

ТЪРГОВИЯТА СЪС СУБСАХАРСКА АФРИКА СПОРЕД БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ

Едуард Маринов¹

ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“

Резюме: На базата на анализа на резултатите от проведено представително проучване на български предприятия, са изведени основните характеристики на фирмите, които осъществяват и проявяват интерес към търговия със Субсахарска Африка. С цел задълбочаване и конкретизиране на получените резултати и формулиране на адекватни препоръки към бизнеса и държавата са идентифицирани фирми, имащи реални външно-търговски отношения със страни от региона, с които са проведени структурирани дълбочинни интервюта. Изследването представя

получените резултати, като в първа част накратко е разгледана общата характеристика на търговията на България със Субсахарска Африка, във втората е представен изведения синтетичен профил на българските компании, търгуващи с региона, а в основната, трета част, са обобщени нагласите и оценките на представителите на българския бизнес, изведени в рамките на структурираните дълбочинни интервюта.

Ключови думи: външна търговия, ССА, възможности за износ, нагласи на българския бизнес

TRADE WITH SUB-SAHARAN AFRICA ACCORDING TO BULGARIAN COMPANIES

Eduard Marinov

Veliko Tarnovo University

Abstract: The main characteristics of the companies carrying out and exhibiting interest in trade with Sub-Saharan Africa are identified based on the analysis of a representative survey of Bulgarian enterprises. In order to deepen and streamline the results obtained and to formulate adequate recommendations to the companies and the government for the future development of their policies, a number of companies with real trade relations with countries from the region were identified, with which structured interviews were conducted. The study discusses

the results obtained – the first section presents briefly the general features of Bulgarian trade with Sub-Saharan Africa, the second focuses on the identified synthetic profile of Bulgarian companies trading with the region, while the third, main part of the study summarises the attitudes and assessments of Bulgarian business outlined within the structured interviews.

Keywords: international trade, SSA, export opportunities, Bulgarian business attitudes

Годишник „Икономика и бизнес“ на департамент „Икономика“, 2017, стр. 102-115

¹ Доктор и гост-лектор в департамент „Икономика“ в Нов български университет, главен асистент и научен секретар на секция „Международна икономика в Института за икономически изследвания при БАН“, асистент към Стопански факултет на ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, e-mail: eddie.marinov@gmail.com

Въведение

През последните години се наблюдава тенденция българският износ да разширява стойностите си към партньорите с висок дял за сметка на намаление на износа към страните с по-малко присъствие. В условията на задълбочаващите се процеси на либерализация и глобализация насърчаването на външнотърговските отношения е основен стълб на държавите в стратегиите им за икономическо развитие (Бянова, 2010). Концентрирането на външната търговия с една страна или с икономическа общност, какъвто е случаят с Европейския съюз, предопределя зависимост на българската икономика от икономическата конюнктура на страните партньори, което крие висок риск от бързо пренасяне на световните икономически тенденции в нашата страна (ИИИ, 2016). Справянето с промените във външната среда е свързано с планирането на „буфери“, т.е. със създаването на устойчивост в търговията и икономиката, така че те да не се влияят от тези промени (Николова, 2015). Може да се очаква, че стагнацията в ЕС ще продължава и вътрешното търсене в България ще е слабо, което ще задържа растежа в българската икономика. Затова растежът ще се определя от възможностите за износ, особено извън ЕС, а в този смисъл всякакви политики за насърчаване на износа са от фундаментално значение за растежа и стабилността на икономиката в средносрочна перспектива.

Държавите от Субсахарска Африка придобиват все по-сериозно значение във външнотърговските отношения на България, а развитието на търговията с тях има сериозен потенциал от гледна точка на възможностите на техните пазари за българските фирми.

Основната цел на настоящото изследване е да бъдат обобщени оценките, нагласите и препоръките на българския бизнес, изведени в рамките на структурирани дълбочинни интервюта, проведени с представители на български фирми, търгуващи и проявяващи интерес към региона на Субсахарска Африка. В първата част е обобщено сегашното състояние на външнотърговските отношения с държавите от Субсахарска Африка. Втората част представя изведения на базата

на представително проучване на българския бизнес синтетичен профил на българските компании, търгуващи с региона. В основната, трета част, са обобщени нагласите и оценките на представителите на българския бизнес, изведени в рамките на структурираните дълбочинни интервюта.

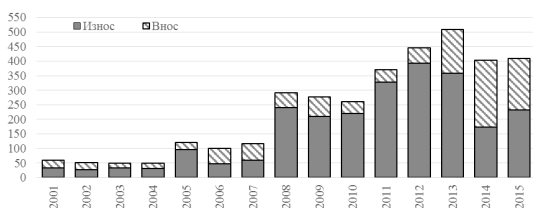
Обща характеристика на външнотърговските отношения на България със Субсахарска Африка

Повишаването на износа и „отварянето“ към нови пазари е възможна алтернатива, която да доведе до стабилизиране на добрите позиции във външнотърговския обмен, особено в условията на глобализиращи се пазари и засилена международна конкуренция. Задълбочаването и разширяването на външнотърговските отношения могат да бъдат едновременно ключов фактор за откриване на различни перспективи пред българската икономика и катализатор за нейното развитие. Във връзка с това България трябва да потърси възможности за реализиране на продукцията си не само на европейските, но и на други големи пазари (Гълъбова и Несторов, 2016). Такива пазари потенциално могат да бъдат страните от Субсахарска Африка.

