



**СЕЛСКОСТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
ИНСТИТУТ ПО АГРАРНА ИКОНОМИКА**

Теодора Василева Семерджиева

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА АГРАРНИЯ ИЗНОС НА БЪЛГАРИЯ

Автореферат

за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научна специалност
„Икономика и управление (по отрасли)”

Рецензенти:

- 1.
- 2.

София, 2021

I. Обща характеристика на дисертационния труд

1. Актуалност на темата

Изборът на темата на дисертационния труд е определен както от икономическата значимост и проблеми на аграрния износ на България, така и от необходимостта от развитие на научното познание.

В конкретен план актуалността на темата произтича от следните най-важни констатации:

Първо. Търговията със селскостопански стоки има важна роля в икономиката на страната – през 2017 г. достига 16% от целия стоков износ на страната.

Второ. Аграрният износ има структурни проблеми. Изнасят се предимно суровини, стоки с ниска добавена стойност, предимно продукция от по-нисък ценови клас.

Трето. Пазарът на основни експортни стоки е слабо организиран, с висок дял на сивия сектор.”¹

Четвърто. Националният аграрен износ е насочен в голяма степен към вътрешно общностни доставки. Те съставляват около 76.5% от целия аграрен износ през 2018 г. „Слабо се използва потенциалът на азиатските и арабските агропазари, на които България има по-големи конкурентни предимства в някои области.”²

Пето. Аграрният износ се осъществява в неблагоприятна конкурентна среда, която оказва негативно въздействие върху ценовата стабилност, деформира пазара и засилва неговата фрагментираност (създадените общности с ограничителни търговски режими се изолират от негативните тенденции на международните пазари). Тези ефекти се предизвикват в най-голяма степен от: политиките на субсидиране (от държавите членки на ЕС и СТО) и от дерегулацията на световните капиталови пазари през първото десетилетие на 21 век.³ Неблагоприятно въздействие върху конкурентните позиции на българските земеделски производители на световния пазар оказват и слаборазвитата търговска инфраструктура и недостатъчното коопериране на земеделските производители, което ги изправя пред партньори с несравнимо по-голяма пазарна сила.⁴

¹ Любенов, Л., (2016), *Неорганизираните агропазари в България, Икономическа мисъл, год. 61, бр. 4, стр. 150-164*

² Любенов, Л., (2016).

³ Костадинов, А., (2014), *Въздействието на международните цени на зърно върху българския зърнен пазар, Евдемония продъкшън ЕООД, София*

⁴ Дойчинова, Ю., (2001), *Проблеми и възможности за реализация на земеделски продукти от фамилните стопанства, Управление и устойчиво развитие: Общество, човек, природа, Management & Sustainable Development, ISSN 1311-4506, III, 1-2, стр. 193-202, Костадинов, А., (2014).*

Шесто. Държавната политика не се оказва ефективна в ролята на стимулиращ фактор за развитието на агропазарите, в осъществяване на контрол върху картелите, сивия сектор и безопасността на агропродуктите, в създаването на агропазари на национално, регионално, междуправителствено и глобално ниво, в изграждането на инфраструктура – пътища, пристанища, складова и хладилна база, съоръжения за първична обработка и др. В това отношение България изостава значително както от държавите в нашия регион, така и от страните членки на ЕС.⁵

Седмо. Литературният преглед показва, че в българските изследвания липсва системен анализ, който да обхваща всички аспекти на конкурентоспособността на аграрния износ: специализация на страната на световния аграрен пазар, конкурентно равнище, конкурентен потенциал, конкурентна среда и конкурентни стратегии на аграрния износ на България.

2. Обект, предмет, цел и задачи на изследването

Обект на анализ е аграрния износ на България. Обектът на изследването е ограничен до износа, което се обуславя от необходимостта проблемът да бъде обхванат в неговата специфика, цялост и дълбочина.

Предмет на изследване е конкурентоспособността на аграрния износ.

Целта на проучването е систематизиране, измерване, оценка и анализ на конкурентните предимства и позиции, тенденции и потенциал на аграрния износ и на тази основа да се формулират препоръки за повишаване на конкурентоспособността на аграрния износ на България.

Основните задачи на изследването са:

- Да се систематизира теоретичната база, теориите, концепциите и моделите за конкурентоспособност на аграрния износ.
- Да се формулира и апробира методически инструментариум, критерии и индикатори за оценка и измерване на конкурентоспособността на аграрния износ.
- Да се измерят, оценят и анализират специализацията и конкурентното равнище на аграрния износ по стокови групи.
- Да се дефинират приоритетни сектори за въздействие, да се определят специфични секторни конкурентни стратегии и да се формулират препоръки за повишаване конкурентоспособността на аграрния износ на България.

⁵ Любенов, Л., (2016).

3. Научноизследователска теза и основни хипотези

Теза. Ключов фактор за повишаване конкурентоспособността на аграрния износ на България е увеличаването на дела на стоките с висока добавена стойност, висок доходен и диверсификационен потенциал чрез специфични секторни конкурентни стратегии и диверсификация на износа.

За доказване на тезата в дисертационния труд ще бъдат проверени следните основни хипотези:

Първа хипотеза

България извява конкурентни предимства на някои от сегментите на световния аграрен пазар, но има ниско конкурентно равнище на аграрния износ като цяло.

Втора хипотеза

Българският аграрен износ има структурни проблеми.

Трета хипотеза

Българската аграрна експортна кошница се нуждае от реструктуриране с цел повишаване на нейната ефективност от гледна точка на икономическия растеж.

4. Методология и методи

Проведеното изследване на конкурентоспособността на износа на аграрния сектор в България се реализира чрез използването на логико-теоретични методи (сравнение, анализ, синтез и дедукция) и емпирични методи (сравнение, описание, анализ на динамични статистически редове), метод на сравнение, индексен метод, коефициент на покритие на вноса от износ, корелационен метод и регресионен метод.

5. Ограничения на изследването

Измерването, оценката и анализът на конкурентното равнище в това дисертационно изследване са осъществени за аграрния износ по стокови групи. Само малка част от показателите са изчислени на ниво водещи експортни стоки в аграрния износ. Реалирането на измерванията на индикаторите на такова ниво на агрегираност на данните в бъдещи изследвания би преодоляло изкривявания на картината за стокова група Мляко и млечни продукти, птичи яйца, естествен мед.

Основна трудност пред включването в емпиричния анализ на чуждестранно производство от мултинационални предприятия е липсата на данни за преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) или лошото им качество.

