

ЕКСПОРТНА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ХВП В БЪЛГАРИЯ

EXPORT COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY IN BULGARIA

проф. д-р Копева, Д.И., доц. д-р Желев, П., доц. д-р Благоев, Д.М., доц. д-р Щерев, Н.Хр..

Университет за национално и световно стопанство (УНСС), София, България

dkopeva@unwe.bg

Abstract: *Хранително вкусовата промишленост (ХВП) се явява най –големият подотрасъл на преработвателната промишленост по отношение на добавена стойност, заети и има водещо място в износа на България. Подотрасълът е приоритетен за страната по отношение на привличане на чужди инвестиции и иновации. Целта на доклада е да изследва и представи промените в търговската (експортната) конкурентоспособност на ХВП през последните десет години. Анализът се базира на данни от UNCTAD за 24 групи продукти, дефинирани по хармонизираната система (ХС) групи 01-24 до четвъртизнак на кода.*

KEYWORDS: ХРАНИТЕЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ, ТЪРГОВСКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ, БЪЛГАРИЯ

1. Увод

Продукцията на сектор ХВП има устойчиви традиции и присъствие в търговския баланс на страната. С присъединяването на България към Европейския съюз голяма част пречките пред търговските взаимоотношения са премахнати, но същевременно страната трябва да се съобразява с определени квоти, които са поставени от ЕС по отношение на вътрешно общностната търговия. Въпреки, че по-голямата част от търговията с продукция на сектора се реализира в рамките на ЕС, може да се каже, че на световния пазар съществува огромен неоползотворен потенциал за реализиране на търговски стокообмен. В рамките на ЕС това е най-големият подотрасъл с оборот от 1048 милиарда евро и заемащ дял от 14.6 % [1]. В ХВП в страните от ЕС са заети 4.2 милиона души и отново по дял на заетите е водещ (15.5 %). Добавената стойност от отрасъла (като процент от общия размер на Брутната добавена стойност в ЕС) е 1.8 %. Независимо от водещите позиции по оборот, брой заети, дял на потреблението на произвежданите продукти, се наблюдава свиване на износа на стоки от ХВП на международния пазар – 16.1% (2014 г.) спрямо 20.5 % (2002 г.).

2. Теоретични основи за експортната конкурентоспособност

Икономическите изгоди от активното участие в международната търговия са отдавна теоретично обосновани и включват статични ефекти, свързани с експлоатирането на сравнителните предимства и повишената ефективност от подобреното разпределяне на ограничените ресурси и динамични ефекти, произтичащи от повишената конкуренция, по-големите икономии от мащаба, по-пълното натоварване на производствените мощности и разпространението на знание и технологичен напредък. Съвременната икономическа литература за хетерогенната фирма пък подчертава, че фирмите износители обикновено са по-продуктивни, капиталоснабдени, по-големи и плащат по-високи заплати в сравнение с фирмите, продаващи само на местния пазар.

Всичко това прави особено актуален въпросът за експортната конкурентоспособност на страните, техните отрасли и фирми. На практика много често конкурентоспособността на дадена страна се преценява според възможността ѝ да поддържа относително

благоприятна позиция в международните си трансакции с останалата част от света. При този подход към конкурентоспособността обект на изследване е представянето във външната търговия и особено динамиката и структурата на износа на дадена страна (експортната конкурентоспособност). По този начин социално-икономическото благосъстояние на населението се обвързва с резултатите от външнотърговските отношения на страната.

