

# АНАЛИЗИ ПО ИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА

## Устойчив растеж, базиран на експортно-ориентирана икономическа стратегия

България в сравнение с държавите от Централна и Югоизточна Европа

Проф. Андраш Инотай

- Настоящият анализ има за цел да идентифицира силните и слаби страни пред преминаването на българската икономика към по-динамичен и експортно-ориентиран модел на растеж. Разглеждайки в сравнителен план представянето на икономиките на две групи страни – централноевропейските страни членки на Европейския съюз и страните от Западните Балкани, анализът се концентрира върху въздействието на присъединяването на България към ЕС и на икономическата криза върху външната търговия и износа в частност.
- Първата глава обобщава аргументи в полза на експортно-ориентирания модел на растеж, но също така адресира и потенциални рискове пред такъв вид дългосрочна стратегия. Въпреки безспорните недостатъци като нарастващата уязвимост и зависимост от външни фактори, този тип икономическо развитие се разглежда като по-подходящ за постигане на устойчив икономически растеж на малки икономики като България.
- Във втората глава е засегнато влиянието на световната криза върху износа и международната търговия като цяло. Анализът съпоставя представянето на българския износ с износа на страните от ЕС като цяло и на тези от Централна и Югоизточна Европа и разглежда ролята на преките чуждестранни инвестиции за експортната ориентация на страната.
- В заключение анализът прави преглед на мерките и инструментите за постигане на догонващо експортно-ориентирано икономическо развитие и формулира предложения за политики в подкрепа на успешното прилагане на експортно-ориентиран модел на растеж.

Април 2013



## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>1. Въведение</b> .....	2
<b>2. Ролята на експортно-ориентирания растеж за малките и догонващи икономики. Аргументи, дилеми и ефекти</b> .....	3
<b>3. Въздействие на глобалната криза върху взаимната зависимост между растеж и търговия</b> .....	10
<b>4. Представянето на българския износ в Европейския съюз и в регионален план</b> .....	14
4.1. Развитието на българската външна търговия.....	14
4.2. Избрани индикатори на експортното ориентиране .....	16
4.3. Географска ориентация на износа .....	20
4.4. Стоков модел на износа и вноса.....	21
4.5. Ролята на чуждите инвестиции в експортното ориентиране .....	25
<b>5. Заключителни забележки и препоръки</b> .....	31
<b>Използвана литература</b> .....	37
<b>Таблицы</b> .....	39

## АБРЕВИАТУРИ

БВП	Брутен вътрешен продукт
ЕС	Европейски съюз
ПЧИ	Преки чуждестранни инвестиции
СИВ	Съвет за икономическа взаимопомощ
ЦИЕ	Централна и Източна Европа
ОИСР	Организацията за икономическо сътрудничество и развитие

## 1. Въведение

На базата на широко разпространения опит от последните четири десетилетия, зад високия растеж и успешното догонващо икономическо развитие на малките и средно развити икономики стои прилагането на експортно-ориентиран модел на развитие. Именно изборът между модел, ориентиран към износа и модел, базиран на вътрешния пазар, на търговски и икономически протекционизъм и растеж, генериран от вноса, който рано или късно се оказва неустойчив, обяснява и нарастващата икономическа пропаст между държавите. Това стимулира желанието на много страни да се присъединят към групата на успешните износители, но промяната от растеж, генериран от вътрешното търсене, към експортно-ориентиран растеж, далеч не е лесен и подразбиращ се процес.

На първо място, глобалната икономическа среда се променя постоянно, променят се и условията, които правят експортно-ориентирания растеж успешен през последните десетилетия, като промените са от части в полза, но и от части във вреда на преминаването от една стратегия към друга, и което е по-важно, във вреда на прилагането на експортно-ориентираната стратегия. Второ, макар нарастващото значение на експортно-ориентирани икономики да се посочва за добър пример, към който следва да се стремят останалите страни, в същото време успехът на страните износителки стеснява полето за действие на държавите, които започват да прилагат тази политика на по-късен етап. Това до известна степен, допринася за т.нар. изтласкващ ефект, тъй като не всяка страна може да изгради стратегията си на основата на износа поради ограниченията в международното търсене и рязко нарастващата глобална конкуренция. На трето място, глобалната финансова и макроикономическа криза през 2008-2010 г. почти срива международната търговия, засягайки експортно ориентираните и по-отворени, в резултат на което и по-уязвими икономики. Четвърто, независимо от убедителни аргументи, всяка промяна от една икономическа стратегия към друга не е въпрос само на желание и стремеж, а зависи в основата си от наличието на необходимите ресурси и инструменти в самата държава, както и от съществуването на благоприятна международна среда, която да подпомогне успешното преориентиране към експортно-ориентиран растеж.

Страните от Централна, Източна и Югоизточна Европа принадлежат към държавите, които сравнително късно се ориентират към международната тенденция на експортно ориентиране, която възниква най-малко две десетилетия преди безпрецедентния системен трансформационен процес в тази част на света. Въпреки това, дори сред тези страни, може да се наблюдават поне три различни подгрупи. Централноевропейските държави, по-специално Чехия, Унгария и с малко закъснение Словакия, представляват първата и до голяма степен успешна експортно-ориентирана група (с някои резерви към Словения и към Полша заради нейния голям вътрешен пазар). Втората вълна включва България и Румъния като сравнително по-късно ориентирали се към този модел държави, но с нарастваща тенденция на ръст на износа. И най-накрая – страните от Западните Балкани формират третата група с много ниска степен на експортна насоченост и много скромни налични инструменти за инициране на експортно-ориентирана стратегия за растеж.



Този материал цели да идентифицира международния мащаб на преминаването на българската икономика към по-динамичен и експортно-ориентиран модел на развитие. Следователно, променящите се показатели на българския износ ще бъдат съпоставяни с тези на други две групи, а именно на страните-членки на ЕС от Централна Европа от една страна и на държавите от Западните Балкани от друга.

Структурата на изследването следва описаната по-долу логическа последователност. Първата глава събира аргументи в полза на експортно-ориентирания модел, базирани основно на международната литература и благоприятния опит на редица малки, догонващи икономики. В същото време накратко са представени предизвикателствата и потенциалните бариери пред експортната ориентация. Въпреки това, общата оценка е в полза на международната търговия като ключов двигател за икономическия растеж в продължение на десетилетия. Втората глава обръща внимание на въздействието на глобалната криза отпращайки към срива на международната търговия и „идеологическото“ обяснение за края на експортно-ориентирания модел. Тези аргументи, които макар и да се оказаха краткотрайни все още не са напълно изчезнали, бяха убедително отхвърлени от изненадващо бързото възстановяване на международната търговия в общ план и износа в частност. Третата глава поставя акцент върху износа от България чрез сравнение на три нива: като страна-членка на ЕС-27, като част от новите страни-членки и в сравнение с икономиките на страните от Западните Балкани. Тук се разглеждат ключовите компоненти с голямо въздействие върху развитието на износа. Последната глава включва препоръки относно политиките и обобщава потенциалните бариери или дори опасности по пътя към устойчив и експортно-ориентиран модел на растеж.

## **2. Ролята на експортно-ориентирания растеж за малките и догонващи икономики. Аргументи, дилеми и ефекти**

Експортно-ориентираните стратегии за растеж водят началото си от 50-те и 60-те години на XX век. Интересното е, че пионерите са две държави с голям вътрешен пазар, но и силно индустриално минало. Това са Федерална Република Германия (Западна Германия) и Япония. В края на 60-те години и по-специално между 1970 г. и 1984 г., четири малки икономики от Източна Азия, наречени „малките тигри“ – Република Корея, Хонг Конг, Сингапур и Тайван, се отказват от импорто-ориентираното развитие и протекционизъм на вътрешния пазар и избират експортна ориентация. Техният пример е последван от друга група държави в региона, но с различна степен на успех (Малайзия и Тайланд, от една страна, и Филипините и Индонезия, от друга). В наши дни другите страни в региона, които правят опити да повторят успеха на страните от Източна и Югоизточна Азия са Виетнам, Камбоджа и Мианмар. В Латинска Америка, която традиционно провежда политика на ограничаване или направо на забрана на вноса и заместването му с местни доставчици, чиято дейност се субсидира с държавни средства, Мексико е първата страна, която отваря пазарите си към инвеститори от САЩ, които откриват предимството на разликите в заплатите за производството на конкурентна продукция за износ

(насочена предимно обратно за САЩ – т. нар. „maquiladora“-индустрии). Въпреки това, успешни примери има и в Европа. Макар от дълго време високите развитите малки европейски икономики (Бенелюкс, Швеция, Дания, Швейцария) да базират растежа си на отвореност на търговията и износ, Ирландия и Финландия – макар с доста различни индустриални структури, традиции и географски произход – се превръщат в примери за успех от началото на 90-те години на ХХ век. В политически разделена Европа и със силни, често едностранни, връзки с бившия Съветски съюз, страните от Централна, Източна и Югоизточна Европа от своя страна нямат възможността да се включат в международната тенденция на експортна ориентация. Разбира се, всички тези държави бяха фундаментално зависими от бившия съветски пазар, но функционирането на този пазар коренно се различаваше от това на глобалния (капиталистически) пазар. Следователно, тяхната международна конкурентоспособност, критичен фактор за успешното експортно ориентиране, нямаше как да бъде измерена правилно, а ако въобще беше измервана се оказваше, че до голяма степен те са неконкурентоспособни на западните пазари, а техните потенциално конкурентни стоки срещаша високите бариери на протекционизма. Последният и най-видим пример за успех на експортно-ориентирания модел на растеж е Китай през последните две десетилетия. В действителност, Китай се превърна не само в най-големият износител в света през 2009 г., изпреварвайки Германия и САЩ, а и успя да увеличи дистанцията си пред тях между 2009 г. и 2012 г. Този феномен е единствен по рода си с това, че на пръв поглед, досега всички по-малко развити държави с потенциално големи вътрешни пазари се фокусираха върху растеж, генериран от вътрешното търсене, а не върху износа. Такъв е примерът с Бразилия, Индия, Индонезия, Аржентина, Австралия, Канада, но също така и с Русия, чиито износ е съсредоточен предимно в една конкретна стокова група.

Теорията за експортно-ориентирания растеж се базира на изследванията на Дейвид Рикардо за абсолютните и сравнителните предимства от ХІХ век и на Адам Смит преди това. Теоретичната база се обогатява допълнително от модела на факторна обезпеченост на Ели Хекшер и Бертил Олин, теорията за растеж чрез иновации на Йозеф Шумпетер и подхода за международният жизнен цикъл на продукта, вкл. релокацията на капитала от Реймънд Върнън. На практика, икономическата политика на големите компании в САЩ и съюзът между правителството и големите корпорации в Япония следват теорията на Върнън. В САЩ започват да преместват трудово-интензивните и „зрели“ продукти, чието производство няма сравнителни предимства в САЩ, към Мексико. По подобен начин се развива стратегията на т.нар. „летящи гъски“, при която първоначално относително най-развитите и отворени източноазиатски икономики се използват от Япония като производствена база. В последствие, такава политика се прилага активно по отношение на по-слабо развитите и индустриализирани страни в региона както от Япония, така и от източноазиатските тигри.

Без да се навлиза в детайли, няколко фактора обясняват не само приложимостта, но и необходимостта от експортно-ориентирана стратегия (за добро обобщение вж. Gkagka-Zarotiadis, 2011 г.). На първо място, за много промишлени стоки, ограничените вътрешни пазари не предлагат възможността за развитие на про-



изводства, които да бъдат конкурентоспособни в международен план въз основа на икономии от мащаба. Тук трябва да се отбележи, че размерът на пазара силно зависи от доходите на населението, а не от размера на населението, както често грешно се приема. Второ, конкурентните предимства, насърчаващи растежа, могат да бъдат използвани изцяло само ако националната икономика се ориентира към чуждестранни пазари. На трето място, експортната ориентация подобрява специализацията и оказва допълнително положително въздействие както върху производствата, възползващи се от икономии от мащаба, така и върху вноса на стоки, които се вграждат в продукцията, предназначена за износ. Тук трябва да се подчертае колко е важно една страна да бъде отворена към вноса, който може да замени неконкурентоспособно вътрешно производство – главна пречка пред реализирането на конкурентоспособен износ, който се основава на вграждането на по-евтини и по-качествени вносни стоки. Четвърто, в резултат от отвореността, експортно-ориентираните държави често се възползват не само от по-конкурентоспособен внос, но се радват и на ползите от трансфера на технологии и ефективни мениджърски методи. На пето място трябва да се спомене ролята на преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ) – в повечето случаи чрез тях навлизат нови технологии, които играят централна роля в успешния експортно-ориентиран растеж. Базирайки се на международния опит, включването в глобалните и/или регионални производствени мрежи и мрежите от услуги на транснационалните компании може не само да засили, но и да задълбочи международно разделение на труда като цяло, както и експортната ориентация в частност. Шесто, ключов външен фактор за успешната експортно-ориентирана стратегия е отвореността, размера и динамиката на международните/регионалните пазари. Търговската либерализация, било то на глобално ниво или в рамките на регионални или дори двустранни споразумения за свободна търговия, генерира значим и позитивен стимул за отваряне на икономиката и предлага нови възможности за износ. Не бива да се пренебрегва също факта, че сътрудничеството с чуждестранни (както транснационални, така и малки и средни) компании често отваря външните пазари за вътрешната продукция и насърчава експортно-ориентирания модел на растеж (Buturac-Lovrinčević-Mikulic, 2010 г.). В заключение, спадащото или стагниращо вътрешно търсене може да послужи като фактор, който да тласне националните икономики към експортно ориентиране, тъй като понякога за много компании единствената възможност за оцеляване е в намирането на нови външни пазари.

През последните десетилетия, експортно-ориентираният модел на растеж поднася убедителни доказателства за своята приложимост. Той генерира високи нива на растеж, създаде нови работни места, доведе до по-голяма производителност на труда, въведе нови организационни и управленски модели на производителност, осигури добър поток на капитал и технологии, значително увеличи приходите от износа и в някои случаи превърна традиционните търговски дефицити в излишъци, подобри баланса по текуща сметка и в резултат допринесе за по-добрата финансова стабилност на страните.

Друг, не по-малко убедителен аргумент, идва от провала на продължилите десетилетия експеримент с опитите за ограничаване на вноса и създаване на замес-

тителите чрез вътрешно производство. Сравнението между икономиките на Източна Азия и (по-голяма част от) Латинска Америка е повече от показателно. Източноазиатските държави се фокусираха върху износа към високо развити страни (на първия етап от техния експортно-ориентиран модел на растеж към САЩ, където те се радват на търговски преференции).<sup>1</sup> Регионалното сътрудничество, на чиито растеж ставаме свидетели през последното десетилетие, се осъществи след като икономиките на страните вече бяха конкурентоспособни в международен план. Подходът на Латинска Америка следваше друга последователност. Въпреки че провалът на националния протекционизъм и непригодността на модела на растеж, стимулиран от вътрешното търсене, става ясен още преди десетилетия, това не довежда до отваряне към външния свят, а до създаване на регионална интеграция с цел да се разшири наличния пазар и страните да станат конкурентоспособни в иначе защитена или почти затворена в продължение на десетилетия „тренировъчна площадка“. В действителност, много малък брой компании (предимно в Бразилия и отчасти в Чили) имат възможността да бъдат успешни извън модела, при който се превръщат в „регионални шампиони“, без да имат конкурентни предимства в международен план.

Най-убедителният аргумент в полза на експортно-ориентираните стратегии е нарастващият принос на международната търговия за световния икономически растеж. Както може да се види от Таблица 1, международната търговия на стоки и услуги нараства почти два пъти по-бързо от световния растеж на БВП. Между 1993 г. и 2002 г. глобалният ръст на БВП от 3.3% годишно бе съпроводен от глобален ръст в търговията от 6.5% годишно. И двата показателя индикират по-голяма динамика в шестгодишния период преди кризата (2003–2008 г.) с ясна разлика в полза на годишния ръст в търговията. Това съотношение е прекъснато от кризата през 2009 г. Въпреки това, за изненада на много наблюдатели и анализатори, международната търговия успява да се върне към динамичния си път през 2010 г. и отново да се превърне във водещ фактор за икономическия растеж, или в много случаи да неутрализира негативните развития по отношение на другите ключови компоненти на растежа.<sup>2</sup> Добре известно е, че растежът се генерира от три основни фактора: вътрешното потребление (както частно, така и публично), инвестициите и износа. Данните на Таблица 1 индикират това – с изключение на кризисната 2009 г. – ръстът в международната търговия (както на износа, така и на вноса) се оказва най-важният двигател за растежа, както в развитите икономики, така и в развиващите се държави. Друго доказателство е корелацията между еластичността на търговията към световното богатство. Ако приемем световно богатство за единица, еластичността

<sup>1</sup> Тук трябва да се добави, че дори да се осигурява свободен достъп до един или повече големи външни пазари, като задължителен елемент на експортната ориентация (т. нар. „външна опора“), успехът на експортно ориентирана стратегия за растеж зависи и от няколко други фактори. В случая на източноазиатските икономики това бе цялостна и дългосрочна индустриална политика, свързана с предпазлива либерализация на вътрешния пазар, силна правителствена намеса, обезценени национални валути, инвестиции в образованието, научноизследователската и развойна дейност, трансфер на технологии и тяхното ефективно усвояване, сътрудничество с чуждестранни фирми, и т.н. Излишно е да се казва, че някои от посочените по-горе условия или не съществуват в днешната глобализирана среда или трябва да се адаптират към новата международна рамка.

<sup>2</sup> Според прогноза на ОИСР, изготвена през 2011 г., световната търговия се очаква да нарасне два пъти повече от БВП през 2011 и 2012 г. (The Economist, 28 май 2011 г.).



на търговията възлиза на 1.77 още през 60-те години на XX век, като продължава да расте с всяко десетилетие – 1.94 през 70-те, 2.75 през 80-те, 3.36 през 90-те и 3.69 през първото десетилетие на XXI век (Freund, 2009 г., Escaith et al. 2010 г.).

Без да се омаловажават силните аргументи в защита на стратегията за развитие на икономика, основана на износ, за да се създаде по-балансирана картина, трябва да се обърне внимание на някои рискове и предизвикателства пред прилагането на такава стратегия особено от малки икономики, стремящи се към догонващо икономическо развитие.