Външноикономическите отношения на България с държавите от Африка бележат значителен спад след годините на прехода към пазарна икономика. Докато през 1984 г. дялът на търговията на България със субсахарските страни заема 4,3% от общите търговски потоци, в началото на разглеждания период (2003 г.) този дял е едва 0.3%. За периода 2003-2015 г. дялът на търговията нараства почти тройно, като през 2013 г. достига почти 1.1%, а в последните две години е 0.83%. При разглеждането на относителните им стойности по-голямо увеличение има вносът – от 0.17% през 2003 г. до 0.67% през 2015 г., като за 2014 г., когато дялът е най-висок, той е 0.87%, докато при износа нарастването е с 0.51 процентни пункта – дялът през 2003 г. е 0.49%, а през 2015 г. – 1.00%, като най-висок е през 2012 г. – 1.62%.

Общата стойност на търговските потоци между България и държавите от Субсахарска Африка през възлиза на 409.8 млн. евро, като търговията с региона заема едва 0.8% от общите и 2.3% от извънобщностните търговски потоци на страната (виж Фигура 1). През целия период от 2003 до 2015 г. преобладава износът – за 2015 г. стойността му е 233.2 млн. евро, а делът от търговията с държави извън ЕС – 2.8%. Вносът е значително по-малко – 177.6 млн. евро, 1,9% от извънобщностната търговия на България.

До влизането на България в ЕС (до 2007 г. вкл.) търговията със Субсахарска Африка е с относително малък обем – малко под 50 млн. евро през 2003 и 2004 г. и около 100 млн. – през 2005-2007 г., като вносът и износът имат сходни стойности до 2007 г., след което се наблюдава сериозен скок в експорта – близо 4 пъти само до 2008 г. и почти 6 пъти до 2013 г.



Фиг. 1. Външна търговия на България със Субсахарска Африка (млн. евро)

Източник: Trade Map, ITC calculations based on UN COMTRADE statistics.

При разглеждането на динамиката на външната търговия със Субсахарска Африка трябва да се отбележи и фактът, че глобалната финансова криза почти не се отразява негативно върху външната търговия на България с региона – през 2009 г. износът намалява с 31.6 млн. евро, но вносът се увеличава с 16.7 млн., така че общия спад в търговските потоци е само с 14.8 млн., които е едва около 5% от стойността им през 2008 г. През следващата 2010 г. пък намалява вносът (с 25.5 млн. евро), за сметка на износа, който се увеличава с 10.3 млн., като по този начин спадът в търговските потоци отново е с около 15 млн. евро. През 2011 г. и

двата показателя растат – вносът минимално (с 0.8 млн.), а износът – с над 50% (108 млн. евро), като по този начин стойността на търговските потоци достига 370.5 млн. евро.

През 2013 г. стойността на търговията е най-висока от целия разглеждан период – 507.8 млн. евро. Износът е най-много през 2012 г. – 392.8 млн. евро, а вносът – през 2014 – 227.5 млн. През последните три години от периода се наблюдава известен спад в търговските потоци – през 2014 г. износът намалява почти двойно спрямо предходната година (със 184.5 млн. евро), след което през 2015 г. се увеличава с 59.8 млн. евро, докато при вноса спадът е през 2015 спрямо 2014 г. (с 39 млн. евро). Така през 2014 г. общата стойност на търговските потоци е 401.9 млн., за да достигне до 409.8 млн. през 2015 г.

Анализът на стоковата структура на търговията помага да бъдат определени моделите на предлагане и търсене, както и да се идентифицират потенциалните конкурентни ниши за българските продукти на пазарите в Субсахарска Африка. За да бъде оползотворен потенциалът – не само в този регион, но и по отношение на външната търговия на България като цяло, правителството трябва да провежда и да подкрепя мерки, които могат да помогнат за диверсифицирането на производството и за повишаването на добавената стойност (Вуанов, 2014).

През 2015 г. в стоковата структура на търговията на България със страните от Субсахарска Африка през 2015 г. (Eurostat, 2017) доминират необработени (сурови) материали, негодни за консумация (37%, 152 млн. евро), храни и живи животни (27%, 112 млн. евро) и артикули, класифицирани главно според вида на материала (13%, 54 млн.). Водещо място в износа на България също заемат необработени (сурови) материали, негодни за консумация (39%), следвани от храни и живи животни (17%), мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход (13%), машини, оборудване и превозни средства (12%) и артикули, класифицирани главно според вида на материала (10%). Вносът пък е почти изцяло концентриран в

храни и живи животни (41%), необработени (сурови) материали, негодни за консумация (34%) и артикули, класифицирани главно според вида на материала (18%). За 2015 г. салдото на България е положително във всички стокови групи с изключение на храните (-33 млн. евро), другите преработени продукти (-9 млн. евро) и напитките и тютюна (-2 млн. евро), като спрямо предходната година се наблюдава намаление на пасива и увеличение на положителното измерение за всички останали стокови групи.

През периода 2003-2015 г. се наблюдават сериозни промени в стоковата структура на търговията. Двете стокови групи, които през целия период имат сериозно място в търговските потоци са необработени материали, негодни за консумация (изкл. горивата) и артикули, класифицирани главно според вида на материала. Групите машини, оборудване и превозни средства и разнообразни готови продукти, н.д. имат относително постоянно място в търговията – съответно 7-10% и 1-2% за годините в периода. При продуктови групи храни и живи животни и минерални горива, масла и подобни продукти се наблюдават резки промени в относителния им дял от търговските потоци за отделни години от периода.

Най-сериозен ръст за целия разглеждан период имат групите необработени материали, негодни за консумация (изкл. горивата) (148 млн. евро повече през 2015 спрямо 2003 г.) и храни и живи животни (105 млн. евро), следвани от артикули, класифицирани главно според вида на материала (36 млн. евро), мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход (30 млн. евро) и машини, оборудване и превозни средства (28 млн. евро), докато при групи разнообразни готови продукти, н.д., химични вещества и продукти, безалкохолни и алкохолни напитки и тютюн и минерални горива, масла и подобни продукти почти няма промяна (нарастването е с 1-5 млн. евро), а при стоки и сделки, н.д. дори се наблюдава минимален спад (1 млн. евро).