В специализираната външнотърговска литература се срещат множество показатели, чрез които се измерва експортната конкурентоспособност на отраслите на международните пазари, отразявайки многомерността на понятието. Най-често се използват показатели за:

- а) динамика на износа
- б) структура на износа
- в) диверсификацията на експорта
- г) пазарен дял
- д) Индекс на проявените сравнителни предимства (RCA)
- е) Индекс на нормализирания търговски баланс (RTB)

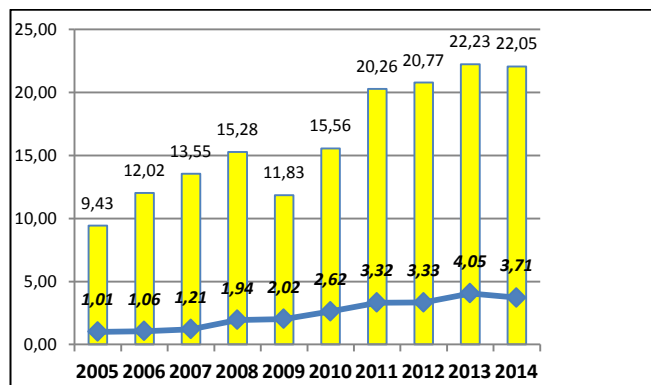
В контекста на тези индикатори при анализа на експортната конкурентоспособност в динамична среда като положителни биват оценени промените, свързани с реалното нарастване на стойностния обем на износа и намаляване на неговата колебливост; намаляване на експортната концентрация; изграждане на сравнителни предимства в продукти с висока степен на преработка и добавена стойност; повишаване на средните цени на реализираната продукция и т.н.

3. Анализ на експортната конкурентоспособност на ХВП в България

През последното десетилетие световните цени на храните се увеличават значително. Индексът на цените на храните, изчисляван от Организацията по прехрана и земеделие (FAO) към ООН, който представлява претеглена средна на 5 ценови субиндекси за стоките групи месни и млечни продукти, зърнени култури, растителни мазнини, захар през 2014г. приема стойност от 201,8 (средно за 2002-04г. индексът =100) [2], което означава повече от двукратно нарастване на световните цени за 10 години. Нарастващото световно население, икономическият растеж в развиващите се страни и разрастването на средната класа в Китай, Индия, Бразилия и др., са фактори, които в дългосрочен план ще оказват натиск

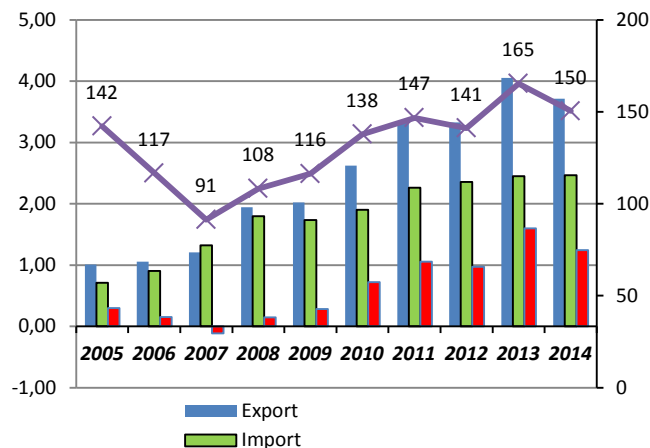
за повишаване на световните ценови равнища на храните. От тази благоприятна дългосрочна тенденция биха могли да се възползват експортно-ориентираните български предприятия от земеделието и хранително-вкусовата промишленост и прави анализа на конкурентоспособността на сектора особено актуален.

По подобие на редица други автори (Jushasz, A., H. Wagner, 2013; Gavrilesu, C., D. Voicilas, 2014; Toming K., 2006) [3], които при изследване на конкурентоспособността на хранително-вкусовата промишленост (ХВП) включват освен храните и напитките, и аграрните продукти, в настоящия анализ ще използваме статистически данни за първите 24 глави на Хармонизираната система за описание и кодиране на стоките (ХС). По този начин сектора на храните се разглежда в по-широк смисъл като тук попадат раздел I "Живи животни и животинските продукти" (глави 01 – 05), раздел II "Продукти от растителен произход" (глави 06 – 14), раздел III "Мазнини и масла от растителен или животински произход" (глава 15), раздел IV "Храни, напитки, тютюн" (глави 16 – 24) на Хармонизираната система. Темпоралният обем на анализа обхваща последните 10 години – периодът 2005-2014г. Като източник на подробни статистически данни за външната търговия на България със земеделски и хранителни продукти е използвана базата данни на Конференцията на ООН за търговия и развитие (UNCTAD).



