено на следващата фигура.

Фигура 42. Износ на България за основните ѝ клиенти



Източник: МТЦ

Пазарите на Италия, Гърция, Германия, Испания, Австрия и Румъния могат да се разглеждат като традиционни за България, тъй като за анализирувания десетгодишен период страната ни непрекъснато е изнасяла трикотажни платове за тези страни, като основният ни пазар е Италия (49 % от общия обем на изнесените количества). Тук изводът е, че Италия определя до голяма степен зависимостта на производството ни на трикотажни платове от този пазар.

Износът ни за посочените шест страни формира 79 % от целия износ на **Трикотажни платове**, осъществен от българските текстилни предприятия на световния пазар за периода 2001 – 2010 г.

В раздел 3 от настоящия анализ са определени 3 групи стоки и услуги от **Трикотажни платове** с експортен потенциал. В този смисъл за същите („Други трикотажни платове”, „Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки, различни от тези от 6001” и „Каdifета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни”) е изготвен по-задълбочен анализ по данни на МТЦ, представен по-долу:

„Други трикотажни платове”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 59 страни в света в периода 2006 – 2010 г. Износът ни по тази продуктова група е на стойност 78 777 000 евро, а за най-големите ни пазари е за 71 658 810 евро, т.е. 91% от целия ни износ по тази продуктова група е насочен към основните ни клиенти (

Таблица 146).

Таблица 146. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	6894.48	10629.27	5847.06	5781.46	5061.42	34213.69
Гърция	1050.77	2654.76	1676.71	1083.44	1125.85	7591.53
Австрия	615.34	998.73	1487.08	1451.28	2289.35	6841.78
Испания	870.86	1328.48	1201.63	582.95	476.7	4460.62
Франция	86.77	1823.83	1535.34	312.63	435.28	4193.85
Румъния	533.34	678.46	361.58	354.22	1196.64	3124.24
Руска федерация	223.69	561.01	1491.84	544.23	119.74	2940.51
Турция	218.91	446.47	685.77	188.58	926.28	2466.01
Холандия	102.69	779.87	1334.16	217.98	6.78	2441.48
Германия	195.03	572.68	415.27	522.72	518.87	2224.57
Сърбия	128.16	294	120.3	243.79	374.28	1160.53

Както е видно от таблицата износът ни за Австрия, Турция, Румъния и Сърбия се увеличава. Износът ни за Турция през 2010 г. е нараснал 4 пъти в сравнение с износът ни през 2006 г., за Франция - близо 4 пъти, за Румъния и Сърбия – нарастването е 2 пъти. В същото време износът ни за най-големия ни клиент Италия през 2010 г. е намалял 2 пъти в сравнение с 2007 г. – годината, в която сме постигнали най-високи стойности от продажби в тази страна.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 147. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	166 450	116 893	115 369	106 620	102 708
Внос	122 821	146 080	133 655	128 438	185 749
Износ	289 270	262 973	249 025	235 058	288 457

Представените данни разкриват високата конкурентност на италианския пазар за разглежданата стокова група- голям обем както на вноса, така и на износа. Положителен за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната постепенно намалява, поради увеличението в стойността на вноса. И за този продукт, се наблюдава спад в нивото на вноса от България след пика през 2007 г.

Основните три продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 148. Топ 3 продукти, изнасяни на най-големия пазар (Италия) - Други трикотажни платове

Топ 3 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
неизбелени или избелени тъкани, трикотажни или плетени, от синтетични влакна, с ширина > 30 см (с изключение на завеси, основно-плетени платове, "включително тези, получени чрез машина за галониране", тези, съдържащи тегловно > = 5% прежда от еластомери	3757,99	3600,46	56,3%	76,5%	12938,91	14648,83	29,0%	24,6%
неизбелени или избелени тъкани, трикотажни или плетени, с ширина > 30 см (с изключение на изкуствени тъкани, памук, вълна или фини животински косми, основно-плетени платове, "включително тези, получени чрез машина за галониране", тези, съдържащи тегловно > = 5% от прежда от еластомери	1281,34	652,16	19,2%	13,9%	4307,24	4495,11	29,7%	14,5%
неизбелени или избелени тъкани, трикотажни или плетени, от изкуствени влакна, с ширина > 30 см (с изключение основно-плетени платове, "включително тези, получени чрез машина за галониране", тези, съдържащи тегловно > = 5% прежда от еластомери или каучукови нишки	448,15	349,43	6,7%	7,4%	5717,65	8905,12	7,8%	3,9%

Представените данни разкриват общата тенденция на намаление на българския внос в Италия, което води и до съответно намаление в дела на вноса от нашата страна в общия италиански внос.

„Трикотажни платове с ширина, превишаваща 30 см, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки, различни от тези от 6001”

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 43 страни в света в периода 2006 – 2010 г. През 2010 г. не сме изнасяли за 19 от тези 43 страни, т.е. почти за половината от тях. Износът ни по тази продуктова група е приблизително за 69 800 000 евро, а за най-големите ни пазари е за 64 723 740 евро. И тук, както и при предшестващата продуктова група (Други трикотажни платове) повече от 90% от износа ни са насочени към основните ни клиенти.

Таблица 149. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро (6004)

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Италия	9622.5	17259.97	13086.06	7976.31	1905.28	49850.12
Гърция	461.7	1079.71	1456.5	1626.24	622.04	5246.19
Германия	507.87	1511.59	628.68	171.37	22.59	2842.10
Румъния	740.31	624.48	451.97	237.34	570.08	2624.18
Испания	466.48	852.09	687.13	248.81	16.57	2271.08
Австрия	952.86	892.95	8.16	15.77	20.33	1890.07

Прави впечатление, че движението по всички пазари е в низходяща линия. Спадовете са в пъти. Ако се направи сравнение на износа през 2010 г. спрямо 2009 г. единствено в износа за Румъния и Австрия има ръст съответно от 58,4% и 22,4%.

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Италия, са представени в следващата таблица:

Таблица 150. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Италия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	260 178	259 757	236 179	166 765	169 752
Внос	118 012	171 855	155 601	153 357	182 833
Износ	378 190	431 612	391 780	320 122	352 585

Въпреки че вносът на тази стокова група в Италия нараства, българският износ там намалява драстично, особено през 2010 г. За тази продуктова група единствено на Румънския пазар се забелязва връщане на стойностите на вноса към предкризисните такива.

Основните два продукта по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, които се изнасят на водещия пазар – Италия, са представени на следващата таблица:

Таблица 151. Топ 2 продукта, изнасяни на най-големия пазар (Италия) от продуктова група 6004 - Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластomers или каучукови нишки, различни от тези от 6001

Топ 2 продукти, изнасяни на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Италия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Италия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
трикотажни или плетени тъкани, с широчина > 30 cm, съдържащи тегловно >=5% прежда от еластomers (с изкл. на каучукови нишки, плюшове (вкл. платове, наречени "с дълъг влас"), хавлиени платове, етикети, емблеми и подобни артикули, трикотажни или плетени)	6800,37	1524,23	100,0%	99,7%	149502,0	179918,1	4,5%	0,8%
трикотажни или плетени тъкани, с широчина > 30 cm, съдържащи тегловно >=5% прежда от еластomers и каучукови нишки или само каучукови нишки (с изкл. на плюшове (вкл. платове, наречени "с дълъг влас"), хавлиени платове, етикети, емблеми и подобни артикули, трикотажни или плетени)	0	4,52	0,0%	0,3%	3839,01	3252,54	0,0%	0,1%

Износът на тази стокова група е съсредоточен в рамките на един основен продукт-трикотажни или плетени тъкани, с широчина > 30 cm, съдържащи тегловно >=5% прежда от еластomers (с изкл. на каучукови нишки, плюшове (вкл. платове, наречени "с дълъг влас"), хавлиени платове, етикети, емблеми и подобни артикули, трикотажни или плетени), при който се забелязва сериозен спад в стойността на реализирания износ.

„Кадифета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни”

Тази продуктова група е единствената от **Трикотажни платове**, по която има възходящо движение на реализирания износ. Постигнатият ръст през 2010 г. спрямо 2008 г. (когато е пика на световната икономическа криза) е 59%.

