

Мястото на България в световния износ през 2021 г.

- **България продължава да печели позиции на световните пазари**
- **Многообразието на стоки с по-висока добавена стойност се увеличава**
- **Европейският пазар става все по-важен за българските доставчици**
- **Най-важният ни пазар е Германия – 15% от целия износ, при това – с положителен търговски баланс от 468 млн. щ.д.**

Българският износ през 2021 г. е 41.9 млрд. щ.д.¹. Това е с 31% повече от износа през 2020 – 31,9 млрд. щ.д. Въпреки това, България отстъпва едно място и заема 59-то сред всички износители в света (58-мо място за 2020 г.), непосредствено преди Литва и Египет, и след Словения и Нова Зеландия. В ЕС сме на 20-то място (20-то и за 2020 г.), преди Литва и Хърватия, и след Гърция и Словения. По-малки по население държави от ЕС, които са преди нас, са: Словения – 47 млрд. щ.д., Финландия – 81 млрд. щ.д., Словакия – 104 млрд. щ.д., Дания – 125 млрд. щ.д., Ирландия – 190 млрд. щ.д.

Ако не се отчитат най-малките икономики, лидер по ръст на износа 2021/2020 е Норвегия – 95%, следвана от Иран 83%, Азербайджан 62%, Ангола 60%, Саудитска Арабия 52%, ОАЕ 50%. Всички те са големи износители на енергоносители. Други големи икономики с по-голям ръст от нашия са Русия 46%, Република Южна Африка 44%, Индия 43%, Индонезия 40%, Австралия 36%, Бразилия 34%, Турция 33%, Белгия 32%. Важни партньори, в чиито вериги за доставки сме включени и пряко влияят на износа ни, са САЩ с ръст 23%, Германия 18%, Нидерландия 26%, Италия 21%, Франция 20%, Обединеното кралство 18%.

При седем от десетте водещи експортни пазара България постига положителен търговски баланс, вкл. с най-големите европейски износители – Германия, Италия, Франция, Белгия. Допреди 3 години България традиционно имаше положителен търговски баланс и с Турция – голям регионален играч. Вероятно дължащо се основно на финансовата криза в съседката ни, балансът ни с Турция вече е отрицателен.

От анализа са изключени доставките на стоки за отбраната, тъй като НСИ третира тази информация като конфиденциална.

На база огледални данни, през 2021 г. България е изнесла стоки за отбраната най-малко за 566 млн. щ.д. Редица държави, които са пазар за българска специална продукция, също не предоставят данни за търговията си с нея, т.е. реалният износ е по-голям. Припомняме, че за 2020 г. износът на специална продукция се оценява на 614 млн. щ.д. Отново според огледалната статистика, износът през първите четири месеца на 2022 г. е за 294 млн. щ.д.

Кумулативно, за последните 5 години износът ни има средно годишен ръст от 5% в стойностно изражение. Световният внос расте средно с 4% за последните 5 години. Това означава, че **България продължава да печели позиции на световните пазари.**

Групите стоки с най-голям износ са електротехника и електроника, мед и изделия от мед, машини и апарати, енергоносители (горива и електроенергия). Тези 4 групи стоки формират 1/3 от износа ни. Броят на групите стоки с износ над 1 млрд. щ.д. се увеличава от 10 на 15.

¹ Източник на данните е International Trade Centre ITC Geneva, където се обработват данни от 233 държави с различна степен на изчерпателност. Една от причините да ползваме този източник е необходимостта от съпоставка с износа и вноса на другите държави. Затова стойностите са в щ. д. Това се отразява в неголяма степен на някои изводи, поради променящите се валутни курсове през годините.

Таблица 1: Средногодишен ръст за периода 2017-2021 на български износ на водещите стокови групи спрямо световния внос (над 1 млрд. щ.д.)