Фигура 1. Динамика на общия износ и износа на хранителни продукти от България (2005-2014г., млрд. евро), Източник: UNCTAD

Данните за динамиката на износа на храни от България показват постоянно нарастване през последното десетилетие с изключение единствено на 2014г. Докато през 2005г. нашият экспорт на земеделски и хранителни продукти е възлизал на 1, 01 млрд. евро през 2013г. той достига забележителните 4, 05 млрд. евро – т.е. за 9г. нараства с 4 пъти. Средногодишният темп на нарастване на износа на храни за периода 2005-2014г. е 15,6% докато аналогичният темп за общият български износ е 10%. Това означава, че земеделието и хранителната промишленост демонстрират по-добро експортно представяне в сравнение с останалата част от националната икономика, съответно техният дял в българския износ нараства от 10,7% през 2005г. до 16,8% през 2014г.



Фигура 2. Динамика на износа, вноса и външнотърговското салдо на България в търговията с хранителни продукти (2005-2014г., млрд. евро), Източник: UNCTAD

Друг показател, свидетелстващ за нарастващата конкурентоспособност на българската хранителна индустрия в последните години е външнотърговското салдо. С изключение на 2007г., в периода 2005-2014г. то е неизменно положително. Присъединяването на страната към ЕС и участието в Общата селскостопанска политика се отразява положително на конкурентоспособността на българското селско стопанство и хранителна промишленост. От 2008г. насам разликата между износа и вноса на храни системно нараства. Докато през 2008г. положителното външнотърговско салдо в сектора е по-малко от 150 млн. евро през 2014г. то вече надхвърля 1,2 млрд. евро. Подобен размер на търговското салдо е показателно не само за високата външнотърговска конкурентоспособност на сектора, но и за неговото ключово значение за платежния баланс на страната. Съотношението износ/внос през 2014г. възлиза на 150%, което означава че България изнася с 1,5 пъти повече хранителни продукти отколкото внася.

Таблица 1 Структура на износа на хранителни продукти от България (2005, 2014г., %)

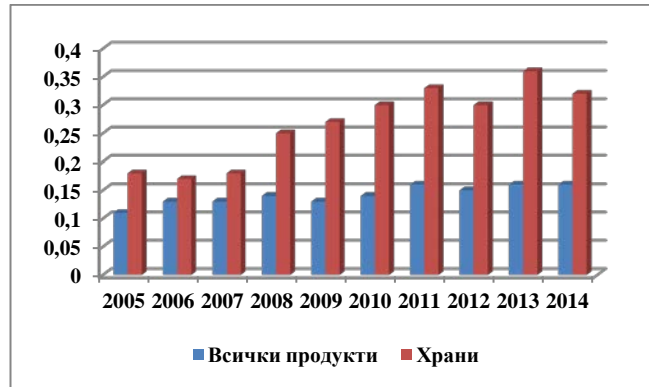
Код по ХС	Описание	2005 г.	2014г
10	Житни растения	17%	25%
12	Маслодайни семена и плодове	15,3%	16,1 %
24	Тютюн	9,5%	10,1%
02	Меса, годни за консумация	9,1%	4,1%
22	Напитки	8,3%	3%
19	Тестени изделия	6,5%	4,9%
20	Хр. продукти от зеленчуци, плодове	5,3%	2,8%
04	Мляко и млечни продукти, яйца, мед	5,1%	5%
07	Зеленчуци, годни за консумация	4,4%	
08	Плодове, годни за консумация	3,1%	
15	Мазнини и масла от живот./раст.	Na	6,2%
23	Остатъци от хр. промишленост	na	5,6%
	Други	16,4%	17,3%