На първо място, без свободен (либерализиран) достъп до големи и динамични външни пазари (които в много случаи се явяват външни опори за цялата икономика), стратегията за растеж, базиран на износ, среща сериозни затруднения. Трудностите могат да се появят по линия на търговски бариери, издигнати на ниво държава или по отношение на определени стокови групи, което може да засегне секторите, които ще са гръбнакът на една експортно-ориентирана стратегия.

Второ, друг важен фактор за успеха на прилагането на експортно-ориентирана стратегия, е нивото на конкурентоспособност на съответната икономика. Измерването на конкурентоспособността вече не може да се свежда до традиционни елементи като цена, качество или срок на доставка на даден продукт или услуга. Дори конкурентоспособността, базирана на валутни курсове, която се изразява в често повтарящи се девалвации, води не само до краткосрочни ползи (увеличаване на износа), но и до краткосрочни негативи (по-висока цена на вноса, увеличение на инфлацията) и което е по-важно, до дългосрочни недостатъци (отлагане на структурни реформи и възпрепятстване на преминаването към производства с висока добавена стойност). Освен това, една устойчива конкурентоспособност в ерата на глобализацията включва няколко нови фактора като ефективност на институциите на всички нива (правителство, областни и местни власти), липса на бюрократични препятствия, критичен минимум на социална сплотеност, манталитет на обществото, ориентиран към бъдещето, както и капацитета/готовността му да приема, усвоява и доразработва политически, икономически, институционални и социални „инновации“ (т. нар. иновативно общество).

Трето, икономическата отвореност по отношение на търговията, капитала и услугите (както и увеличаваща се роля на чуждестранната работна сила) носи не само съответните ползи, но включва в себе си също така и значителни разходи. Настоящата криза засегна най-отворените икономики в по-голяма степен от по-слабо отворените, а експортно-ориентираните държави бяха по-уязвими към външни шокове. Това важи в случаите, когато националните икономики са се специализирали в създаването на стоки и/или услуги, които са с по-сериозна чувствителност към кризи (Josifidis - Dragutinovi Mitrovic - Ivancev, 2012 г.). В допълнение, търговската либерализация намалява бюджетните приходи, тъй като постъпленията от мита и други мерки на протекционизъм спадат (често срещан аргумент на неконкурентоспособните африкански и неразполагащите с петрол арабски икономики).

На четвърто място, в условията на глобализация, една успешна експортно-ориентирана стратегия има нужда от (почти) пълно отваряне на икономиката, с цел осигуряване на достъп до конкурентоспособни вносни стоки, които да се вграждат



като компоненти в конкурентоспособни стоки, предназначени за износ. В такава ситуация има ограничено място за действие, а може би и още по-малко време за развитие на перспективни икономически дейности, без значими, макар и временни протекционистки мерки. Следователно, малко вероятно е да се реализира класическият метод на „отглеждане“ на зараждащи се индустрии с очакването, че те ще се постигнат международна конкурентоспособност след време.<sup>3</sup> Оттук следва, че източниците на автентичен, вътрешно генериран растеж трябва да бъдат търсени на други места, най-вероятно във високо либерализираната сфера, както и в жестоката международна конкуренция.

Пето, отвореността на малките икономики определено увеличава тяхната зависимост, както от размера и структурата на търсенето в техните най-важни експортни пазари, така и от ключови фактори от вноса (енергия, суровини, полуфабрикати, технологии), които се използват директно или индиректно за техния конкурентоспособен износ. Степента на зависимост може да бъде по-висока, ако износите и вносите на държавата се концентрират в няколко пазари и няколко доставчика. Въпреки това географската диверсификация също крие няколко риска, в случаите, в които тя намалява степента си на надеждност спрямо потенциалните нови партньори. В този контекст попадат и дългосрочните бизнес отношения и най-вече задълбоченото сътрудничество с водещи транснационални компании, „цената“ на зависимостта от които се изразява в по-високо ниво на сигурност на продукцията, работните места и пазарите, което до известна степен не е толкова лоша сделка за националните държави.

На шесто място, най-вече първият етап на експортно-ориентиран растеж (и отваряне на икономиката) е вероятно да бъде свързан с по-висок растеж на вноса, отколкото на износа. Това може да генерира значими търговски обеми, но и дефицит по текуща сметка (Todorovic, 2008 г.). Дали подобен дефицит може да бъде намален или дори елиминиран на по-късен етап от експортно-ориентирания растеж зависи до голяма степен от броя на вътрешните и отчасти външни фактори – потенциал за подобрене на дадена икономика или сектор в рамките на веригата на добавена стойност, заместване на внесените продукти чрез конкурентоспособно вътрешно производство, ефективно използване на висококвалифицирана работна ръка и управление на средствата за научноизследователска и развойна дейност, подкрепяща публичната администрация, положителни промени във външните пазари, отношения с международния бизнес и т.н.).

Седмо, в действителност, историята познава и случаи, при които експортно-ориентираният модел на растеж остава на ниски по отношение на добавена стойност нива на специализация и съответната икономика се превръща в заложник на все по-остаряваща и по-малко конкурентоспособна структура на производството си. Това е особен проблем, ако няколко държави се конкурират помежду си чрез подобни, нископлатени стоки/услуги. Нещо повече, тези дейности са изложени на

<sup>3</sup> Обективно погледнато, постиженията, свързани с развитието на «зараждаща се промишленост» се представят много под първоначалните очаквания навсякъде по света, дори в много по-протекционистки периоди през последните няколко десетилетия. В допълнение, някои от успешните примери биха могли да се превърнат в конкурентни само с постоянна подкрепа под формата на субсидии от съответната държава



рязко нарастващата конкуренция в международен план, идваща от все повече слабо развити страни, които по подобен начин, виждат своя шанс за навлизане на външни пазари като начален етап на надеждите им за бързо достигане на развитите икономики. Следователно, основна задача на икономическата политика е да не допусне ситуация, в която експортно-ориентираният растеж може да се превърне в заложник на статични ефекти, вместо да генерира динамични ефекти от конкурентното съревнование (Zhelev and Tzanov, 2012 г.).

Осмо, експортно-ориентираната стратегия представлява ключов завои в приоритетите за развитие към по-високо ниво на конкурентоспособност. Въпреки това, тъй като икономиката се състои от сектори, подготвени в различна степен за отваряне и международна конкуренция, дори позитивните като цяло структурни промени могат да бъдат съпътствани от загуби. Те могат да бъдат особено болезнени за пазара на труда и без съмнение биха се отразили върху усещането за социална кохезия. С цел да се избегнат сътресенията в структурата на националната икономика и да се предотврати подобно негативно социално разделение (вкл. маргинализиране, поради високо ниво на безработица сред нискоквалифицирана или недостатъчно квалифицирана работна ръка) прилагането на дългосрочни стратегии на пазара на труда и в социалната сфера, е изключително необходимо. Тези стратегии трябва отчасти да се финансират от рязко нарастващите приходи, генерирани от успешните експортни сектори и рязко увеличаващия се БВП в рамките на внимателно очертана схема на преразпределение.

Девето, един от най-сериозните рискове пред устойчивия експортно-ориентиран растеж е потенциалната демагогия и популистки реакции, насочени срещу отварянето на икономиката, либерализацията, чуждата собственост, международните институции, които се посочват като пример за негативно развитие и истинска заплаха за „националната независимост“. В много случаи устойчивостта на експортно-ориентирания растеж се поставя под въпрос не поради (временния) търговския дефицит или различните възприятия за печалба и загуба (в тази игра с положителен резултат!), а заради изкуствено създадените социални отношения („борба за свобода“).

Десето, икономическата глобализация, подхранвана от свободния приток на капитал, либерализацията на търговските пазари и пазарите на услуги, както и въздействието на информационната и комуникационна революция не само доведе до масирана релокация на различен тип производства и услуги, главно от развити към средно-развити, развиващи се или слабо развити държави, но подхрани и широкомащабен процес на деиндустриализация със сериозни икономически и социални последици в определени високо индустриализирани икономики. Икономическите последици, изразяващи се главно в огромни търговски дисбаланси (както излишъци, така и дефицити), отдавна са вече ясни. От своя страна социалните последици могат да станат напълно видими на по-късен етап, ако някои от развитите държави не намерят правилния отговор на това предизвикателство (със сигурност не като разчитане на повече протекционизъм).

В заключение – въпреки гореспоменатите възможни (или реални) рискове и предизвикателства, в сегашните глобални условия малките държави трудно могат

да предпочетат стратегия, която да не е базирана на нарастваща експортна ориентация. В случай, че искат да създадат условия за устойчив и висок растеж с реална възможност за догонващо икономическо развитие, страните могат да разчитат само на по-широко и по-задълбочено участие в международното разделение на труда. Намаляването на загубите (и съответно увеличаването на печалбите) има нужда от последователна и дългосрочна икономическа и социална стратегия. Това определено не трябва да е за сметка на връщане към развитие, базирано на вътрешното търсене, което не би могло да доведе нито до растеж, нито до догонващо икономическо развитие, а в същото време, изглежда неустойчиво дори в краткосрочен или средносрочен план.

### **3. Въздействие на глобалната криза върху взаимната зависимост между растеж и търговия**

Финансовата и макроикономическа криза наруши внезапно продължилите десетилетия взаимни зависимости между растежа и износа. Докато световният БВП се понижи с по-малко от 1% (средно с 3.7% при развитите държави и 4.6% в ЕС-27), обемът на световния износ се сви с повече от 10%. По същия начин, износьт на развитите страни преживя спад от 12%, докато този на страните от ЕС-27 отбеляза понижение от почти 20%. Дори развиващите се държави, които поради нарастващо вътрешно потребление успяха да задържат положителен ръст на своя БВП (средно 2.8%), не останаха незасегнати от кризата в развитите страни. В резултат, техният общ износ намаля с почти 8%.

Анализаторите, които винаги са били критични към експортно-ориентирания модел на растеж, се оказаха веднага в центъра на вниманието. Те формулираха три ключови послания по отношение на страните от Централна и Източна Европа (ЦИЕ), които са сравнително нови експортно-ориентирани икономики. Първо, кризата разкри високо ниво на уязвимост в следствие на отвореността на икономиките и външната им ориентация. На второ място, някои сектори, в които най-конкурентоспособните страни от Централна Европа се бяха специализирали и които дълго време бяха считани за успешен пример за преминаването от ниски и средни към високотехнологични производства, бяха много по-засегнати от кризата в сравнение със средния спад за националните икономики. Присъдата бе недвусмислена: грешен модел на специализация. И трето, повече от очевиден стана нерешеният конфликт между големите, конкурентоспособни, финансово стабилни транснационални компании, от една страна, и слабо капитализираните, неконкурентоспособни, местни малки и средно-големи фирми, от друга.

Въпреки това, критиците на експортно-ориентирания модел не предложиха никаква приложима алтернатива. На първо място, намалението на отвореността на страните-членки на ЕС от ЦИЕ би означавало те да направят крачка назад по отношение на европейската си интеграция, тъй като между 70 и 85 процента от техния износ е насочен към вътрешния пазар на Съюза. Всякакви идеологически обусловени административни стъпки, насочени към намаляване на „зависимостта“, биха били в нарушение с основния стълб на ЕС – свободната търговия. Второ,

през последното десетилетие някои централноевропейски страни, в сътрудничество с транснационални компании и други чуждестранни фирми, бяха сравнително успешни в развиването на средни и високотехнологични производства и услуги. Действително, те успяха да прескочат опасността да се превърнат в заложник на нископлатен модел на специализация. В същото време, не е случайно, че кризата удари най-много високотехнологичните сектори, тъй като в ситуация на криза търсенето в Западна Европа спадна на равнища под средното в сектори, в които плановете за нови покупки могат да бъдат отлагани за периода след кризата (компютри, електроника, автомобили, някои инструменти, дори домакински уреди с дългогодишно използване). Еластичността на търсенето в горепосочените сектори определено е по-високо от това за стоки, задоволяващи първични нужди (храна, дрехи, стоки за ежедневна употреба). На трето място, кризата изкара на преден план често прикриваното противопоставяне между чуждестранни и местни фирми, което неизменно придружава целия процес на трансформация през последните 20 години – съревнование, което не е ново, но чиито актуални измерения веднага бяха припознати от популизма в ЦИЕ.

Какво може и какво би трябвало държавите в криза да направят с цел да минимизират негативния ефект от кризата върху техните сектори, зависещи от износа? Отговорът на първия въпрос е не да ги затворят, което не би било възможно без да напуснат ЕС, а частично да ги преориентират към други, динамично развиващи се пазари като Китай и други икономики от Далечния Изток, Индия, Русия, богатите на петрол държави от Близкия Изток, Турция, Латинска Америка и т. н. Вторият проблем трябва да бъде адресиран чрез още по-голямо увеличение на дела на местната добавена стойност в общите разходи за производство на дадена стока или услуга. Това може да се постигне или чрез повишаване на качеството на производството в рамките на глобална верига на стойността на транснационалните компании или посредством заместване на вноса чрез конкурентни местни производства, независимо дали те са реализирани от чуждестранни или местни компании. Намаляването на разликата между конкурентоспособните транснационални фирми и сравнително неконкурентоспособните местни компании има нужда от още време, тъй като исторически развитите различия не могат да бъдат елиминирани от днес за утре.

Кризата разкри, че експортно-ориентираният растеж има нужда не само от големи и отворени пазари и съответното участие на чуждестранен капитал, но също така и от ясна и дългосрочна национална стратегия за износ, която следва да изпълнява следните задачи:

- а) да се осигурява подкрепа за фирми, които търсят допълнителни пазари извън ЕС;
- б) да си сътрудничи с транснационални компании, произвеждащи в съответните страни от Централна и/или Източна Европа и същевременно изнасящи на пазари извън ЕС, като интегрална част от тяхната глобална или регионална бизнес стратегия;
- в) да подкрепя повишаването на качеството на местното производство на базата на прилагането на нови технологии и повишаване на квалификацията на служителите с цел увеличаване на дела с добавена стойност в общата продукция;
- г) да създава благоприятна среда за три типа малки и средни предприятия (как-

то местни, така и чуждестранни), а именно за тези, имащи възможността да изнасят за различни пазари (вкл. пазарите в ЕС); за тези, които имат възможност да заместят вноса чрез конкурентно местно производство като подизпълнители на големи транснационални фирми; и за тези, които могат да бъдат конкурентни на вътрешния пазар по отношение на цената и качеството на своите стоки и да „изтласкат“ другите, в т. ч. и чуждестранни фирми. Във всички тези случаи би могло да се приложи едно по-добре насочено преразпределение на финансови трансфери от бюджета на ЕС.

Едва ли има някакво съмнение, че за да се постигне всяка от горепосочените цели, е необходима цялостна подкрепяща износа стратегия от страна на правителствата, която, разбира се, трябва да се разграничава от инструментите за пряка намеса.

В действителност критиките към експортно-базирания растеж и набралия скорост популизъм получиха много бърз отговор от динамиката в развитието на международната търговия. Докато БВП започна да се възстановява сравнително бавно през 2010 г. и 2011 г., макар за много страни данните за възстановяването от тежката криза да бяха само в рамките на статистическата грешка, експортът се върна на предкризистните си равнища в повечето страни в ЕС на практика още през 2010 г., като през 2011 г. с изключение на Финландия (поради т. нар. ефект „Нокиа“), всички държави в ЕС отчетоха пълно възстановяване на обема на износа си. Основното послание на Таблица 2 е, че износет за пореден път и по още по показателен начин възстанови ролята си като ключов, а в някои държави и единствен двигател за растежа и възстановяването на икономиката. Докато през 2011 г. средният БВП на страните от ЕС-27 остана с почти 1% по-нисък от нивата през 2008 г., износет вече беше по-висок с повече от 8% в сравнение с нивата през 2008 г. Нещо повече, през 2011 г. само седем страни-членки успяха да преодолеят негативните последствия на кризата, както показва Таблица 2 по отношение на техния БВП, докато всички страни без Финландия регистрираха по-високи, а в някои случаи много по-високи показатели за износ, отколкото през 2008 г. Интересното е, че най-високия ръст на експорта бе отбелязан в държавите с голям спад на БВП. Причините са разнообразни. В случаите с България и Румъния, които се представят най-добре по отношение на динамика на износа, приемането в ЕС изиграва главната роля. Това важи с пълна сила за двустранните търговски отношения между двете страни и новите търговски връзки, резултат от присъединяването, които няма как да бъдат омаловажени. За невероятния ръст на износа от Гърция и Испания могат да бъдат дадени различни обяснения. Изправени пред драматичен спад на вътрешното търсене, компаниите в двете страни бяха принудени да търсят външни пазари с цел да избегнат масово закриване на мощности, което, от своя страна, би утежило допълнително и без това критичното ниво на общата безработица по принцип и на младежката безработица в частност. За Гърция, чиято икономика в повечето области е неконкурентоспособна от 1981 г., голяма част от експортния бум може да се отдаде на значимите китайски покупки на гръцки земеделски продукти (в огромна си част финансирани в рамката на Общата селскостопанска политика, което е косвено субсидиране на Китай от страна на Брюксел).



Статистическите данни от Таблица 3 навлизат в повече детайли и идентифицират приноса на вътрешния и външните за ЕС пазари за бързото възстановяване на износа. Оттам ясно се вижда нарастващият дял на износа към пазари извън ЕС. С други думи, търсенето на нови пазари, както бе споменато по-горе, става реалност в много кратък период от време, от части въз основа на установените сравнителни предимства на повечето страни-членки в световната търговия и отчасти поради рязко спадащото вътрешно търсене в резултат от кризата и нейното управление (въвеждането на бюджетни ограничения, което се отразява върху разполагаемите доходи както за частното, така и за публичното потребление).<sup>4</sup> На ниво ЕС-27, износет за вътрешния пазар нараства само с 3% между 2008 г. и 2011 г., докато износет за страни извън ЕС показва ръст от 17%. С изключение на три страни-членки и една с подобен ръст на износа за външния и вътрешния за ЕС пазари, всички отбелязват по-висока или от части много по-висока динамика на износа извън ЕС, отколкото на този в рамките на Съюза. Разликата в тази динамика се простира от 3% (Португалия) през 10 до 30% за повечето държави до повече от 80%, какъвто е случаят с Гърция. В допълнение, пет държави със спадащ износ към вътрешния пазар на ЕС (Гърция, Ирландия, Дания, Франция и Италия) успяха в голяма степен да неутрализират това негативно въздействие като се ориентираха към пазари извън ЕС. Изключения от общото правило бяха България, Румъния и Словения, докато полският износ показва същата динамика и в двете основни направления. Отново сравнително лесно е да се разбере какво стои зад развитието на българския и румънския износ, чрез нарасналата търговия в първите години от членството в ЕС. Случаят със Словения е по-сложен, не само защото износет към ЕС нарасна по-рязко, но и защото износет извън ЕС не достигна нивата си от 2008 г. (другото изключение е Финландия). Най-вероятно спадащият износ извън ЕС се дължи на намаляващата конкурентоспособност на западнобалканските пазари, които постепенно се отваряха един към друг и което е по-важно, към страните-членки на ЕС (в резултат от постепенното въвеждане на споразуменията за свободна търговия).