България е изнасяла стоки от тази продуктова група за 21 страни в света в периода 2006 – 2010 г. През 2010 г. не сме изнасяли за 10 от тези 21 страни, т.е. за половината от тях. Износът ни по тази продуктова група е приблизително за 10 млн. евро за периода 2006 – 2010 г., като 45,5% от този износ е за Холандия. Тази страна се явява най-големият ни пазар за стоките от тази продуктова група.

Таблица 152. Износ на България към основните ѝ клиенти, хил. евро

Вносител	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Общо 2006 – 2010 г.
Холандия	17.51	4.38	19.03	2379.84	2119.16	4539.92
Гърция	767.38	163.41	718.39	611.63	497.03	2757.84
Турция	260.3	194.78	82.92	141.97	157.39	837.36
Румъния	0	0	95.83	246.66	138.57	481.06
Италия	90.75	103.59	137.29	42.31	47.44	421.38

Данни за търговския баланс, вноса и износа за водещия пазар за анализираната стокова група- Холандия, са представени в следващата таблица:

Таблица 153. Търговско салдо, внос и износ за водещия пазар за стоковата група в хил. евро

Холандия	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Търговски баланс	3 213	2 675	2 500	3 501	3 792
Внос	5 580	5 401	5 696	5 717	5 802
Износ	8 793	8 076	8 197	9 218	9 595

Увеличението в стойността на вноса на Холандия до стойности по-високи от предкризисните, както и относително големите обеми на български внос на този пазар, го правят важна експортна дестинация за българската продукция.

Основният продукт по обем на износа в стойностно изражение в тази стокова група, който се изнася на водещия пазар – Холандия, е представен на следващата таблица:

Таблица 154. Топ продукт, изнасян на най-големия пазар (Холандия) - Каdifета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни

Продукт, изнасян на съответния пазар	Внос от България (хил.евро)		Дял на българския износ на продукта в цялата стокова група		Общ внос на Нидерландия (хил.евро)		Дял на българския износ в общия внос на Нидерландия	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
каdifета от изкуствени влакна, трикотажни или плетени (с изкл. на платовете, наречени "с дълъг влас")	0	24,1	0,0%	100,0%	2601,41	2073,22	0,0%	1,2%

В рамките на тази продуктова група България изнася за Холандия основно един продукт за 2010 г., като при него се наблюдава увеличение на стойностите спрямо 2009 г.

Пазари с потенциал за българските производители

Пазарите на страните от ЕС остават на първо място сред пазарите с потенциал, на които България търгува и ще продължава да търгува своите стоки от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”. Освен пазарите на страните от ЕС източноазиатските пазари, пазарите на САЩ и Русия също са с голям потенциал.

Изследвайки движението на износа по отделните глави на комбинираната номенклатура, влизащи в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”, в Таблица 155²³ са дадени пазарите, които би било в интерес на българската икономика да се развиват занапред.

Таблица 155. Пазари с потенциал за българските производители

	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
	Коприна									
ИТАЛИЯ	28 800	32 385	651 441	857 861	891 184	977 266	1 394 382	957 616	971 981	942 671
ГЪРЦИЯ	118 282	57 007	51 791	20 836	10 303	10 174	7 980	6 180	29 189	4 223
ФРАНЦИЯ	39 413	4 777	2 245	2 163	10 791	44 696	108 010	93 764	30 213	16 840
ГЕРМАНИЯ	3 076	1 264	859	1 010	52 757	3 036	11 109	65 915	5 310	5 683
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	86	116	:	:	350	2 781	25 487	1 313	:	5 865
	Вълна, фини и груби косми									
ИТАЛИЯ	3 804 390	9 512 864	18 369 845	33 997 754	51 647 303	67 413 166	60 003 588	52 702 257	34 971 103	39 582 074
ТУРЦИЯ	1 409 029	3 683 843	7 847 040	6 630 913	5 999 497	6 386 672	8 750 057	5 884 340	2 242 856	2 423 466
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	663 143	5 261 424	3 663 350	2 623 202	1 395 288	2 681 766	2 922 670	1 162 525	1 584 775	2 303 209
ГЕРМАНИЯ	5 097 866	5 808 795	2 135 216	1 711 744	2 154 907	4 318 623	5 439 127	4 198 351	2 015 685	2 265 505
ПОЛША	163 653	297 328	284 762	798 531	390 192	1 721 424	6 666 776	8 725 460	1 742 485	2 153 925
РУМЪНИЯ	801 461	579 139	1 183 456	1 775 576	3 081 101	3 271 005	4 416 388	1 790 177	1 056 507	1 916 771
	Памук									
ИТАЛИЯ	19 209 582	21 732 643	16 938 009	15 600 762	16 587 068	14 555 366	9 492 167	5 356 200	10 165 622	5 189 161
ТУРЦИЯ	409 313	6 497 786	14 571 208	14 109 526	10 366 046	1 002 039	594 301	498 432	1 300 027	1 590 025
ГЕРМАНИЯ	4 093 758	5 415 023	5 518 834	4 260 840	4 793 758	4 435 589	4 487 711	4 805 971	2 675 471	2 140 937
ФРАНЦИЯ	321 615	240 666	1 246 229	2 211 318	2 155 726	2 389 325	2 459 336	2 520 101	2 302 724	1 656 523
РУМЪНИЯ	232 620	86 633	410 516	908 455	1 084 997	1 860 841	3 867 996	987 944	738 394	1 263 629
СЪРБИЯ	:	:	:	:	:	1 998 579	1 366 314	1 533 877	1 315 680	1 672 070