Източник: UNCTAD

В структурата на износа на храни в последните 10 години не настъпват значителни промени – първите 3 групи продукти запазват своите позиции. Прави впечатление обаче засилването на позициите на производителите на житни растения, които през 2005г. притежават дял от 17% в българския износ на храни, а 10 години по-късно той достига ¼, отбелязвайки нарастване с 8 процентни пункта. Това се дължи на предоставянето на субсидии на основата на „директно плащане на единица площ“ в рамките на Общата селскостопанска политика през програмния период 2007-2013г., което стимулира производството на култури, които се отглеждат по-лесно на по-големи площи (като житно-зърнените) за сметка напр. на зеленчуците и плодовете. Последните две групи продукти губят своите позиции сред 10-те водещи български експортни храни. Техният дял от 4,4% и 3,1% през 2005г. спада до 1,8% и 2,3% съответно през 2014г. Друга негативна тенденция в структурата на българския износ на храни е съкращаването на значението на стокови групи като меса, напитки и тестени изделия. Това съответно води до формирането на неблагоприятна структура на българския износ на хранителни продукти по отношение на степента им на преработка.

През 2005г. дялът на преработените продукти в българския износ на хранителни продукти е бил над 39%. Десет години по-късно той намалява с повече от 5 процентни пункта, достигайки 34%. Това става за сметка на дела на суровините, които повишават своето значение в нашата експортна листа. Така понастоящем близо 66% от износа на България на храни се състои от първични аграрни продукти с ниска степен на преработка и съответно добавена стойност.

Въпреки спада в дела на преработените продукти и нарастването на този на суровините, според показателя пазарен дял (MS) България успява да повиши своята международна конкурентоспособност на световния пазар на храни.



Фигура.3. Динамика на световния пазарен дял на България в износа на хранителни продукти (2005 - 2014г., %), Източник: собствени изчисления по данни на UNCTAD

През 2005г. България е притежавала световен пазарен дял в износа на храни от 0,18%. След 2008г. този дял чувствително нараства, удвоявайки се през 2013г. В края на разглеждания период страната участва с 0,32% в световния износ на храни, което представлява два пъти по-голям пазарен дял в сравнение с нашето присъствие в общия световен износ.

Въпрос с важно значение при анализа на конкурентоспособността на земеделието и храните е дали секторът притежава сравнителни предимства. Динамиката на двата най-често използвани показателя за тази цел (Индекс на проявените сравнителни предимства – RCA и Индекс на нормализирания търговски баланс – RTB) следва подобен тренд и показва постепенно повишаване на секторната конкурентоспособност.

Таблица 2. Динамика на стойностите на индексите RCA и RTB в търговията на България с хранителни продукти (2005-2014г.)

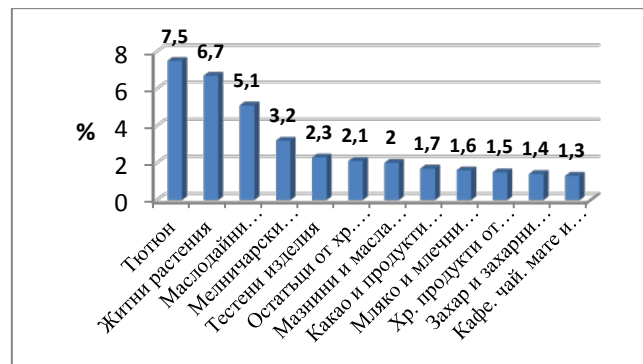
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
RCA	1,78	2,05	2,18	2,11	2,04	2,25	2,05
RTB	0,04	0,08	0,16	0,19	0,17	0,25	0,20

Източник: собствени изчисления по данни на UNCTAD

През анализирания период индексът RCA за българските селскостопански и хранителни продукти неизменно притежава стойности по-високи от 1, което обозначава наличието на сравнителни предимства на страната на световния пазар. След присъединяването на България към ЕС през 2007 г., индексът RCA се повишава, а от 2009г. постоянно надвишава 2, което свидетелства за подобри международни конкурентни позиции на сектора. Същите заключения могат да се направят като се наблюдава динамиката на индекса RTB. Единствената година, в която България е нетен вносител на селскостопански и хранителни продукти е 2007 г., когато тя се присъединява към ЕС и трябва да либерализира напълно търговията си с държавите-членки на ЕС и да възприеме Общата търговска политика, което означава, повишен конкурентен натиск и от трета страна. Същевременно, в качеството си на пълноправен член на ЕС България започва да се възползва от Общата селскостопанска политика, а средствата оказват положително въздействие върху производителите на храни. От 2008г. насам България регистрира постоянен положителен (с малки изключения) нарастващ търговския баланс със селскостопански продукти в търговията си със света. Индексът RTB достига своя пик през 2013г., когато стойността му е 0,25, а за последните пет години тя постоянно превишава 0,15.