Гравитационният модел в дисертационния труд е използван само в качеството си на метод за измерване на ефекта от фактори на средата върху географската диверсификация на износа и като основа за направената прогноза.

II. Структура на дисертационния труд

Структурата на дисертационния труд е подчинена на целта и задачите на изследването. Дисертационният труд е структуриран в увод, три глави, заключение и литература с общ обем от 212 страници, вкл. приложения.

УВОД

ГЛАВА ПЪРВА

Теоретични основи на изследването на конкурентоспособността на аграрния износ

1.1. Литературен анализ на теорията за конкурентоспособността и сравнителното предимство

1.1.1. Категориален апарат. Конкурентоспособност и конкурентни предимства. Нива на конкурентоспособност

1.1.2. Теоретични модели на конкурентоспособността

1.1.2.1. Класически теории

1.1.2.2. Развитие на класическите теории

1.1.2.3. Нови търговски теории

1.2. Особенности на аграрните стокови пазари

1.2.1. Тарифни и нетарифни търговски бариери

1.2.2. Качество на селскостопанските стоки и храни

1.2.3. Ценова еластичност на търсенето и предлагането на селскостопански стоки и храни

ГЛАВА ВТОРА

Методика на изследването

ГЛАВА ТРЕТА

Анализ на конкурентоспособността на аграрния износ на България

3.1. Специализация на България на агро-хранителния пазар

3.1.1. Резултати от аграрния износ на България

3.1.2. Резултати от износа по продуктови групи и географски направления

3.1.3. Структура на аграрния износ на България

3.1.4. Еволюция на търговските модели

3.2. Равнище на конкурентоспособността на аграрния износ на България

3.2.1. Измерения на конкурентното равнище

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

Предложения за повишаване на конкурентоспособността на аграрния износ

- 4.1. Класифициране на стоковите групи по развитие на сравнителните предимства. Специфични секторни приоритети в конкурентните стратегии**
- 4.2. Гравитационен модел на търговията на България с аграрни стоки**
- 4.3. Направления за повишаване конкурентоспособността на аграрния износ**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЛИТЕРАТУРА

ПЪРВА ГЛАВА

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА АГРАРНИЯ ИЗНОС

В първия раздел на първа глава на дисертационния труд „Литературен анализ на теорията за конкурентоспособността и сравнителното предимство” е представено съдържанието на понятието конкурентоспособност на четири различни нива – национално, продуктово, фирмено и отраслово. Категорията аграрен износ надгражда отрасловата конкурентоспособност. Прави се разграничение между понятията конкурентоспособност на земеделски стопанства и конкурентоспособност на аграрния износ.

Проследяват се етапите в развитието на теорията за конкурентоспособност на износа. В основата на систематизирането са възможностите за обясняване на конкурентоспособността в условията на различна конкурентна среда (пазари с перфектна и такива с несъвършена конкуренция). В хронологичен ред се проследява преодоляването на теоретичните ограничения и развитието на методологичния капацитет (фиг.1).

Във втория раздел на първа глава са разгледани особеностите на аграрните стокови пазари, направен е анализ на търговските бариери, специфичните изисквания към качеството на селскостопанските продукти и храни и еластичността на търсенето и предлагането на храни като предпоставка за оценка на: възможностите за диверсификация; потенциалното ниво на търговски интензитет; относителното значение на търговските бариери в гравитационния модел на аграрната търговия; адекватността и ефективността на определени конкурентни стратегии.

Фиг. 1 Етапи в развитието на теорията за конкурентоспособността на износа



Направеният анализ дава основание за следните заключения:

- Селскостопанските пазари се характеризират с високи тарифни и нетарифни бариери, широк спектър от политики за влияние върху предлагането на селскостопански продукти и храни. Това увеличава търговските разходи и прави възможностите за географска диверсификация на аграрните стокови пазари относително по-малки от тези на останалите пазарни сегменти.
- Ескалацията на митата във всички страни и продукти се отдалечава от суровини и междинни продукти към преработени (крайни) продукти на хранително-вкусовата промишленост. Тази тенденция води към по-голямо увеличаване на търговските разходи за преработената селскостопанска продукция и съответно към намаляване, при равни други условия, шансовете на преработените селскостопански продукти за диверсификация на пазарите, в сравнение с тези на селскостопанските стоки.

- Селскостопанските стоки са обект на преференциални търговски споразумения, като се има предвид и това, че като цяло са нетрайни, може да се очаква по-голяма значимост в гравитационното уравнение на аграрната търговия на географското разстояние, отколкото на търговския размер на партньорите. Това определя и търговския модел, той не е географски неутрален.
- Ниската ценова еластичност на търсенето на храни предполага и относително по-нисък коефициент на значимост на променливата доход на глава от населението в гравитационното уравнение на аграрния внос на стокови пазари в сравнение с този в общите гравитационни модели на вноса.
- Силният протекционизъм на земеделието в развитите страни в комбинация със сравнителното предимство на капиталоемкото земеделие определя относително висок коефициент на значимост на променливата доход на глава от населението в гравитационното уравнение на аграрния износ в сравнение с тази на общото гравитационно уравнение на износа.
- Голямото значение на регионализма в аграрната търговия предполага високи стойности на коефициента на значимост на регионалните търговски споразумения в гравитационното уравнение на аграрния износ.
- Конкурентна стратегия, базирана на качество, може да бъде адекватна и ефективна само в сектори и производства, които имат висок **индекс на качество**, измерващ хранително съдържание, удобство и безопасност, място и начин на производство на продукта, екологични характеристики на производствения процес, използвани процеси и материали за производството му.

Проследяването на развитието на теорията на конкурентоспособността очерта следните методологически изисквания към проучването, оценката, измерването и стратегиите за повишаване на отрасловата конкурентоспособност.

- ✓ Съотнесеност с позицията на други конкуренти.
- ✓ Комплексност, т.е. разглеждане в единство на конкурентна позиция, конкурентен потенциал, конкурентна стратегия и конкурентна среда.
- ✓ Динамичност – отчитане на мястото и ролята на технологичните, продуктови и организационни иновации; повишаването на квалификацията на персонала; промените в търговските модели; географската ориентация; усъвършенстването на инфраструктурната, комуникативната и институционалната среди; международните търговски отношения.

Понятието конкурентоспособност на аграрния износ е надграждане на понятието отраслова конкурентоспособност. Отрасловата конкурентоспособност визира класически конкурентни предимства (производителност, ефективност). Конкурентоспособността на аграрния износ визира и нови конкурентни предимства, позволяващи влизането на пазари с несъвършена конкуренция.