²³ Ползвани са данни от МТЦ

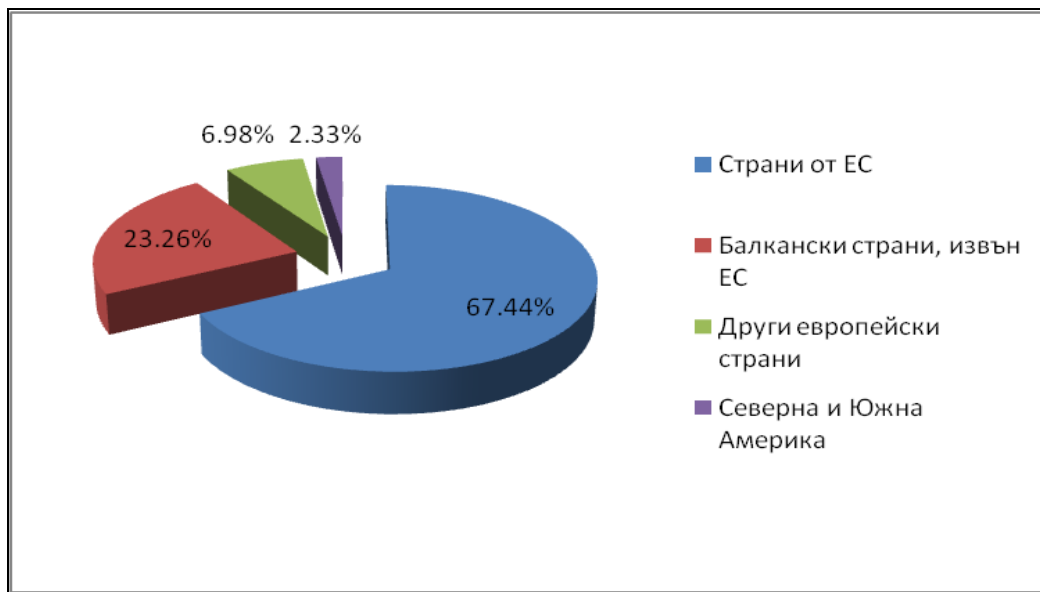
	Др. растителни текстилни влакна									
ИТАЛИЯ	19 835	49 530	1 032 861	2 167 847	2 098 060	2 379 211	1 446 593	1 006 308	741 717	425 858
ИСПАНИЯ	53 809	121 835	152 358	389 276	311 944	234 016	202 918	471 808	292 172	150 077
ГЕРМАНИЯ	62 010	48 171	380 465	75 290	49 167	66 370	344 495	155 862	136 786	77 704
ФРАНЦИЯ	37 338	18 255	33 265	81 212	40 529	63 811	267 404	137 937	218 843	216 042
ТУРЦИЯ	5 181	13 451	227 795	144 509	116 148	85 215	201 732	25 500	131 920	97 293
ГЪРЦИЯ	114	61 972	21 174	23 699	48 500	4 861	143 125	285 197	221 764	114 628
	Синтетични или изкуствени нишки									
ИТАЛИЯ	6 970 106	8 852 994	14 098 416	15 248 640	17 352 290	16 769 731	16 108 870	14 662 780	14 169 818	14 541 560
ГЕРМАНИЯ	4 487 193	9 950 020	4 725 512	2 619 525	2 549 608	2 099 578	4 180 314	4 198 357	3 700 091	4 438 812
ТУРЦИЯ	1 772 927	3 442 537	5 854 348	6 743 153	5 613 912	4 047 728	4 730 886	2 811 005	2 078 662	2 207 635
РУМЪНИЯ	1 006 762	1 292 020	1 126 297	1 431 177	2 135 243	4 122 725	3 033 854	3 175 527	1 597 119	2 050 685
ВЕЛИКОБРИ ТАНИЯ	161 984	525 685	333 763	1 250 730	1 828 773	2 228 943	3 063 163	1 772 713	1 068 390	1 146 780
БЕЛГИЯ	50 421	59 266	110 061	279 587	1 016 537	1 482 211	2 548 437	1 430 910	1 309 372	1 225 062
	Щапелни синтетични или изкуствени влакна									
ИТАЛИЯ	3 471 527	7 546 194	14 435 329	23 715 148	18 567 142	33 221 300	35 950 838	28 229 673	22 694 475	22 089 396
ТУРЦИЯ	5 688 086	5 487 656	11 241 442	9 915 947	8 183 432	4 276 925	13 838 848	6 202 464	4 474 758	7 423 440
ПОЛША	256 801	121 685	94 248	5 377 221	9 123 500	13 100 420	11 306 633	12 189 483	9 643 447	10 440 100
ГЕРМАНИЯ	5 337 281	5 644 425	3 899 195	3 230 649	2 683 845	2 659 991	6 865 831	6 062 758	4 959 435	5 009 230
РУМЪНИЯ	1 526 981	1 331 287	719 554	2 999 610	2 589 971	3 802 352	3 078 305	4 169 034	2 087 615	3 334 106
ФРАНЦИЯ	371 006	503 244	912 863	2 854 829	1 830 981	1 656 533	3 532 546	4 282 567	3 138 135	2 521 721
	Вати, филцове и нетъкани текстилни материали									
ГЪРЦИЯ	350 792	427 063	585 261	1 089 262	1 243 906	2 388 892	1 472 181	1 437 220	3 443 832	2 657 967
ФРАНЦИЯ	72 012	80 861	34 604	141 335	91 898	83 064	1 996 542	1 956 408	931 311	1 547 636
БЕЛГИЯ	11 882	9 343	19 851	204 571	399 527	244 343	376 718	265 425	832 412	3 253 261
ГЕРМАНИЯ	241 797	236 601	227 181	151 072	312 110	227 540	350 190	193 097	210 358	1 606 959
РУМЪНИЯ	22 042	52 831	297 900	166 239	99 402	132 188	312 432	512 262	892 264	985 232
ПОЛША	67 265	353 146	132 971	167 261	251 838	119 829	281 812	344 385	768 457	684 630
	Килими и др. тъкани изделия									
САЩ	4 899 996	5 666 507	6 138 403	4 701 550	3 835 344	4 189 759	3 618 107	2 638 539	1 902 382	3 526 217
ГЕРМАНИЯ	270 764	1 209 288	1 182 486	1 473 555	2 012 137	1 727 169	1 028 791	1 471 140	855 845	771 511
БЕЛГИЯ	30 999	37 495	147 360	1 372 032	1 120 793	799 268	502 761	574 858	456 611	935 326
ГЪРЦИЯ	86 955	574 389	432 168	355 432	350 133	354 214	316 285	276 798	127 187	308 138

ПОЛША	275 056	283 333	270 527	186 787	506 622	242 229	229 199	371 907	101 848	212 815
РУМЪНИЯ	256	1 539	10 187	14 219	23 184	167 254	146 249	1 886 592	169 812	269 859
	Специални тъкани									
ГЪРЦИЯ	224 828	1 044 070	318 843	476 375	640 831	151 492	356 249	466 560	659 124	544 798
ИТАЛИЯ	92 602	53 119	110 419	625 153	921 081	575 557	1 114 088	907 306	368 337	157 327
ФРАНЦИЯ	349 969	261 444	349 112	415 335	337 677	439 530	596 651	369 314	363 654	256 004
ТУРЦИЯ	1 314 058	499 936	47 671	98 367	58 494	74 348	394 055	8 843	6 627	60 092
ГЕРМАНИЯ	195 765	343 631	379 592	238 105	139 822	281 351	122 821	192 631	226 004	61 568
РУМЪНИЯ	100 046	64 680	132 291	90 448	111 667	230 627	144 709	180 316	345 830	68 651
	Импрегнирани или промазани тъкани									
ГЕРМАНИЯ	73 452	19 873	663 329	121 409	240 336	462 284	219 490	319 676	418 049	275 495
ИТАЛИЯ	66 984	275 400	120 375	25 372	50 791	185 376	108 619	97 254	779 731	93 798
РУМЪНИЯ	2 767	19 229	36 405	34 811	40 062	40 422	64 097	200 641	152 346	279 168
МАКЕДОНИ Я	27 049	62 406	123 962	56 899	43 470	41 050	55 484	45 196	44 716	78 267
СЪРБИЯ						80 200	70 415	218 814	75 632	62 717
ГЪРЦИЯ	15 230	7 585	8 743	82 172	40 283	58 400	72 193	43 983	74 436	60 280
	Трикотажни платове									
ИТАЛИЯ	343 465	820 586	5 088 900	8 154 164	6 887 820	17 161 127	28 418 656	19 234 786	13 833 225	7 082 844
ГЪРЦИЯ	584 533	877 009	1 473 079	1 673 018	1 797 429	2 311 061	3 957 011	4 045 330	3 687 486	2 292 732
ГЕРМАНИЯ	2 478 354	3 933 403	2 637 771	695 359	1 059 619	761 477	2 239 653	1 648 088	1 186 723	695 544
ИСПАНИЯ	17 031	142 092	639 685	1 156 001	876 450	1 415 082	2 192 494	2 011 892	896 655	500 223
АВСТРИЯ	12 001	122 261	21 587	283 754	540 927	1 567 311	1 886 012	1 491 964	1 474 825	2 367 869
РУМЪНИЯ	104 618	332 866	363 560	237 743	782 275	1 349 483	1 454 706	1 018 804	961 950	2 747 788

Както беше посочено по-горе представените данни за водещите пазари в тази част се отнасят общо за сектора. Проведеното **анкетно проучване е източникът на информация за пазарите, на които изнасят МСП.**

Информацията от изследването дава възможност да се проследят основните експортни дестинации на предприятията и приблизителният експортен дял на техните стоки и услуги. На следващата фигура са представени експортните пазари на изследваните предприятия.

Фигура 43. Експортни пазари на изследваните предприятия (в %)

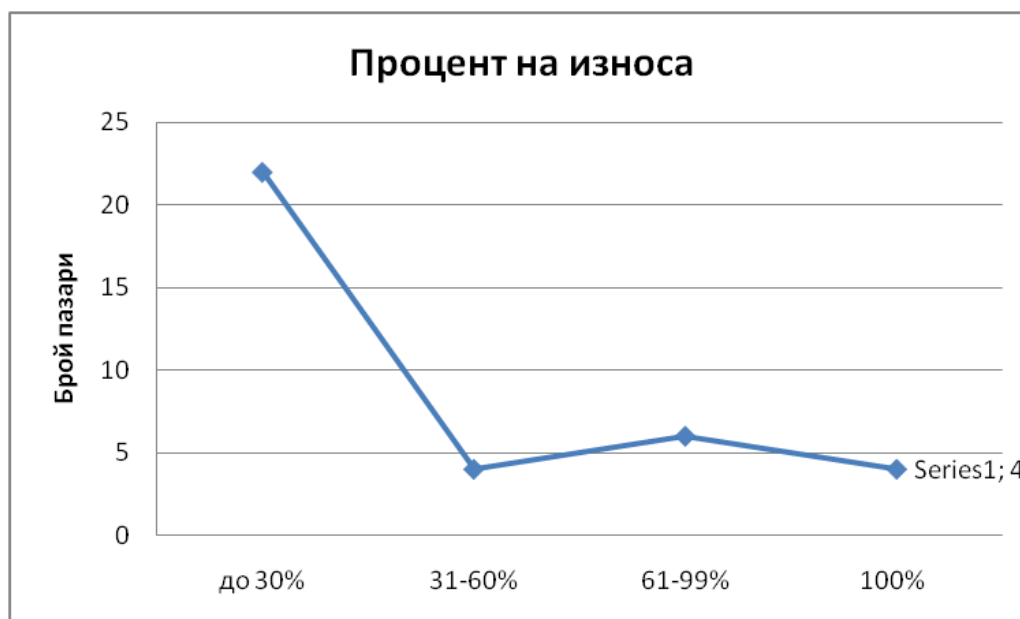


Основните пазари за сектора са в страни от ЕС и Балкански страни, извън ЕС (дял общо над 90 % от външните пазари).