В резултат от увеличената ориентация към пазари извън ЕС, настъпват забележителни промени в съотношението между външния за ЕС и вътрешния за ЕС износ. Делът на износа вътре в ЕС спадна с повече от 3%, а с приблизително толкова се увеличи и делът към страни извън ЕС. Това преориентиране беше особено явно при силно засегнатите от кризата Гърция, Испания и Ирландия. Въпреки това, на базата на водещата роля в износа на Германия (и отчасти Франция, Великобритания и Италия), това изместване може да бъде интерпретирано като доказателство за конкурентоспособността в международен мащаб на водещи страни-членки на ЕС в пазари извън ЕС. През 2011 г. делът на износ към страни в ЕС спадна до 60% за Германия и Италия, но също и за други конкурентоспособни държави като Швеция и Ирландия. Новите страни-членки останаха много по-свързани с пазара на ЕС, дори при условие, че подобна тенденция може да се наблюдава и при повечето тях.

<sup>4</sup> В някои страни фактори за допълнително намаляване на търсенето могат да бъдат намерени и във високите нива на спестявания във времена на криза (включително релокирането на капитали в „безопасни“ зони) и/или засилените усилия за намаляване/изплащане на натрупаната дългова тежест

Все пак, трябва да се подчертае, че въпреки това географско изместване в износа, пазарът на ЕС остава най-важния опорен пазар за всички страни-членки (дори за Гърция с нейното драматично търговско преориентиране, устойчивостта на което обаче изглежда повече от съмнителна). Особено новите страни-членки са тясно свързани с пазара на ЕС и вътрешното търсене в ЕС, тъй като за всяка една от тях, с изключение на България, делът на вътрешния за ЕС износ е над 70% от общия експорт. Най-високата степен на ориентация към пазарите на ЕС показват данните за износа от Чехия и Словакия (над 80% от общия).

#### **4. Представянето на българския износ в Европейския съюз и в регионален план**

Тази глава разглежда ключовите фактори, които определят (устойчивото) представяне на износа и международната конкурентоспособност, обвързани с висок растеж, постигнат вследствие от експортната ориентация. В началото ще бъде представен анализ на някои значими данни за развитието на българската търговия на базата на данни от официалната българска статистика. Следващите четири подглави се фокусират върху различни компоненти на успешната експортна ориентация в сравнителен план със страните от ЕС, новите страни-членки и страните от Западните Балкани.

В тази връзка, ще бъде обърнато внимание на избрани индикатори на експортно-ориентирания растеж, включително ролята на географската ориентация и структурата на стоките за износ, както и на въздействието на преките чуждестранни инвестиции върху представянето на износа. С цел да се представи обективна сравнителна картина, данните по-долу се основават на международна статистика.

##### **4.1. Развитието на българската външна търговия**

Таблицы 4 и 5 съдържат основни данни за износа и вноса на България в периода между 2007 г. и 2011 г. Тук могат да се открият няколко благоприятни тенденции. На първо място, въпреки кризата, която засегна тежко експорта, износът на страната, изразен в текущи цени в лева, се увеличи с 50% за този период. Второ, вносът нараства само със 7%, което значително подобри компенсирането на вноса с обемите на износа.

Трето, подобряването на конкурентоспособността по отношение на износа бе подкрепено и от впечатляващия ръст на търговските обеми по линия на някои двустранни отношения. Таблица 4 включва десетте най-големи пазари за българския износ през 2011 г. и съдържа някои важни послания. Първо, впечатляващ растеж отбелязва износът към Румъния, нова страна-членка от 2007 г., която влезе в ЕС заедно с България. Всъщност, румънският пазар се превърна във втория най-голям експортен пазар на България точно през 2011 г., изпреварвайки традиционни пазари като Италия, Гърция и Турция. Друго окуражаващо стечение на обстоятелствата е ръстът на износа към Германия (водещата по конкурентоспособност страна-членка на ЕС), но също така и към Испания и Франция.



На свой ред, износът за водещи преди кризата икономики в ЕС като Италия и Гърция отбеляза ръст много под средното, което със сигурност се дължи на вътрешни проблеми, както и на кризата в еврозоната. По-малко благоприятна бе динамиката на износа към новите страни-членки и по-специално към Западните Балкани, чиято географска близост като съседни на България страни предполага наличието на потенциал за растеж, както и към Турция, която през последните няколко години регистрира постоянна динамика в развитието си. Износът към Русия може да се оцени по-положително, въпреки че (все още) малкият обем не може да бъде счетен за значим фактор на фона на общото представяне на износа.

На пръв поглед, много по-умереният ръст на вноса, от който произтича значително по-ниският търговски дефицит, може да се оцени като едно позитивно развитие, при условие че растящата експортна ориентация е била подпомогната от рязко увеличаващата се конкурентоспособност на вътрешното производство на стоки за експортно-ориентирани сектори. Въпреки това, през 2011 г. вносът от Германия, който би могъл да се разглежда като индикатор за закупуването на машини и различни високотехнологични стоки за подобряване нивото на конкурентоспособността на българската икономика като цяло и на износа в частност, не достигна нивата си от 2007 г.

Ръстът на вноса е в следствие на безпрецедентното утрояване на доставките на стоки от Испания само в рамките на една година, както и на увеличаващите се търговски обеми вследствие от румънското членство в ЕС и вноса от Русия. Поглеждайки нивото на развитие на тези държави, техните производства и структура на износа, е малко вероятно ръстът на вноса да е поддържал развитието на конкурентоспособен износ. Следователно, основната структура на вноса, установила се през последните петнадесет години, не предполага изместването на фокуса му от такава, доминирана от потреблението към такъв, подпомагаща производството и износа. Подобно на държавите от Западните Балкани, вносът бе подпомаган от нарастващо вътрешно частно потребление, подхранвано от финансовите трансфери на емигрантите, както и от значителното нарастване на обема кредити, генериран главно от чужди банки, опериращи в страните (Sanfey-Zeh, 2011 г.). По този начин, капиталовите потоци не доведоха до качествена промяна от вноса, генериран от потреблението към (конкурентоспособен) внос, генериран от инвестициите. Този проблем ще бъде разгледан в повече детайли в една от следващите подглави.

По-високата степен на т.нар. „покриване“ на обема на вноса от износа може да се разглежда като индикатор на нарастваща конкурентоспособност, тъй като това означава, че износът се повишава по-бързо от вноса. В този контекст, както показва Таблица 6, България може да очаква известен успех, тъй като съотношението на това „покриване“ се подобрява с почти 20 процентни пункта за периода между 2007-2008 г. и усреднените стойности за 2009-2011 г. Нещо повече, износът се оказва по-голям като количество от вноса по отношение на няколко страни (Румъния и Гърция) и демонстрира много по-високи стойности в търговията с Испания. Взимайки под внимание целия период между 2007 г. и 2011 г., България успя да акумулира впечатляващ търговски излишък спрямо страните от Западните Балкани, но



също така Турция и „покриване“ надхвърлящо 100% с Румъния, Франция, Гърция и Италия. В допълнение, огромните дисбаланси с ЕС-27 като цяло бяха намалени чрез търговията с Германия и в много по-малка степен с новите страни-членки, докато огромният търговски дефицит с Русия остана на практика непроменен.

#### 4.2. Избрани индикатори на експортното ориентиране

За да се представи важността на износа за националните икономики (да не се бърка с конкурентоспособността на износа) могат да се използват няколко статистически подхода. В следващите таблици са сравнени данни на страните от ЕС. Таблица 7 сравнява БВП на глава от населението с износа на глава от населението – стойност, разкриваща интензитета на износа на дадена икономика. През 2011 г. индексът за износ на глава от населението за ЕС-27 възлиза на 8.622 евро или 34% от БВП на глава от населението. България има много ниска стойност на износ на глава от населението (2.525 евро), изпреварвайки единствено Гърция, Румъния и Кипър. Износът на глава от населението е повече от десет пъти по-висок в Белгия, Люксембург и Холандия и три до четири пъти по-висок в новите страни-членки от Централна Европа, както и в Естония. В същото време, уязвимостта (зависимостта от износа) е много по-висока в България, отколкото средното за ЕС (53% спрямо 34%), ако се раздели износът на глава от населението и БВП на глава от населението. И все пак, тази степен на „уязвимост“ е дори още по-висока в традиционните експортно-ориентирани малки страни от ЕС и в новите страни-членки от Централна Европа. Ако сравним България със страните от Западните Балкани, различията в стойностите на износа на глава от населението стават очевидни. Въпреки че тази стойност в България е една от най-ниските в ЕС-27, тя все пак е значително по-висока от тази на страните от Западните Балкани, вкл. Хърватия (която е с двойно по-висок БВП на глава от населението от България).

Отвореността на търговията е друг фактор, характеризиращ експортното ориентиране, тъй като измерва дела на общия износ (и внос) от БВП в съответната страна. Таблица 8 обобщава стойностите за страните-членки на ЕС. Единадесет страни-членки демонстрират отвореност на търговията (износ + внос/БВП) по-висока от 100%, в т.ч. 8 (!) нови страни-членки, водени от Словакия и следвани от Естония, Унгария и Чехия. С индикатор от 113% България също принадлежи към тази група. На базата на тези стойности, степента на отвореност на търговията в България е почти четири пъти по-висока от тази на Гърция (страната с най-ниска отвореност) и повече от два пъти по-висока от тази на Италия, Франция, Великобритания, Испания (все „големи икономики“ с важни вътрешни пазари) и Кипър. Трябва да се добави, че данните за отвореността на търговията се формират от комбинирания дял на износа и вноса от БВП. От гледна точка на експортното ориентиране и международната конкурентоспособност, е удачно да разделим тези два индикатора. За много страни ключовият фактор за „отвореността на търговията“ е бил вносът, а не износът. Докато Белгия, Словакия, Унгария, Холандия, Чехия, както и Германия, Швеция и Дания (последните три страни са под границата от 100%), показват по-висока от средната отвореност, вследствие от износа,



стойностите от над 100% за няколко други държави са поради отвореността им по отношение на вноса (вкл. България, Балтийските държави, и в някои крайни случаи, Гърция, Кипър и Малта). Това несъответствие е особено характерно за страните от Западните Балкани (Josifidis et. al, 2012 г.). Макар тяхната отвореност на търговията да остава далеч под линията на 100% и с изключение на Хърватия дори под 69%, в огромна си степен отвореността е резултат от дела на вноса от БВП, а не от този на износа. Това ясно подчертава един модел на растеж, базиран на вноса, който е далеч от експортното ориентиране и още повече от конкурентоспособността на износа в международен план.

Таблица 9 съдържа по-широк набор от данни, включващи в калкулирането на отвореността на търговията не само износа и вноса на стоки, но и на услуги - много важен компонент в международен план за няколко страни, вкл. и за България. Сравнение сред новите страни-членки (базирано на данни от 2010 г.) разкрива, че осем от десетте нови страни-членки (без Кипър и Малта) имат отвореност на търговията по-висока от 100%. България е на седма позиция, изпреварвайки Румъния, Полша и Латвия, но все още е на значителна дистанция от най-отворените икономики, като Унгария, Естония и Словакия. В същото време, трябва да се отбележи, че България е четвъртият най-голям износител на услуги (като дял на услугите от БВП), на същото ниво като Латвия и Унгария и значително по-назад единствено от Естония. Без съмнение развитието на сектора на услугите (не само на туризма!) може да се превърне в стълб на експортно-ориентиран растеж в България дори и в по-дългосрочен план. Едно сравнение със страните от Западните Балкани, които са много слаби в износа на стоки, но донякъде се представят по-добре в износа на услуги, показва, че все още всички демонстрират стойности на отвореност под българската като единствено Македония надвишава границата от 100%.

Таблица 10 цели да даде обяснение за ролята на износа като двигател на общия растеж преди, по време на и отчасти след макроикономическия спад през 2009 г. Сравнение между новите страни-членки показва, че БВП регистрира висок годишен растеж между 2003 г. и 2007 г. (с изкл. на Унгария) и че негативният темп на растеж в Естония и Латвия продължава дори през 2008 г. През 2009 г. всяка нова страна-членка с изкл. на Полша претърпява безпрецедентен спад, олицетворен от двуцифрено свиване на БВП в балтийските страни и бавно възстановяване през 2010 г. Но как се развива износьт? Между 2003 г. и 2008 г. износьт се оказва двигател за растеж и регистрира двуцифрени нива на годишен растеж през всяка година. В резултат на макроикономическата криза той се срива навсякъде в региона, но изненадващо за някои „експерти“ през 2010 г. се върна до предкризисните си нива във всички държави без Словения. Ситуацията беше донякъде сходна и в страните от Западните Балкани. Интересното е, че тяхната по-ниска степен на отвореност на търговията (и „външна уязвимост“) не ги предпази от рязък спад (изразявайки се в много по-малък обем) на износа. Освен това, въпреки възстановяването си през 2010 г., в три от тези страни (Хърватия, Македония, Черна гора) износьт не можа да достигне до предкризисните си нива. Ситуацията в България се вписва в общата тенденция, що се отнася до БВП и ръст на износа. Въпреки това, спадът на износа

през 2009 г. беше по-висок, отколкото във всички други нови страни-членки (с изключение на две балтийски държави). На свой ред, възстановяването му през 2010 г. пък се оказа по-бързо от всички други нови членове (с изключение на Естония). Това означава, че българският износ е бил не само уязвим, но и еластичен спрямо общото развитие на пазарното търсене. Също така, възстановяването беше по-силно, отколкото в която и да е от страните от Западните Балкани (с изключение на Албания, която е с много малък обем на износа).

Друго сравнение на динамиката на външната търговия по отношение на преодоляването на кризата в новите страни-членки е приложено в Таблица 11. Между 2009 г. и 2011 г. всички страни имат много динамично развитие на износа и вноса. Износът на Естония расте с 85%, следван от този в България (73%). Дори и „най-слабо“ представилата се Словения отчита ръст на износа от 33%. Динамиката на износа и вноса е близка в балтийските страни и във всички централноевропейски икономики. Изненадващата разлика е България, където увеличението от 73% на износа е придружено от само 38% ръст на вноса (друга подобна, макар и с по-малко несъответствие, разлика може да се идентифицира в Румъния, с увеличение на износа от 55% при ръст на вноса от 41%). Някои страни от Централна Европа регистрираха по-бързо възстановяване на вноса, отколкото на износа (Чехия, Полша, Словения), а Словакия и Унгария отчитат по-висок растеж на износа, отколкото на вноса между 2009 г. и 2011 г. Въпреки много по-високия ръст на износа, България натрупа тригодишен търговски дефицит от 12 млрд. евро (в сравнение с 38 млрд. в Полша и 29 млрд. евро в Румъния). За сравнение, сравнително най-конкурентоспособните икономики, Чехия и Унгария, натрупаха търговски излишък съответно от 18 и 16 млрд. евро.

Различните стойности на ръст на износа и вноса не предизвикаха значителни промени в относителното позициониране на новите страни-членки, що се отнася до общото им търговско представяне. В региона на ЦИЕ Полша, следвана от Чехия и Унгария, остава най-важната страна износител и вносител. Въпреки това, България успява да увеличи своя дял от общия износ на новите страни-членки от 3.2% на 3.9% или с 0,7 процентни пункта растеж, подобно на Румъния и Литва. Нарастващият дял очевидно отразява подобряващата се позиция на българския износ в сравнение със страните от региона. Въпреки това, първоначалните и достигнатите до 2011 г. нива на износа са все още ниски, за да може да се говори за дългосрочен устойчив растеж, генериран от износа. (Виж Таблица 12).

Налични са и статистически данни за приноса на различните компоненти (потреблението на домакинствата, брутните инвестиции и износа) към общите темпове на растеж между 2003 г. и 2007. Таблица 13 сравнява България с Чехия, Унгария и Румъния. Във всичките четири страни износът доказва своята роля като значим двигател за растежа. Между 2003 г. и 2008 г. брутните инвестиции в България и Румъния нарастват много рязко и дори по-динамично от износа. В допълнение, в тези две страни потреблението на домакинствата бе значим стълб в общия растеж, за разлика от Чехия и Унгария. Това подчертава разликата между растежа, генериран от износа, както е в Чехия и Унгария, и такъв, който по-скоро се генерира от вноса, какъвто е случаят в България и Румъния. През 2009 г. всички ключови компоненти



на БВП се свиват, като най-голям спад като цяло регистрира износът, като само в Румъния свиването на инвестициите е с по-голям процент. През 2010 г. износът се превръща в единствения фактор за растеж в тази група страни, където на фона на отрицателните стойности на другите компоненти само в Чехия се наблюдава много скромно възстановяване на потреблението и инвестициите. За съжаление, брутни-те инвестиции като потенциален източник на бъдещия експортно-ориентиран растеж претърпяха най-голям спад в България, следвана от Унгария и Румъния.