Понятията **конкурентоспособност на земеделските стопанства и конкурентоспособност на аграрния износ** отразяват две различни нива на конкурентоспособност, съответно – микро (фирмено) и макроикономическо (отраслово) ниво.

Различни са субектите на двата вида конкурентоспособност, съответно – земеделско стопанство и аграрен сектор.

Конкурентоспособността на земеделските стопанства е „способност на земеделските стопанства за поддържане на устойчиви конкурентни предимства, водещи до високи стопански резултати чрез непрекъснато усъвършенстване и адаптиране към промените на пазарната, природна и институционална среда.“⁶

Конкурентоспособността на аграрния износ е способност на аграрния сектор за запазване и увеличаване на пазарния дял на световния, респективно на регионалните пазари като чрез специфични експортни стратегии се увеличава делът на стоките с висока добавена стойност, висок доходен и диверсификационен потенциал в аграрната експортна кошница.

⁶ Славова, Я., М.Атанасова, Цв.Ковачева, Н.Котева, Хр.Башев, М.Младенова, Н.Маламова, И.Петрова, К.Кънева, Д.Митова, Б.Иванов, В.Мицов, Д.Панталеева, (2011), *Конкурентни възможности на аграрния сектор*, ИАИ, София, стр. 162

ВТОРА ГЛАВА

МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Методите и показателите, използвани за постигане на целта и задачите на дисертационното изследване, се делят на четири големи групи според измерваната променлива: 1) равнище на специализация на международните пазари (ABC метод за интензивност на търговските потоци; Grubel-Lloyd индекс за развитие на търговските модели към търговия, базирана на продуктова диференциация, вътрешно-отраслова търговия (BOT) и на търговия с хомогенни продукти (хоризонтална BOT); Херфиндал-Хиршман индекс за равнище на диверсификация; 2) конкурентно равнище на износа; 3) конкурентни стратегии; 4) ефект на фактори на конкурентната среда върху географската диверсификация (гравитационен модел) (фиг.2).

Показателите се използват за измерване/оценка на различни елементи на специализацията и конкурентоспособността. Оценката на специализацията на страната на световния аграрен пазар се реализира с помощта на индексите: Grubel-Lloyd (GL), търговска интеграция, индекс на Херфиндал (Herfindahl-Hirschman index (HH), диверсификация на аграрния износ, индекс за търговско покритие. Измерването на конкурентното равнище се осъществява с два вида индекси: за класически сравнителни предимства (импортно проникване, Balasa RCA, RSCA, RTA, Lafay индекс и други); за модерни конкурентни предимства (PRODY (индекс на доходен потенциал на износа по стокови групи), EXPY (индекс за доходност на експортната кошница), PATH (индекс за диверсификационен потенциал), DENSITY (индекс за плътност на продуктовото пространство, т.е. за когнитивен потенциал за разширяване на износа)) (фиг.2).

Показателите следват в изложението в реда, отразяващ преодоляването на ограниченията и развитието на възможностите им за измерване на конкурентното равнище.

Фиг.2. Методическа рамка на изследването



ТРЕТА ГЛАВА

АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА АГРАРНАТА ТЪРГОВИЯ НА БЪЛГАРИЯ

В първия раздел на трета глава „Специализация на България на агро-хранителния пазар” се анализират резултатите от аграрния износ на базата на търговския баланс и показателите индекс на търговско покритие, аграрен износ на човек от населението, дял на аграрния износ в БВП в паритетна покупателна способност. Постигнатите резултати се сравняват с тези на държавите членки на ЕС. Втората част на този раздел е посветена на резултатите от аграрния износ по стокови групи. Анализират се специфичните за всяка стокова група фактори, които детерминират експортното състояние и динамика. В третата част се прави оценка на аграрната стокова и географска експортна структура от гледна точка на дела на преработени стоки и неговата динамика и на присъствието в аграрната кошница на стоки с висока добавена стойност. В четвъртата част се проследява еволюцията на търговските модели, изследвана с показателите индекс на Grubel-Lloyd (GL) за измерване на вътрешно-отрасловата търговия и индекс на Херфиндал (Herfindahl-Hirschman index (HH) за диверсификация на аграрния износ. Петата част включва синтез на постигнатите от предишния анализ резултати под формата на изводи.

Анализът разкри следните съществени за конкурентната позиция на България на световния аграрен пазар характеристики на специализацията на аграрния износ:

1. От гледна точка на получените резултати, измерени с търговския баланс, с бавно нарастване на износа и отрицателно търговско салдо за целия изследван период 2008 -2018 г. се характеризират 14 от 24 стокови групи.
2. „Мляко и млечни произведения, птичи яйца, естествен мед” и „Продукти от месо, риба или ракообразни” имат отрицателен търговски баланс за по-голямата част от изследвания период (2008-2013 г.).
3. Нарастването на износа се реализира от сравнително бедна стокова номенклатура с водещи стоки пшеница и суров тютюн и впоследствие слънчогледово семе, царевица, ечемик, продукт на механизиран труд и следствие на високите реколти, либерализирането на външнотърговския режим на страната и световната пазарна конюнктура на пшеница, слънчоглед и суров тютюн.
4. Индексът за търговско покритие показва, че при 13 стокови групи стойността на износа не може да покрие разходите за вноса.