Основни търговски партньори на България сред държавите от Субсахарска Африка през 2015 г. са Намибия (86 млн. евро), Ре-

публика Южна Африка (72 млн. евро), Гана (50 млн. евро), Еритрея (35 млн. евро), Етиопия (35 млн. евро) и Танзания (24 млн. евро). Сред другите държави с по-сериозно присъствие (с дял от 2-5% от търговията с африканските страни от АКТБ) във външната търговия на България през 2013 г. са Мозамбик, Джибути, Кот д'Ивоар, Судан, Нигерия, Зимбабве и Уганда. Общо тези държави заемат 92% от търговията на България с региона (94% от вноса и 90% от износа). Основни източници на внос са Гана (41 млн. евро), следвана от Еритрея (35 млн. евро) и Танзания (21 млн. евро), а главни износни дестинации – Намибия (84 млн. евро), и Република Южна Африка (59 млн. евро).² Подробното изследване на стоковата структура на търговията на България с основните търговски партньори от Субсахарска Африка показва, че с малки изключения тя е слабо диверсифицирана. Внасят се ограничено количество продукти, почти само суровини, като най-голяма е стойността на металите (най-вече мед, преработена или не), какаото, кафето и тютюна. Износът също е съставен предимно от суровини (горива, метали и минерали), като може да се отбележи като положителен фактът, че при някои от държавите, макар и малка като стойности, се наблюдава известна разнородност, особено при износа на машини и оборудване. Наличието на много колебания в търговията, някои от които са причинени от внезапно появяване, често последвано от внезапно спиране още през следващата година на вноса или износа на даден продукт за определена държава, е показателно за непостоянната търговска политика на българските предприятия спрямо африканските държави.

В момента взаимните контакти между България и държавите в Африка на юг от Сахара в търговско-икономическата сфера се конкретизират предимно в проучване на пазарните възможности, обмен на икономическа информация, делови и бизнес-посещения на представители на български и африкански фирми, провеждане на двустранни бизнес-форуми и т.н. Тези изолирани инициативи обаче не са достатъчни за реализи-

² За по-пълнен и задълбочен анализ на външнотърговските отношения на България с държавите от Субсахарска Африка виж Маринов, Е. 2017. Търговски отношения на България с основните партньори от Субсахарска Африка – тенденции и перспективи. Сп. Икономика 21, 1/2017, с. 96-122. Свищов, ISSN 1314-3123.

ране на огромния потенциал за развитие на търговските и икономическите отношения между България и тези държави, особено от гледна точка на възможностите за българския бизнес. Външната търговия зависи в значителна степен от предприемачеството в страната, затова е необходимо да бъдат проучени фирмите, търгуващи с региона, което ще бъде направено в следващите части.

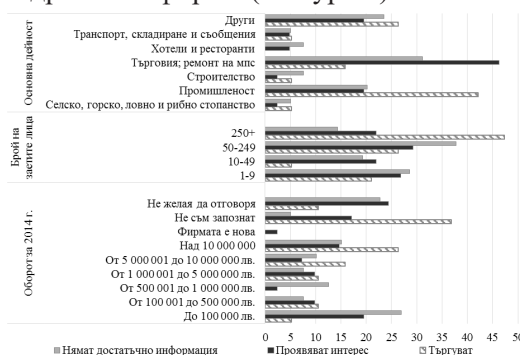
Синтетичен профил на българските фирми, търгуващи със Субсахарска Африка³

За да бъдат идентифицирани предприятията, които формират и от които може да се очаква да увеличат външната търговия на нашата страна с разглеждания регион, за първи път в последните няколко десетилетия е проведено емпирично изследване⁴ на компании, които вече търгуват със субсахарските страни, както и на тези които имат намерение да излязат на тези пазари. Изследвани са нагласите и опитът на фирмите, търгуващи със Субсахарска Африка и проявяващи интерес към региона в контекста на цялостната външнотърговска дейност на българските предприятия, като се анализира външнотърговската дейност на българските фирми като цяло и след това опитът и потенциалът им в Субсахарска Африка.

От направеното емпирично проучване на нагласите на българския бизнес става ясно, че въпреки че към момента реалните търговски отношения на българския бизнес с държавите от Субсахарска Африка са много ограничени, значително повече фирми проявяват интерес към региона. Едва 1.9% от българските фирми са сключвали сделки с партньори от тези страни, като половината от тях имат постоянни търговски партньори, а останалите осъществяват инцидентни сделки. Около 15% от компаниите биха проявили интерес, но нямат достатъчно информация.

От проучването на характеристиките на респондентите се вижда, че са налице съществени разлики между фирмите, които осъществяват търговия с държавите, и онези, които са заинтересувани от такава.

Най-сериозни разлики се наблюдават по отношение на размера на фирмите – при реално търгуващите преобладават едрите фирми с висок оборот, докато при заинтересуваните значително по-голям дял имат по-дребните фирми (Фигура 2).



Фиг. 2. Структура на фирмите, осъществяващи и проявяващи интерес към търговия с държавите от Субсахарска Африка

Интерес към региона проявяват всички групи фирми – и едрите, които в момента осъществяват по-голяма част от търговията, и средните и малките фирми, които имат по-ограничен потенциал за проникване на този пазар. Това налага провеждане на обща за всички фирми държавна политика за насърчаване и материализиране на този интерес.

Различия между предприятията, които реално осъществяват търговска дейност, и онези, проявяващи интерес, се отчитат и по отношение на основната им дейност. Тя е концентрирана главно в промишлеността и търговията – при търгуващите преобладава промишлеността, а при заинтересуваните и онези, които не разполагат с достатъчно информация – търговията. Въпреки че са налице определени разлики и между вносителите и износителите в отделните групи, те отново са концентрирани в тези две основни дейности – промишленост и търговия. Това, заедно с анализа на стоковата структура на търговията, дава основание да се направи изводът, че развитието на външната търговия може да се очаква именно от страна на фирмите, заети в тези два отрасъла.