По-красноречив показател за конкурентоспособността на износа е т.нар. „покриване“ на вноса от износа. Тук се изхожда от схващането, че страните с търговски излишък са по-конкурентоспособни, отколкото страните с търговски дефицит (при условие, че излишъкът не се дължи на износа на енергия, минерали и диаманти, а на произведените стоки). Това важи с пълна сила в свободните търговски зони, където по-конкурентоспособните страни-членки се възприемат за най-големите печеливши от свободното движение на стоки (и услуги), докато по-малко конкурентоспособните извличат по-малко предимствата от свободната търговия. Съответните сравнителни данни са събрани в Таблица 14. Основните послания са следните: на първо място, всички нови страни-членки успяха да подобрят своите икономически показатели съдейки по данните за усреднените нива за периода от 2003 г. до 2007 г., от една страна, и за 2011 г., от друга. Второ, кризата помогна за положителния ръст в България (вероятно поради резкия спад на вноса, но също така и благодарение на бързо растящия износ през 2010 г. и 2011 г.). На трето място, три страни от Централна Европа, водени от Унгария и следвани от Чехия и Словакия, регистрират коефициент на „покриване“ по-висок от 100%. Безспорно е, че тези стойности подкрепят хипотезата за стабилна конкурентоспособност на износа и в трите страни. При всички останали нови страни-членки обемите на вноса надхвърлят тези на износа. Това може да се обясни с тяхната относителна липса на конкурентоспособност, или погледнато по-положително, тези данни могат също да се интерпретират и като подготовка за експортно-ориентиран растеж чрез внос на необходимите машини и други инвестиционни стоки, необходими за устойчива експортна ориентация (разбира се, тук се налага по-задълбочен анализ на структурата на вноса по стокови групи). Четвърто, това, което може би е най-интересно за България, е че докато макроикономическата криза оказва положително въздействие върху коефициента на „покриване“ (основно чрез драстично свиващия се внос) във всички страни от групата, по-нататъшното подобрене е прекъснато частично между 2009 г. и 2011 г. В този контекст, България е ясно изключение, където коефициентът на покритие продължава рязко да се подобрява – потенциален знак за подобряване на конкурентоспособността в международен план (въпреки че както се споменава по-горе, няма как да се игнорира един внимателен анализ на структурата на износа по стоки, който ще бъде представен по-нататък в текста). В това развитие България е следвана от Румъния и Естония, докато Латвия, Литва, Полша и Словения не успяват да подобрят още повече своя коефициент на „покриване“. Разликата между коефициента на „покриване“ при новите страни-членки, който е под 100% и същия показател за страните от Западните Балкани е повече от очевидна, което говори за високата степен на липса на конкурентоспособност при тях.

В заключение, когато се оценява международната конкурентоспособност на държавите, под внимание трябва да се вземе и балансът по текущата сметка. Търговският излишък или дефицит се приема за най-важният елемент на баланса по текущата сметка. Въпреки това съществуват и други фактори, които оформят баланса по текущата сметка (в много случаи това е най-вече балансът на услугите). Според таблица 15, съдържаща данни за 2000 г., 2005 г. и 2010 г. всички нови страни-членки са имали отчасти значителни дефицити по текущата сметка през целия период. До известна степен в резултат от кризата и мерките за строги икономии, въведени като инструмент за управление на ефектите от макроикономическата криза, някои страни отчитат положителни баланси по текущата си сметка през 2010 г. (в т. ч. Унгария и трите най-сериозно страдащи от кризата балтийски икономики). Въпреки че дефицитите по текущата сметка са на високи нива още през 2000 г., в някои нови страни-членки те продължават да нарастват до началото на кризата. След това се наблюдава значим обрат, който с изключение на Чехия и Полша довежда до много бързо намаляване на този дефицит, като най-забележителните резултати са в България. Както и много други развития по линия на икономиката, това може да се тълкува по положителен начин като индикация за укрепване на финансовото състояние на страната. Въпреки това, не може да се изключва и негативното тълкуване, а именно, че въвеждането на мерките за строги икономии може да притисне растежа и в случаи на прилагане на експортно-ориентиран модел на развитие – да подкопае устойчивостта му или да се създаде нарастващата пропаст между секторите за износ и други сфери на дадена икономика. В тази връзка, сравнението със страните от Западните Балкани (с изключение на Хърватия и Македония) отново откроява значимата и явна разлика между тях и новите страни-членки.

### 4.3. Географска ориентация на износа

Един успешен и устойчив експортно-ориентиран растеж не може да игнорира благоприятната географска ориентация на износа. В тази връзка е важно да се анализира влиянието на следните три фактора: размера на водещите износни пазари, динамиката на търсенето в ключови (и развиващи се) икономики, както и нивото на развитие на най-важните износни пазари, което може да намери отражение в стоковата структура на страната-износител.

В този контекст, особеностите на българския износ са илюстрирани чрез две таблици. Таблица 16 обобщава дела от най-важните износни пазари и източници на внос за българската икономика. Между 2007 г. и 2011 г. износът показва известно изместване към ЕС, главно генерирано от експорта към Румъния и отчасти Германия. Делът на другите основни пазари в ЕС или намалява (Италия, Гърция, Белгия), или е в застой. Аналогично, делът на българския износ към новите страни-членки, както и към региона на Западните Балкани, спада. На пръв поглед могат да се направят противоречиви изводи от тази картина. От една страна, все по-големият дял на износа към Германия може да загатне за нарастващата ориентация към (един от) най-конкурентните и най-големи пазари на ЕС. Друг положителен знак е бързо



нарастващият дял на износа към Румъния в общия експорт, което може да бъде резултат от нарастващата конкурентоспособност и важен фактор на експортно-ориентирания растеж след присъединяването на двете страни към ЕС през 2007 г. В действителност, България успя да приложи успешно възможностите за свободна търговия, произлизащи от членството в ЕС за ускоряване на икономическите си отношения със северната си съседка. От друга страна, по-малко положителна е загубата на предишни пазарни дялове в новите страни-членки и в страните от Западните Балкани, като и двете групи представляват традиционни пазари за български стоки. Ситуацията по отношение на Турция е по-спорна, защото възстановяването между 2009 г. и 2011 г. успя само частично да компенсира резкия спад на дела на българския износ, насочен към турския пазар между 2007 г. и 2009 г. Най-вероятно част от стоките, които преди това са били изнасяни за Турция, е пренасочена към румънския пазар. Нарастващият дял на Русия, Украйна и Китай в общия износ може да бъде окуражаващ знак за неговата диверсификация и подобряване на конкурентоспособността. Въпреки това, много ниските стойности към момента не позволяват такова заключение. В действителност, 1.3 процентни пункта увеличение на дела на трите пазара между 2007 г. и 2011 г. е по-малко от загубата на кумулативния дял в новите страни-членки и в региона на Западните Балкани (3.3 процентни пункта).

По-добра представа може да се получи от сравнението на географската ориентация на износа на подбрани нови страни-членки (Таблица 17). Първо, очевидно е, че България има най-ниската ориентация към ЕС. Второ, важно е да се отбележи, че делът на износа към германския пазар (смятан за най-големия, най-конкурентен и с най-голямо търсене в ЕС) в общия износ на България е по-малък от половината на дела му в износа на Унгария и Полша, да не говорим за Чехия. Трето, делът към новите страни-членки е един от най-ниските в България (с изключение на Румъния), което загатва за регионални проблеми, свързани с конкурентоспособността (от своя страна, въпреки намаляващия дял, България все още има относително най-голям износ към страните от Западните Балкани, главно поради високия размер на износа за Македония и Сърбия). По отношение на географска ориентация на износа могат да бъдат посочени два фактора като признаци за потенциална слабост: липсата на географска концентрация върху водеща („опорна“) икономика или икономики, което има за резултат доста разпръсната структура, както и ниско ниво на фокусиране върху най-конкурентните пазари за внос.<sup>5</sup> Тези характеристики са тясно свързани с нивото и качеството (структура, пазарна ориентация и дълбочина) на сътрудничество с международния капитал като цяло и с избрани транснационални корпорации, в частност.

#### **4.4. Стоков модел на износа и вноса**

България, подобно на други страни-членки на ЕС (не само тези от Централна и Източна Европа), не разполага с големи количества нефт, газ или други природни ресурси за износ. Следователно, ключови за експортно-ориентирания растеж и

<sup>5</sup> Някои експерти разглеждат ниското равнище на географска диверсификация като пречка за успешната експортна ориентация и по-високата конкурентоспособност на българския износ. За подробности: Zhelev-Tzanov, 2012 г.

устойчива конкурентоспособност са произведените продукти като цяло и средно и високо-технологичните стоки в частност.

След системната трансформация, външната търговия на всички нови страни-членки на ЕС бе изправена пред двойно предизвикателство: от една страна, географска преориентация на износа от бившите съветски пазари (и отчасти пазари от бившия СИВ) към други, предимно западноевропейски пазари, и от друга страна, развитието на модел на производство и износ чрез изнасяне на конкурентни стоки към новите пазари. В първите години сравнителното предимство очевидно беше фокусирано върху различията в заплащането в трудоемките сектори. Въпреки това, още през втората половина на деветдесетте години този модел започна да се променя - поне в икономиките от Централна Европа, които успяха да повишат качеството на своето производство и да станат конкурентоспособни в избрани сфери като производството на неспециализирани и електрически машини, както и в производство на автомобили (предимство от гледна точка на заплатите на отчасти висококвалифицираната работна ръка). В третия етап някои нови страни-членки на ЕС дори бяха в състояние да привлекат и производства и услуги, свързани с научно-изследователска и развойна дейност, включително регионални и европейски центрове (на базата на най-високата разлика в заплатите между Западна Европа и централните европейски икономики, но със същото ниво на иновативни възможности).

Вероятно най-важният компонент на устойчивия експортно-ориентиран растеж се състои в стоковия модел на износа като цяло и в капацитета за непрекъснато подобряване структурата на износа в частност. Въпреки високата степен на уязвимост по време на макроикономическа криза, поради спадането в търсенето на водещите пазари със стойности над средното, средният и високотехнологичният износ остава основната движеща сила на устойчивия износ. Такъв тип износ се произвежда в сектори, базирани на постоянно развиващите се технологии като машиностроене, автомобилостроене, производството на електрически уреди за бита, електронни устройства и компютри, оптични и измервателни инструменти. Към тази група принадлежат също така и продукти на фармацевтичната и химическата индустрия, леката промишленост (производството на дрехи и обувки). Нещо повече, всяка обща класификация на стоки и услуги като „високотехнологични“ или „нискотехнологични“, е подвеждаща. На първо място, няколко сегмента на традиционните трудоемки и материалоемки сектори включват високотехнологични продукти (например модната индустрия). Второ, малки страни с много нисък дял в международната търговия винаги могат да открият и да се специализират в „пазарни ниши“, които понякога имат изненадващ потенциал да се превърнат в значителни двигатели на един експортно-ориентиран растеж.

Таблица 18 илюстрира стоковия модел на българския износ в сравнение със страните от ЦИЕ, базиран на SITC категоризацията в рамките на едно десетилетие. Произвежданите продукти включват химикали (SITC 5), различни промишлени стоки, (SITC 6+8) машини и транспортно оборудване (SITC 7). Очевидно е, че тази груба разбивка не позволява да разгледаме „фината структура“ на износа, но все пак позволява да се направят някои общи наблюдения.

На първо място, промишлените стоки (SITC 5 до 8) представляват около две трети от българския износ през 2000 г. и малко по-малко през 2010 г. Делът на първични продукти се увеличава във всички сектори (храни и напитки, необработени материали и ел. енергия) от 27% до 36% за едно десетилетие – това едва ли е правилната посока на една експортна специализация. Другите нови страни-членки могат да бъдат разделени в четири групи. Експортната структура, която в най-голямата си степен е ориентирана към природните ресурси, достигащи дори по-високи нива, отколкото в България, може да се наблюдава в Латвия (почти половината от общия износ през 2010 г.) и Литва (45%). България попада във втората група заедно с Естония, при която износът на ресурсно-интензивни стоки възлиза на 33% от общия износ. Третата група включва Полша и Румъния, при които делът на първични продукти е над 15%, докато „най-развитата“ структура на износа, с около десет процентен дял на изделията с ниска добавена стойност, може да се наблюдава в централноевропейските страни. Следвайки същата логика, делът на промишлените продукти в общия износ на разглежданите страни показва обратното класиране.

На второ място, тъй като най-големият дял от световната търговия е концентриран в машини и транспортно оборудване, е важно да се разгледа неговият дял в износа на новите страни-членки, особено в сравнителен план с дела на общия износ на различни промишлени стоки. Промишлените стоки бяха ключова група стоки в износа на България, но също така и на трите прибалтийски държави. В другите нови страни-членки износът на машини и транспортни съоръжения заема първо място или от самото начало на последното десетилетие (Чехия, Унгария, Словакия), или в резултат на междусекторни промени от разнообразни промишлени стоки към машини и транспортно оборудване през последните десет години – промени, които се реализират още преди 2005 г. в Полша и между 2005 и 2010 г. в Словения и Румъния.

Трето, делът на машини и транспортно оборудване в общия износ е важна характеристика на експортно-ориентирания растеж. В износа на България тази продуктова група представлява една шеста от общия износ (по-малко от 17%) – най-ниският дял в цялата група. За сравнение, експортът на машини и транспортно оборудване представлява повече от 60% от общия износ на Унгария и повече от 50% от износа на Чехия и Словакия.

Четвърто, внимание заслужават и промените в относителния дял на машините и транспортно оборудване в рамките на едно десетилетие (от 2000 г. до 2010 г.). Наблюдава се много силен преход към такъв тип стоки в Румъния, особено през последните пет години (нарастване с повече от 23%), но също и в Словакия и Чехия, където ръстовете са съответно 15% и 10%. Свидетели сме на обратното развитие в Естония, докато в Литва не се наблюдава никаква промяна. По време на същото десетилетие, България регистрира увеличаване на дела на машините в общия износ от по-малко от 10% до малко под 17% (увеличение от 7 процентни пункта).

На пето място, процесът на индустриалната модернизация, оказващ влияние върху експортното ориентиране може да бъде най-добре проследен във взаимодействието между дела на разнообразни промишлени стоки и дела на машините. Делът на първите (до голяма степен трудоемки стоки, свързани с ниски нива на за-



плащане и ниска квалификация) навсякъде намалява, докато делът на машините се увеличава (с изключение на Естония). Въпреки това, разнообразните промишлени продукти са все още или водещ експортен сектор, или пък представляват около една трета от общия износ, като единствено в Унгария техният дял е под 20%.

При сравнение със стоковия модел на износа на страните от Западните Балкани, разликата в структурата на износа е повече от очевидна. Делът на машините в износа на Хърватия е над 30% от общия износ на страната. В някои от другите страни, тази стойност е под 10% (Албания, Македония, Черна гора). Като се има предвид и като цяло много ниското равнище на износа, експортът на машини при тях почти липса. Освен това, наблюдава се намаление на дела на износа на машини в някои страни от Западните Балкани като Албания, Босна и Херцеговина и Македония или по-нататъшна деспециализация. Във всички страни основният дял на износа се дължи на различни промишлени стоки, предимно лека промишленост и/или полуобработени метали (за повече подробности вж. Таблица 19).

Експортно-ориентираният растеж в по-слабо развити (догонващи) и структурно модернизирани страни е тясно свързан с вноса на машини и друг средно и високотехнологичен внос, използван от експортно-ориентираните сектори. Така делът на вноса на тези стоки може да даде някакъв ориентир относно дълбочината и устойчивостта на експортно-ориентирания път на развитие. Таблица 20 показва дела на разнообразни промишлени стоки, както и на машини и транспортно оборудване от общия внос на новите страни-членки.<sup>6</sup> Отново Унгария е страната с най-висок дял на машини от общия внос (50%), следвана от Чехия и Словакия. Тъй като в тези страни машините отбелязват и най-голям дял в износа, може да се каже, че очевидно има взаимодействие между вноса и износа на машини. Вносът на машини в България възлиза на 23% от общия през 2010 г., подобни са цифрите за Латвия и Литва. Въпреки това, за съжаление, делът на вноса на машини значително намалява между 2005 и 2010 г. (от 31% до 23%). Такива нежелани развития се наблюдават и в трите прибалтийски републики. Тази негативна тенденция със сигурност не насърчава експортната ориентация в сектора на машините и, а в още по-малка степен успешните структурни подобрения в други сектори, работещи за износ. Делът на различни промишлени стоки спада във всички нови страни-членки, отчасти (или до голяма степен) поради намаляване на търсенето на вътрешния пазар за промишлени стоки.

Още едно сравнение със страните от Западните Балкани: във всяка от тях (с изключение на Македония и Черна гора) делът на машините от общия внос драстично спада, подсилвайки оправданите съмнения относно възможността тези страни да стартират експортно-ориентирана икономическа стратегия в средносрочен план.

Успешно структурно обновяване към по-високи технологии и не по-малко важното преминаване към по-висока добавена стойност на вътрешното производство изисква редица допълнителни фактори, надхвърлящи вноса на машини и техно-

<sup>6</sup> Ограниченият обем на това изследване не позволява по-дълбок разрез на детайлната структура на износа на разнообразните промишлени стоки. Без съмнение, част от тях представляват средно или високо технологични стоки и служат като неизменна част при вграждането им в конкурентоспособни стоки, предназначени за износ.



логии – такива са например благоприятна икономическа политика и институционална стабилност, наличието на иновативни предприятия (и обществени нагласи!), по-високи разходи за образование, което да отговаря на търсенето, увеличаване на научните изследвания и разходите за развитие и т.н.<sup>7</sup> Освен това, съществува единство между всички експерти, че обемът, структурата и пазарната ориентация на международните (чуждестранни) преки капиталови потоци в по-слабо развитите страни като цяло, и в новите страни-членки на ЕС в частност, са изиграли решаваща роля в (различно ниво и структурата на) експортната им ориентация през последните две десетилетия.

#### **4.5. Ролята на чуждите инвестиции в експортното ориентиране**

Въз основа на теоретични допускания и практическия опит, потоците от преки чуждестранни инвестиции се обясняват чрез три притегателни фактора на потенциалните приемащи страни: наличие на природни ресурси, нови пазари и производствени фактори, осигуряващи по-висока ефективност (и съответно печалби, както и предимства в глобална и регионална конкуренция). С малко на брой, както и частични изключения, страните в преход не са привлекателни за инвестиции в природни ресурси. Въпреки това, привлекателността им като нови пазари, които да бъдат завладяни, както и като приемници на множество фактори, подобряващи ефективността, стана явна от самото начало на системна трансформация.

И двата привличащи фактора имат нужда от допълнително разяснение. На първо място, пазарите може да се разглеждат по различни критерии. В действителност, вътрешният пазар на отделните страни от Централна, Източна и Югоизточна Европа е по-скоро малък (с изключение на Полша). В допълнение, за един потенциален инвеститор, размерът на пазара не се определя от броя на населението, а от общата покупателна способност (разполагаемия доход) на хората. Специална категория представляват защитените вътрешни пазари в рамките на т. нар. „стратегическо производство или доставка“ на услуги (комунални услуги, като производство и разпределение на енергия, водоснабдяване и други обществени услуги, част от банковото дело и финансовата система и т.н.). Наличието на чуждестранни капитали в тези области предлага малък, но защитени пазар с висока възвръщаемост. Също така международният капитал обикновено гледа отвъд границите на националните пазари, особено ако дадена икономика е част от по-голяма зона за свободна търговия, митнически съюз или интеграционен блок в напреднала фаза на развитие. В този случай, общият размер и динамиката на интегрирания пазар (или часта от него, а именно региона в рамките на интегриран пазар) играе решаваща роля при вземането на решение дали да се инвестира. Освен това, транснационалните компании оправдават своите пазарно-ориентирани инвестиционни решения с развитието на световните пазари, принадлежащи към тяхната международна мрежа от дейности. Разбира се, националните пазари, принадлежащи към зони за

<sup>7</sup> За по-подробен преглед: Zhelev – Tzanov, 2012 г.