Специализацията на страната в производството на храни, което притежава повишаващи се конкурентни предимства и регистрира положителен търговски баланс дават необходимата аргументация за извеждане на сектора като приоритетен в националната индустриална политика.

След като установихме, че българската хранително-вкусова промишленост като цяло е конкурентоспособна на световния пазар, е интересно да се види кои групи продукти имат най-високо сравнителното предимство. Такава информация е представена в таблица 4.



Фигура 4. Стокови групи в българския износ на храни, притежаващи сравнителни предимства през 2014г. (RCA > 1) Източник: собствени изчисления по данни на UNCTAD

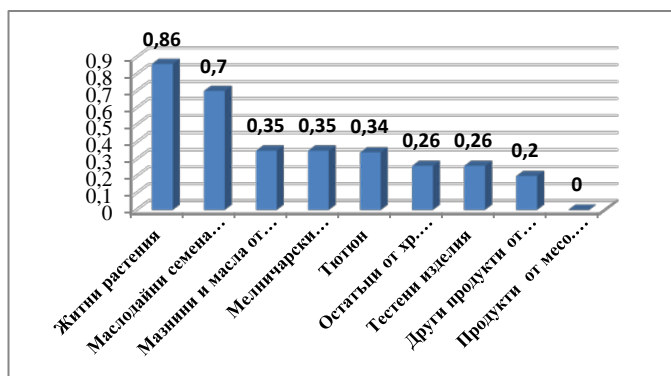
Според стойностите на индекса RCA най-конкурентните български групи селскостопански и хранителни продукти през 2014 г. са '24 "Тютюн и обработени заместители на тютюна", '10 "Житни растения" и '12 "Маслодайни семена и плодове". Средно за анализирания период техните стойности на RCA надвишават 4, което според класификацията на Hinloopen и Matgewijk (2001) [4] означава, че те притежават "силни сравнително предимства". Продуктови групи със "средни сравнителна предимства" (т.е. с индекс RCA по-висок

от 2, но по-нисък от 4) са '11 "Мелничарски продукти", '19 "Тестени изделия", '23 "Остаъци и отпадъци от хранително-вкусовата промишленост, фуражи".

Няколко групи продукти успяват да придобият сравнително предимство в годините на пълноправното членство на България в ЕС, докато през 2005 г. са притежавали сравнителен недостатък. Това са '09 "Кафе, чай, мате и подправки", '18 "Какао и продукти от какао", '15 "Животински и растителни мазнини и масла". Особено впечатляващо е представянето на мелничарските продукти, които успяват да преминават от сравнителен недостатък към "средно сравнително предимство".

От друга страна, четири стокови групи (с двуцифрени кодове по ХС) от хранително-вкусовата промишленост загубват своите сравнителни предимства през последните няколко години. Докато през 2005г., '01 "Живи животни", '02 "Месо и каранти, годни за консумация", '07 "Зеленчуци, годни за консумация", и '22 "Безалкохолни и алкохолни напитки" имат индекс RCA съответно 1,04; 1,58; 1,46; и 1,54, от 2011 г. насам (за продуктова група '07) и от 2013 г. (за продуктови групи '01, '02 и '22) те преминават към сравнителен недостатък.

Продуктовите групи от ХВП, които се представят най-добре във външната търговия на България по отношение на нетния износ са '10 "Зърнени храни" и '12 "Маслодайни семена и плодове", чиито индекси RTB през 2014г. имат стойности съответно 0,86 и 0,70. Три групи продукти успяват да повишат своята конкурентоспособност и да се превърнат от нетни вносители до нетни износители - '15 "Животински и растителни мазнини и масла", '11 „Мелничарски продукти" и '23 "Остаъци и отпадъци от хранително-вкусовата промишленост, фуражи".