³ За анализ на всички резултати от представителното проучване на българския бизнес, виж Маринов, Е. и Бобева, Д. 2017. Синтетичен профил на българските фирми, търгуващи със Субсахарска Африка. Сп. Икономическа мисъл, 1/2017, София, с. 49-68, ISSN: 0013-2993.

⁴ Национално представително проучване на българския бизнес в рамките на проект BG051PO001-3.3.06-0053/13.08.2013 „Повишаване качеството на образованието и на научните изследвания в областта на бизнес-инженерството за изграждане на икономика, основана на знанието (иновациите) и финансите“, проведено през 2015 г. сред 1000 фирми

При анализа на външнотърговската дейност на фирмите, търгуващи и проявяващи интерес към пазари и партньори от Субсахарска Африка, ясно се откроява силният интерес по отношение на възможностите за износ в региона от страна на фирми, които към момента не осъществяват никаква външнотърговска дейност. Наред с това сред търгуващите и проявяващите интерес към търговия с региона преобладават такива от индустрията, въпреки че този сектор е с по-малък дял в общата извадка от търговията, услугите и др. Това може да се отчете като положителна нагласа, тъй като означава, че по отношение на разглеждания регион се осъществява и може да се очаква разширяването на търговия със стоки с добавена стойност, а не с традиционните суровини. Същевременно фирмите, търгуващи със Субсахарска Африка, демонстрират по-голяма иновативна насоченост от средното, макар че дейностите, в които инвестират, не са твърде високо-иновативни.

Като цяло фирмите, осъществяващи външнотърговска дейност (особено износителите), отдават по-голямо значение на новите пазари. За много голяма част от търгуващите със Субсахарска Африка значението на проникването на нови пазари (особено извън Европа) за развитието на тяхната организация е голямо, докато сред проявяващите интерес и нямащите достатъчно информация този дял е доста по-нисък. Трябва да се отбележи и високият дял на фирмите, търгуващи с региона, смятащи, че биха могли да увеличат износа си при наличието на гарантирани пазари за тях, което би могло да бъде подпомогнато от провеждането на активна държавна политика за възстановяване на търговските връзки с държавите от Субсахарска Африка.

Резюмирана характеристика на фирмите, търгуващи със Субсахарска Африка, показва, че това са големи и средни компании, с висок оборот, заети в промишлеността, търговията и транспорта и съобщенията, търгуващи само със стоки или със стоки и услуги. Голяма част от тези фирми виждат възможност за увеличаване на

своя износ при гарантирани външни пазари, като освен това отдават голямо значение за развитието си на придобиването на нови пазари – както в Европа, така и извън нея. Тези фирми са сравнително високоиновативни, но инвестират предимно в придобиването на оборудване и софтуер. Това са предприятия, които разполагат с достатъчен капацитет за самостоятелно проучване на възможностите и осъществяване на външнотърговска дейност. Въпреки, че търгуват вече с региона, тези фирми също силно усещат липсата на информация и подкрепа в своята дейност. Основното, което може да бъде направено за увеличаване на търговията им със Субсахарска Африка, е да се повиши информираността относно възможностите и потенциала на региона, както и да се предприемат мерки за намаляване на риска включително чрез схеми и инструменти за застраховане.

Фирмите, проявяващи интерес към региона, пък са малки и средни предприятия, с нисък или средновисок оборот, заети в търговията и промишлеността, търгуващи само със стоки или със стоки и услуги. Малка част от тях виждат възможност за увеличаване на износа си при гарантирани пазари, но същевременно те и не придават голямо значение на проникването на нови пазари за развитието на организацията си. Тази група фирми са по-високоиновативни от средното, но по-малко от реално търгуващите, като и те инвестират предимно в придобиването на оборудване и софтуер. За тяхното активното въвличане във външнотърговска дейност е необходимо при формулирането и прилагането на политиката за насърчаване на малките и средните предприятия да се обърне по-голямо внимание на предприемането на мерки за насърчаване на външнотърговската им дейност и за повишаване на информираността им относно потенциалните пазари, действащите търговски споразумения (особено преференциалните) и конкурентни ниши. Това би спомогнало за засилване на търговията както със Субсахарска Африка, така и изобщо.

Нагласи и оценки на представители на българския бизнес

На базата на анализа на резултатите от проведеното представително стратифицирано проучване на 1000 български предприятия са изведени основните характеристики на фирмите, които осъществяват и проявяват интерес към търговия със Субсахарска Африка. С цел задълбочаване и конкретизиране на получените резултати и формулиране на адекватни препоръки към бизнеса и държавата са идентифицирани фирми, имащи реални външнотърговски отношения със страни от региона, с които са проведени структурирани дълбочинни интервюта.

През периода декември 2016 г. – април 2017 г. са проведени структурирани интервюта с представители на фирми, осъществяващи в момента или през последните 5 години, или проявяващи активен интерес към търговия с държави от Субсахарска Африка.⁵

Целта на проведените интервюта обхваща:

- проучване и оценка на нагласите на българския бизнес към възможностите и реалните външнотърговски отношения на България с държавите от Субсахарска Африка;
- проучване и оценка на нагласите на държавната администрация, отговорна за отношенията със страните от Субсахарска Африка;
- повишаване на информираността на българските фирми относно състоянието, тенденциите и потенциалните възможности и перспективи пред външнотърговските отношения на България с държавите от Субсахарска Африка.