свободна търговия могат да предложат допълнителни ползи, но развитието на пазарите в световен мащаб (размер, растеж на търсенето, структурата на търсенето и др.) в някои случаи може да играе по-голяма роля при взимането на съответното инвестиционно решение, докато в други е важно дали развитието на местния пазар следва трендовете на световните пазари.

Второ, потенциалните приемащи страни могат да предложат значително разнообразие от предимства. Най-често срещаният фактор, разбира се, са ниските разходи за труд. Въпреки това, правилната отправна точка не е евтината работна ръка, а международно конкурентоспособните разходи за труд на единица продукция, която взима под внимание не само нивото на заплатите, но също така и производителността на труда.<sup>8</sup> В допълнение, международният капитал не се интересува толкова много от нивото на заплащането, а от разликата между нивото на заплатите в потенциална приемаща страна и в страната, от която идва той. Именно поведението на чуждестранния капитал в Централна и Източна Европа доказва, че международните инвеститори са били привлечени в някои страни заради високо и средно квалифицирания трудов ресурс, тъй като различията между Западна Европа и Централна и Източна Европа в заплащането на компютърни инженери и иновативни професионалисти са (многократно) по-високи от различията в нивата на заплатите на неквалифицираните или полу-квалифицираните работници, които са наети в трудоемки индустрии. Освен това, инвестиционните решения се основават на редица допълнителни количествени (данъци, цени на ел. енергия и други комунални услуги, разходи за наем, наличие на подходящи услуги, и др.) и качествени фактори (поведение и ефективността на публичната администрация, ролята на синдикатите, въздействието на трудовото законодателство, общата нагласа на обществото към чуждестранните инвеститори и частната собственост, и т.н.).

Преките чуждестранни инвестиции в новите страни-членки, и по-специално в страните от Западните Балкани, показват някои съществени различия. Те могат да се дължат на размера на пазара, качеството на наличната работна ръка, но което е още по-важно – на идентифицирането на точния момент за привличане на международен капитал, цялостната икономическа политика на правителствата (например приватизационните процеси и средата за инвестиции на зелено) и наследените структурни и идеологически функции (барииери), които определено влияят върху формирането на общата политика на правителствата на приемащата държава и отношението към потенциалните чуждестранни инвеститори/инвестиции. Във всички категории се наблюдава ясно разделение между инвестициите в избраните страни от Централна Европа и Западните Балкани (не само поради т. нар. десетилетие на отложените възможности). В един по-широк план, България, Румъния (и отчасти Словения) могат да се разглеждат като междинни примери между Централна Европа и Западните Балкани (за по-подробен анализ вж. Inotai, 2011 г.).

<sup>8</sup> Ако абсолютната стойност на разходите за труд беше основната движеща сила на международните капиталови потоци, то преобладаващата част от чуждестранните инвестиции щяха да са в Субсахарска Африка или Бангладеш.



Таблица 21 съдържа информация за обема на преките чуждестранни инвестиции в отделните страни от региона. Въз основа на данните от 2011 г. се вижда, че Полша, Чехия и Унгария са привлекли почти две трети от общия капиталов поток към новите страни-членки. Общият обем на ПЧИ за шестте страни от Западните Балкани се равнява на нивото на чуждестранен капитал само в Румъния. България е привлякла 7.7% от обема чуждестранен капитал, инвестиран в новите страни-членки, но с 50% повече от чуждестранните капитали, инвестирани в икономиката на Хърватия, водещ вносител на капитали на Западните Балкани. Обемът чуждестранен капитал на глава от населението въвежда някои допълнителни изменения на общата картина. По този критерий водеща нова страна-членка е Естония, плътно следвана от Чехия. Съответната стойност за Хърватия е малко повече от половината от тази за Естония, но с около 8% по-висока от равнището на България. Стойностите на ПЧИ на глава от населението в България са по-високи от тези за Румъния, Полша, Латвия и Литва. Чуждият капитал, отнесен към БВП на отделните страни, е относително висок. В това отношение България е водеща нова страна-членка с 96% дял от БВП на ПЧИ, следвана от Естония, Унгария и Чехия. Въпреки че поради редица специфични причини, Черна гора е ясно изключение, ролята на чуждестранния капитал в страните от Западните Балкани, изразена по отношение на БВП, е подобна на тази в някои от новите страни-членки на ЕС. Въпреки това, а оттам идва и голямата разликата, общият обем е много по-нисък заради по-ниското равнище на БВП.

Преките чуждестранни инвестиции играят важна роля в брутно капиталобразуване на страните домакини. В периода между 2007 г. и 2011 г. средният им дял се колебае в различните държави между 10% и 25% (с изключение на България през 2007 г. и 2008 г., съответно с над 100% и повече от половината от общото брутно капиталобразуване). От гледна точка на експортната ориентация, остава отворен въпросът какво количество инвестиции са насочени в експортно-ориентирани производства и услуги и колко са направени с цел подобряване на позицията на вътрешния пазар (виж Таблица 22).

Финансовата и макроикономическата криза оказват значително въздействие върху годишния поток на чуждестранни капитали във всички страни от региона. Таблица 23 показва отчасти тежкия спад в притока на ПЧИ през 2009 г. и 2010 г. (някои страни като Словакия и Словения дори отчитат нетно изтичане на капитал). Дори през 2011 г., въпреки известното възстановяване, не се състоя връщане на чуждестранните инвеститори, в сравнение с годините на бума преди кризата. През 2008 г. България се нарежда на трето място сред новите страни-членки по привличане на чуждестранен капитал (изпреварена само от Полша и Румъния), но потокът намалява с две трети през 2009 г. и спадна още наполовина през 2010 г. Още по-голям е спадът в Румъния (новата звезда на преките чуждестранни инвестиции след присъединяването си към ЕС) и Хърватия, практически единствената значима за ПЧИ страна от Западните Балкани.

Тъй като преките чуждестранни инвестиции, заедно със свободния достъп до пазара на ЕС, повече от десетилетие представляват един от основните външни източници на устойчив растеж (и потенциал за експортна ориентация) за новите стра-

ни-членки, драматичният спад по време и дори след кризисната 2009 г. повдигна няколко нови въпроса относно устойчивостта на предишните високи темпове на растеж, продължаващата структурна модернизация и затвърждаването, а в някои страни преминаването към експортно-ориентирана стратегия.

Трябва да се посочи, че ПЧИ до голяма степен подкрепят експортно-ориентираното развитие в някои страни от Централна Европа, първоначално в Унгария в средата на деветдесетте години, последвана от Чехия (след неуспешния опит за масова приватизация) и с известно закъснение, но много енергично от Словакия. В Полша, която не се отвори бързо за чуждестранния капитал, международните компании са привлечени най-вече от големината на вътрешния пазар, а не от нуждата за подобряване на ефективността си. Централноевропейските страни са последвани от Словения, която залага на предпазлив начин за привличане на чуждестранни инвестиции, от една страна, поради притесненията за доминиращата роля на ПЧИ в една малка страна с население от два милиона, но също така и въз основа на погрешното убеждение, коренящо се в югославското минало на страната, че е най-развитата и конкурентоспособна икономика сред новите страни-членки.<sup>9</sup>

Значителният приток на преки чуждестранни инвестиции в рамките на втората вълна на трансформация, отново в комбинация с перспективата за членство в ЕС, може да бъде наблюдаван през последното десетилетие (преди кризата) в България и Румъния (частично и в Полша). Подобно впечатляващото нарастване на преките чуждестранни инвестиции се регистрира и в няколко страни от Западните Балкани след подписването на Пакта за стабилност през 1999 година. Въпреки това, иначе окуражаващите цифри крият структурата на инвестициите. Докато Унгария и Чехия (както и Словакия на по-късен етап) успяват да привлекат ПЧИ, които от самото начало са концентрирани в експортно-ориентирани производства, подобни обеми чуждестранни инвестиции постъпват на по-късен етап и в другите разглеждани държави, но за разлика от ПЧИ в първата група страни, тези инвестиции са съсредоточени в други сектори и са основно ориентирани към завладяване на ключови позиции на вътрешните пазари в сфери като банковото дело и финансите, недвижимите имоти и комуналните услуги.

Тази основна разлика на инвестициите в ориентацията им към износ спрямо ориентацията им към вътрешния пазар може да се обясни с различни фактори. Първо трябва да се спомене предимството на държавите, които първи успяват да привлекат ПЧИ. Страните от Централна Европа, които са пионерите на промените в края на осемдесетте години на XX век, отварят пазарите и производствените си структури към международните играчи от самото начало на трансформацията и имат възможността да се възползват от първата вълна на „нетърпеливи инвеститори“, макар разбира се това да е процес, който не минава без трудности, свързан също така с редица краткосрочни и дългосрочни рискове. На второ място, пред-

<sup>9</sup> Това убеждение е поддържано успешно в продължение на едно десетилетие. Въпреки това, конкурентните предимства от изминалите времена са подкопани от световната конкуренция, основно в лицето на Китай и от конкуренцията по линия на по-слабо развитите нови страни членки на ЕС. Тази загуба на конкурентни предимства може да се наблюдава по отношение на традиционния „задан двор“ на Словения – пазарите на страните от Западните Балкани.



вид географски, икономически и културни съображения, Централна Европа е приета бързо като органична част от новата, обединяваща се Европа. Трето, носителната политическа и икономическа стабилност прави чуждестранните (и вътрешни) инвестиции и бизнес перспективите предвидими. Четвърто, но не и по значение, експортно-ориентираните дейности, разработени в Централна Европа, поне през първото десетилетие на трансформацията, са насочени към пазарите на съседните страни. В резултат на това остава ограничено пространство за чуждестранния капитал, вливащ се в страните от втората вълна, за развитие на експортно-ориентираните дейности в пазар, който няколко години по-рано вече е бил завладян от чуждестранни инвеститори, като много често това са същите тези чуждестранни инвеститори, които след това инвестират в България, Румъния и страните от Западните Балкани. Единствената реална възможност за противодействие на този процес на „изтласкване“ се крие в намирането на нови ниши и/или в способността да се убедят чуждестранните инвеститори с дълбоко вкоренени мрежи в новите страни-членки на ЕС от Централна Европа да преместят производството си в България и Румъния (или Западните Балкани). Въпреки че през последните години има някои признаци на такива релокации, те остават ограничени по размер и много под предишните очаквания на най-новите членки на ЕС. Освен това, ако такива релокации действително се реализират, това е резултат от разделянето на текущото производство в централноевропейска държава на две части и преместване на по-трудоемката и изискваща по-ниска квалификация част от него, което в същото време подпомага процеса на структурно обновяване в „старите“ производствени площадки.

Отрасловата структура на преките чуждестранни инвестиции предоставя повече информация относно ориентацията на чуждестранния капитал към експортни или вътрешни за приемащите страни пазари. Докато някои икономически сектори, поради базовия си характер, са ориентирани към вътрешния пазар (строителство, търговия, транспорт и комуникации, финансови услуги, недвижими имоти), макар и да могат да се развиват в рамките на международни мрежи (транспорт, финанси), основен показател за потенциала на експортната ориентация са инвестициите в производството. Разбира се, дори и този тип инвестиции да е обвързан с потребностите на вътрешния пазар, все пак до известна степен те могат да се разглеждат като индикатор за степента на експортно-ориентирани инвестиции и производство. Таблицы 24 и 25 предлагат съответните данни. ПЧИ в производството видимо са концентрирани в Полша, Чехия, Унгария, Словакия и, което е интересно, в Румъния през последния период. Инвестициите в производствени мощности в България възлизат на около 6 млрд. евро, с което страната изпреварва Хърватия и прибалтийските страни, както и Словения. Въпреки това, по тази класификация инвестициите в производство в България представляват около половината от инвестициите със сходно предназначение в Словакия и малко повече от една трета от инвестициите за производство в Румъния. Разбира се, ако обемът на този тип инвестиции се разглежда като ПЧИ на глава от населението ситуацията би била по-благоприятна за България. По-важното е, че в някои нови страни-членки между 25% и 35% от общия размер на ПЧИ е насочен към производството. За разлика от

тези данни, съответната стойност за България е 17%, подобна е статистиката в Естония и Словения, но да не забравяме, че тези две страни са предимно износители на услуги. Данните за Западните Балкани едва ли може да се използват за сравнение, тъй като общият размер на ПЧИ е много по-нисък (с изключение на Хърватия). В няколко нови страни-членки инвестициите в производството представляват най-големите преки чуждестранни инвестиции в секторното сравнение. За разлика от тях, преките чуждестранни инвестиции в областта на финансите, и по-специално в недвижимите имоти в България, са по-големи, отколкото инвестициите в производството модел, подобен на този на Естония, Латвия и Словения сред новите членове, както и на Албания и Хърватия (и със сигурност на Черна гора, макар и да липсват адекватни статистически данни за нея) в региона на Западните Балкани.

Освен това трябва да се подчертае, че фокусът върху производството не означава директно експортно-ориентирана характеристика на ПЧИ, още по-малко позволява да се определи технологичното ниво и вътрешната добавена стойност на тези инвестиционни дейности. В тази връзка може да бъде полезен структурният състав на преките чуждестранни инвестиции в производствения сектор. Таблица 26 предлага съответните данни за някои избрани страни. За съжаление, не са налични данни за България. ПЧИ в секторите машини и транспортно оборудване (по подразбиране, силно експортно-ориентирани) достигат 40-45% от общия размер на инвестициите в този сектор за Чехия, Словакия и Унгария. За сравнение, само 20% до 25% от тези инвестиции могат да бъдат регистрирани в Полша, Естония и Румъния (и дори много по-малко за Латвия и Литва). Също така, съответните стойности за страните от Западните Балкани са на нива под 10%. Трябва да се добави, че ПЧИ в други индустрии (особено в текстилната, обувната и шевната индустрия) също могат да генерират експортно-ориентиран растеж, но на различни структурни и технологични нива, както и в различна степен по отношение на добавена стойност. Инвестициите в тези сфери водят до незначителни или едва доловими положителни ефекти за други сектори, но в никакъв случай не допринасят за постигането на устойчив експортно-ориентиран растеж на една национална икономика.

В заключение, допуска се, че географският произход на чуждестранните инвестиции влияе както върху експортно-ориентираните дейности като цяло, така и върху структурата и технологичната интензивност на преместените производствени и обслужващи функции в частност.<sup>10</sup> Въз основа на данните за размера на ПЧИ Таблица 27 обобщава десетте най-големи страни инвеститорки в новите страни-членки на ЕС. Сравнение на степента на концентрация на първите три и първите десет инвеститора показва, че България демонстрира средно ниво на концентрация. В повечето страни от Централна Европа като Чехия, Унгария, Словакия и Словения, както и в Румъния и Естония, трите страни, от които идват най-много инвестиции представляват повече от 50% от общия размер ПЧИ в съответните страни. За България този процент е 44% и е подобен на стойностите в Полша. Взимайки под внимание

<sup>10</sup> За сравнение между България и Румъния от една страна и страните от Западните Балкани и Гърция от друга вж. Paul(Vass) – Alexe, 2012 г.

десетте най-големи инвеститори, повечето от новите страни-членки показват по-висока степен на концентрация (над 80%), докато България изпреварва единствено две от балтийските страни.

По-разпръснатият (или по-малко концентриран) географски произход на водещи инвеститори може да бъде оценен както положително (заради диференцираната структура на произхода), но също така и отрицателно (поради липсата на фокус върху стратегическите инвеститори). Водещата страна инвеститор в няколко нови страни-членки е Холандия (такъв е случаят и в България). Изключение правят Унгария, където Германия е основен инвеститор, както и Словения, в която инвестициите от Австрия заемат водеща роля. Тези данни не изясняват картината, тъй като чуждестранните инвестиции, статистически регистрирани в Холандия, очевидно обхващат инвестиции и от много други страни. По-важно в общия размер на чуждестранните инвестиции изглежда прякото присъствие на Германия, тъй като се предполага, че преди всичко германските инвестиции могат да бъдат свързани със създаването на експортно-ориентирани компании в новите страни-членки. Делът на германските инвестиции е доста по-нисък в България в сравнителен план и не показва висока интензивност на износа на германски фирми в страната. В допълнение към българската статистика, инвеститорите от Гърция, Кипър, Унгария или Русия е малко вероятно да принадлежат към привържениците на експортна ориентация, тъй като капиталите от тези страни по традиция не се насочват в производствени дейности или в случаите, когато това е така, производството е изключително и само за нуждите на вътрешния пазар. Очевидно е, че няма пряка връзка между произхода на чуждестранните инвестиции и експортно-ориентирания модел на развитие, но въпреки това хипотетично може да бъде създадена известна степен на взаимозависимост. Разбира се, за по-убедителни аргументи, ще бъде необходим по-задълбочен анализ.

## **5. Заключение и забележки и препоръки**

През последните пет години България постигна категоричен напредък в пренасочването на своята икономическа политика от вътрешното търсене към експортно-ориентирания растеж. Въпреки това или по-скоро под натиска, причинен от кризата, експортното ориентиране стана по-явно, особено в географска ориентация към Румъния, друга нова страна-членка на ЕС, и в по-малка степен, към Германия, най-конкурентоспособната икономика на ЕС. По-малък напредък се регистрира в пренасочване на производствената структура към по-високотехнологични стоки (и услуги) и поэтапното преодоляване на структурния капан, базирани на предимства като ниските възнаграждения и трудоемки производства, свързани с прилагането на нискоквалифициран труд. Въпреки наблюдаваната все още структурна слабост и забавилото се с едно десетилетие през 90-те години реструктуриране на икономиката, идните години изглежда предлагат както възможности, така и натиск за започване на експортно-ориентираната експанзия. Поради малкия размер на икономиката, дори един застой, или пък бавно възстановяване на европейската икономическа среда, предлагат нови възможности за догонващите страни. Очевидно



е, че необходимите стъпки трябва да се направят във вътрешен план и да бъдат концентрирани в две направления. На първо място, капацитета на икономиката да привлича инвестиции трябва да се подобрява постоянно в период на засилена глобална конкуренция за пазари, капитали, технологии, квалифицирана работна ръка, висококачествени услуги, кредити, ориентирани към бъдещо развитие, стратегически съюзи и др. На второ място, трябва да бъдат идентифицирани и ефективно използвани нови начини и средства за инкорпориране във все по-дълбокото международно разделение на труда като цяло, и глобалната мрежа от транснационални компании в частност.