Фигура 5. Стокови групи в българския износ на храни с положителен нормализиран търговски баланс ($RTB > 1$), Източник: собствени изчисления по данни на UNCTAD

За да определим най-конкурентноспособните продуктови групи в българската хранителна индустрия е необходимо да разгледаме двата индекса RCA и RTB заедно. Даден сектор може притежава положителен RCA, но специализацията може да не е достатъчна, за да се гарантира високо конкурентно представяне и положително външнотърговско салдо. Според Портър (1991 [5], един сектор се счита за конкурентноспособен, само ако в допълнение към специализация над средната за света ($RCA > 1$), той има и положителен търговски баланс, освен ако индексът RCA не е по-висок от 2. Имайки това предвид, можем да определим продуктови групи на нашата хранителна индустрия, които са силно конкурентни на световните пазари. През 2014г. това са: '24 "Тютюн и обработени заместители на тютюна", '10"Зърнени храни", '12 "Маслодайни семена и плодове", '11 "Мелничарски продукти", '19" Тестени изделия", '23" Остаъци и отпадъци от хранително-вкусовата промишленост, фуражи", и '15 "Животински и растителни мазнини и масла".

На следващо място в анализа е важно да се определи кои са водещите фактори за международната конкурентоспособност на хранителната индустрия в България. Двата основни източника на конкурентни предимства са по-ниските разходи (съответно цена) и диференциацията на продукта. Термините "разходна конкурентоспособност" и "ценова конкурентоспособност" се използват взаимнозаменяемо с оглед на факта, че възможността даден продукт да се предложи на по-ниски цени, зависи от структурата на производствените разходи. Продуктовата диференциация може да се постигне чрез осигуряване на по-добра стойност за купувача по отношение на качество или специални характеристики на продукта. По този начин, ще се опитаме да очертаем до каква степен българските производители на хранителни продукти разчитат на ниски цени или на по-високо качество. За тази цел следваме Gehlhar и Pick (2002) [6] и като използваме данните за разликата между средните експортни и импортни цени и за търговското салдо разпределяме външната търговия на България с хранителни продукти в четири категории: *успешна ценова конкуренция* (търговски излишък при по-ниски средни експортни цени спрямо средните импортни цени), *неуспешна ценова конкуренция* (търговски дефицит при по-ниски средни експортни цени), *успешна неценова конкуренция* (търговски излишък при по-високи средни експортни цени), *неуспешна неценова конкуренция* (търговски дефицит при по-високи средни експортни цени).

Таблица 3. Разпределение на българския износ на храни според конкурентоспособност, основана на цената или качеството (2005-07, 2012-14г., %)

Категория / Период	2005-07	2012-14
1 Успешна ценова конкуренция	62,9	61,4
2 Неуспешна ценова конкуренция	5,6	5,3
3 Успешна неценова конкуренция	25,7	25,8
4 Неуспешна неценова конкуренция	5,8	7,4

Източник: собствени изчисления по данни на UNCTAD

Резултатите от използването на методологията на Gehlhar и Pick показват, че дялът на конкурентноспособните хранителни продукти (сумата от категории 1 и 3) в българския износ леко намалява между 2005-2007 г. и 2012-2014 г. - от 88,6% до 87,2%. По-важно обаче е, че продуктите, при които българските производители са успешни в световната конкуренция или чрез предлагането им на по-ниска цена или въз основа на по-добро качество имат много по-висок дял (87,2%), отколкото тези, при които не са успешни (12,8%).

Като цяло, най-голям дял в българския износ на храни имат продуктите, при които се разчита на ниски цени, за да се конкурират на световните пазари (68,5% през периода 2005-2007 г. и 66,7% през периода 2012-2014 г.). Това се дължи на неблагоприятната специализация на националната икономика и по-нисшите стратегии на мнозинството от българските хранителни фирми, насочени към намаляване на разходите вместо към продуктова диференциация.