Важно е да се отбележи, че експортните пазари на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“ почти изцяло са съсредоточени в Европа, като никое от интервюираните предприятия не изнася в страни от Африка или Азия.

Тази констатация недвусмислено се потвърждава и от статистическите данни при детайлното проучване на пазарите и говори за силна зависимост именно от икономиката на европейските пазари.

Фигура 44. Процентно разпределение на износа по броя на експортните пазари



Най-многобройни са пазарите, на които експортът е до 30%. Данните показват, че изследваните предприятия изнасят средно на около 3 пазара.

Това е показателно за силна зависимост на предприятията от малко на брой външни пазари, което може да се окаже критично за техния експорт в даден кризисен момент.

По мнение на респондентите основните им *конкуренти в страните от ЕС* са тези от северната ни съседка – Румъния (46% от експертите са я посочили като основен конкурент), и от Италия, съответно с 23% от отговорите. Белгия и Гърция също са посочвани като конкуренти страни за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“. Интересно е да се отбележи, че шестима ръководители на предприятия считат, че нямат конкуренти от страните от ЕС.

Сред страните *извън ЕС* основният конкурент на българските предприятия е Китай, посочен от 78,9% от респондентите. Следва го Турция с 47,4%²⁴. Споменават се също Индия, Пакистан, Египет, Мароко, Тунис и Бангладеш, както и някои европейски страни, извън ЕС като: Македония, Сърбия, Украйна, Беларус, Молдова и Русия. Производители от САЩ и Канада също са посочени като важни конкуренти на българските фирми. Всички анкетирани лица са посочили поне по един конкурентен пазар извън ЕС, което говори за осезаемо по-силна конкуренция на страни, извън ЕС.

Това е обяснимо с факта, че ниската цена на труда в България и свързаната с това по-ниска цена на продукцията при сравнително добро качество дават на текстилните ни продукти добри конкурентни предимства в сравнение с другите европейски производители, но не са достатъчни при конкуренцията на стоките от Китай и далекоизточните страни. При

²⁴ Необходимо е да се направи уточнение, че въпросът допуска повече отговори, поради което сумата от посочените проценти надминава 100%.

конкуренцията с последните българския текстил разчита предимно на качествените си характеристики.

За двата вида пазари (тези в ЕС и извън ЕС) може да се отбележи, че съседните на България страни са й конкуренти, което възпрепятства намирането на пазарни ниши на техните пазари.

Основните *предимства на конкурентите от ЕС*, посочени от респондентите, са свързани с три основни фактора:

- 1) ниските цени на конкурентните продукти (според 63% от респондентите);
- 2) по-високата производителност на конкурентите;
- 3) подкрепата от страна на държавата.

С други думи, предимствата на конкурентите от ЕС са свързани точно с онези неща, които изследваните ръководители оценяват като високо критични и с голям приоритет за българските предприятия.

Необходимо е да се отбележи, че основните предимства на конкурентите са логическо следствие от производствената характеристика на самите конкуренти страни. Предимството на Китай е именно ниската цена на труда. Но това предимство е валидно и за българските предприятия, защото широко известно е, че заплащането в нашата страна също е достатъчно ниско. Затова от значение е и другото посочено конкурентно предимство за страните извън ЕС – високата производителност, която освен с живия труд може да се свърже и с високо технологично ниво, достъп до по-евтини финансови ресурси и т.н., т.е. с фактори, с които конкурентите от тези страни разполагат, а българските предприятия – не. От значение е и третото предимство на конкурентите, посочено от експертите: държавната помощ. То е характерно за Турция, където държавата дотира сектора и дава по-голям шанс на предприятията да се наложат на международни пазари. Неслучайно Турция е посочена като един от основните конкуренти на България. Този факт не изглежда особено обнадеждаващ, като се има предвид, че Турция е съседна страна и лесно би могла да запълни пазарните ниши в нашия регион.

„Портфейлът” на перспективните пазари и оценката за тяхната перспективност според ръководителите на предприятията е твърде разгърнат. Поради това и поради малкия брой на изследваните фирми от сектора оценката на перспективността на пазарите е трудно да бъде обобщена само на основата на анкетното проучване. Мненията на респондентите са представени в следващата таблица:

Таблица 156. Перспективни международни пазари

Перспективен пазар	Брой фирми, за които пазарът е перспективен	Защо е перспективен
Европейски съюз	6	<ul style="list-style-type: none"> • Търговски център; облекчения заради членството • Добри логистични възможности • Имаме установени контакти • Обем на пазара • Сигурен пазар заради сключени договори (ишлеме) • Добре развита бизнес среда
Русия	5	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара • Има търсене на продукцията • Обем на пазара и платежоспособност • Имаме установени контакти
Германия	4	<ul style="list-style-type: none"> • Коректност, точност, акуратност • Обем на пазара и платежоспособност • Високото качество на продуктите • Платежоспособност
Франция	3	<ul style="list-style-type: none"> • Високото качество на продуктите • Имаме утвърдени ниши • Нов пазар
Англия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара и платежоспособност
Италия	4	<ul style="list-style-type: none"> • Високото качество на продуктите • Обем на пазара • Има търсене на продукцията • Имаме установени контакти
Белгия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Платежоспособност
Швеция	1	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатъчно предлагане от България
Латвия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара
Чехия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатъчно предлагане от България
Гърция	2	<ul style="list-style-type: none"> • Има търсене на продукцията • Имаме установени контакти
Румъния	1	<ul style="list-style-type: none"> • Добри логистични възможности
Балканите	1	<ul style="list-style-type: none"> • Добри логистични възможности
Сърбия	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара
Македония	2	<ul style="list-style-type: none"> • Има търсене на продукцията
Турция	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара
Полша	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара
Естония	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара
Хърватска	1	<ul style="list-style-type: none"> • Обем на пазара

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

Таблица 157. Промени в износа на предприятието през следващите 5 години (в %)

Каква промяна ще настъпи	%
Ще се увеличава бързо	5,3
Ще се увеличава, но с бавни темпове	42,1
Ще се запази на сегашното ниво	26,3
Ще намалява, но с бавни темпове	5,3
Ще намалява бързо	5,3

Според данните от анкетното проучване почти $\frac{3}{4}$ (73,7 %) от ръководителите на предприятията са оптимистично настроени. Нещо повече – основната част от тях са на мнение, че износът им ще нараства, макар и с бавни темпове. Песимистично настроените са само 10,6 %. Не могат да преценят какво ще се случи с експорта на предприятието 10,5 % от ръководителите.

Основните форми на сътрудничество с чуждестранни партньори са износ (83,3%) и внос (27,8%). Нисък е делът на предприятията, осъществяващи форми на сътрудничество, като джойнт-венчър и лиценз (под 6%). Една от интервюираните фирми не осъществява нито една форма на сътрудничество с чуждестранни партньори.

По данни от анкетното проучване 68,4 % от изследваните предприятия от бранша имат ясна и добре обоснована експортна стратегия, което е положителен факт и важна предпоставка за осъществяването на успешна външнотърговска дейност.

Висок е делът на предприятията, реализирали нов продукт на пазара след 2007 г – 73,7 % от участвалите в изследването предприятия;

Малко по-малко от половината предприятия (42,1%) използват портали за реклама и електронна търговия.

Според данните от анкетното проучване сравнително висок е делът на фирмите от бранша, които инвестират в нови технологии и развойна дейност (иновации) – те представляват 63,2 % от изследваните предприятия. Основната част от инвестициите са за разширяване на дейността на съществуващото предприятие (75 %); следвани от инвестициите в диверсификация на продукцията на съществуващото предприятие, чрез добавяне на нови продукти (50,0 %). Сумата на посочените проценти надвишава 100, защото въпросът допуска повече отговори.