Изграждането на капацитета за привличане на нови инвестиции и производства включва:

- подобряване на общата икономическа среда чрез по-сериозно премахване на различните икономически и институционални пречки (вж. индикаторите за „правене на бизнес“ в България);

- създаване на синергия между структурата на висшето образование и търсенето на квалифицирани работници от страна на бизнеса/пазара на труда;

- подобряване на качеството на образованието, като се започне от началното училище – дългосрочна инвестиция, която може да донесе резултати след около 15 до 20 години;

- осигуряване на повече средства за целево-ориентирани и ориентирани към бъдещето изследвания (в природните, биологичните и не на последно място, в социалните науки);

- инвестиране в качествено подобряване на физическата инфраструктура като основен канал за по-добър и по-евтин достъп до съседните пазари и в същото време косвено привличане на вниманието на международните инвеститори, интересувани се от по-голям регионален пазар;

- създаване на Национален съвет по конкурентоспособност, подобен на този, установен в Румъния през октомври 2011 г. (вж. Paul (Vass) - Alexe, 2012 г.), с цел да се определят приоритетите в средносрочен и дългосрочен план по отношение на експортно-ориентирания растеж на България.

Средносрочната стратегия за развитие въз основа на експортно-ориентиран и устойчив растеж трябва да постави в центъра на вниманието следните въпроси:

- кои са секторните приоритети на експортно-ориентирания растеж;<sup>11</sup>

- кои държави и/или региони трябва да се разглеждат като пазари, стимулиращи търсенето на стоки и услуги, произведени в България (пазарите на ЕС в рамките на един диференциран подход, неизползвани възможности в новите страни-членки, по-голямо внимание към Западните Балкани и специално внимание по отношение на бързо развиващата се Турция, както и развиващите се пазари, най-вече Китай, Далечния Изток и Русия);

<sup>11</sup> Проучване, изготвено от А.Т. Kearney подчертава възможностите за специализация в транспортно оборудване и машиностроене, химикали и пластмаси, храни и земеделие, логистика, ИТ и аутсорсинг, както и здравни услуги, фармацевтичното производство, някои сектори на биотехнологиите и технологиите за опазване на околната среда (А.Т. Kearney, 2011).

- как може да се комбинира експортно-ориентиран модел с привличане на преки чуждестранни инвестиции, както по отношение на желаната структура на производството и износа, така и на географската ориентация на доставките (тук вниманието трябва да се съсредоточи върху потоците на търговски капитал от Китай, Русия, Турция и в по-малка степен, върху някои други бързо развиващи се икономики, както и задълбочаването на дългосрочните контакти с глобално опериращи транснационални фирми);

- да се остави известно поле за действие за откриване и възползване от нововъзникващите „нишови пазари“ в различните страни по различно време.

Експортно-ориентираната стратегия може да бъде подкрепена и от редица инструменти като някои от тях са:

- частично географско преориентиране по отношение на външната търговия и произхода на ПЧИ, както в рамките на ЕС (към по-динамични и конкурентоспособни партньори в т. ч. новите страни-членки), така и извън ЕС;

- ясни преференции към предпочитани сектори (виж списъка по-горе), без да се нарушават правилата за конкуренция на ЕС и чрез избягване на изкривяваща пазара намеса от страна на държавата в развитието на икономиката;

- внимателен анализ на възможностите за експортно-ориентирано заместване на вноса, което означава, че все по-голяма част от внесените стоки, използвани в експортно-ориентирано производство, да се произвеждат в България от местни или чуждестранни (предимно малки и средни) компании, разбира се, при спазване на принципа продуктът да е със същото качество и по-конкурентна цена или да предлага същата цена, но с по-добро качество, или в най-оптималния случай, по-високо качество в съчетание с по-конкурентни цени и условия на доставка;

- подпомагане на експортно-ориентирания растеж на малките и средни фирми по три различни начина: включването им (като дъщерни дружества) в мрежата от производството и услуги на транснационалните компании, работещи в България за износ; превръщането им в автономни и преки износители на различни стоки и услуги (в началото предимно към съседните пазари като Румъния, Западните Балкани, някои от новите страни-членки, но също така към Гърция, Турция и Украйна) и най-накрая, развиване на конкурентните им предимства и успешното им конкуриране с чуждестранни компании в избрани сектори на българския потребителски (или инвестиционен) пазар (със специален фокус върху храните и други основни сектори, произвеждащи потребителски стоки);

- създаване на капацитет за структурно обновяване в рамките на даден сектор (от текстил до машини) на производствени предприятия в България, ръководени от транснационалните компании. Успехът на тези усилия със сигурност се нуждае от тясно сътрудничество с транснационалните компании, но също така и постоянно подобряване на бизнес средата в страната, както и следеното отблизо на развитието на международния бизнес, влияещ върху глобалната позиция и бизнес перспективите на съответните компании;

- структурно модернизиране, което обикновено означава по-високо ниво на технологиите, включени в производството, заетост на по-високо квалифицирани работници и по-висока вътрешна добавена стойност, което на определен етап да

се съсредоточи върху изграждане на стратегически клъстери със значителни ефекти на синергия и разпростиране на положителните ефекти към различни сектори и области на икономиката;

- ефективното сътрудничество с експортно-ориентираните транснационални компании изисква продължителни усилия на изграждане на мрежа, както на ниво сътрудничество в областта на производството, така и на ниво правителство и неговите високопоставени представители, отговарящи за икономическите политики на страната;

- в заключение, трябва внимателно да се идентифицират възможности произлизащи от трансферите от ЕС и как те биха могли да се използват по най-ефективен начин за подпомагане на експортно-ориентиран растеж, включително и експортната ориентация на малките и средни предприятия и структурната модернизация на производството и/или предоставянето на услуги от страна на чуждестранни предприятия, намиращи се в България.

При една реалистична и осъществима стратегия трябва да се има предвид, че прилагането ѝ включва не само посочените по-горе ограничения, но също така и някои дилеми и потенциални рискове, които могат да съпътстват и да застрашат дори и най-успешния процес. Тук на кратко ще бъдат споменати само някои от тях:

- Първо: забавеният процес на догонване от страна на България след системната промяна е влошил първоначалната позиция на страната. В действителност, страната е изправена пред задачата за двойно догонващо икономическо развитие: на първо място, по отношение на ЕС, и на второ, по отношение на по-развитите нови страни-членки, започнали по-рано разглежданите по-горе процеси. Следователно, условията за успешен експортно-ориентиран растеж са по-малко благоприятни, отколкото за страните от Централна Европа, както по отношение на привличане на експортно-ориентирани транснационални компании, така и по отношение на наличния размер на приходите от потенциалните пазари. В същото време, глобалното и регионално преструктуриране, случващо се в (след)кризисния период, характеризиращо се с подтиснато вътрешното търсене и нарастващ натиск за износ (а в най-добрия случай за експортно-ориентирани инвестиции), може да подкрепи стартирането на такава стратегия.

- Второ: България започна своя експортно-ориентиран модел на растеж, залагайки на ниските разходи за производство и труд, превръщайки се в техен заложник. От една страна, нарастващата международна (предимно не-европейска) конкуренция изтласква България от този капан. От друга страна, успешна модернизация е възможна само ако икономическата политика може да създаде благоприятна среда за обновяване и международният капитал разглежда България като ценен партньор на по-високо ниво в рамките на глобалната производствена верига.

- Трето: всяка структурна модернизация има две, при това противоположни въздействия върху пазара на труда. Първо, тя увеличава търсенето на по-високо (и по-добре платена) квалифицирана работна ръка, при положение че такава е налична на вътрешния пазар. В противен случай, шансовете за модернизация биха били по-скоро ограничени. Второ, от пазара на труда се освобождава неквалифицираната или недостатъчно квалифицираната работна ръка и се увеличава броят



на безработните лица. Двойната задача на подходящата икономическа политика се състои в предоставяне на достатъчно квалифицирана работна ръка в съответния сектор и в същото време, разкриване на нови възможности за заетост за хората, освободени в следствие на структурна модернизация с цел да се избегнат социалните проблеми и маргинализация на тези групи.

- Четвърто: валутният борд в България, създаден през 1997 г. и главен гарант за финансовата стабилност и международното доверие и до днес (а вероятно и през следващите години), ограничава полето за действие на икономиката, защото конкурентоспособността на износа, макар и краткотрайно, може да бъде генерирана от девалвация на националната валута. Затова структурната модернизация е възможна само ако конкурентната позиция на страната се подобри в резултат от по-висока производителност (без да се увеличават разходите за труд на единица продукция в сравнение с реални или потенциални конкуренти) и при наличието на други положителни развития, които не могат да бъдат количествено определени (надеждност на дългосрочна икономическа политика на правителството и бизнес средата, бързо подобряване на физическата инфраструктура, появата на нови пазари или нарастващото търсене на избрани продукти в различни страни, и др.).

- Пето: следва да се обърне специално внимание на приноса на два „чуждестранни“ актива за укрепване на експортно-ориентираната стратегия. От една страна, няколко стотин хиляди български граждани, работещи в чужбина, редовно изпращат (или пренасят лично) значителна сума пари (предимно евро) в България. Трябва да се анализира как поне част от тази сума може да бъде насочена към финансиране на инвестиции и проекти, ориентирани към износ като част от българското съфинансиране в комбинация със средствата от ЕС. От друга страна, част от хората работещи в чужбина би могло да допринесат в различни области в рамките на една експортно-ориентирана стратегия (като се започне от създаване на нови продукти за износ, през успешно структурно обновяване до по-интензивно сътрудничество с транснационалните компании).

- Шесто: една от основните пречки за успешен експортно-ориентиран растеж, генериран от международния бизнес, е идеологическото противопоставяне и враждебно отношение от страна на местното население, често насърчавано или катализирано от демагогски и популистко настроени политици. В най-лошия случай, такова противопоставяне/враждебно отношение се проявява точно в момента, когато експортно-ориентираната икономическа стратегия изглежда достиганала ниво, в което няма връщане назад и може категорично да установи посоката на съответната икономика по пътя на устойчив експортно-ориентиран растеж.

За да се избегне подобно връщане назад, постоянният диалог с представителите на бизнеса (не на последно място със собствениците на малки и средни предприятия) и обществото като цяло трябва да бъде в дневния ред на управляващите от първоначалния момент на прилагане на последователна и всеобхватна експортно-ориентирана стратегия.

В заключение: България е малка и по-слабо развита страна, но догонващ член на най-голямата икономическа общност в света, Европейския съюз. Страната разполага с много ограничен вътрешен пазар, а нейната икономическа отвореност (и уязвимост) е значителна и продължава да нараства. От тази ситуация няма друг изход освен прилагане на икономическа стратегия, основана на експортна ориентация, не само въпреки вялото търсене на нейните основни външни пазари, но и заради намаляващата роля на други фактори, които допринасят за устойчивия растеж (главно ръста на вътрешното търсене). Инвестициите могат да станат важен фактор за по-висок растеж само ако те са насочени в експортно-ориентирани, а оттам и конкурентни производствени дейности и услуги. Международният бизнес може да предоставя достатъчно възможности за развитие на една малка държава, при условие че:

- в страната се развива благоприятна и предсказуема бизнеса среда;
- създава се необходимия капацитет за усвояване (във физически, структурен и образователен план);
- страната остава отворена за световни и европейски иновации;
- управляващите и експертите са наясно с бъдещите възможности и предизвикателства и насърчават у обществото създаването на ориентиран към бъдещето менталитет;
- и на последно място, но не и по значение, в страната се увеличава не само на гъвкавостта на пазара на труда, но също така и на обществото като цяло.

За да бъдем по-точни: експортно-ориентираната стратегия прави една малка икономика по-зависима от външни развиятия и може най-малкото временно да увеличи икономическата и финансова уязвимост. Въпреки това, другият подход, базиран на протекционизъм, растеж, генериран от вътрешното търсене и активно гледащи навътре политици и общество, не води до устойчив растеж, а още по-малко би могъл да роди конкурентоспособен играч в очертаващата се глобална среда на XXI век. Двойната задача на отговорната икономическа политика се състои в създаване на благоприятна среда за устойчив експортно-ориентиран растеж, но в същото време и в свеждането до минимум на рисковете, произтичащи от по-високото ниво на уязвимост. Това в никакъв случай не е лесна задача, но пред малките страни не съществува друг път за реализиране на устойчив растеж и постепенно достигане на по-високо ниво на технологично развитие, структурна конкурентоспособност и в крайна сметка постигане на основната цел – по-висок (и устойчив) жизнен стандарт на голяма част от обществото.

Будапеща, 30 януари 2013 г.

Андраш ИНОТАЙ

## Използвана литература:

A. T. Kearney 43 (2011), FDI Strategic Analysis, Invest in Bulgaria Agency, Sofia, January

Buturac, Goran – Lovrinčević, Zeljko – Mikulić, Davor (2010), Macroeconomic Performance, Trade and Competitiveness of South-East European Countries. *Western Balkans Policy Review*, vol. 1, Issue 1, January-June, pp. 65-86.

Escaith, Hubert – Lindenberg, Nanette – Miroudot, Sébastien (2010), International Supply Chains and Trade Elasticity in Times of Global Crisis. WTO Staff Working Papers, Geneva

Freund (2009), The trade response to global downturns: historical evidence. Policy Research Working Paper Series 5015. The World Bank, Washington D.C.

Gkagka, Aristeia – Zarotiadis, Grigoris (2011), Growth and EU Trade Relations: A Case Study. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, no. 1. p. 1-11.

Hunya, Gábor (2012), wiiw Database on Foreign Direct Investment in Central, East and Southeast Europe. The Vienna Institute for International Economic Studies, Vienna, 141 pp.

Inotai, András (2011), Twenty Years of Economic Development. The New Member States of the European Union and the Western Balkan Countries: A Comparison. In: Michael Ehrke (ed.), Export-led Growth. Central European Experiences – Magic Formula for the Western Balkans? Friedrich Ebert Foundation, Office in Belgrade, Belgrade, pp. 17-42.

Josifidis, Kosta – Dragutinović Mitrović, Radmila – Ivancev, Olgica (2012), Heterogeneity of Growth in the West Balkans and Emerging Europe: A Dynamic Panel Data Model Approach. *Panoeconomicus*, no. 2. Special Issue, pp. 157-183.

Paul (Vass), Andrea – Alexe, Ileana (2012), Comparative Analysis of South Eastern Europe Economies Facing the Crisis. Future Prospects for the Region. *Romanian Journal of European Affairs*, vol. 12, no. 2, June, pp. 30-51.

Sanfey, Peter – Zeh, Simone (2011), Trade potential and long-run growth in SEE. In: Will Bartlett and Vassilis Monastiriotis (eds.), South East Europe after the Economic Crisis: A New Dawn or back to Business as Usual? London School of Economics, Research on South Eastern Europe, London, pp. 35-43.

Todorović, Bojana (2008), Key issues in multilateral trade liberalization of economies in transition. (Manuscript), 9 pp.

Zhelev, Paskal – Tzanov, Tzvetomir (2012), Bulgaria's Export Competitiveness Before and After EU Accession. *East-West Journal of Economics and Business*, vol. XV, No. 1. pp. 107-128.



**Таблица 1**

Преглед на главните компоненти за растежа на БВП  
(годишни и средни промени по години в проценти)

Региони и компоненти	1993-2002	2003-2008	2009	2010	2011*	2012*
<b>Свят</b>						
- БВП	3.3	4.4	- 0.7	5.1	4.0	4.0
- търговия на стоки и услуги (обем)	6.5	7.5	- 10.7	12.8	7.5	5.8
<b>Напреднали икономики</b>						
- БВП	2.8	2.3	- 3.7	3.1	1.6	1.9
- Частно потребление	2.9	2.1	- 1.4	1.9	1.3	1.3
- публично потребление	2.0	1.7	- 2.5	1.2	0.0	- 0.5
- бруто образуване на основен капитал	3.4	2.4	- 12.5	2.2	2.7	3.8
- износ	6.0	6.4	- 11.9	12.3	6.2	5.2
- внос	6.3	5.8	- 12.4	11.7	5.9	4.0
<b>Развиващи се икономики</b>						
- БВП	4.1	7.4	2.8	7.3	6.4	6.1
- частно потребление**	5.5	2.8	0.4	4.2	4.6	4.7
- публично потребление**	3.8	3.0	4.5	3.4	1.8	1.5
- бруто образуване на основен капитал **	4.1	2.6	- 4.3	11.5	4.4	5.6
- износ	8.3	10.8	- 7.7	13.6	9.4	7.8
- внос	7.0	12.1	- 8.0	14.9	11.1	8.1

\* прогнози и проекции

\*\* само ново индустриализирани азиатски икономики

Източник: МВФ, Световен икономически преглед. Забавяне на растежа, покачване на рисковете; септември 2011.