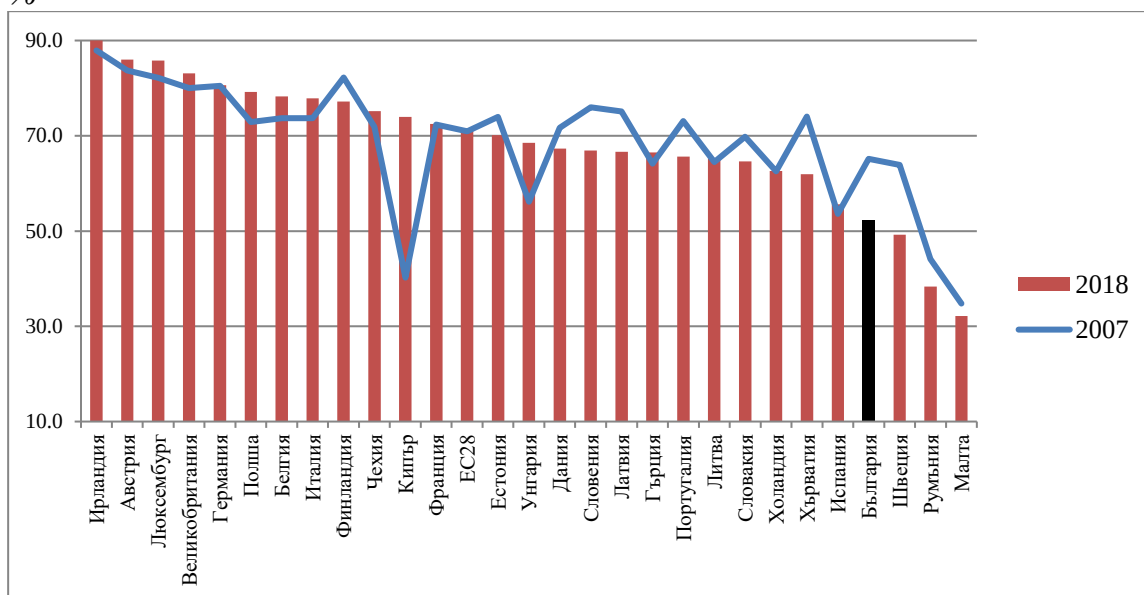
5. Намаляването на стойностите на индекса на търговско покритие в периода 2008-2018 г. показва загуба на конкурентно предимство на България на световния пазар на „Мляко и млечни продукти, птичи яйца, естествен мед” и на европейските пазари на „Захар и захарни изделия”, „Тютюн и обработени заместители на тютюна”.
6. Ниските стойности на индекса на Херфиндал-Хиршман показват високо равнище на диверсификация на аграрния износ на България, обаче това е предимно диверсификация от екстензивен тип (навлизане на нови пазари).
7. Няма съществено увеличаване на интензивния растеж, т.е. няма съществено увеличаване на дела на българския износ на съществуващите аграрни пазари.
8. Проследяването на динамиката по стокови групи показва нарастване на интензивността на вътрешноотрасловата търговия (ВОТ) в стокови групи (тютюн и тютюневи изделия; маслодайни семена и плодове), в които България има проявени сравнителни предимства на световния пазар. Това е резултат от силната конкуренция на тези стокови пазари. Конкурентният натиск принуждава износителите да диференцират износа по посока на включване в експортната кошница на по-качествени или отговарящи на специфични потребителски предпочитания стоки.
9. Запазването на висок дял на ВОТ в секторите „Мляко и млечни произведения, птичи яйца, естествен мед”, „Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет”, „Остатъци и отпадъци от хранителната промишленост, приготвени храни за животни” е косвен индикатор за повишаване на технологичното равнище на тези производства.

Резултатите от анализа в този раздел на дисертационния труд напълно потвърждават втората изходна изследователска хипотеза, която гласи: „Българският аграрен износ има структурни проблеми”. Аргументите са следните:

- ✓ Нарастването на износа се реализира от сравнително бедна стокова номенклатура с водещи стоки пшеница и суров тютюн и впоследствие слънчогледово семе, царевица, ечемик, продукт на механизирания труд и следствие на високите реколти, либерализирането на външнотърговския режим на страната и световната пазарна конюнктура на пшеница, слънчоглед и суров тютюн.
- ✓ България се отличава от повечето държави членки на ЕС с неблагоприятна от гледна точка на технологичното съдържание и равнището на добавена стойност

структура. Делът на ХВП в аграрния износ на България е много под средния за ЕС-28 и по този показател България заема едно от последните четири места през 2018 г. (фиг.3).

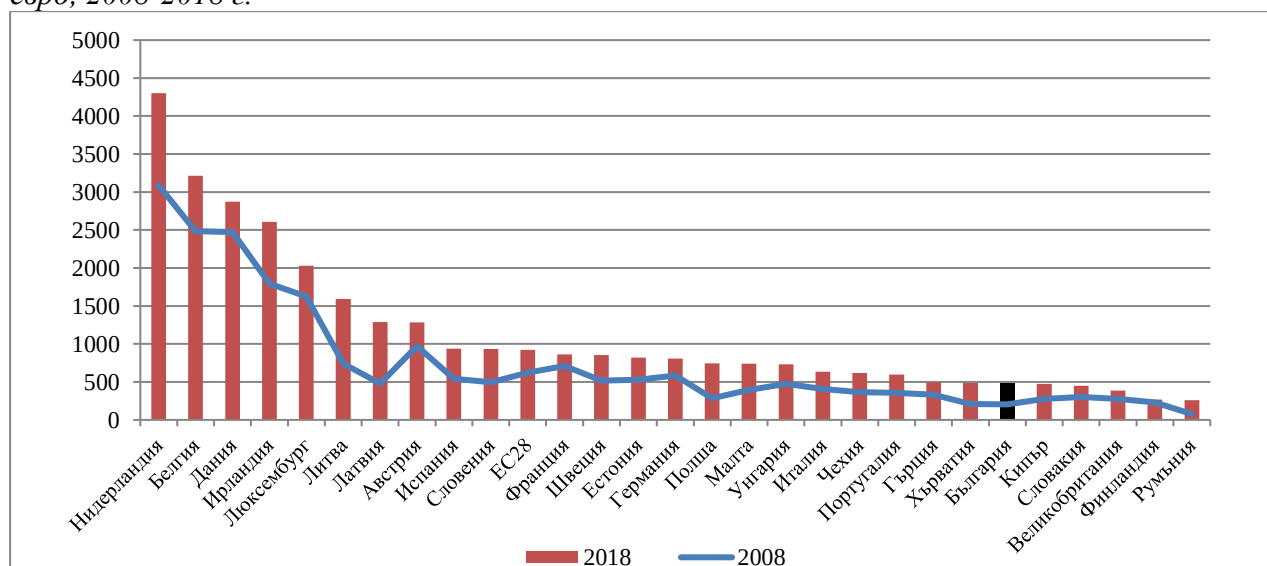
Фиг. 3 Относителен дял на продукти на ХВП в аграрния износ на държавите членки на ЕС 28, %



Източник: Собствени изчисления по данни на Евростат

✓ Стойностите на българския аграрен износ на глава от населението (фиг.4) са значително по-ниски от средните за ЕС-28, както и от тези на страни близки по брой на населението като Белгия, Ирландия, Чехия, Унгария и намаляват за периода 2008-2018 г. Причината е ниската добавена стойност на износа.

Фиг. 4 Аграрен износ на човек от населението на държавите членки на ЕС 28, милиона евро, 2008-2018 г.