	Стокова група (по глави от митническата тарифа)	Износ 2021 млн. щ.д.	Среден ръст на бълг. износ 2017-2021	Среден ръст на свет. внос 2017-2021
	Общ износ на България	41 943	5%	4%
1.	85 Електротехника и електроника	4 391	7%	5%
2.	74 Мед и продукти от мед	3 771	5%	7%
3.	84 Машини и апарати	3 324	6%	3%
4.	27 Горива, ел. ток	2 343	-11%	0%
5.	10 Зърно	2 026	15%	10%
6.	39 Пластмасови изделия	1 471	13%	5%
7.	87 Автомобили, части; велосипеди	1 457	13%	-1%
8.	99 Специфични доставки	1 320	-6%	0%
9.	26 Руди и концентрати	1 313	22%	15%
10.	72 Желязо и стомана	1 177	11%	5%
11.	30 Фармацевтични продукти	1 153	4%	10%
12.	38 Разнообразни химически продукти	1 093	21%	10%
13.	73 Изделия от желязо и стомана	1 023	-3%	2%
14.	90 Оптически и измервателни прибори	1 014	25%	4%
15.	94 Мебели, матраци, обзавеждане	1 009	8%	4%

Изделията на *електрониката и електротехниката* регистрират 7% средногодишен ръст за последните пет години, докато за същия период световният внос се е увеличавал с 5% годишно. Ръстът на цените допринася за това износът на *мед и медни продукти* да заема втора позиция. Износът на *машини и апарати* също се представя добре и бележи средногодишен ръст от 6%, докато световният внос расте с 3%. Това означава, че **българските производители на тези изделия са конкурентоспособни на глобалните пазари и изместват други доставчици.**

Традиционно, износът на *енергоносители* заема водещи позиции – за 2021 г. четвърто място. Износът на горива расте от 1 106 млн. щ.д. за 2020 г. на 1 292 млн. щ.д. през 2021 г., на електроенергия – от 229 на 632 млн. щ.д., петролен газ – от 29 на 322 млн. щ.д. В количествено измерение, износът на горива през 2020 г. е бил 2813 хил. тона, а за 2021 г. – 1997 хил. тона, електроенергия – от 4422 на 5853 GWh, петролен газ – от 90 хил. тона на 357 хил. тона. В региона единствено Румъния има по-голям износ на електроенергия – 658 млн. щ.д., а Гърция и Турция изнасят 2,5 пъти по-малко.

Износът на *зърно* заема пета позиция, като водещите продукти в тази група са пшеница, с ръст 96% на годишна база, и царевича – спад от 3%. В следващите години ще наблюдаваме и ечемика, чийто износ расте със 71% на годишна база.

С над 1 млрд щ.д. износ са още *пластмасови изделия, автомобилна индустрия и велосипеди, руди и концентрати*, от които 2/3 са концентрати на благородни метали. Следват *желязо и стомана, фармация, разнообразни химически продукти, изделия от желязо и стомана, оптически и измервателни прибори, мебели, матраци и обзавеждане.*

Група стоки под митнически код 99 *Специфични доставки* е на 8-ма позиция в експортната ни листа, но ще бъде изключена от анализа ни, защото [описанието](#) не дава точна представа за какво става дума.

По експертна оценка, суровини и енергоносители формират 31-32% от износа.

Преглед на износа по стоки²

Структурата на Хармонизираната система е такава, че суровини, метали и енергенти се описват изчерпателно с 6 знака, докато изделията на електроника, машиностроене, хранителна и питейна индустрия и т.н. се описват изчерпателно с 8 или повече знака. На световно ниво са хармонизирани първите 6 знака, затова най-детайлното ниво на анализа ни стига до стоки, описани

² До шести знак от Хармонизираната система (митническата тарифа)

с 6 знака. В резултат, стоките с най-голям стойностен обем са именно суровини, метали и енергенти, а не изделията на електроника, електротехника и машиностроене, които имат водещи позиции като групи стоки.

Стоката с **най-голям стойностен обем** в експортната ни листа през 2020 г. е катодната мед - 1 773 млн. щ.д. – 50% ръст спрямо предишната година. Следва пшеницата - 1 356 млн. щ.д. и ръст от 94%, анодната мед – износ за 1 026 млн. щ.д. и ръст от 2%, биодизел – 926 млн. щ.д. и ръст 118%, медикаменти – 840 млн. щ.д. ръст 4%, концентрати на благородни метали – 839 млн. щ.д. и ръст 21%, маслодаен слънчоглед – 730 млн. щ.д. и ръст 37%, слънчогледово олио – 691 млн. щ.д. и ръст 83%. Тези осем стоки генерират 19% от износа ни.