**Таблица 2**

Въздействие на кризата върху развитието и растежа на БВП и износа в страни-членки на ЕС (2011 в сравнение с 2008)

Държава	Кумулативна промяна в БВП	Кумулативна промяна в износа
ЕС-27	99.1	108.2
Румъния	94.2	133.9
България	96.5	132.0
Гърция	86.9	130.2
Испания	96.9	121.6
Словакия	102.4	118.3
Полша	110.1	117.8
Чехия	99.5	117.3
Португалия	96.9	111.3
Холандия	99.3	110.3
Унгария	96.0	110.1
Великобритания	98.3	109.1
Ирландия	93.3	107.9
Швеция	104.7	107.9
Словения	93.1	107.8
Германия	101.4	106.4
Белгия	101.3	105.9
Франция	100.4	104.0
Австрия	101.5	103.6
Италия	96.6	102.7
Дания	96.4	102.4
Финландия	97.7	86.4

Източник: Европейска Комисия. Европейска икономическа прогноза – пролет 2012, МВФ. Световен икономически преглед май 2012, Изследване на Deutsche Bank, 9 май 2012 г., ЕВРОСТАТ, вътрешни и външни за ЕС търговски статистики, собствени изчисления на автора



**Таблица 3**

Принос на растежа на износа в рамките на ЕС и извън ЕС към общия растеж на износа между 2008 и 2011 г. (2008 г. = 100)

Държава	Кумулативна промяна на износа в рамките на ЕС	Кумулативна промяна на износа извън ЕС	Дял на износа в рамките на ЕС 2008	Дял на износа извън ЕС 2008
ЕС-27	103.2	117.0	67.8	64,7
Гърция	96.6	179.0	68.0	50.4
Чехия	114.0	132.0	85.3	82.9
Румъния	134.5	131.3	70.8	71.1
Белгия	100.1	129.0	76.3	72.1
Испания	111.3	126.3	73.0	66.9
България	138.5	124.6	59.5	62.4
Словакия	116.7	122.5	85.7	84.6
Унгария	106.1	120.5	78.8	75.9
Ирландия	98.7	120.1	63.6	58.1
Германия	100.7	119.4	62.7	59.3
Швеция	100.5	118.7	60.1	56.0
Великобритания	102.5	117.1	57.1	53.7
Холандия	107.5	116.6	79.6	77.5
Дания	96.6	116.3	69.7	65.7
Полша	116.1	116.3	78.9	77.8
Португалия	108.3	111.1	76.1	74.0
Австрия	101.3	110.2	72.2	70.6
Франция	97.7	110.2	65.0	61.0
Италия	96.9	109.0	59.4	56.0
Словения	112.0	98.6	68.1	70.8
Финландия	85.8	86.9	56.0	55.6

Източник: ЕВРОСТАТ, Вътрешни и външни за ЕС търговски статистики, собствени изчисления на автора



### Таблица 4\*\*\*\*\*

Износът на България между 2007 и 2011

(в млн. лева) \*

<b>А)</b>							
Дестинация	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Промяна**
Общо	26.427	29.736	22.882	30.435	39.634	40.659	150
ЕС-27	16.077	17.834	14.858	18.520	24.652	23.754	153
<b>Б)</b>							
- Германия	2.717	2.705	2.583	3.244	4.606	3.863	170
- Румъния	1.292	2.157	1.975	2.772	3,781	3.071	293
- Италия	2.723	2.488	2.137	2.956	3.443	3.194	126
- Гърция	2.405	2.950	2.186	2.419	2.784	2.683	116
- Белгия	1.634	1.755	1.298	1.149	1.955	1.322	120
- Франция	1.053	1.231	1.025	1.229	1.673	1.511	159
- Испания	632	654	737	814	1.063	1.028	168
- НСЧ***	1.781	1.847	1.280	1.834	2.323	2.431	130
Русия	639	807	571	863	1.060	1.041	166
Турция	3.021	2.618	1.656	2.576	3.390	3.558	112
Западни Балкани****	2.120	2.464	1.533	2.066	2.184	n/a	103

\* Държави дестинации с повече от 1.000 млн. лева износ през 2011

\*\* 2011 в сравнение с 2007 (2007 = 100)

\*\*\* нови страни-членки на ЕС, без Румъния

\*\*\*\* Албания, Босна и Херцеговина, Хърватия, Македония, Черна Гора и Сърбия

\*\*\*\*\* Забележка за данните за 2012 г. Подточка А) включва периода януари-декември 2012 г. Подточка Б) включват периода януари-ноември 2012 г. (без м. декември). И в двете подточки данни за 2012 г. са предварителни към 11.02.2013 г.

Източник: НСИ и собствени изчисления на автора

### Таблица 5\*\*\*\*\*

Вносът на България между 2007 и 2011

(в млн. лева)\*

<b>А)</b>							
Произход	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	Промяна**
Общо	42.757	49.080	33.005	37.640	45.779	49.804	107
ЕС-27	24.993	27.821	19.789	22.015	27.184	29.209	109
<b>Б)</b>							
- Германия	5.272	5.844	4.057	4.375	4.960	5.088	94
- Италия	3.705	3.902	2.544	2.774	3.270	3.043	88
- Румъния	1.936	2.756	1.869	2.622	3.163	3.015	163
- Гърция	2.647	2.597	2.015	2.233	2.568	2.774	97
- Испания	623	720	538	709	2.422	2.113	389
- Австрия	1.832	2.021	1.336	1.307	1.535	1.426	84
- Франция	1.470	1.653	1.162	1.232	1.487	1.322	101
Холандия	1.101	1.229	915	1.052	1.162	1.378	106
- НСЧ***	3.936	4.553	3.548	3.564	4.233	4,499	108
Русия	5.329	7.054	4.424	6.115	8.072	9.473	151
Украйна	3.068	3.597	1.584	1.572	1.838	1.167	60
Турция	2.912	2.730	1.798	2.047	2.165	2.146	74
Западни Балкани****	1.098	1.080	716	1.002	1.089	n/a	99
Китай	1.191	1.479	892	965	1.328	1.399	112

Забележка: за коментари и източници виж предната таблица

**Таблица 6**

Покритие на внос от износ  
(износ като процент от внос)

Държава	2007	2009	2011
Общо	61.2*	79.8*	71.6*
ЕС-27	64.2*	84.1*	75.5*
- Румъния	66.7	105.7	119.6
- Франция	71.6	88.2	112.5
- Гърция	90.9	108.5	108.4
- Италия	73.5	84.0	105.3
- Германия	51.5	63.7	92.9
- Австрия	26.7	33.6	56.8
- Испания	101.4	137.0	43.9
- НСЧ**	45.2	36.1	54.9
Русия	12.0	12.9	13.1
Украйна	10.7	12.4	30.7
Турция	103.7	92.1	156.6
Западни Балкани***	193.1	214.1	200.6

\* Средно от 2007-2008, 2009-2011 и 2007-2011, съответно

\*\* Нови страни-членки, без Румъния

\*\*\* Албания, Босна и Херцеговина, Хърватия, Македония, Черна Гора  
and Сърбия

Източник: НСИ и собствени изчисления на автора



## Таблица 7

БВП на глава от населението и износ (2011, евро)

Държава	БВП на глава от населението	Износ на глава от населението
ЕС-27 средно	25.100	8.622
Белгия	33.600	31.148
Люксембург	82.700	30.769
Холандия	36.100	28.477
Ирландия	34.900	20.358
Австрия	35.800	15.220
Дания	43.100	14.542
Швеция	41.000	14.195
Германия	31.400	12.921
Словения	17.400	12.077
Чехия	14.700	11.101
Финландия	35.600	10.575
Словакия	12.700	10.497
Естония	11.900	8.955
Унгария	10.100	8.100
Малта	15.300	7.692
Франция	29.800	6.416
Италия	26.000	6.187
Литва	9.500	6.135
Великобритания	27.700	5.422
Испания	23.300	4.821
Латвия	9.700	4,369
Португалия	16.100	3.955
Полша	9.300	3.394
България	4.800	2.525
Гърция	19.000	1.943
Румъния	5.800	1.919
Кипър	22.000	1.585

За сравнение (данните са за 2010 г.)

Албания	2.800	365
Босна и Херцеговина	3.300	970
Хърватия	10.400	2.060
Македония	3.400	1.213
Черна Гора	5.000	576
Сърбия	4.000	1.014

Източник: МВФ, ЕВРОСТАТ, база данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора



**Таблица 8**

Показатели за отвореност на търговията на ЕС-27 страни-членки, 2011

Държава	БВП по текущи цени в млрд. евро	Износ в млрд. евро	Внос в млрд. евро	Дял на износ от БВП (%) *	Отвореност на търговията (износ + внос от БВП в %)
ЕС-27	12.629	4.337	4.414	34.3	69.3
Белгия	369	342	331	92.8	182.4
Словакия	69	57	56	82.6	163.8
Естония	16	12	13	75.1	156.3
Унгария	101	81	74	79.8	153.5
Холандия	602	475	430	78.9	150.3
Чехия	155	117	109	75.2	145.8
Словения	36	25	25	69.3	138.9
Литва	31	20	23	65.1	137.4
Малта	6	3	4	49.1	123.3
България	38	20	23	53.2	113.2
Латвия	20	9	12	47.1	103.0
Ирландия	156	91	48	58.4	89.1
Австрия	301	128	137	42.5	88.0
Люксембург	43	16	21	36.4	86.0
Полша	370	135	149	36.4	76.8
Германия	2.571	1.058	901	41.1	76.2
Румъния	136	45	55	33.1	73.5
Швеция	387	134	126	34.7	67.2
Дания	240	81	70	33.9	62.9
Финландия	192	57	60	29.5	60.9
Португалия	171	42	58	24.7	58.5
Италия	1.580	376	400	23.8	49.1
Франция	1.988	428	513	21.5	47.3
Великобритания	1.737	340	458	19.6	45.9
Испания	1.073	222	269	20.7	45.8
Кипър	18	1	6	7.2	41.7
Гърция	215	22	43	10.4	30.2



За сравнение (данни за 2010)

Албания	9.0	1.17	3.25	13.0	49.1
Босна и Херцеговина	12.7	3.73	6.98	29.4	84.3
Хърватия	45.9	9.12	15.10	19.8	52.8
Македония	16.5	2.49	3.96	15.1	39.1
Черна Гора	3.1	0.36	1.67	11.5	65.6
Сърбия	29.2	7.40	12.18	25.3	67.1

\* Изкл. износ на услуги

Източник: МВФ, ЕВРОСТАТ, база данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора





**Таблица 9**

Износ и внос на стоки и услуги и отвореност на търговията в нови страни-членки  
(2010, % от БВП)

Държава	Износ на стоки	Услуги	Внос на стоки	Услуги	Износ+ Стоки	Внос на услуги	% от БВП
България	43.2	14.3	50.9	8.7	94.1	23.0	117.1
Чехия	63.9	11.0	62.5	9.2	126.4	20.2	146.6
Естония	61.7	23.9	63.1	14.7	124.8	38.6	163.4
Унгария	72.5	14.8	67.7	12.3	140.2	27.1	167.3
Латвия	37.4	15.4	43.9	9.2	81.3	24.6	105.9
Литва	57.1	11.3	61.4	7.8	108.5	19.1	127.6
Полша	34.5	6.9	37.0	6.2	71.5	13.1	84.6
Румъния	30.6	5.3	35.4	5.8	66.0	11.1	77.1
Словакия	74.0	6.7	73.8	7.8	147.8	14.5	162.3
Словения	51.9	13.1	55.3	9.4	107.2	22.5	129.7

За сравнение:

Албания	13.2	19.2	36.8	17.2	50.0	36.4	86.4
Босна	29.8	7.8	55.7	3.6	85.5	11.4	96.9
Хърватия	19.8	18.5	32.8	5.7	53.6	24.2	77.8
Македония	35.9	10.0	57.0	9.3	93.9	19.3	113.2
Черна Гора	11.5	24.1	53.9	9.7	65.4	33.8	99.2
Сърбия	25.5	9.2	42.0	9.2	67.5	18.4	85.9

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора



**Таблица 10**

БВП и развитие на износа в новите страни-членки на ЕС (годишна промяна в %)

Държава	БВП				Износ			
	2003-07	2008	2009	2010	2003-07	2008	2009	2010
България	6.3	6.2	-5.5	0.2	17.5	12.5	-23.1	33.2
Чехия	5.6	3.1	-4.7	2.7	13.4	11.7	-18.9	23.7
Естония	8.1	-3.6	-14.3	2.3	17.6	5.4	-23.4	34.9
Унгария	3.3	0.9	- 6.8	1.3	13.9	6.0	-19.3	21.0
Латвия	9.5	-3.3	-17.8	- 0.3	20.5	13.8	-19.9	30.2
Литва	8.6	2.9	-14.8	1.4	17.9	28.5	-26.6	32.7
Полша	5.2	5.2	1.6	4.0	18.8	13.3	-15.6	20.0
Румъния	6.4	7.3	- 6.6	- 1.9	15.1	14.0	-13.6	28.1
Словакия	7.1	5.8	- 4.8	4.0	23.1	13.3	-16.9	22.5
Словения	4.8	3.6	- 8.0	1.4	15.1	5.6	-19.1	17.4

За сравнение:

Албания	5.7	7.5	3.3	3.6	17.2	16.6	-14.7	49.9
Босна	5.3	5.7	- 3.0	0.7	23.7	13.1	-17.6	28.3
Хърватия	4.8	2.2	- 6.0	-1.2	11.8	6.4	-21.4	18.2
Македония	4.6	5.0	- 0.9	1.8	16.4	9.4	-28.4	28.3
Черна Гора	6.1	6.9	- 5.7	2.5	20.1	- 8.5	-33.4	19.3
Сърбия	5.2	3.8	- 3.1	1.8	24.4	15.1	-19.6	24.4

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора

**Таблица 11**

Динамика на износ+внос и развитие на търговския баланс на нови страни-членки за преодоляването на кризата

(кумулятивен растеж между 2009 и 2011, като 2009 = 100)

Държава	Износ	Внос	Търговски баланс (млрд. евро)	Покритие (X/M в %)
Естония	185.2	173.7	- 1.9	95.2
България	172.9	138.3	- 12.0	86.6
Литва	170.9	172.5	-5.8	89.1
Латвия	170.8	166.1	- 5.4	80.7
Румъния	154.8	140.7	- 29.2	82.2
Чехия	143.9	144.6	+ 18.1	107.1
Словакия	141.7	139.2	+ 1.5	102.6
Полша	137.6	139.2	- 37.7	90.2
Унгария	135.2	131.6	+ 16.3	109.7
Словения	132.9	134.2	- 1.4	97.8

Източник: ЕВРОСТАТ и собствени изчисления на автора



**Таблица 12**

Относителни промени на позициите на износа и вноса за новите страни-членки на ЕС (НСЧ Общо износ и внос = 100)

<b>Държава</b>	<b>Износ 2009</b>	<b>Износ 2011</b>	<b>Внос 2009</b>	<b>Внос 2011</b>
Полша	27.1	25.9	28.2	27.8
Чехия	22.4	22.4	19.8	20,3
Унгария	16.4	15.4	14.6	13.6
Словакия	11.1	11.0	10.5	10.3
Румъния	8.0	8.7	10.3	10.2
Словения	5.2	4.8	5.0	4.8
България	3.2	3.9	4.4	4.3
Литва	3.3	3.9	3.5	4.2
Естония	1.8	2.3	1.9	2.4
Латвия	1.5	1.8	1.9	2.2

Източник: ЕВРОСТАТ и собствени изчисления на автора



**Таблица 13**

Принос на ключови компоненти за растежа в България

(растеж в %)

	<b>2003-2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
БВП	6.3	6.2	-5.5	0.2
- потребление на домакинствата	7.8	3.4	-7.6	-1.3
- брутни инвестиции	16.5	21.9	-17.6	-17.6
- износ	17.5	12.5	-23.1	33.2
За сравнение:				
<b>Чехия</b>	<b>5.6</b>	<b>3.1</b>	<b>- 4.7</b>	<b>2.7</b>
- потребление на домакинствата	4.0	3.0	- 0.5	0.6
- брутни инвестиции	5.7	4.1	- 11.5	0.2
- износ	13.4	11.7	- 18.9	23.7
<b>Унгария</b>	<b>3.3</b>	<b>0.9</b>	<b>- 6.8</b>	<b>1.3</b>
- потребление на домакинствата	3.0	- 0.5	- 6.4	- 2.1
- брутни инвестиции	2.9	2.9	- 11.0	- 9.7
-износ	13.9	6.0	- 19.3	21.0
<b>Румъния</b>	<b>6.4</b>	<b>7.3</b>	<b>- 6.6</b>	<b>- 1.9</b>
- потребление на домакинствата	11.8	9.0	- 10.4	- 1.6
- брутни инвестиции	17.1	15.6	- 28.1	- 7.3
- износ	15.1	14.0	- 13.6	28.1

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW)

**Таблица 14**

Съотношение на износа, покрит от вноса в новите страни-членки  
(внос в проценти от износ)

Държава	2003-07 сред- но	2008	2009	2010	2011
България	69.2	60.6	69.3	81.4	86.6
Чехия	100.7	103.4	107.5	105.3	107.1
Естония	71.8	77.7	89.2	94.7	95.2
Унгария	95.1	99.6	106.7	108.3	109.7
Латвия	55.4	62.8	78.5	81.5	80.7
Литва	73.0	76.0	89.9	88.7	89.1
Полша	84.9	81.6	91.3	89.7	90.2
Румъния	65.2	58.9	74.7	79.7	82.2
Словакия	94.4	96.3	100.8	98.2	102.6
Словения	94.4	92.2	98.8	97.0	97.8

За сравнение

Албания	25.6	25.6	24.0	33.7	-
Босна и Хер- цеговина	37.0	41.2	44.8	52.1	-
Хърватия	47.2	46.0	49.5	58.9	-
Македония	62.2	58.0	53.4	60.6	-
Черна Гора	32.8	16.4	16.7	19.9	-
Сърбия	42.5	45.0	51.8	58.6	-

Източник: ЕВРОСТАТ, База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора



## Таблица 15

Текуща сметка на новите страни-членки

(в % от БВП)

Държава	2000	2005	2010
България	- 5.4	- 11.6	- 1.3
Чехия	- 4.6	- 1.0	- 3.1
Естония	- 5.4	- 10.0	+ 3.6
Унгария	- 8.6	- 7.5	+ 1.1
Латвия	- 4.9	- 12.5	+ 3.0
Литва	- 5.9	- 7.1	+ 1.5
Полша	- 6.0	- 2.4	- 4.7
Румъния	- 3.7	- 8.6	- 4.0
Словакия	- 3.5	- 8.5	- 3.4
Словения	- 2.7	- 1.7	- 0.8

За сравнение:

Албания	- 4.7	- 9.0	- 11.8
Босна и Херцеговина	- 7.1	- 17.1	- 6.1
Хърватия	- 2.3	- 5.3	- 1.1
Македония	- 2.7	- 2.5	- 2.2
Черна Гора	- 15.4*	- 8.5	- 25.1
Сърбия	- 0.7	- 8.8	- 7.2

\* 2001

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW), Уникредит, Австрийска национална банка

**Таблица 16**

Географска ориентация на външната търговия на България  
(дял на ключови търговски партньори в износ и внос, % от общо)