Източник: Собствени изчисления по данни на Евростат

✓ Експортната кошница на селскостопанските стоки се разнообразява с появяването на експортни стоки като „храна за кучета и котки“, „бисквити и сладкарски изделия“,

„лекарствени и козметични растения“, „семе от памук, рицин, сусам, синап“ и други, но стоковата номенклатура остава бедна при силно ограничена специализация на отраслите, с преобладаващи полуфабрикати, суровини, материали и крайни продукти с ниска добавена стойност.

✓ Високата концентрация на българския аграрен износ само в няколко продукта повишава чувствителността на износа спрямо външни шокове. Стратегически експортен продукт е само пшеницата, при непрекъснат растеж на вноса и разширяващата се номенклатура на вносни стоки и енергийни ресурси, при невъзможност на вътрешното производство да задоволи вътрешното потребление по номенклатура и по качество.

✓ Над 60 % от аграрния износ на България през 2018 година е износ на натурални продукти или продукти с елементарно ниво на преработка (табл. 1).

✓ Аграрният търговски модел на България не се е променил след интеграцията с ЕС. Аграрната експортна кошница е със слаба диференциация към 2018 година.

Във **втория раздел на трета глава** „Равнище на конкурентоспособност на аграрния износ България“ е тествана първата работна хипотеза на дисертационния труд. Оценката на конкурентното равнище на българския аграрен износ на световните пазари напълно потвърждава **първата работна хипотеза**, която гласи: „България извява конкурентни предимства на някои от сегментите на световния аграрен пазар, но има ниско конкурентно равнище на аграрния износ като цяло”.

Аргументите в полза на предположението, че България като цяло е неконкурентоспособна на световния аграрен пазар, са следните:

✓ Към 2018 година България е конкурентоспособна на девет от аграрните стокови пазари и няма конкурентоспособност на 15 от тях.

✓ За четири годишния период (2015-2018 г.) страната е загубила конкурентно предимство в световния износ на мазнини и масла от животински и растителен произход.

✓ Силно отслабва конкурентното предимство на българския износ на тютюн и тютюневи изделия.

✓ Отслабва конкурентното предимство на страната в износа на маслодайни семена и плодове.

✓ Стойностите на индекса RTA на Vollrath показват (с изключение на зърнения световен пазар) търговска неравнопоставеност на страната на световния аграрен пазар.

✓ Анализът на динамиката показва, че разширяването на ЕС има по-скоро отрицателно въздействие върху търговските предимства в резултат на повишен конкурентен натиск.

Таблица 1 Български аграрен износ, 2018 по продукти и държави

	Exported value in 2018 BG, US Dollar thousand	Xij/Xik 2018	Страна партньор	% от общия експорт
1	Живи животни	1.0%	ОБЩО за всички страни	100
2	Меса, карантии, годни за консумация	4.6%	Общо за ЕС	75%
3	Риби и ракообразни, мекотели и други водни безгръбначни	0.9%	Гърция	14%
4	Мляко и млечни пр.,птичи яйца , естествен мед	4.5%	Румъния	12%
5	Други продукти от животински произход	0.4%	Германия	7%
6	Живи растения и цветарски продукти	0.2%	Испания	7%
7	Зеленчуци, растения,корени и грудки	2.9%	Турция	6%
8	Плодове, цитрусови или пълешови кори	2.6%	Италия	6%
9	Кафе, чай, подправки	2.1%	Франция	4%
10	Житни растения	24.3%	Белгия	3%
11	Мелничарски продукти, малц, скорбяла,нишесте	1.1%	Нидерландия	6%
12	Маслодайни семена и плодове	13.6%	Полша	2%
13	Естествени лакове, клейове, смоли и други растителни сокове и екстракти	0.1%	Обединено кралство	3%
14	Материали за сплитане и други продукти от растителен произход	0.0%	Португалия	1%
15	Мазнини и масла от животински или раст.произход	7.6%	Австрия	1%
16	Продукти от месо, риба или ракообразни	2.1%	Швеция	1%
17	Захар и захарни изделия	2.2%	Кипър	1%
18	Какао и продукти от какао	4.2%	Чешка република	1%
19	Хр.пр.,приготвени на базата на житни р-я,брашно, скорбяла,нишесте или мляко, тестени и сладкарски изделия	6.0%		
20	Хранителни продукти от зеленчуци,плодове, или други части от растенията	3.2%		
21	Различни видове хранителни продукти	2.3%		
22	Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет	3.6%		
23	Остатъци и отпадъци от хран.пром.приготвени храни за животни	5.7%		
24	Тютюн и обработени заместители на тютюна	5.0%		
		100.0%		

Източник: собствени изчисления по данни от Евростат

Резултатите от анализа доказват и предположението в първата част на първата хипотеза, че **България има конкурентни предимства на някои от сегментите на световния аграрен пазар**. Изводите са следните:

✓ Към 2018 година България има възможност да влияе на търговското предлагане на три от сегментите на световния аграрен пазар, „Зърнени”, „Тютюн и тютюневи

изделия”, „Маслодобивни семена и плодове”, където има умерена конкурентоспособност.

✓ България запазва проявеното си конкурентно предимство на световния зърнен пазар.

Анализът на специализацията на страната на агро-хранителния пазар също потвърждава тази част от първата работна хипотеза със следните заключения:

✓ Проследяването на динамиката по стокови групи показва нарастване на интензивността на ВОР в стокови групи (тютюн и тютюневи изделия; маслодайни семена и плодове), в които България има проявени сравнителни предимства на световния пазар. Това е резултат от силната конкуренция на тези стокови пазари. Конкурентният натиск принуждава износителите да диференцират износа по посока на включване в експортната кошница на по-качествени или отговарящи на специфични потребителски предпочитания стоки.

✓ Запазването на висок дял на ВОР в секторите „Мляко и млечни произведения, птичи яйца, естествен мед”, „Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет”, „Остатъци и отпадъци от хранителната промишленост приготвени храни за животни” е косвен индикатор за повишаване на технологичното равнище на тези производства.

Резултатите от измерване на доходния и диверсификационния потенциал и на показателя плътност (капацитет за износ) в тази част на дисертационния труд са в полза на истинността на **третата работна хипотеза** „Българската аграрна експортна кошница се нуждае от реструктуриране с цел повишаване на нейната ефективност от гледна точка на икономическия растеж“.

✓ Българският аграрен износ има структурни проблеми от гледна точка на неговата икономическа ефективност. Аграрният износ на страната е доминиран от стокови групи („Житни растения“ и „Маслодайни семена и плодове”) с нисък доходен потенциал (таблица 2).