Методология на проучването

Структурираните дълбочинни интервюта са проведени по предварително изготвен сценарий със собственици, мениджъри или отговорните за външнотърговската дейност и/или отношенията със Субсахарска Африка или конкретни търговски партньори от региона служители на 23 фирми, осъществяващи в момента или през последните 5 години външнотърговски отношения с партньори от субсахарските държави, и 12

фирми, проявяващи активен интерес към търговия с региона.

Интервюта са с продължителност до 2 часа и в повечето случаи са проведени на работното място на интервюираните. За да се запази неформалният характер на ситуацията на интервюто като метод за регистриране, беше предпочетено (съгласувано с интервюираните) воденето на систематизирани бележки на ръка, резултатите от които след това са резюмирани. Основните дискутирани теми включват:

- външнотърговска дейност на фирмата – характер, място в общата ѝ дейност, проблеми и предизвикателства, перспективи за развитие;
- отношения с партньори от Субсахарска Африка – място във външно-търговската дейност на фирмата, рискове, проблеми и предизвикателства, перспективи за развитие;
- държавна политика по отношение на външнотърговската дейност и конкретно относно тази, свързана със Субсахарска Африка – има ли отражение върху дейността на фирмата, основни проблеми и препоръки.

За целите на анализа в тази част всички получени по време на дълбочинните интервюта данни са използвани анонимно, единствено за постигане на резултатите на научния проект и без комерсиални цели.

Авторът се е ангажирал по никакъв начин да не дава достъп до индивидуалните отговори, нито до информацията относно конкретната индивидуализация или дейността на отделните анкетираните фирми и служители. При тяхната обработката и при анализа по никакъв начин не се представят индивидуални данни.

Съществуващи и потенциални географски пазари в Субсахарска Африка

Фирмите посочват ограничен кръг държави, с партньори от които търгуват, като те до голяма степен се припокриват с получените при анализа на състоянието на външнотърговските отношения износни дестинации и източници на внос – Република Южна Африка, Етиопия, Мозамбик, Зимбабве, Ни-

⁵ Интервюта са проведени в рамките на проект „Възможности и перспективи пред външнотърговските отношения на България с държавите от Субсахарска Африка“, финансиран от „Програмата за подпомагане на младите учени в БАН“

герия, Сомалия, (Южен) Судан, Танзания, Гана. Освен страните, които са сред основните търговски партньори на България, фирмите (особено онези, които се интересуват, но все още не търгуват в региона) посочват като държави в Субсахарска Африка, към които е насочен интересът им за бъдещо развитие на външотърговската дейност по-екзотичните и заемащи засега скромно място във външотърговските връзки на България Сейшелски и Коморски острови, Екваториална Гвинея, Конго, както и все по-ясно открояващите се като сериозни търговски партньори Еритрея и Кот д'Ивоар.

Повечето от българските предприятия, които поддържат трайни външотърговски отношения с партньори от Субсахарска Африка, са относително доволни от сегашното състояние на връзките си в региона и не търсят разширяване на дейността си в други държави, освен тези, с които работят в момента. Компаниите, които заявяват интерес, но все още не осъществяват външотърговска дейност, правят проучвания в тесен кръг пазари, дефинирани най-вече според конкретната външотърговска дейност, която искат да развият, но общото за всички е ограничаването в един до максимум три целеви пазара на континента. Тези отговори ясно показват относителната консервативност на българските фирми към по-сериозното от географска гледна точка развитие на дейността им в Субсахарска Африка, което донякъде може да бъде обяснено с отдалечеността, липсата на информация и трудностите при осъществяване на търговска дейност в този регион.

Партньори и контрагенти на българските фирми, които поддържат трайни външотърговски връзки със субсахарските държави, са предимно техните клиенти и доставчици в зависимост от конкретната дейност. Част от фирмите обаче поддържат отношения и с някои институции (национални и местни), най-вече с цел получаване на информация „от терен“ и осигуряване на нужните за осъществяването на дейността им сведения и документи. Интересно е да се отбележи, че както сред търгуващите, така и

сред проявяващите интерес български компании има малък брой, които са установили трайни връзки с изследователски институции, международни организации и консултанти и експерти от Субсахарска Африка.

Продукти и конкурентни ниши

При проучване на въпроса каква е външотърговската дейност на фирмите, осъществяващи реална търговия с региона на Субсахарска Африка, по-голяма част от интервюираните заявяват, че търгуват със стоки, докато при проявяващите активен интерес към региона фирми преобладават онези, които биха желали да търгуват с услуги. Разпределението на вносители и износители е относително равномерно както сред реално търгуващите, така и сред изразилите интерес към Субсахарска Африка български компании.

Повечето от фирмите-вносители оценяват като висок потенциала на субсахарския регион като източник на традиционно търгувани и сега суровини – различни руди и техните концентрати; какаови продукти; захар; кафе; чай; тютюн; плодове. При интервютата се очертават и някои продукти с потенциал за внос, които са по-специфични – живи цветя; преди и вълни; природни продукти; свързани с производството на козметика и парфюмерия; вино и дори някои преработени изделия (части за определени машини, кожени изделия, изделия от естествен каучук и др.).

Към момента по-голяма част от интервюираните компании, които осъществяват износ за държавите в региона на Субсахарска Африка, съсредоточават експортната си дейност в един или много малко на брой износни продукти. Наред с присъстващите и заемащи по-сериозно място в износа суровини (руди, земеделски продукти) и утвърдените преработени продукти (например касови апарати и акумулатори), някои от фирмите търгуват със Субсахарска Африка и с по-специфични преработени стоки – маси за бiliarд и алеи за боулинг, бенгалски огън, части за оптични инструменти, защитни каски, различни видове машини и части

за тях (стругове, млекопреработвателни машини, почистващи и сортировъчни машини за селскостопански стоки и др.), алуминиеви дограма и конструкции и т.н.