Най-перспективната категория продукти 3 (успешни в неценовата конкуренция) има дял от 25,8% в периода 2012-2014 г. в износа на хранителната промишленост на България, който остава доста стабилен във времето (25,7%, 7 години по-рано).

Въпреки че най-големият дял в износа на България е съсредоточен в продукти, успешни в конкуренцията, основана на цената и качеството, ако погледнем броя на продуктовите групи виждаме по-различна картина. През 2012-2014 г. най-голям брой 4-кодими продуктови групи по ХС (70 от 181), попадат в категория 4 (неуспешна конкуренция на основата на качеството), следвани от категория 1 (успешна ценова конкуренция, 42 продуктови групи), след това категория 2

(неуспешна ценова конкуренция, 40 продуктови групи), а накрая категория 3 (успешна конкуренция, основана на качеството, само 29 продуктови групи). Взети заедно броят на продуктите групи, класифицирани като неуспешни в ценовата и неценовата конкуренция (110) е по-голям от тези, които са успешни (71).

Таблица 4 предлага информация за продуктите групи, които са класифицирани като успешни в ценовата и неценовата конкуренция. В категория 1 попадат предимно суровини и първично преработени стоки (като напр. различни зърнени култури, мелничарски продукти, маслодайни семена, растителни масла, животински мазнини, живи животни, плодове). Същото се отнася и за категория 3, където откриваме различни видове непреработено месо, яйца, мед, замразени плодове и зеленчуци, тютюн и т.н. Сред преработените хранителни продукти и готови храни, които се конкурират успешно въз основа на цените откриваме традиционни български продукти като сирене и извара, и вина от прясно грозде. Българските хранителни стоки с по-висока степен на преработка и относително по-висока добавена стойност, които се конкурират успешно на базата на диференциацията на продуктите са: зърнени закуски и зърнени блокчета; хляб, бисквити, вафли, торти и сладкиши; конфитюри и мармалади; цигари.

Таблица 4. Български храни, конкурентоспособни на международния пазар въз основа на цена или на качество (2012-14г.)

Категория 1 – Успешна ценова конкуренция (42 4-кодови продуктови групи от ХС от общо 181)	Категория 3 – Успешна неценова конкуренция (29 4-кодови продуктови групи от ХС от общо 181)
<p>0101 Live horses, asses, mules and hinnies; 0102 Live bovine animals; 0105 Live poultry; 0301 Live fish; 0406 Cheese and curd; 0604 Foliage, branche etc; 0802 Nuts nes; 0814 Citrus fruit and melon peel; 0909 Seeds of anise, badian, fennel, coriander, etc.; 1001 Wheat and meslin; 1002 Rye; 1003 Barley; 1004 Oats; 1005 Maize; 1006 Rice; 1101 Wheat or meslin flour; 1103 Cereal grouts, meal and pellets; 1104 Cereal grain, worked post hulling, excluding rice; 1108 Starches; inulin; 1205 Rape or colza seeds, whether or not broken; 1206 Sunflower seeds, whether or not broken; 1208 Flour and meals of oil seeds; 1210 Hop cones, fresh or dried; 1213 Cereal straws and husks; 1214 Swede, mangold, fodder root, hay, lucerne, clover etc; 1501 Lard and other pig & poultry fat; 1506 Animal fats & oils & their fractions; 1512 Safflower, sunflower/cotton-seed oil & fractions; 1514 Rape, colza or mustard oil & their fractions; 1520 Glycerol (glycerine); 1521 Vegetable waxes, beeswax & other insect waxes; 1605 Crustaceans & molluscs, prepared/preserved; 1702 Sugars, nes, incl chem pure lactose etc; artif. honey; caramel; 2008 Preserved fruits nes; 2105 Ice cream; 2204 Wine of fresh grapes; 2205 Vermouth & other grape wine flavoured; 2206 Fermented beverages, nes; 2207 Ethyl alcohol & other spirits; 2302 Bran, sharps and other residues; 2303 Beet-pulp, bagasse and brewing or distilling dregs and waste; 2306 Oil-cake nes</p>	<p>0204 Meat of sheep or goats - fresh, chilled or frozen; 0205 Meat of horses, asses or mules - fresh, chilled or frozen; 0207 Meat and edible offal, of the poultry of heading 01.05, fresh, chilled or frozen; 0307 Molluscs; 0403 Buttermilk and yogurt; 0407 Birds' eggs in shell; 0408 Birds' eggs dried; 0409 Natural honey; 0410 Edible products of animal origin, nes; 0508 Coral and similar materials, e.g. shells; 0707 Cucumbers and gherkins, fresh or chilled; 0710 Frozen vegetables; 0712 Dried vegetables; 0811 Frozen fruits & nuts; 0812 Provisionally preserved fruits & nuts (unfit for immediate consumption); 0813 Dried fruit; 1207 Oil seeds; 1211 Medicinal plants; 1212 Locust beans; 1404 Vegetable products, nes; 1522 Degras and residues; 1904 Breakfast cereals & cereal bars; 1905 Bread, biscuits, wafers, cakes and pastries; 2001 Cucumbers, gherkins and onions preserved by vinegar; 2007 Jams, fruit jellies & marmalades; 2307 Wine lees; argol 2309 Animal feed preparations, nes; 2401 Tobacco unmanufactured; tobacco refuse; 2402 Cigars, cheroots, cigarillos & cigarettes</p>