Твърде малко от интервюираните фирми- 36,8 %, притежават международни сертификати. 5 фирми имат сертификати ISO, а една фирма притежават и сертификат AQAP.

В заключение могат да се направят следните **обобщаващи изводи** относно конкурентоспособността на износа на стоки в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” и на МСП:

Общо за сектор „Производство на текстил и изделия от текстил”

Експортните пазари на сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” почти изцяло са съсредоточени в Европа, което е показателно за силна зависимост именно от икономиката на европейските пазари.

Основните пазари на анализиранияте продуктови групи в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” са представени по-долу и са определени на базата на данните за българския износ за всяка продуктова група. Всички количествени данни се съдържат в Приложение 4 „Конкурентоспособност на българския текстил на външните пазари” към настоящата стратегия, частта „Определяне и приоритизиране на целевите пазари”.

Вълна, фини и груби косми

- Стоковите групи с най-голям износ са:

- **Прежди от камгарна вълна, непригодени за продажба на дребно:**
 - Основни пазари за българския износ са Италия, Великобритания, Румъния, Унгария.
 - Продуктът с най-висок дял е: прежди от камгарна вълна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ вълна, неизбелени (с изкл. на тези пригодени за продажба на дребно).
 - Италианският пазар е високо конкурентен за разглежданата стокова група – голям обем както на вноса, така и на износа. Положителен факт за българския износ към Италия е, че след 2006 г. търговското салдо на страната е отрицателно.
- **Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни:**
 - Основни пазари за българския износ са Италия, Турция и Германия.
 - Продуктът с най-висок дял е: вълна, камгарна (фини животински косми, щрайхгарни или камгарни).
 - Италианският пазар е зависим от вносни Вълна, фини или груби животински косми, щрайхгарни или камгарни. Положителен факт за българския износ към Италия е, че търговското салдо на страната е отрицателно.
- **Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми:**
 - Основни пазари за българския износ са Италия, Франция и Великобритания.
 - Продуктът с най-висок дял е: тъкани, съдържащи тегловно основно, но $< 85\%$ щрайхгарна вълна или щрайхгарни фини животински косми, смесени предимно или само с щапелни синтетични или изкуствени влакна с тегло $> 300 \text{ g}$, но $\leq 450 \text{ g/m}^2$.
 - Италианският пазар като цяло не разчита на вносни Тъкани от щрайхгарна вълна или от щрайхгарни фини животински косми за задоволяване на

търсенето си. Все пак, положително за българския износ е лекото увеличение в стойността на вноса в последната анализирана година.

- Основните ни конкуренти на италианския пазар са вносители от Китай, Чехия, Германия, Австрия, Великобритания, Полша, а България се нарежда на 7-мо място по обем сред вносителите в най-големия европейски пазар.

Памук

- Стоковите групи с най-голям износ са:

- **Памучни прежди (различни от шевните конци), съдържащи тегловно 85% или повече памук, непригодени за продажба на дребно:**

- Основни пазари за българския износ са Италия, Турция, Сърбия, Македония.

- Основните изнасяни продукти са:

- усукани прежди или усукани памучни прежди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 125 dtex, но $< 192,31$ dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 52, но непревишаващ 80 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно).
- усукани прежди или усукани памучни прежди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 232.56 dtex, но < 714.29 dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 14, но непревишаващ 43 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно).
- усукани прежди или усукани памучни прежди от камгирани влакна, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с линейна плътност от 192.31 dtex, но < 232.56 dtex (с метричен номер на единичната прежда, превишаващ 43, но непревишаващ 52 (с изкл. на шевните конци и прежда, пригодена за продажба на дребно).

- Регистрираното увеличение на общия внос през 2010 г. прави италианския пазар приоритетен за българските износители. В този смисъл е важно да се положат усилия вносет на български продукти в Италия да не продължи да намалява. Алтернатива за българските износители са пазарите в Турция и Сърбия, където се наблюдава тенденция на увеличение на вноса от България.

- **Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно:**

- Основни пазари за българския износ са Германия и Франция.

- Основният изнасян продукт е памучни прежди, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, пригодени за продажби на дребно (с изкл. на шевните конци).
- Отрицателното търговско салдо разкрива зависимостта на германския пазар от вносни „Памучни прежди (различни от шевните конци), пригодени за продажба на дребно”. Фактът, че през 2010 г. се наблюдава ръст на българския внос на германския пазар е положителен за българските износители.
- **Памучни тъкани, съдържащи тегловно 85% или повече памук, с тегло, превишаващо 200 g/m:**
 - Основният пазар за българския износ е Италия.
 - Основните изнасяни продукти са: памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с тегло $> 200 \text{ G/M}^2$, обагрени (с изкл. на тези с плитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4 и обикновени тъкани) и памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук с тегло $> 200 \text{ G/M}^2$, неизбелени (с изкл. на тези с плитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4 и обикновени тъкани).
 - Износът на тази стокова група от Италия е по-голям от вноса, който обаче е значителен. В този смисъл е важно да бъдат положени усилия, България да не продължи да губи позиции на изследвания пазар.
- **Памучни тъкани, съдържащи тегловно по-малко от 85% памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло, непревишаващо 200 g/m²:**
 - Основните пазари за българския износ са Италия и Сърбия.
 - Основният изнасян продукт е: памучни тъкани, съдържащи тегловно $< 85\%$ памук, смесени предимно или само със синтетични или изкуствени влакна, с тегло $\leq 200 \text{ G/M}^2$, от прежди от различни цветове (с изкл. на тези със сплитка кепър, включително равноличен кепър, чийто повтор не превишава 4).
 - На италианския пазар се забелязва увеличение на вноса след спада, регистриран през 2009 г. Въпреки това, трябва да бъдат отчетени изключително ниските нива на български внос през 2010 г.
- **Памучни тъкани, съдържащи тегловно най-малко 85% памук, с тегло, непревишаващо 200 g/m:**
 - Основните пазари за българския износ са Италия и Румъния.
 - Основният изнасян продукт е: чисти памучни тъкани, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ памук, с тегло $> 130 \text{ G}$ до 200 G/M^2 , печатани със сплитка лито.
 - За разглежданата стокова група италианският пазар е високо конкурентен - голям обем както на вноса, така и на износа. Намаляващите стойности на

търговския баланс го правят приоритетен за българските производители. В този смисъл е важно да се положат усилия, за да не се позволи допълнително намаление на дела на българския износ в общия внос на Италия.

- Основните ни конкуренти на италианския пазар са Китай, Турция, Индия, Пакистан, Египет, а на германския пазар са Италия, Турция, Пакистан, Индия, Швейцария.

Синтетични или изкуствени нишки

- Стоковите групи с най-голям износ са:

- **Преди от синтетични нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно, включително синтетичните монофиламенти с линейна плътност, по-малка от 67 dtex:**

- Основни пазари за българския износ са Италия, Германия и Турция.
- Основният изнасян продукт е текстурирани преди с полиестерни нишки (с изкл. на пригодените за продажба на дребно).
- Въпреки че търговското салдо на Италия за тази стокова група е положително, вносът в страната е съществен. Тенденцията на увеличение на българския внос през последните години доказва значението на Италия като важна експортна дестинация за българската продукция.

- **Шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно:**

- Основни пазари за българския износ са Македония и Гърция.
- Основният изнасян продукт е шевни конци от синтетични нишки, пригодени за продажба на дребно.
- Отрицателното търговско салдо на Македония по отношение на шевни конци от синтетични или изкуствени нишки, дори пригодени за продажба на дребно, в съчетание с регистрираното увеличение на българския внос правят Македония важна експортна дестинация за тази продуктова група за България.

- **Тъкани от преди от синтетични нишки:**

- Основните пазари за българския износ са Италия, Румъния и Великобритания.
- Основните изнасяни продукти са: тъкани от преди с висока здравина, от найлон или от други полиамиди, вкл. монофиламенти с линейна плътност ≥ 67 decitex и с ширина (напречно сечение) ≤ 1 mm и тъкани от преди, съдържащи тегловно $\geq 85\%$ нишки от найлон или от други.
- Положителен за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната постепенно намалява, а вносът достига предкризисните

си стойности. Същевременно е необходимо да бъдат отчетени спадът в стойността на българския внос в Италия, както и възможностите за българските износители, които се откриват на хърватския пазар, произтичащи от факта, че износът ни за Хърватска в периода 2006 – 2008 г. е незначителен в стойностно изражение, но през 2010 г. прави забележителен скок. Причините могат да се крият както в близостта между България и Хърватска, така и в установяването на нови бизнес контакти и завладяване на пазарна ниша на хърватския пазар.