Таблица 2 Доходен потенциал на аграрния износ по стокови групи от трети, четвърти знак по КН, \$

Код	Стокова група	Дял от износа	PRODY
913	Мазнини от свине (включително свинската мас) и мазнини от домашни птици	0.0	28311
118	Друго прясно, охладено или замразено месо	0.0	23098
488	Малц екстракт, продукти, приготвени на базата на житни растения, с по-малко от 50% какао	0.0	22892
240	Сирена и извара	0.4	22036
230	Масло	0.0	21731
5922	Албумин	0.1	21332
6330	Корк	0.0	21152
252	Яйца от домашни птици без черупки, пресни или сушени	0.0	20402
223	Мляко и сметана, неконцентрирани, нито с прибавка на захар или други подсладители	0.1	19615
112	Меса от животни от рода на овците или козите, пресни, охладени или замразени	0.2	18430
142	Колбаси и подобни продукти от месо, карантии или кръв; приготвени храни на база на тези продукти	0.0	17537
14	Живи птици	0.0	17099
114	Заклани домашни птици и карантии, годни за консумация-пресни, охладени или замразени	0.6	16999
149	Други приготвени храни и консерви от месо, карантии или кръв	0.1	16447
730	Шоколад и други хранителни продукти, съдържащи какао	0.0	16056
8931	Материали за сплитане и други продукти от растителен произход	0.4	15916
546	Зеленчуци, замразени или охладени	0.1	14895
484	Тестени изделия	0.7	14329
251	Яйца от домашни птици цели, пресни или сушени	0.1	14082
2226	Рапица и семена от рапица	0.7	13340
411	Твърда пшеница, несмляна	0.1	13312
430	Ечемик, несмлян	0.4	13299
412	Пшеница (без твърда), несмляна	1.6	13247
1121	Вино от прясно грозде	0.4	12674
589	Плодове приготвени или консервирани	0.2	12359
616	Естествен мед	0.1	11708
565	Зеленчуци приготвени или консервирани	0.2	11689
585	Плодови или зеленчукови сокове	0.1	11611
583	Конфитюри, желета, мармалади	0.0	11523
586	Плодове, охладени	0.2	11216
612	Рафинирана захар	0.4	8795
561	Зеленчуци сушени	0.0	8521
440	Царевица, несмляна	0.6	8213
545	Други пресни или охладени зеленчуци	0.1	7423
4236	Маслодайни слънчогледови семена	0.4	6876
2224	Семена от слънчоглед, дори натрошени	1.76	6728
812	Трици, остри и други остатъци от зърнени култури	0.0	5288
2924	Растения и части от дървета, използвани в парфюмерията и фармацевтиката	0.1	5115
2238	Маслодайни семена и плодове, неклассифицирани другаде	0.0	3452
752	Подправки с изключение на пипер	0.1	3432
5513	Етерично маслени и други	0.1	2620
	Средни стойности		13776

Източник: Rodarte, I.O., (2016) и собствени изчисления

✓ Стокови групи с висок доходен и диверсификационен потенциал от секторите „Производство на мляко и млечни продукти“, „Производство на хлебни и тестени

изделия”, които са и с относително по-високо технологично съдържание, са слабо представени в националната експортна кошница (с дялове под 1%) (табл. 3).

Таблица 3 Стокови групи с висок доходен и диверсификационен потенциал и капацитет за износ

SITS	Стокови групи	PATH	PRODY	Плътност
240	Сирена и извара	157	22036	0.36
8931	Материали за сплитане и други продукти от растителен произход	166	15916	0.37
484	Хлебни и тестени изделия	158	14329	0.38
	Средни стойности	155	13776	0.36

Източник: Rodarte I.O., (2016) и собствени изчисления

✓ Съотношението PRODY / Expy е с най-ниски стойности при доминиращите в аграрната кошница на страната „Житни растения, и „Маслодайни семена и плодове”, което показва, че те са най-близо от всички стокови групи до достигане на пределните си възможности за повишаване на доходността на експортната кошница (табл. 4).

Таблица 4 Съотношение PRODY / Expy за стоковите групи с най-висока доходност

Код	Стокови групи	2015	2016	2017	2018
10	Житни растения	4.3	4.0	4.5	4.1
12	Маслодайни семена и плодове	6.8	6.2	6.9	7.4
24	Тютюн и обработени заместители на тютюна	11.1	13.0	15.7	20.1
18	Какао и продукти от какао	24.8	26.1	28.1	23.9
15	Мазнини и масла от животински или раст.произход	15.2	16.3	13.6	13.2
19	Тестени и сладкарски изделия	17.5	18.0	16.4	16.7
23	Остатъци и отпадъци от хран.пром. приготвени храни за животни	17.8	19.5	19.1	17.4

Източник: Rodarte I.O., (2016) и собствени изчисления

В подкрепа на тезата на дисертационния труд са следните изводи от анализа в трета глава.

- Анализът на конкурентната среда в сегментите на аграрния световен пазар показва доминиращия ефект на: стандартите за качество; фитосанитарните регулации и регулациите за максимално допустими граници на остатъчни вещества; изискванията за етикетиране, маркиране и опаковане; добри земеделски практики (GAP). България не е постигнала желаното изпълнение, управление и контрол на спазването на регулациите и стандартите. За целта е необходимо държавната политика да акцентира върху: разширяване на информацията за външните пазари; изграждане на пазарен социален / организационен капитал, който включва връзки между веригите супермаркети и износители или местни производители, "кооперациите от ново поколение" и други асоциации на земеделските производители и публично-частни партньорства; стимулиране повишаването на капацитета на персонала и мениджърския състав на фирмите.

- Негативно влияние върху ефективността на аграрния износ оказва неблагоприятната структура. Съществен дял в износа на страната заемат стокови групи 2224 „Семена от слънчоглед, дори натрошени“, 411 „Пшеница (без твърда), несмляна, 2226 „Рапица и семена от рапица“, 440 „Царевица, несмляна“. Това са стоки с ниска доходност, ниски стойности на PRODY. Ниската доходност е свързана с липсата на преработка, това са първични суровини.
- Продуктите от стокова група „Мляко и млечни произведения“, които са с определена степен на преработка и с по-високо технологично съдържание и следователно с почти два пъти по-висока стойност от тази на житни растения суровини, заемат незначителен дял от износа на страната (под 1%). Към стоките с висока доходност спадат и някои позиции от стоковите групи „Месо и месни произведения“ и „Тестени и сладкарски изделия“, които също заемат много ниски дялове от експортната кошница на страната. Това са възможните направления с потенциал за подобряване на ефективността на аграрната експортна кошница на страната. Ролята на държавната политика е създаване на условия и стимулиране на производството, инвестициите, иновациите и износа на тези стокови групи.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА АГРАРНИЯ ИЗНОС

Четвърта глава има конструктивен характер и е опит за решаване на няколко основни предизвикателства пред разработването на конкурентни стратегии: избор на приоритетни сектори; разработване на специфична секторни приоритети; определяне на детерминантите на търговията между България и нейните партньори; очертаване на перспективата за развитие на аграрния износ, формулиране на основни направления за повишаване на конкурентоспособността на аграрния износ.