При интервюта се потвърждава и установеното при анализа на стоковата структура на търговските отношения често появяване и изчезване на конкретни продукти от експорта на България. Фирмите обясняват това с невъзможността да се поддържат трайни търговски връзки, с икономическата нестабилност в страните от региона – и по отношение на доходите, и по отношение на валутните курсове и икономическите политики на самите държави, както и с твърде непостоянния характер на търсенето. Това е и обяснението, което интервюираните фирми-износители дават за слабата продуктова диверсификация. Същевременно въпреки идентифицираните трудности, свързани с поддържането на трайни търговски връзки с конкретни контрагенти, българските компании не смятат за нужно да търсят други партньори от същата или от друга държава в региона. Много от тях просто се отказват от търговията с конкретния експортен продукт или я пренасочват към по-близките и достъпни пазари (преди всичко на ЕС и съседните на България държави), на които обаче конкуренцията е по-силна, а възможностите за печалби – по-малки.

Досега в сферата на услугите се осъществява най-вече внос на туристически продукти (все повече български граждани осъществяват туристически пътувания в държави, предимно в Източна и Южна Африка – Кения, Танзания, РЮА, Сейшелските острови, Етиопия), но има желание и за развитие на износа на такива – предлагане и промотиране на български туристически продукти за граждани на африканските държави. Други сфери в областта на услугите, в които българските фирми виждат потенциални възможности за развитие на външноикономическите отношения (и то не само като търговия, но и като възможности за инвестиции), са информационните и комуникационните технологии и финансовите услуги. Интересно е, че ня-

кои от интервюираните разглеждат Субсахарска Африка като регион с потенциал за инвестиции (най-вече в областта на производството, строителството и инвестиции в рисков капитал). Други обаче вече са започнали да търсят и да се договарят с инвеститори от региона за осъществяване на инвестиционни проекти там, в т.ч. под формата на създаване на смесени дружества за осъществяване на производствени и търговски дейности в някои от субсахарските държави (ЮАР и останалите страни от SACU, държавите от Източноафриканската общност, Ангола, Сенегал, Нигерия и др.).

Наред с идентифицираните в рамките на структурираните интервюта области според информация на БТПП, получена от членове на палатата, варианти за развитие има и във финансовите услуги, енергетиката, хранително-вкусовата промишленост и селското стопанство, минното дело, социалните услуги, строителството.

Съотношението на вносителите и износителите е относително равно, но може да се очаква повишаване на дела на услугите в търговията със субсахарския регион.

При почти всички интервюирани обеми и количеството на търговията – внос или износ, с партньори от Субсахарска Африка са незначителни и заемат скромен дял в общата външнотърговска дейност на фирмата. Много малко сред интервюираните фирми разглеждат региона като основен пазар за продуктите си или като основен източник на производствени суровини.

Основни проблеми, идентифицирани от българските фирми

Основните проблеми, които интервюираните представители на български фирми, търгуващи и проявяващи интерес към Субсахарска Африка споделят, че срещат, са в няколко насоки, които са представени според честотата, с която се срещат в интервюта:

- липсата на достатъчно информация за възможностите, актуалната икономическа и политическа ситуация в държави-

те, представляващи интерес, за конкретните търговски режими и изисквания при осъществяването на внос и износ на определени продукти;

- ограничените възможности за получаване на такава информация от български представители на място и институции в България;

- политическата и икономическата нестабилност на много от държавите в региона, която е причина за трудното установяване на трайни търговски връзки с конкретни партньори;

- различната институционална и административна култура в отделните субсахарски държави, която често се проявява в наличието на различни и трудни за възприемане правила за осъществяване на външнотърговска дейност;

- липсата на дипломатически и търговски представителства на България в повечето държави, от които да може да бъде получавана правна и административна помощ;

- липсата на адекватни финансови инструменти, предлагани от българските (и чуждестранни) банки и институции, за подпомагане на външнотърговската дейност – преференциално кредитиране на експортно и импортно застраховане, финансиране на транспортна и складова логистика, инструменти за споделяне на търговския риск, държавно субсидиране на износа и вноса на определени продукти и др.;

- ниското ниво на езикова грамотност в държавите от Субсахарска Африка и наложената от културната специфика делова етика, които затрудняват воденето на преговори и дори самото сключване на сделки;

- силната, понякога дори нелоялна конкуренция на други фирми, вече присъстващи (най-вече от старите европейски метрополиии) или прилагащи агресивни стратегии за навлизане на целевите пазари (от Китай, Индия, други африкански страни и др.);

- високите транспортни разходи, свързани с осъществяването на износ и внос за

някои държави, особено в Западна и Южна Африка;

- недостатъчните възможности за финансиране на пътувания с цел проучване на пазарите (участие в панаири, изложби, срещи с бизнеса в региона).

Трябва да се отбележи, че нито една от интервюираните фирми не оценява като пречка конкуренцията на други български компании, което може да се разглежда както като положителна индикация, така и като показателно по отношение на слаборазвитата външнотърговска дейност, която българските компании осъществяват в Субсахарска Африка.

Представителите на българския бизнес дават и доста предложения за решаването на идентифицираните проблеми, които обаче ще бъдат разгледани заедно с препоръките им за промяна и подобряване на политиката, осъществявана от държавата за насърчване на външнотърговската дейност на българските фирми в Субсахарска Африка.

Причини за загуба на пазарите в Африка

За да се получи завършена картина на нагласите на фирмите, които най-добре познават пазара на Субсахарска Африка и да се направи сравнение с оценката на бизнеса като цяло, в рамките на структурираните интервюта е обсъдено миналото присъствие на България на определени пазари на африканския континент, както и това кои според фирмите са причините за изчезващото ни търговско присъствие в региона, за намаления интерес и от двете страни, или казано по-общо, за загубата на българските пазари и партньори в Субсахарска Африка.