В **количествено изражение**, износът на катодна мед спада от 190 на 185 хил. т, пшеницата расте от 3 221 на 5 076 хил. т, анодната мед спада от 111 на 77 хил. т, биодизел от 423 се увеличава на 542 хил. т, концентрати на благородни метали от 4,2 падат на 1,8 хил. т, маслодаен слънчоглед от 818 пада на 757 хил. т, слънчогледово олио от 447 се увеличава на 505 хил. т.

След тях се нареждат: леки нефтени масла (горива), електроенергия, части за електроника, средно тежки нефтени масла, царевича, медни руди и концентрати, кабелни снопове за автомобилостроенето, велосипеди със спомагателен двигател. Тази група стоки допринася за още 10% от износа.

Таблица 2: Динамика при някои суровини

Стока	Износ млн. щ.д.	Промяна в стойност	Количество хил. т	Промяна в количество
Катодна мед	1773	50%	185	-2,7%
Анодна мед	1026	2%	77	-44%
Пшеница	1356	94%	5076	57,6%
Биодизел	926	118%	542	28%
Концентрати на благородни метали	839	21%	1,8	-133%
Слънчоглед	730	37%	757	-8%
Олио	691	83%	505	13%

Най-големи потребители на българска **катодна мед** са Китай – 40% от износа, и Турция с 36%. 60% от анодната мед заминава за Белгия, останалата – за Германия.

Износът на **пшеница** е по-диверсифициран – Испания 14%, Гърция 13, Румъния 9, Корея 7,5, Тунис 7,5, Израел, Пакистан, Либия, Виетнам, Индонезия. Средната ни експортна цена е 267 щ.д. на тон. Измежду по-големите партньори, най-добри цени постигаме в Гърция – 295 щ.д./т, Либия 292, Тунис 280. Цени над 300 щ.д./т постигаме в Йордания, Йемен, Етиопия, но количествата са малки. Измежду по-значимите световни износители най-високи експортни цени постигат Република Южна Африка 357 щ.д./т, Австрия 330, Белгия 326, Нидерландия и Турция – 316, Канада 305, САЩ 303, Русия 266, Украйна 243.

Купувачите на **биодизел** са Румъния 21%, Италия, 16%, Унгария 15%, Австрия 8%, Гърция 7%. Средната експортна цена е 1676 щ.д./т (60% ръст на цената спрямо 2020), като варира от 1400 до 1900 щ.д./т. Най-големите вносители в света са Нидерландия със средна цена по вноса 1455 щ.д./т, Белгия 1531 щ.д./т, Франция 1245 щ.д./т, Испания, Италия, Германия, Обединеното кралство.

При износа на **медикаменти** Румъния измести Русия като наш най-голям пазар. Изнасяме също за Германия, Франция, Чехия, Нидерландия, Италия, Унгария и други, предимно от ЕС.

99,7% от **концентратите на благородни метали** са за немски купувач. Прави впечатление, че Германия изобщо не декларира такъв внос от България.

Маслодаен **слънчоглед** изнасяме най-много за Германия и Турция – по 14% от целия износ, за САЩ и Обединеното кралство – по 9%. Средната експортна цена е 964 щ.д./т, но износът за Германия, САЩ и Обединеното кралство е на цени над 1000 щ.д./т. Пазарите ни за **слънчогледово олио** са Испания – 20%, Италия 19%, Турция 9%, Гърция 8%. Средната експортна цена е най-високата за последните 10 години – 1370 щ.д./т (845 щ.д./т през 2020 г.). Цената е дори по-висока при водещите пазари. Най-големият световен износител – Украйна, износ за 5,6 млрд. щ.д. през 2021 г., постига средна цена 1199 щ.д./т. Следващият – Русия, с износ за 2,4 млрд. щ.д. България е на трето място в света по износ на олио.

Измежду стоките с износ над 100 млн. щ.д. за 2021 най-голям ръст спрямо 2020 г. бележат: природен газ 1896%, рапица 263%, електроенергия 177%, индустриални термометри 163%, железен скрап 140%, медицински инструменти 130%, биодизел 118%.

С най-голям положителен търговски баланс са катодна мед 1505 млн. щ.д., пшеница 1340 млн. щ.д., анодна мед 1025 млн. щ.д., концентрати на благородни метали – 696 млн. щ.д., слънчогледово олио 678 млн. щ.д., електроенергия 511 млн. щ.д.