В първия раздел на четвърта глава е направена класификация на стоковите групи по развитие на сравнителните предимства.

Изборът на водещи индустрии представлява огромно предизвикателство за разработване на стратегии. Въз основа на развитието на техните RCA, изнасяните стоки са класифицирани като класически, традиционен износ на държава, т.е. продукти, в

които страната е имала сравнителни предимства през целия изследван период; възникващи, нови шампиони, т.е. продукти, при които страната не е имала сравнително предимство в миналото, но го е развила през последните години; изчезващи продукти са тези, в които страната е имала сравнително предимство в миналото, но вече го няма; маргинални/незначителни са тези, в които страната не е имала сравнителни предимства през изследвания период. Нашата класификация е доста условна предвид сравнително късия изследван период, но все пак показва определени тенденции в развитието на сравнителните предимства по стокови групи.

Получени са следните резултати:

Класически: Маслодайни семена и плодове; Мазнини и масла от животински или растителен произход; Какао и продукти от какао; Храни приготвени на базата на житни растения; Остатъци и отпадъци от хран. промишленост, приготвени храни за животни; Тютюн и и обработени заместители на тютюна.

Възникващи: Живи животни; Мелничарски продукти, малц, скорбяла, нишесте.

Изчезващи: Кафе, чай, подправки.

Маргинални: Меса, карантии, годни за консумация; Риби и ракообразни, мекотели и други водни безгръбначни; Мляко и млечни произведения, птичи яйца, естествен мед; Други продукти от животински произход; Живи растения и цветарски продукти; Зеленчуци, растения, корени и грудки; Плодове, цитрусови или пъпешови кори; Естествени лакове, клейове, смоли и други растителни сокове и екстракти; Материали за сплитане и други продукти от растителен произход; Продукти от месо, риба или ракообразни; Захар и захарни изделия; Хранителни продукти от от зеленчуци, плодове или други части от растенията; Различни видове хранителни продукти; Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет.

Представено е сегментиране на аграрния стоков пазар по вид и ефективност на конкурентната стратегия и за всеки сегмент са определени направления за подобряване конкурентоспособността на износа.

Представеното в така наречената матрица на конкурентоспособността разпределение на стоковите групи по вид и ефективност на прилаганите конкурентни стратегии дава възможност да бъдат определени следните секторни приоритети:

1. За стоковите групи от сегмент I ефективна конкурентна стратегия, базирана на качество - приоритет диверсификация на износа.

2. За стоковите групи от сегмент II ефективна конкурентна стратегия, базирана на ниски цени - приоритет иновации.

3. За стоковите групи от сегмент III потенциално ефективна конкурентна стратегия, базирана на качество - приоритет маркетингови стратегии.

4. За стоковите групи от сегмент IV неефективна нискоценова конкурентна стратегия - приоритет повишаване на квалификацията.

В сегмент I ефективна конкурентна стратегия, базирана на качество попадат само: Хранителни продукти, приготвени на базата на житни растения (за целия изследван период; Тютюн и обработени заместители на тютюна (за по-голямата част от изследвания период - 2010 г., 2013-2017 г.); Живи животни (2016-2017 г.).

Конкурентоспособност **въз основа на ценови предимства** се наблюдава при: Живи животни (2009-2013 г. и 2015 г.); Други продукти от животински произход (2012-2018 г.); кафе, чай и подправки (2008-2013 г.); Житни растения (през целия изследван период); Мелничарски продукти, малц, скорбяла, нишесте (през целия изследван период); маслодайни семена и плодове (през целия изследван период), материали за сплитане и други продукти от растителен произход (2014 г.-2018 г.); Мазнини и масла от животински или растителен произход (2009, 2011-2018 г.); Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет (2008-2013 г.); Остатъци и отпадъци от хранителната промишленост, приготвени храни за животни (2009-2018 г.); Тютюн и обработени заместители на тютюна (2008-2009, 2018 г.).

В сегмент III при отрицателен търговския баланс, където **потенциално ефективната конкурентна стратегия** е стратегия, базирана на качество попадат: Меса, карантии, годни за консумация (през целия изследван период); Риби и ракообразни, мекотели и други водни безгръбначни, както и продукти от тях (през целия изследван период); Мляко и млечни продукти, птичи яйца, естествен мед (през целия изследван период); Плодове и зеленчуци, както и хранителни продукти от тях (през целия изследван период); Естествени лакове, клейове, смоли и други растителни сокове и екстракти, (2010 г., 2012 г. и 2013 г.); Материали за сплитане (2011, 2013-2014); Захар и захарни изделия (2008-2012 г.); Какао и продукти от какао за целия наблюдаван период (2009-2018 г.).

В последната IV категория и сегмент на **отрицателен търговски баланс с доминираща неефективна нискоценова конкурентна стратегия** попадат: Живи животни (2008 и 2014 г.); Живи растения и цветарски продукти (през целия наблюдаван период); Безалкохолни и алкохолни напитки и видове оцет (2008-2018 г.); Захар и захарни изделия, кафе, чай, подправки (през последната половина на наблюдавания период); Естествени лакове, клейове, смоли и други растителни сокове и екстракти (2008-2010 г.);

Материали за сплитане и други продукти от растителен произход (2008, 2009, 2011г.);
Различни видове хранителни продукти (2008-2012, 2015, 2018 г.).