Мненията, изказани от българския бизнес по време на структурираните интервюта относно това кои са причините за загубата на пазарите ни в Субсахарска Африка, се припокриват почти напълно с отговорите, получени в рамките на представителното проучване сред 1000 български фирми – липсата на информация относно африканските пазари, политическата и икономическата нестабилност в държавите в Африка,

последниците от членството на България в ЕС (ограниченията пред търговската политика на страната, наложени от членството и отварянето на европейските пазари).

При интервютата обаче като основна причина за загубата на търговски позиции в Субсахарска Африка е идентифицирана неправилната държавна политика, като са посочени различни нейни проявления – закриването на дипломатически и търговски представителства; продажбата на държавни активи в тези страни; ограничаването на възможностите за държавно подпомагане на външнотърговската дейност на фирмите; желанието за преориентиране на търговията към европейските пазари; незабележимото участие на България в международната политика по отношение на Африка; липсата на кадри; познаващи региона, и дори „съзнателното нежелание на администрацията да си върши работата“.

Препоръки на българските фирми към политиката на държавата

Не на последно място, в рамките на структурираните интервюта, представителите на фирмите, осъществяващи в момента или през последните 5 години, или проявяващи активен интерес към търговия с държави от Субсахарска Африка, изказват мнение във връзка с конкретните насоки, в които може да бъде променена и подобрена политиката на държавата за насърчаване на външнотърговската дейност на българските компании в Субсахарска Африка.

Всички интервюирани открояват нуждата от по-добра информираност относно пазарите, като предлагат различни алтернативи за постигането ѝ:

- публикуване на справки с актуални данни и анализи по отношение на двустранните и многостранните търговски отношения, както и за действащите търговски спогодби за повече държави от региона;
- провеждане на редовни информационни кампании (конференции, семинари, кръгли маси и пр.) от страна на държавните институции (най-вече се споменават МИ и БТПП, но също и Агенцията за чуж-

дестранни инвестиции, посолствата и представителствата на субсахарските страни в България);

- финансиране на участия на български фирми в специализирани изложения – както световни, така и конкретно регионални;
- организиране на срещи между представители на институции и фирми от България и такива от Субсахарска Африка;

• организиране на срещи между българските компании, работещи и имащи интерес към тези пазари, и между тях и институциите, които могат да подпомогнат търговската им дейност;

• изработване на редовен бюлетин, който да бъде изпращан до заинтересуваните фирми, който да съдържа информацията относно новите събития, възможностите и развитието на икономическите и политическите процеси (не само по отношение на Субсахарска Африка, а като цяло за по-непознатите пазари);

• създаване на специализиран уебсайт или портал, на който да могат да бъдат публикувани данни, анализи и новини за региона, а участниците на пазарите да могат да споделят опит и да търсят партньорства; и др.

Сред основните препоръки на бизнеса са и различни форми на съдействие от страна на държавата за намиране на потенциални партньори. Тази група препоръки до голяма степен се припокрива с предходната, като освен посочените възможни мерки за повишаване на информираността на българските компании се предлагат и такива за информиране на потенциалните партньори относно българските продукти и предлагащите ги фирми. Конкретни предложения в това отношение са:

- провеждането на промоционални кампании относно конкретни български продукти и производства в релевантни субсахарски държави;
- по-широкото информиране на фирми от субсахарския регион за събития, организирани и провеждани от българските институции (официални правителствени визити, срещи на фирми, търговски промоции);

- финансиране на участието на контрагенти на български фирми в панаири и изложби у нас;

- възстановяване, промотиране и финансово осигуряване на възможности за студентски обмен;

- финансиране на посещения на представители на българските фирми за провеждане на проучвания и преговори „на терен“ и др.

Като основна препоръка, чието изпълнение зависи изцяло от правителствената политика, се очертава и разкриването на повече дипломатически и търговски представителства на място, с цел да се осигури адекватна административна, правна, езикова и техническа помощ на българските фирми в държавите от Субсахарска Африка. В някои от интервютата предлага тези представителства да се изградят на принципа на публично-частното партньорство като в тях се използват кадри, връзки, а в някои случаи – дори ресурси на български фирми, които вече познават региона. За решаването на проблемите с информираността и осигуряването на търговски партньори някои от интервюираните предлагат също да се предприемат действия за стимулирането на това повече субсахарски държави да имат посолства в България, или поне акредитирани посланици, които физически да се намират в нашата страна.

Интервюираните представители на фирмите предлагат много и най-различни по характер, начин на осигуряване и степен на участие на държавата инструменти за финансово подпомагане на външнотърговската дейност в Субсахарска Африка – от предоставянето от частни банки на преференциално кредитиране (гарантирано от държавата, напр. чрез ББР) за експортно и импортно застраховане, финансиране на транспортна и складова логистика и инструменти за споделяне на търговския риск до създаването на целева държавна експортна банка и държавно субсидиране на износа и вноса на определени продукти и др. Почти всички интервюираните фирми споделят, че оценявайки рисковия характер на тези пазари, прилага-

нето на финансови инструменти за минимизиране на риска е важен фактор за насърчване на компаниите, които проникват на тях.

Заклучение

Направеният анализ на динамиката на външната търговия на България с държавите от Субсахарска Африка ясно показва нарастващото значение на тези страни във външнотърговските отношения на страната – стойността на търговията с тях се повишава над 3 пъти по-бързо от тази на общите търговски потоци на България извън ЕС. Търговията с тези държави открива пред България има сериозен потенциал и от гледна точка на увеличаващото се силно положително салдо на търговията с тях.

Представените наблюдения на базата на извършеното емпирично проучване на българския бизнес, заедно с бързия темп на нарастване на външнотърговските потоци с региона и положителното салдо, правят търговията с държавите от Субсахарска Африка както привлекателна за българските фирми, така и даваща възможност за стимулиране на растежа и стабилността на българската икономика в средносрочна перспектива.