3. Заключение

В заключение можем да направим извода, че през последните десет години международната конкурентоспособност на България в хранителната индустрия показва тенденция на повишаване. Това е видно от показателите за нарастване на износа, положителното търговско салдо, покачането на световния пазарен дял и укрепването на сравнителните предимства. Структурата на износа на хранителни продукти от България обаче е с много ниска диверсификация, която определя висока зависимост на страната от зърнените култури и маслодайните семена. Като цяло преобладават суровините за сметка на преработените стоки като с годините тенденцията се засилва. През 2012-2014 г. най-голям дял в износа имат продуктите, които разчитат на ниски цени, за да се конкурират на световните пазари (66,7%). Повечето от износа (87,2%) се състои от продукти, успешни в конкуренцията или на базата на цените (61,4%) или на качеството (25,8%). Въпреки това, най-голям брой продуктови групи (110 от 181) са идентифицирани като неуспешни в неценовата (70) и в ценовата (40) конкуренция. Следователно държавната политика за насърчаване на конкурентоспособността трябва да бъде насочена към стимулиране на постигането на по-висока степен на преработка на българските хранителни продукти чрез създаване на местни вериги на стойността. За тази цел съществуващите различни инструменти (фондове на ЕС, мерки за подкрепа на клъстерите, иновациите и технологичната политика, политиката за насърчаване на износа, и т.н.) е необходимо да бъдат включени в една цялостна дългосрочна секторна стратегия, която да бъде последователно осъществявана.

4. Литература

- [1] Data & Trends of the European Food and Drink Industry 2013-2014 . (<http://www.fooddrinkurope.eu>)
- [2] FAO Food Price Index, www.fao.org
- [2] Jushasz, A., H. Wagner, (2013) An analysis of Hungarian agri-food export competitiveness, Studies in Agricultural Economics, 11/2013, pp. 150-156; Gavrilesco, C., D. Voicilas (2014) Changes in the Romanian Agrifood Trade Competitiveness in the Post-accession Period, Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, Vol. 36. No. 4, pp. 823-834; Toming, K. (2006) Accession to the EU: Did it Boost the Export Competitiveness of the Estonian Food Processing Industry, Tartu University Press
- [4] Hinloopen, J. and Van Marrewijk, Ch. (2001) On the empirical distribution of the Balassa index, Weltwirtschaftliches Archiv, vol. 137, issue 1, p.13
- [5] Porter, M., (1991) Canada at the Crossroads, Business Council on National Issues and Supply and Services Canada, Ottawa, p. 412
- [6] Gehlhar, M. and Pick, D. (2002) Food trade balances and unit values: What can they reveal about price competition? Agribusiness: An International Journal 18 (1), pp. 61-79