Голям ръст на търсенето на световните пазари в последните години има при: ваксини за хуманната медицина, електроенергия, природен газ, вкл. втечен, леки петролни горива, талий, монетарно злато, хексахлорбензен, родий и други редкоземни изкопаеми и химически субстанции.

С какво сме най-успешни?

България държи 20.9% от световния пазар на патешки черен дроб, въпреки значителния спад в износа (6,7 млн. щ.д.). Временно консервираните череши имат 19.2% дял, преди от вискозна коприна - 16.6%, замразено патешко месо - 15.6%, маслодаен слънчоглед - 15.4%.

Стоките, с които България заема водещо място в световния износ, показват известна устойчивост, но има и нови отличници.

Таблица 3: Мястото на България в световния износ на съответната стока³

Стока	2019	2020	2021	Хил. US\$
Череша, консервирани или приготвени	3	3	1	36 753
Маслодаен слънчоглед	3	4	2	730 281
Пръти и профили от желязо и стомана	5	3	2	368 387
Тръбопроводи от каучук (спирачни маркучи)	2	2	2	242 984
Амониев нитрат	2	3	2	147 659
Машини и апарати за подготовка или преработка на тютюн	6	4	2	32 369
Нерафинирана анодна мед	4	4	3	1 025 849
Концентрати от благородни метали	4	4	3	839 026
Слънчогледово олио	5	4	3	691 197
Медни пръти и профили	2	3	3	274 967
Калцинирана сода	4	4	3	228 188
Кюспе от слънчоглед	4	3	3	183 732
Седалки и капаци за тоалетни чинии	3	3	3	97 742
Патешко месо, замразено	3	3	3	58 797
Месинг на плочи и ленти	2	2	3	38 476
Медна ламарина	3	3	4	274 458
Индустриални термометри		11	4	231 404
Игрални апарати с монети, жетони, банкноти	6	5	4	140 220
Други товарни железопътни вагони	4	3	4	110 802

Кои са нашите партньори?

През 2021 г. сме осъществили износ за 133 държави и територии за над 1 млн. щ.д. за всяка. В редица държави имаме малък износ на нишови продукти. **Най-важният пазар** е Германия – 15% от целия износ, при това – с положителен търговски баланс от 468 млн. щ.д. Следват Румъния 10.2%, Италия 7.6%, Гърция 6.6, Турция 6.2, Франция 3.7, Белгия 3.3, Китай 3.2, Испания 2.8, Полша 2.5.

³ Само продукти с износ над 30 млн. щ.д. за 2021

Тези 10 партньори са пазар за 60,3% от износа. Най-голям положителен търговски баланс имаме с Румъния, САЩ, Германия, Белгия, Великобритания, Франция, Гърция. Най-голям отрицателен търговски баланс имаме с Русия – 3 090 млн. щ.д., при общ търговски дефицит на България от 5 508 млн. щ.д. Следват отрицателните баланси с Китай, Турция, Унгария, Холандия, Полша, Украйна.

Измежду значимите партньори, над 10% ръст на износа ни за миналата година имаме с Германия 23%, следвана от Румъния 47%, Италия 45%, Гърция 31%, Турция 26%, Франция 26%, Белгия 23%, Китай 28%, Испания 51%, Полша 34%. Измежду държавите, за които изнасяме над 100 млн. щ.д., спад имаме единствено при износа към Иран с 6%, което, до голяма степен, може да се обясни със санкциите на ЕС и невъзможността за нормално заплащане.

Констатации:

Не може да се направи еднозначна оценка за влиянието на по-високите цени. Наблюдават се редица стоки, при които ръстът в стойност изпреварва в пъти ръстът в количество. Обемът на изнесената мед дори намалява, а стойността ѝ расте. В такива случаи ролята на по-високите цени е много голяма. Най-често това са суровини. При повечето стоки, обаче, ръстът в стойност е сходен или малко по-голям от този в количество.

Пазарите на страните от ЕС и Европейско икономическо пространство стават все по-важни за българските доставчици. Този процес започна отдавна, но изглежда COVID епидемията го засили. Интеграцията във веригите за доставки в тези държави се засилва. Полесната търговия става все по-предпочитана за сметка на дестинации, изискващи пътуване (за преговори, монтаж, сервиз и др.) и с тарифни и нетарифни бариери.