- Преди от изкуствени нишки (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно:

- Основните пазари за българския износ са Италия, Германия и Турция.
- Основният изнасян продукт е: преди от нишки от вискозна коприна, вкл. монофиламенти с линейна плътност <67 decitex, единични, без сук или със сук <120 сука на метър (с изкл. на шевни конци, прежда, пригодена за продажба на дребно, преди с висока здравина и текстурирани преди).
- Въпреки отрицателното търговско салдо на италианския пазар, тенденцията на намаление на българския внос в страната трябва да бъде отчетена. В този смисъл е необходимо да се положат усилия за заздравяване на българските позиции в Италия, както и да се доразвие потенциалът на пазари като Турция и Германия, при които през 2010 г. е регистрирано нарастване.

- Основните ни конкуренти на италианския пазар са Германия, Китай, Холандия, Испания, Франция.

Щапелни синтетични или изкуствени влакна

- Стоковите групи с най-голям износ са:

- Преди от синтетични щапелни влакна (различни от шевните конци), непригодени за продажба на дребно - Съдържащи тегловно 85% или повече щапелни влакна от найлон или от други полиамиди:

- Основни пазари за българския износ са Италия, Полша и Турция.
- Основният изнасян продукт е преди, съдържащи тегловно основни, но <85% акрилни или модакрилни влакна щапелни влакна, смесени предимно или само с вълна или фини животински косми (с изкл. на конци за шиене и вълна, пригодена за продажба на дребно).
- Регистрираното увеличение във вноса на Италия за разгледаната стокова група през последната година до стойности изпреварващи предкризисните такива е положителен сигнал за българските износители. Необходимо е, обаче, да се отчете негативната тенденция на спад в нивата на българския внос на италианския пазар и да бъдат положени усилия за укрепване на позициите ни на него.

- **Други тъкани от синтетични щapelни влакна:**
 - Основни пазари за българския износ са Германия, Франция и Италия.
 - Основният изнасян продукт в Германия и Франция е тъкани, съдържащи тегловно основно, но <85% полиестерни щapelни влакна, смесени предимно или само с камгарна вълна или камгарни фини животински косми, боядисани, направени от прежда в различни цветове или печатани.
 - Търговският баланс на Германия е положителен, въпреки че вносът на страната е значителен (около 82% от износа през 2010 г.). Това, в съчетание с наблюдаваното увеличение в стойността на българския внос през 2010 г., прави германския пазар перспективен за българските износители.
 - Вносът на Франция за разглежданата стокова група е голям, но се наблюдава тенденция на намаление. Това, съчетано с наблюдаваното свиване на стойността на българския внос в страната след 2007 г., са индикатори, които следва да бъдат отчетени.
- Основните ни конкуренти на италианския пазар са Китай, Германия, Турция, Белгия, Румъния.

Трикотажни платове

- Стоковите групи с най-голям износ са:
 - **Други трикотажни платове:**
 - Основни пазари за българския износ Италия, Гърция и Австрия.
 - Основният изнасян продукт е неизбелени или избелени тъкани, трикотажни или плетени, от синтетични влакна, с широчина > 30 см (с изключение на завеси, основно-плетени платове, "включително тези, получени чрез машина за галониране", тези, съдържащи тегловно >= 5% прежда от еластомери.
 - Положителен за българския износ към Италия е фактът, че търговското салдо на страната постепенно намалява, поради увеличението в стойността на вноса. И за този продукт се наблюдава спад в нивото на вноса от България след пика през 2007 г.
 - **Трикотажни платове с широчина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5% или повече преди от еластомери или каучукови нишки, различни от тези от 6001:**
 - Основни пазари за българския износ са Италия, Гърция и Румъния.
 - Основният изнасян продукт е трикотажни или плетени тъкани, с широчина > 30 cm, съдържащи тегловно >=5% прежда от еластомери (с изкл. на каучукови нишки, плюшове (вкл. платове, наречени "с дълъг влас"), хавлиени платове, етикети, емблеми и подобни артикули, трикотажни или плетени).

- Въпреки че вносът на тази стокова група в Италия нараства, българският износ там намалява драстично, особено през 2010 г. За тази продуктова група единствено на румънския пазар се забелязва връщане на стойностите на вноса към предкризисните.
- **Каdifета, плюшове (включително платовете, наречени „с дълъг влас“) и хавлиени платове, трикотажни:**
 - Основни пазари за българския износ са Холандия и Гърция.
 - Основният изнасян продукт е каdifета от изкуствени влакна, трикотажни или плетени (с изкл. на платовете, наричани "с дълъг влас").
 - Увеличението в стойността на вноса на Холандия до стойности по-високи от предкризисните, както и относително големите обеми на българския внос на този пазар, го правят важна експортна дестинация за българската продукция.
- Основните ни конкуренти на италианския пазар са Турция, Китай, Германия, Корея, Испания. България се нарежда на 6-то място след Испания по обем сред вносителите в най-големия пазар на стоки от тази глава – Италия.

За МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“

Информационната обезпеченост за вземането на информирани управленски решения за подпомагане на МСП на перспективни пазари е изключително ниска. Всички анализи, направени за отделни стокови групи и пазари, ще останат едно интелектуално упражнение, ако в бъдеще не се намери начин, включително и чрез ясно формулирани изисквания към НСИ, за предоставяне на необходимата информация.

Все пак данните от проведеното анкетно проучване на МСП не противоречат на анализиранияте приоритетни експортни дестинации - основните пазари за включените в изследването фирми са в европейски страни.

Съществува силна зависимост на предприятията от малко на брой външни пазари, което може да се окаже критично за техния експорт в даден момент.

Основните ни конкуренти според анкетното проучване са Китай, Турция, Румъния, Италия и други. Ниската цена на труда в България и свързаната с това по-ниска себестойност на продукцията при сравнително добро качество дават на текстилните ни продукти добри конкурентни предимства в сравнение с другите европейски производители, но в съревнованието със стоките от Китай и далекоизточните страни не може да се разчита на ценова конкуренция, а предимствата на българския текстил са в неговите качествени характеристики.

Собствена търговска марка имат 57,9 % от предприятията от сектора, но едва 36,8 % притежават международни сертификати. 5 фирми имат сертификати ISO, а една фирма притежават и сертификат AQAP.

Сравнително висок е делът на фирмите от бранша, които инвестират в развойна дейност (иновации) и нови технологии – те представляват 63,2 % от изследваните предприятия.

Направените констатации и изводи дават основание да се очаква, че през следващите пет години износът на български изделия от текстил, произведени от МСП, ще нараства, макар и с по-бавни темпове, като в края на периода износът слабо ще изпревари нивото от 2009 г. и ще достигне 140 млн. лв.

5. БАРИЕРИ ПРЕД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА МСП И МЕРКИ ЗА ТЯХНОТО ПРЕОДОЛЯВАНЕ

Интернационализацията е един от десетте главни принципи на Small Business Act (SBA) — основният документ на Европейската комисия по отношение на политиката към МСП в ЕС, създаден през 2008 г. - и обхваща всички отделни групи дейности, които се отнасят до връзките с чуждите пазари, които една фирма предприема при осъществяване на своята икономическа дейност. Динамиката в глобален мащаб по отношение на политическата и макроикономическа обстановка резултира върху интернационализацията и в днешно време тя включва не само износа на стоки и услуги за други страни, но също така и голям брой други дейности - като инвестиране в чужда страна (преки чужди инвестиции), формиране на партньорства с чужди компании, наемане за подизпълнители на чужди експерти, участие в международни мрежи и други. Наблюдава се тенденция за постоянно нарастване броя на МСП, опериращи на международните пазари. Това резултира и в увеличаване на техния принос към световната икономика и съответно – променя тяхната значимост като бизнес партньор. Тъй като настоящата стратегия е насочена към подобряване на процеса на износа на МСП в сектора, интернационализацията се разглежда като по-тясно понятие, обхващащо само експорта на стоки.