Държава	Износ			Внос		
	2007	2009	2011	2007	2009	2011
ЕС-27	60.8	64.9	62.2	58.5	60.0	59.4
Германия	10.3	11.3	11.6	12.3	12.3	10.8
Румъния	4.9	8.6	9.5	4.5	5.7	6.9
Италия	10.3	9.3	8.7	8.7	7.7	7.1
Гърция	9.1	9.6	7.0	6.2	6.1	5.6
Белгия	6.2	5.7	4.9	1.8	1.7	1.7
Франция	4.0	4.5	4.2	3.4	3.5	3.2
Испания	2.4	3.2	2.7	1.5	1.6	5.3
НСЧ*	6.7	5.6	5.9	9.2	10.7	9.2
Русия	2.4	2.5	2.7	12.5	13.4	17.6
Украйна	1.2	0.9	1.4	7.2	4.8	4.0
Турция	11.4	7.2	8.6	6.8	5.4	4.7
Западни Балкани**	8.0	6.7	5.5	2.6	2.2	2.4
Китай	0.6	0.8	1.4	2.8	2.7	2.9

\* Нови страни-членки, без Румъния

\*\* виж забележката в предишните таблици



**Таблица 17**

Географско разпределение на износа на България при регионално сравнение  
(2010, главни дестинации за износ в % от общия износ)

Дестинация	България	Чехия	Унгария	Полша	Румъния	Словакия
ЕС	62.2	84.0	77.2	79.1	72.2	84.3
- Германия	11.6	32.4	25.0	26.1	18.1	19.0
- Австрия	1.9	4.7	4.9	1.9	2.3	6.9
- Франция	4.2	5.3	5.0	6.8	8.3	6.7
- Италия	8.7	4.4	5.5	5.9	13.8	5.5
- Великобритания	1.8	4.9	5.4	6.3	3.6	3.6
- НСЧ	15.4	19.7	20.3	15.8	14.7	32.0
Русия	2.7	2.7	3.6	4.2	2.2	4.0
Западни Балкани*	5.5	0.8	3.1	0.6	2.4	1.4
САЩ	1.3	1.7	2.1	1.8	1.5	1.5
Китай	1.4	0.9	1.6	1.0	0.8	2.0

\* За дефиниция виж забележките в предишните таблици

Източник: ЕВРОСТАТ, различни издания, собствени изчисления на автора



**Таблица 18**

Палитра от стоки в българския износ – регионално сравнение  
(дял на едноцифрени SITC групи от общата търговия в %)

Държава	0+1	2+4	3	5	6+8	7
<b>България</b>						
2000	9.2	6.1	11.7	10.0	47.0	9.6
2005	9.0	6.8	10.7	7.8	49.8	14.6
2010	12.8	9.4	13.6	7.9	37.9	16.7
<b>Чехия</b>						
2000	3.6	3.6	3.1	7.1	37.8	44.5
2005	3.9	2.5	3.1	6.0	33.2	50.7
2010	3.8	3.2	3.7	6.3	28.2	54.5
<b>Естония</b>						
2000	5.6	13.9	2.0	3.9	34.6	40.0
2005	6.6	9.4	7.4	5.2	35.3	35.1
2010	8.7	9.8	15.5	5.6	30.8	29.0
<b>Унгария</b>						
2000	6.9	2.4	1.7	6.5	22.2	59.1
2005	5.5	1.9	1.7	7.3	17.6	58.7
2010	6.8	2.4	2.9	9.4	17.9	60.2
<b>Латвия</b>						
2000	5.5	33.6	2.4	6.4	44.7	7.1
2005	11.2	21.2	9.0	6.3	39.2	13.1
2010	16.2	16.5	16.2	8.5	33.2	20.0
<b>Литва</b>						
2000	10.8	7.3	22.3	9.0	33.1	16.5
2005	12.0	5.5	27.1	8.7	26.2	20.5
2010	16.6	4.7	23.5	13.1	24.2	18.0



Полша						
2000	7.9	3.9	5.1	6.8	43.1	34.2
2005	9.4	2.3	5.3	6.8	37.1	39.1
2010	10.7	2.4	3.9	7.6	32.9	41.5
Румъния						
2000	2.6	9.2	7.2	5.8	55.7	18.9
2005	2.3	5.1	10.7	5.7	50.1	25.4
2010	6.3	7.0	5.3	5.8	32.9	42.3
Словакия						
2000	2.9	3.3	7.0	7.7	38.5	39.3
2005	4.2	3.2	5.9	5.8	35.2	44.1
2010	3.7	3.0	4.8	4.6	29.0	54.5
Словения						
2000	3.7	2.0	0.7	11.0	46.6	35.9
2005	3.1	3.0	2.1	12.4	40.2	39.0
2010	5.1	4.3	3.6	14.8	32.5	39.5

SITC 0+1: храни, животни, напитки и тютюн

SITC 2 +4: Необработени (сурови) материали, животински и растителни масла и мазнини

SITC 3: минерални горива, масла и др

SITC 5: химикали и свързани с тях продукти

SITC 6 8: промишлени стоки, класифицирани от материали и разни изделия

SITC 7: машини и транспортно оборудване

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW)

**Таблица 19**

За сравнение: износ и внос на произведени продукти и машини и транспортно оборудване в общия износ и внос на страните от Западните Балкани (в %)

Държава	Износ SITC 6+8*	Износ SITC 7*	Внос SITC 6+8*	Внос SITC 7*
Албания				
2005	76.2	4.2	40.1	23.6
2010	59.0	4.1	35.5	19.0
Bosnia Her.				
2005	44.0	16.7	30.2	25.5
2010	47.0	11.9	29.1	18.5
Хърватия				
2005	31.3	28.9	30.6	33.0
2010	26.8	31.7	29.5	25.7
Македония				
2005	62.3	5.4	37.2	17.4
2010	51.7	4.6	32.5	20.0
Черна Гора				
2005	69.8	3.1	24.6	21.5
2010	50.3	8.2	28.5	20.6
Сърбия				
2005	51.2	10.0	29.1	25.8
2010	41.6	16.2	25.5	17.9

\* за SITC групи виж предишните таблици

Източник: База данни на Виенски институт за международни икономически изследвания (WIIW) и собствени изчисления на автора

## Таблица 20

Внос на промишлени стоки и машини в България и регионално сравнение  
(дял от съответните групи продукти от общия внос)

Държава	SITC	6 + 8 *	SITC	7 *
	2005	2010	2005	2010
България	27.8	24.2	30.6	22.9
Чехия	31.3	28.1	40.2	43.3
Естония	28.3	27.3	41.0	30.3
Унгария	22.3	20.2	50.7	50.3
Латвия	29.1	27.4	30.3	23.7
Литва	22.9	18.3	29.5	20.0
Полша	29.2	28.1	35.9	34.1
Румъния	33.6	30.6	33.2	35.3
Словакия	29.0	26.2	38.1	42.8
Словения	32.5	28.9	33.0	32.2

\* за SITC групи виж предишните таблици

Източник: база данни и собствени калкулации



**Таблица 21**

ПЧИ в нови страни-членки с натрупване, 2011

Държава	С натрупване (млн. евро)	С натрупване на глава от населението (евро)	С натрупване като % of БВП
България	36.829	5.018	95.7
Чехия	96.798	9.175	62.5
Естония	12.763	9.527	79.9
Унгария	65.250	6.558	64.7
Латвия	9.373	4.550	46.7
Литва	10.762	3.364	35.1
Полша	142.000*	3.712	38.4
Румъния	54.353	2.858	39.8
Словакия	40.000*	7.339	57.9
Словения	11.705	5.710	32.4
Общо	479.833	4.837	49.4

За сравнение

<b>Албания</b>	<b>3.000*</b>	<b>933</b>	<b>32.6</b>
Босна и Херцеговина	5.000*	1.301	37.5
Хърватия	23.868	5.422	52.0
Македония	3.500*	1.699	47.9
Черна Гора	4.489	7.241	136.0
Сърбия	17.677	2.435	52.4

\* приблизително

Източник: Нунуа (2012)



## Таблица 22

Годишен поток на ПЧИ в образование на основен капитал

На новите страни-членки на ЕС

(в % от общото капиталобразуване)

Държава	2007	2008	2009	2010	2011
България	102.5	56.5	24.2	14.7	16.7
Чехия	21.4	10.7	6.0	12.7	10.5
Естония	34.8	24.4	44.5	43.1	3.8
Унгария	13.2	18.3	8.0	9.9	17.8
Латвия	23.7	12.7	1.7	8.2	24.8
Литва	18.2	16.3	1.0	12.7	16.2
Полша	23.7	12.0	12.1	9.5	12.7
Румъния	19.2	21.3	12.1	7.5	5.7
Словакия	18.2	20.0	- 0.0	2.7	10.0
Словения	11.5	12.4	- 5.7	3.6	11.4
НСЧ средно	23.9	17.1	9.6	9.8	11.7

За сравнение

Албания	15.9	19.7	22.0	27.3	24.8
Босна и Херцеговина	42.3	17.7	5.9	6.4	10.6
Хърватия	32.1	31.9	21.3	3.0	11.5
Македония	43.3	28.4	10.8	11.8	19.7
Черна Гора	78.7	55.6	137.8	87.6	62.7
Сърбия	36.4	26.0	26.0	20.8	28.7

Източник: Hуnуа (2012)



## Таблица 23

Поток на ПЧИ към новите страни-членки  
(годишен поток в млн. евро)

Държава	2008	2009	2010	2011
България	6,728	2,437	1,209	1,341
Чехия	4,415	2,110	4,637	2,890
Естония	1,182	1,323	1,162	130
Унгария	4,191	1,517	1,728	2,999
Латвия	863	68	286	1,114
Литва	1,341	47	568	875
Полша	9,736	7,940	6,674	9,500
Румъния	9,496	3,489	2,220	1,920
Словакия	3,200	- 4	397	1,542
Словения	1,330	- 470	274	791

За сравнение

Албания	665	717	793	742
Воспа-Нер.	684	181	174	313
Хърватия	4,219	2,415	295	1,048
Македония	400	145	159	304
Черна Гора	656	1,099	574	401
Сърбия	2,018	1,410	1,003	1,949

Източник: Нунуа (2012)





## Таблица 24

### Секторна разбивка на ПЧИ

(с натрупване към 2011 в млн. евро)

	Производство	Строителство	Търговия	Транспорт + ком.	Финансови услуги	Недвижими имоти
България	6.188	2.821	4.915	4.670	6.524	8.137
Чехия*	28.716	1.987	10.375	8.234	20.167	8.499
Естония	2.184	214	1.811	1.161	3.038	1.997
Унгария *	17.303	1.063	8.872	7.011	6.345	5.341
Латвия	1.151	129	1.194	658	2.168	2.297
Литва.	3.206	307	1.449	1.321	1.524	1.209
Полша**	40.906	3.219	20.429	7.399	23.940	22.567
Румъния*	16.842	2.588	6.519	4.289	10.056	2.157
Слова- кия*	13.353	770	1.943	4.665	8.211	268
Слове- ния*	1.817	106	1.665	382	5.154	241

За сравнение

Албания*	417	228	244	402	651	54
Босна *	1.695	43	662	852	1.071	188
Хърватия	6.146	388	3.279	2.058	8.096	2.405
Македо- ния***	886	117	264****	542****	322****	106****
Черна Гора *****						
Сърбия*****						

\* 2010

\*\* 2009

\*\*\* 2008

\*\*\*\* 2007

\*\*\*\*\* няма данни

\*\*\*\*\* данни само за потока

Източник: Hunya (2012)



**Таблица 25**

Секторна разбивка на ПЧИ с натрупване в новите страни-членки  
(в % от общите с натрупване)

Държава	Производство	Строителство	Търговия	Транспорт + ком.	Финанси	Недвижими имоти
България (2011)	16.8	7.7	13.3	12.7	17.7	22.1
Чехия (2010)	29.9	2.1	10.8	8.6	21.0	8.8
Естония (2011)	17.1	1.7	14.2	9.1	23.8	15.6
Унгария (2010)	25.5	1.6	13.1	10.3	9.3	7.9
Латвия (2011)	12.3	1.4	12.7	7.0	23.1	24.5
Литва (2011)	29.8	2.9	13.5	12.3	14.2	11.2
Полша (2009)	31.8	2.5	15.9	5.8	18.6	17.6
Румъния (2010)	32.0	4.9	12.4	8.2	19.1	4.1
Словакия (2010)	35.5	2.0	5.2	12.4	21.8	7.1
Словения (2010)	16.9	1.0	15.5	3.5	47.8	2.2

За сравнение

Албания (2010)	15.8	8.6	9.2	15.2	24.7	2.0
Босна (2010)	34.7	0.9	13.6	17.5	21.9	3.9
Хърватия (2011)	25.7	1.6	13.7	8.6	33.9	10.1
Македония (2008)	29.8	3.9	8.9*	18.3*	10.8*	3.6*

\* 2007

Източник: Нунуа (2012) и собствени изчисления на автора



## Таблица 26

Разбивка на ПЧИ в избрани промишлени сектори

(в % от общите ПЧИ в промишления сектор)

Държава	Лека промишленост	Химикали	Базови метали	Машини	Транспортно оборудване
Чехия (2010)	15.5	22.0	12.9	17.8	26.2
Естония (2011)	41.4	28.0	7.2	17.0	4.4
Унгария (2010)	15.5	26.5	6.8	19.6	19.6
Латвия (2011)	42.3	3.1	3.8	6.5	4.3
Литва (2011)	22.5	32.8	1.4	1.5	1.7
Полша (2009)	29.6	16.7	12.8	8.9	15.8
Румъния (2010)	24.2	22.7	16.5	10.5	15.4
Словакия (2010)	13.2	18.5	15.4	21.1	18.8
Словения (2010)	21.8	37.8	5.5	25.8	9.7

За сравнение

Албания (2010)	30.2	4.2	13.0	4.1	.
Босна (2010)	26.4	6.7	12.1	4.7	5.0
Хърватия (2011)	16.6	10.4	2.2	6.3	1.4
Македония (2007)	25.9	7.4	40.3	1.0	2.4

\* За съжаление няма данни за България

Забележка: лека промишленост: храни, текстил и кожа, дърво и хартия; химикали: химикали, фармацевтични продукти, каучук; техника: компютри и електронни устройства, домакинско електрическо оборудване, общи и специализирани машини

Източник: Nunya (2012) и собствени изчисления на автора



**Таблица 27**

Произход на ПЧИ с натрупване в новите страни-членки

(2010, в % от общите) \*

Произход	BG	CZ	EE	HU	LV	LT	PL	RO	SK	SI
Австрия	15.4	12.9	.	12.8	.	.	3.5	17.8	16.0	47.9
Холандия	20.3	29.6	8.9	17.1	6.7	8.8	17.8	20.7	26.0	5.1
Гърция	7.9	.	.	.	.	.	.	5.7	.	.
Великобритания	7.4	2.4	2.0	2.6	.	.	3.7	.	.	2.9
Германия	5.5	13.8	2.4	23.2	5.2	11.0	13.6	12.2	12.1	5.6
Кипър	5.4	3.8	2.7	2.5	4.9	3.1	.	4.8	2.8	1.4
Русия	3.2	.	3.5	.	4.1	8.2	.	.	.	.
Унгария	3.1	.	.	.	.	.	.	.	5.0	.
САЩ	2.6	3.3	.	4.7	3.2	.	6.3	2.6	1.4	.
Люксембург	2.4	6.1	1.8	8.1	3.4	2.7	8.7	.	4.3	1.9
Франция	.	5.7	.	5.0	.	2.5	12.4	8.3	4.1	6.0
Италия	.	.	.	.	.	.	7.0	5.3	7.9	6.2
Швейцария	.	4.5	.	3.6	.	.	3.8	3.8	.	7.6
Испания	.	3.6	.	.	.	.	.	2.0	.	.
Белгия	.	.	.	3.3	.	.	.	.	3.5	2.7
Дания	.	.	2.5	.	7.0	10.4	.	.	.	.
Финландия	.	.	23.4	.	4.5	4.8	.	.	.	.
Норвегия	.	.	2.9	.	3.1	3.3	.	.	.	.
Швеция	.	.	35.0	.	12.9	8.9	3.5	.	.	.
Първите 3 инвеститора	43.6	56.3	67.3	53.1	26.6	30.3	43.8	50.7	54.1	61.7
Първите 10 инвеститора	73.2	85.7	85.1	82.9	55.0	63.7	80.3	83.2	83.1	87.3

\* Таблицата включва първите десет чуждестранни страни инвеститори във всяка от новите страни-членки на ЕС. Цифрите са базирани на Нунуа (2012)



За сравнение

	Албания	Босна	Хърватия	Македония	Черна Гора	Сърбия
Австрия	13.7	19.7	28.9	11.1	8.7	18.5
Кипър	1.5				8.1	
Франция	1.9		4.8	3.9		3.4
Германия	3.2	5.8	14.0		2.8	9.9
Гърция	27.4			12.9	1.7	10.9
Италия	15.2	2.5	3.3		11.8	5.9
Люксембург			5.7			2.7
Холандия	3.2	3.0	10.7	16.5		9.8
Великобритания			3.7	3.3	7.5	2.7
Унгария			12.1	10.3	8.9	
Словения		11.2	4.3	12.4	3.4	5.4
EU-15	64.8	35.5	74.4	52.4	39.6	64.4
ЕС-27	67.3	45.9	91.8	80.1	65.2	75.8
Швейцария	2.5	5.4	1.5	4.5	9.3	
Турция	10.6	2.7				
САЩ	1.0					
Хърватия		14.1		2.2		
Русия		9.6			14.3	3.6
Сърбия		18.0		2.5		
Първите 3 инвеститора	56.3	51.8	55.0	41.8	35.4	39.3
Първите 10 инвеститора	80.2	92.0	89.0	79.6	76.5	72.8

Забележка: виж предишната таблица. Собствени изчисления, базирани на Hunya (2012)

#### Издател

Фондация Фридрих Еберт  
Бюро България  
ул. Княз Борис I 97  
1000 София, България  
Отговорен редактор:  
Регине Шуберт, директор

#### Заявки

Институт за  
икономическа политика  
Ясен Георгиев

e-mail: [eri@eri.org](mailto:eri@eri.org)  
Факс: (+359 2) 9522693

Всички текстове са достъпни онлайн  
[www.fes.bg](http://www.fes.bg)

Мненията, изразени в тази публикация,  
принадлежат на автора/авторите и не  
отразяват непременно позицията  
на Фондация Фридрих Еберт.