Забелязва се реструктуриране на българския износ към стоки с по-висока добавена стойност. Прави впечатление, че много от пазарите ни „поеха“ новите по-високи цени, дължащи се основно на повишени разходи на труд, но и на по-скъпи енергенти, някои метали и други суровини. Трудно можем да прогнозираме дали тази тенденция ще е устойчива, предвид продължаващия ръст на цените на газ, електроенергия, метали и т.н. Войната в Украйна води до липса и на специфични благородни газове, използвани в технологични процеси и научни изследвания, липса на редкоземни елементи, използвани пак там, неприемливо поскъпване на литий, кобалт, манган, церий и други.

Все още **износът на суровини и материали** за последваща обработка заема значителен относителен дял, което не допринася за излизането ни от категорията „най-бедната държава в ЕС“. Като че ли България загуби от инерцията на предприєдинителния период и първите години след присъединяването, и са необходими нови стимули. Те трябва да са насочени към опериращите в България иновативни предприятия с голям растеж и предлагащи стоки и услуги с висока и много висока добавена стойност. Ролята на чуждестранните инвестиции е важна, особено за заетостта, придобиване на нови знания и умения, но не бива да се очаква, че само те могат да реструктурират икономиката ни в желаната посока. Необходимо е допълнително сегментиране на мерките за насърчаване на инвестициите.

Технологичното обновление става бавно и е опорочено от недостатъчно ефективни инвестиции по оперативните програми и Програмата за развитие на селските райони. Често се констатират инвестиции в производство на продукти без необходимите умения и познания за последващата им пазарна реализация.

Износът ни расте дори в сравнение с държави, прилагащи активна експортна насърчителна политика, каквато липсва у нас – политика, обхващаща конкретна информация за пазари и търсене, съобразено с националния потенциал, проактивни инициативи на посолствата, колективни тренинги, индивидуални консултации и организиране на срещи с купувачи, финансиране на входящи мисии с купувачи, налагане на бранда България и много други. Това говори за факторна конкурентоспособност на част от продукцията ни.

Поради слабата диверсификация на някои продукти, те могат да се окажат по-чувствителни към пазарни сътресения в резултат на кризите, породени от COVID-19 и войната в Украйна.

Многообразието на стоки с по-висока добавена стойност се увеличава, техният износ се влияе в по-малка степен от курса на щатския долар и цените на енергоносители и суровини, отколкото при стоки с ниска добавена стойност. Този износ формира около 25% от общия, при това тук не е включен износът на специална продукция. Износът на суровини, енергоносители и материали с ниска степен на преработка запазва дял около 31-32% за 2020 г. Трябва да се прави

разлика между високотехнологично производство (напр., добив на мед или злато) и продукт с висока добавена стойност.

Групи стоки в нашата експортна листа с относително по-висока добавена стойност са:

- Електротехнически и електронни изделия, електрически инструменти; изчислителни устройства, сензори;
- Оптични изделия, вкл. за медицински цели;
- Някои софтуерни продукти за управление на процеси;
- Компоненти за автомобилостроене и машиностроене, хидравлика, машинни възли, акумулатори, лагери, кабели;
- Велосипеди с помощно задвижване;
- Наситени интегрални платки, с които продукт България проби редица силно конкурентни пазари – САЩ, Япония, Югоизточна Азия;
- Видеоигри;
- Хладилници, фризери;
- Някои фармацевтични и медицински изделия, медицински инструменти и апарати;
- Ски, сноуборд.

Основни пазари за стоки с по-голяма добавена стойност са големите икономики в ЕС, но изделията ни се вграждат там и след това се реализират в целия свят.

Българските фирми най-често изнасят за развитите държави, като подизпълнител на големи мултинационални компании, и се включват в глобалните вериги на доставки. С течение на времето, се придобиват знания и умения за по-широко самостоятелно навлизане на световните пазари под собствена марка и със собствени разработки.

Нарасналата конкурентоспособност се дължи основно на международни компании в България и по-малко на местни предприятия. Успешните български фирми са тези, които работят основно за чуждите пазари, не се влияят от липсата на конкуренция в България и не са обект на значителна регулаторна тежест.

Автор: Веселин Илиев, главен директор „Външноикономическо сътрудничество“, БСК
тел. 02 932 09 54, e-mail: ierc@bia-bg.com