Анализът на **барьерите пред интернационализацията на МСП** от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” е изготвен въз основа на информацията, получена от анкетното проучване.

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.

Оценката на **степената на сериозност на основните бариери** (пречки) пред износа за отделните предприятия и за сектора като цяло през периода 2007-2011 г. са представени в следващата Таблица.

**Таблица 158. Барieri за износа на предприятията и на сектора като цяло за периода
2007 – 2011 г. (в %)**

Барieri	Степен на сериозност на барьерите			
	Много сериозна и сериозна пречка		Не особено сериозна и не е бариера	
	за фирмата	за сектора	за фирмата	за сектора
1. Високи производствени цени на стоките и услугите	82,40	83,3	17,70	16,7
2. Високи разходи за осъществяване на износ	58,8	61,1	41,1	38,9
3. Не достатъчно високото качество на стоките и услугите	29,4	50	70,6	50
4. Липсата на квалифициран персонал, гарантиращ качеството	41,2	44,4	58,9	55,6
5. Липсата на опит във външнотърговската дейност	35,3	38,9	64,7	61,1
6. Езикови барieri	23,5	38,9	76,4	61,1
7. Неблагоприятна бизнес среда в България	93,8	94,5	6,2	5,6
8. Висок риск на различните външни пазари	55,5	72,2	44,4	27,8
9. Митнически и немитнически ограничения от други държави	29,4	38,9	70,5	61,1
10. Липса на подкрепа от българската държава за износа	81,3	88,9	18,7	11,2

С известна условност оценяваните от респондентите барieri пред износа биха могли да се разделят в три групи:

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

Анализът на данните от горната таблица позволява да се посочат няколко важни извода.

В групата на барьерите, свързани с технико-технологично равнище преобладават оценките, според които изброените барieri са сериозни пречки за износа на самото предприятие и за сектора като цяло. Изключение е факторът „Недостатъчно високото качество на стоките и услугите”, като според 70% от респондентите качеството на произведените стоки и услуги е незначителна бариера пред експорта на самото

предприятието. Въпреки това, отрицателното влияние на тази пречка е осезаемо по-високо за сектора като цяло (за 50% от интервюираните тази пречка е сериозна или много сериозна за бранша). Интересно е да се отбележи, че бариерите от „рисковата“ част на скалата (много сериозни и сериозни пречки) за всички посочени показатели са с по-висок дял за сектора като цяло и с по-нисък за конкретните предприятия.

В групата на бариерите, свързани с човешкия фактор, преобладават оценките, според които изброените бариери не са сериозно препятствие пред износа, както за даденото предприятие, така и за сектора като цяло. Измежду факторите в тази група единствено липсата на квалифициран персонал, отразяващо се върху качеството на продукцията, се очертава като значима бариера за над 40% от респондентите.

В третата група бариери (тези, които до голяма степен са свързани със „заобикалящата среда“ и върху които предприятията нямат контрол) оценките на включените в проучването фирми в относително най-голяма степен се отнасят към много сериозните и сериозни пречки пред износа, най-вече за сектора като цяло. Изключение правят „митнически и немитнически ограничения от други държави“, които под 30% от респондентите определят като критични. И за тази група разминаването между дяловете на показателите за предприятията и за сектора е значително, т.е. показателите, свързани с действията на държавата и нейните структури се оценяват като по-рискови за бранша, отколкото за отделната стопанска единица.

Особено важно е да се отбележи, че най-сериозната бариера според интервюираните експерти от сектор „Производство на текстил и изделия от текстил“ е „неблагоприятна бизнес среда в България“ (условно отнесена в третата група бариери – бездействието на държавата и нейните структури). Тя е пречката, която е оценена като „много сериозна и сериозна“ бариера пред износа от повече от 90 % от респондентите. Нещо повече, 50 % от тях я отнасят към много сериозните пречки.

На следващо място по тежест като относително сериозни пречки (с над 80 % от оценките) са посочени други две бариери, съответно от първата и от третата група („високи производствени цени на стоките и услугите“ и „липса на подкрепа от българската държава за износа“). Налага се изводът, че според респондентите 2 от пречките с най-голяма тежест произтичат от действията (или бездействието) на държавата и нейните структури. Бариерите пред износа, свързани с липсата на подкрепа от страна на държавата са видими и в открит отговор на анкетирано лице по същия въпрос, който споделя, че „никога не разчита на държавата“.

Друго интересно наблюдение е, че пречката, свързана с езиковите бариери, е посочена като много сериозна и сериозна от най-малък дял от експертите.

Анализът на резултатността на **мерките за насърчаване на експорта** на малки и средни предприятия и перспективи за развитие е организиран така, че да отговори на следните въпроси:

1. Кои са приоритетните мерки за подпомагане на производството на малките и средните предприятия и на износа в частност
2. Кои са мерките, които оказват най-голямо влияние върху износа на МСП

3. Каква е ефективността на услугите, предоставяни от ИАНМСП, върху експортната дейност на МСП

4. Кои са основните източници на информация за възможностите за износ на МСП

Анализът в тази част на стратегията е разработен въз основа на информация от проведеното анкетно проучване, интервюта и събеседвания със заинтересовани страни, данни от ИАНМСП и т.н.

Мнението на интервюираните ръководители за **приоритизиране на предварително формулирани мерки за подпомагане на малките и средните предприятия от сектора до 2013 година и в следващия планов период (2014-2020 г.)** са представени в Таблица 159.

Таблица 159. Приоритизиране на мерките за подпомагане на малките и средните предприятия

Приоритет	Изключително висок и висок приоритет		Среден приоритет		Нисък приоритет и няма приоритет	
	до 2013	2014 - 2020	до 2013	2014 - 2020	до 2013	2014 - 2020
	%	%	%	%	%	%
Насърчаване износа на фирмите	89,5	89,5	5,3	5,3	5,3	5,3
Подкрепа за технологична модернизация на производството	89,5	89,5	5,3	5,3	5,3	5,3
Подкрепа за покриване на стандарти на ЕС	68,4	68,4	21,1	21,1	10,5	10,5
Финансиране на иновационни проекти	89,5	89,5	10,5	10,5	0,0	0,0
Обучение и повишаване квалификацията на заетите в МСП	68,4	68,4	31,6	31,6	0,0	0,0
Привличане на преки чуждестранни инвестиции	57,9	57,9	15,8	15,8	26,3	26,3
Бизнес коопериране и участие в клъстери	36,8	52,6	26,3	15,8	36,9	31,6
Консултантски и информационни услуги	36,9	42,1	36,8	31,6	26,3	26,3
Подобряване достъпа до финансиране	84,2	79	0,0	10,4	15,8	10,6

Анализът на данните от таблицата позволява да се посочат следните по-важни изводи, отнасящи се до приоритетните мерки за подпомагане на малкия и средния бизнес от сектора.

Почти няма различия в мнението относно приоритетните мерки за подпомагане на МСП от сектора за двата периода - до 2013 г. и от 2014 до 2020 г. Единствено на мерките „Бизнес

коопериране и участие в клъстери” и „Консултантски и информационни услуги” е дадена по-голяма тежест в следващия планов период (до 2020 година), което значи, че бизнесът не ги смята за толкова наложителни в оставащото до 2013 г. време. Като най-важни мерки се посочват:

- Насърчаване на износа на фирмите;
- Подкрепа за технологична модернизация на производството;
- Финансиране на иновационни проекти за разработване на нови продукти, технологии и услуги;
- Подобряване на достъпа до финансиране и обучение и повишаване на квалификацията на работещите в МСП.

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

При сравнение между относителните дялове от положителната (изключително висок и висок приоритет) и отрицателната (нисък приоритет и не е приоритет) част на скалата е очевидно, че оценките силно клонят към положителната част и маржът между тези дялове е ясно изразен. За две от мерките - „Финансиране на иновационни проекти” (посочена като една от първите по важност) и „Обучение и повишаване квалификацията на заетите в МСП”, дори липсват стойности в отрицателната част. Очевидно респондентите са единодушни по отношение на значимостта на тези мерки. За повечето от другите мерки, стойностите на дяловете в положителната част многократно надвишават тези в отрицателната част на скалата. Като обобщение може да се каже, че повечето от посочени мерки, макар и на различно място по важност, имат своето значение и биха подпомогнали съществуването и развитието на МСП от сектора.