Резултатите от проведените структурирани интервюта потвърждават идентифицираните при анализа на географската структура на търговията съществуващи основни пазари, но се открояват и няколко нови такива, при които може да се очаква увеличаване или поява на нови търговски потоци.

Повечето от фирмите имат или търсят партньори в една или малко на брой държави и не възнамеряват да разширяват търговските си връзки в повече от три страни от региона.

Причините за консервативното „географско“ поведение на българските компании са отдалечеността на пазарите, трудностите при осъществяването на търговска дейност в района и особено дефицитът на информация, свързан до голяма степен с това, че при проучването и навлизането на пазара основата част от българските фирми контактуват предимно със своите директни контрагенти в Субсахарска Африка.

Интервюираните представители на българския бизнес потвърждават наблюдението, направено при анализа на стоковата структура на търговията, че търговията е концентрирана в отделни продукти, както и че поради различни причини вносът и износът на тези конкретни продукти е постоянен, в някои случаи дори и само в рамките на една доставка.

Като основни области, в които интервюираните българските компании виждат потенциал за бъдещо развитие на външноикономическите си връзки със Субсахарска Африка, се открояват хранително-вкусовата промишленост и селското стопанство, строителството и енергетиката.

Като положителен от гледна точка на предстоящото въвеждане на реципрочни режими за либерализация на търговията може да се разглежда фактът, че доста голяма част от фирмите, които проявяват интерес към региона, търсят сред субсахарските държави пазари за износ на преработени изделия, а също и че и сред реално търгуващите, и сред заинтересуваните български компании има такива, които искат да развият търговия с услуги в региона.

Респондентите очертават редица проблеми, които могат да се обобщят в няколко големи групи:

- политическа и икономическа нестабилност на много от страните в региона, съчетана с различна институционална и административна култура в отделните държави, както и със специфична културнообусловена делова етика;

- ограничена информация за пазарите, комбинирана с недостатъчни възможности за предоставяне на правна, административна и друга подкрепа на място поради липса на дипломатически и търговски представителства;

- финансови ограничения – високи транспортни разходи и разходи за финансиране на пътувания за проучване на пазарите и промоция, съчетани с липсата на адекватни финансови инструменти за насърчаване на външнотърговската дейност;

- силна и понякога нелоялна конкуренция на фирми от други страни.

При разглеждане на въпроса за отношенията на България със субсахарските държави в миналото силно критичното отношение на респондентите към политиката на държавата към тези страни и техните пазари поставя въпроса за формирането на конкретни политики и мерки, аргументи за което могат да бъдат търсени както в потенциала на региона, така и в заявените интерес и намерения на български компании да търгуват с партньори от Субсахарска Африка.

В препоръките си почти всички интервюирани се обединяват около това, че държавната политика трябва да се изразява преди всичко в предоставянето на информационни услуги не само на българските фирми, но и на потенциалните им партньори в района, както и в предприемането на амбициозни и постоянни действия за налагане на българските стоки на пазарите от Субсахарска Африка.

Най-важните препоръки към националните органи и институции, особено по отношение на възможностите за решаване на основните идентифицирани проблеми, могат да бъдат обобщени в три основни области:

- подобряване на информираността (на българските фирми и на потенциалните им партньори);
- повече дипломатически и търговски представителства и публично-частни партньорства (в страните от региона и в България);
- финансови инструменти за намаляване на риска и за подкрепа на външнотърговската дейност с района.

За да бъде завършен анализът на нагласите на българските фирми, които търгуват със страните в Субсахарска Африка, ще бъде цитирано мнението на един от интервюираните: „През последните 27 години ние сме загубили почти всички позиции, които имахме в края на 80-те на тези пазари. Всяка държава, дори и да е малка, се стреми да контролира или поне активно да присъства в Африка. Изглежда, че само за нас не е интересно – имаме огромни посолства в Европа, вместо с част от инвестираните в тях финансови и човешки ресурси да се опитаме активно с подходящи хора да въз-

обновим, доколкото е възможно, присъствието си в тези страни. Колко от работещите в българските институции познават Африка? Има много да се работи по въпроса, а потенциалът, който тези страни разкриват пред България, включително и за развиване на нови конкурентоспособни производства, е огромен.“

Литература

Бянова, Н. 2010. Нарастващата необходимост от улеснение на търговията в условията на световна криза. В: България в ЕС. Велико Търново: Фабер, с. 265- 274.

Гълъбова, Б. и Н. Несторов. 2016. Състояние и тенденции при износа на руди, шлаки и пепели. Сп. Science & Technologies, Volume VI, 2016, Number 7: Social Studies, Стара Загора: СУСЗ, с. 114-119.

Институт за икономически изследвания при БАН (ИИИ). 2016. Годишен доклад 2016. Икономическо развитие и политики в България: Оценки и очаквания. София: Горекс Прес, ISBN 978-954-616-260-1.

Николова, И. 2015. Развитие на външната търговия на България след 1989 г. В: Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения – Сборник доклади от международна научна конференция, том 1, Варна: Изд. Наука и изкуство, с. 69-75. ISBN 978-954-21-0833-7 (т.1).

Byanov, Ivan. 2014. CAP implementation and its influence on land use, agrarian structure and environment in Bulgaria. *Visnyk of the Lviv University. Series International Relations*. Issue 35/2014, pp. 218–227.

Eurostat, EU trade since 1988 by SITC database (DS-018995), достъпен на: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/database>, последно посетен на 2.05.2017.

ITC, Trade Map, ITC calculations based on UN COMTRADE Statistics, достъпен на: <http://www.trademap.org/>, последно посетен на 2.05.2017.