Изключение правят две от мерките, открити и малко по-горе в анализа: „бизнес коопериране и участие в клъстери“, която над 30% от анкетираните са определили като мярка, за която въобще не следва или само при възможност следва да се заделят средства и „консултантски и информационни услуги”, за която отговорите на експертите са почти равно процентно разпределени между трите части на скалата. При тези мерки няма ясно изразено положително отношение, а мненията са разделени в трите части на скалата за степен на приоритетност. Необходимо е да се отбележи, че именно мерките, които не са сред приоритизирани за периода до 2013, получават по-висока важност за следващия период 2014 - 2020 г.

Твърде малко са предприятията, получили съфинансиране за проекти от националния бюджет или от европейски фондове (15,8%). Финансираните проекти са свързани с подпомагането за въвеждането на стандарти и повишаването на конкурентоспособността на МСП. Това обяснява донякъде защо мерките, свързани с насърчаване на износа, оказване на подкрепа за технологична модернизация на производството и финансиране на иновационни проекти почти единодушно са посочени като такива с най-висок приоритет (89,5 %) от отговорите. Следователно може да се заключи, че съфинансирането, получено в по-малко от 1/6 от предприятията, е твърде недостатъчно.

Свързани с посочените по-горе отговори относно бариерите пред МСП са и приоритетните мерки за преодоляване на бариерите пред износа на предприятията и на сектора като цяло, които респондентите предлагат. Логично е, че те са свързани най-вече с „адекватна държавна политика за насърчаване и подпомагане на износа“; „осигуряване на облекчени условия за финансиране на МСП“, „подобряване на достъпа до информация“; „подобряване работата на митниците“; „увеличаване на квалификацията на работниците“, „участие в международни изложения и панаири“ и т.н.

Информационната обезпеченост в подкрепа на износа на предприятията в бранша е анализирана въз основа на въпроси, които целят да установят кои са основните им източници на информация във връзка с износа, от каква допълнителна информация се нуждаят, и как да се подобри търсенето/предоставянето на информация.

При анкетирането респондентите са оценили изброени източници на информация, които използват или не използват в техните предприятия. Разпределението на тези оценки е представено в следващата таблица.

Таблица 160. Регулярност на използване на източниците на информация (в %)

Източници на информация	Оценка			
	Основен регулярен източник	Допълнителен регулярен източник	Допълнителен нерегулярен източник	Не се използва като източник
ИАНМСП	0,0	22,2	11,1	66,7
Браншова организация	0,0	31,6	15,8	52,6
Колеги от сектора в България	21,1	36,8	26,3	15,8
Колеги от сектора в чужбина	26,3	47,4	10,5	15,8
Собствени проучвания	89,5	10,5	0,0	0,0
Интернет	78,9	15,8	5,3	0,0

Ясно е, че ръководителите от изследваните предприятия самостоятелно си набавят необходимата им за експорта информация и не разчитат или много рядко използват информацията от ИАНМСП и браншовата организация. Висок (66,7 %) е дялът на лицата, посочили, че въобще не използват като източник информацията от държавната структура ИАНМСП. Повече от половината отговорили не разчитат и на информация от браншовата организация. Основните постоянни източници на информация са собствените проучвания (89,5%) и Интернет (78,9%). Едва две предприятия са посочили, че си набавят информация и от изложения и панаири.

Оценката на респондентите за **ефекта на услугите, предоставяни от ИАНМСП**, върху експортната дейност на предприятията им, е в същия дух. Само 30 % от интервюираните оценяват услугите като носещи висок и среден ефект. Анализът на данните показва, че относително най-ценно за стимулиране на износа (като услуги с висок и среден ефект) е предоставянето на информация за оферти и запитвания от чуждестранни фирми.

Прави впечатление фактът, че повече от половината от респондентите (между 50 и 61,5%) за всяка от изброените услуги на ИАНМСП не виждат реален ефект за износа на своите фирми. Ако към липсата на ефект се прибави и делът на онези лица, които са посочили, че услугите имат нисък ефект върху експорта на предприятията от бранша, негативните мнения стават още по-красноречиви. Най-малко са респондентите, оценили дейността „Организиране на бизнес форуми в страната и чужбина” като средно или високоефективна.

Налага се изводът, че ИАНМСП трябва да повиши още повече ефективността на работата си и да засили връзките си с МСП от текстилния сектор, за да популяризира дейността си, така че действително МСП в България да се почувстват „обгрижвани“ от ресорните държавни структури. Разпределението на оценките на експертите са представени в следващата таблица

Таблица 161. Оценка на ефекта върху експортната дейност на предприятието на услугите, предоставяни от ИАНМСП (в %)

Услуги, предоставяни от ИАНМСП	Висок ефект	Среден ефект	Нисък ефект	Няма ефект
Външнотърговска информация	38,5	0	0	61,5
Информация за международни и регионални пазари	23,1	15,4	7,7	53,8
Организиране участие в международни изложения и панаири	28,6	7,1	14,3	50
Организиране на бизнес форуми в страната и чужбина	7,7	7,7	23,1	61,5
Организиране на информационни кампании	23,1	7,7	7,7	61,5
Информация за международни търгове	21,4	14,3	7,1	57,1
Информация за оферти и запитвания за чуждестранни фирми	38,5	7,7	0	53,8

Фактори, влияещи върху експорта на МСП

Експертите от изследваните предприятия са подредили по важност определени фактори, според ефекта им върху експортната дейност на фирмите. С единица (1) са оценени най-важните фактори, а с деветка (9) – най-маловажните. След обработването и обобщаването на отговорите в таблица 162 е представено подреждането на факторите, според тяхната важност.

Таблица 162. Важност на факторите, влияещи върху износа

Фактори	Подреждане по степен на важност от 1 до 9 и обобщена оценка (в скоби)
Установяване на контакти с чуждестранни институции	1 (3.89)
Наличие на търговски спогодби	2 (4,00)
Подпомагане участието в международни панаири, изложения и бизнес форуми	3 (4.58)
Комуникация с търговски представителства	4 (4.79)
Предоставяне на информационни и консултантски услуги (напр. маркетингови анализи, идентифициране на търговски партньори, подкрепа на създаването на експортно ориентирани групи от предприятия)	5 (4.68)
Финансови услуги и продукти (кредитиране, застраховки и др.)	6 (5.05)
Организиране на търговски мисии в чужбина	7 (5.16)
Финансиране на програми за разработване на иновационни дейности (вкл. чрез Структурните и Кохезионния фондове)	8 (5.21)
Организиране на обучителни семинари	9 (7.17)

С най-висока оценка (3,89) е факторът „установяване на контакти с чуждестранни институции“, следван от „наличие на търговски спогодби“ (4,00). Най-нисък според респондентите е ефектът на „Организиране на обучителни семинари“ (7,17).

Таблица 163. Дял на износа, реализиран чрез електронни портали (в %)

Дял от износа на предприятието	%
До 10 % от износа	62,5
От 10 до 20 % от износа	12,5
От 21 до 30 % от износа	0,0
От 31 до 40 % от износа	0,0
От 41 до 50 % от износа	0,0
Над 50 % от износа	25,0

Преобладават предприятията, които чрез портали изнасят до 10 % от своята продукция. Сравнително висок (25 %) е дялът на предприятията, изнасящи чрез електронен портал над 50 % от своята продукция и други (още 12,5 %), за които експортният портал осигурява износ между 10 и 20 пункта.

Основните изводи от анализа на бариерите през износа, мерките и перспективите за насърчаване и развитие на износа на МСП в сектор „Производство на текстил и изделия от текстил” са:

- Най-сериозните бариери пред износа на малките и средните предприятия от сектора са свързани с външни фактори, основно с липсата на достатъчна подкрепа от страна на държавата и неблагоприятната бизнес среда в България. Много сериозна бариера също представляват високите производствени разходи за произведената продукция.
- Повечето от приоритетните мерки за преодоляване на бариерите през износа се очаква да бъдат предприети от държавата.
- Факторът с най-значим положителен ефект за износа е установяване на контакти с чуждестранни партньори. За да отговори на очакванията на предприятията, ИАНМСП следва да прилага целенасочен подход и да разширява развитието и разпространението на услугите, считани от представителите в бранша като най-ефективни.
- Предприятията основно си набавят необходимата им за експорта информация самостоятелно – чрез собствени проучвания и чрез интернет. В много малка степен се разчита на информацията от ИАНМСП.