Във втория раздел на четвърта глава с помощта на гравитационен модел на търговията на България с аграрни стоки са оценени детерминантите на търговията между България и нейните основни партньори, както и търговската специализация. Моделът на аграрната търговия в България е оценен по метода на най-малките квадрати OLS, следвайки логаритмичната трансформация на всички променливи, за да се получи разпределение по-близко до по-голямата част от данните, а променливата да бъде нормално разпределена. В случай на линейна регресия, едно допълнително предимство от използването на логаритмичната трансформация е интерпретативността. Двустранната търговия между България и 173 държави се отчита за периода 2014-2018 г. Моделът обяснява 71-74% от общото отклонение в двустранната търговия, както е показано от стойността на R^2 . Основни търговски партньори на България в областта на земеделието са: Гърция, Румъния, Германия, Испания, Турция, Италия, Франция, Белгия, Нидерландия, Полша, Обединено кралство, Португалия, Австрия, Швеция, Кипър, Чешка република, Хърватия, Унгария, Обединени арабски емирства, Либийска арабска джамахирия, Съединени Американски Щати (САЩ), Виетнам, Северна Македония, Ливан, Република Корея, Южна Африка, Руска Федерация, Израел, Индия, Мароко, Ислямска република Иран, Сърбия, Ирак, Египет, Тунис.

Инфраструктурата е количествено важна за определянето на общите транспортни разходи, като лошата инфраструктура представлява 40% от предвидените транспортни разходи за крайбрежните държави и до 60% за страните без излаз на море. Комбинацията от отдалеченост, лоша инфраструктура, липса на излаз по море със съседни с лоша инфраструктура увеличава транспортните разходи с около 50% в сравнение с крайбрежни икономики и води до по-нисък икономически растеж, а те увеличават еластичността на търговията. Нетната печалба от споразумението за свободна търговия между две страни се увеличава с намаляването на разстоянието между тях и с отдалечаването им от останалия свят. Нетни печалби от благосъстояние от естествените споразумения за свободна търговия са най-малки за малки държави, а най-големи за големи и подобни държави.⁷

⁷ Krugman, P.R., (1980), Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade, The American Economic Review, Vol. 70, No. 5 (Dec., 1980), pp. 950-959; Baier, S.L., J.H. Bergstrand, (2004), Economic determinants of free trade agreements, Journal of International Economics 64, 29-63; Bergstrand, J.H., M.Larch, Y.V.Yotov, (2015), Economic integration agreements, border effects, and distance elasticities in the gravity equation, European Economic Review 78, 307-327; French, S., (2016), The composition of trade flows and the

Еластичността на заместване варира в различните сектори. Нивото на агрегиране на данните за търговията би могло също да повлияе на очакваните търговски ефекти, а по-дезагрегираните данни са склонни да предоставят по-положителни значими оценени търговски ефекти от техническите мерки по отношение на условната извадка от t -стойности. По-дезагрегираните данни водят до повече специфични за сектора политики.⁸

Тъй като нулевата хипотеза се отхвърля при всяка една регресия, можем да преценим, че като цяло, моделът на множествена линейна регресия е валиден. Налице е пряка и много тясна връзка между показателите. Гравитационните модели, в които зависимата променлива е обща търговия и износ в международната търговия, базирана на аграрните пазари, показват по-добра адаптация към емпиричните данни в сравнение с моделите, базирани на вноса. По-специално, за внос като зависима променлива, коефициентът на определяне R^2 варира от 0.48 до 0.52, а за износ 0.69-0.73. Представените регресионни модели са статистически значими и обясняват около 74% от аграрната търговия на България посредством представените обяснителни променливи.

Резултатите за традиционните променливи са, както следва:

✓ Стойността на коефициента на корелация между общата търговия и БВП на страната партньор е много близка до 1, което показва, че между двете променливи има тясна корелация, така че нарастването на общата търговия се определя от увеличаването на БВП. Увеличение с един процент на БВП на износителя (вносителя) увеличава търговията еквивалентно.

✓ Коефициентите за разстояния винаги приемат знак минус, което показва обратна корелация между дистанцията и международната аграрна търговия (по-малкото разстояние между страните-партньори на обмена благоприятства по-голямата международна търговия и обратно, с нарастващото географско разстояние между страните, двустранните търговски обороти намаляват). Според приложения гравитационен модел увеличаването на разстоянието с 1% намалява двустранната търговия с 1.42-1.57%.

aggregate effects of trade barriers, Journal of International Economics 98, 114-137; Arkolakis, C., A.Costinot, A. Rodriguez-Clare, (2012), New trade models, same old gains. American Economic Review 102 (1), 94-130; Bougheas, Sp., P.O.Demetriades, E.L.W.Morgenroth, (1999), Infrastructure, transport costs and trade, Journal of International Economics, Volume 47, Issue 1, 1 February 1999, P. 169-189; Стефанов, Г., (2017), Уязвимост на малките отворени икономики от външни шокове, Алманах научни изследвания, СА. Д.А.Свищов – Свищов, том 24, част I, с.373-391

⁸ Shepherd, B., N.L.W.Wilson, (2013), Product standards and developing country agricultural exports: The case of the European Union, Food Policy 42, 1-10

✓ Общата граница има положителен характер. Ефектите от обща граница, принадлежност към една и съща търговска зона, споделяне на обща религия, чрез фиктивни променливи влияят положително на двустранната търговия.

✓ Изненадващо коефициентът за общ език е с отрицателен знак, също както и общото колониално минало.

✓ Ефектът на Общото споразумение за тарифите и търговията (ГАТТ), положителен от 0.26-1.07, е близо до оценката Rose (2004) 0.15. Оценката на RTA от 1.1-1.55 надвишава приблизителната оценка на Baier и Bergstrand от 0.68, което означава, че членството ни в ЕС играе значителна роля.

✓ Типична оценка за променливата общ език е 0.5 (Frankel, 1997), т.е. споделянето на език увеличава търговските потоци с около 65%, докато в нашия случай общия език е с отрицателен коефициент. Колониалните връзки повишават двустранната търговия с коефициент на $\exp(1.75) = 5.75$ или 80%, докато в нашия случай колониалното минало е с отрицателен коефициент.

✓ Коефициентът на детерминация R^2 е регистрирал стойност от 0.65 до 0.71, което показва, че 71% от вариацията на общата търговия се определя от изменението на независимите променливи и обясняват външната търговия със селскостопанска продукция, като 29% остават необяснени от включените променливи и се дължат на други фактори, като тарифни и санитарни, фитосанитарни и технически ограничения на търговията под формата на нетарифни бариери, несигурност, институции, корупция и множество други. Както бе посочено по горе, мита, транспортни разходи, нетарифните бариери, информационните и комуникационните разходи, каналите за дистрибуция, пазарните микроструктури, правните търкания, разходите за финансиране и несигурността *не са пряко наблюдавани или изследвани*, само в ценовите разлики.

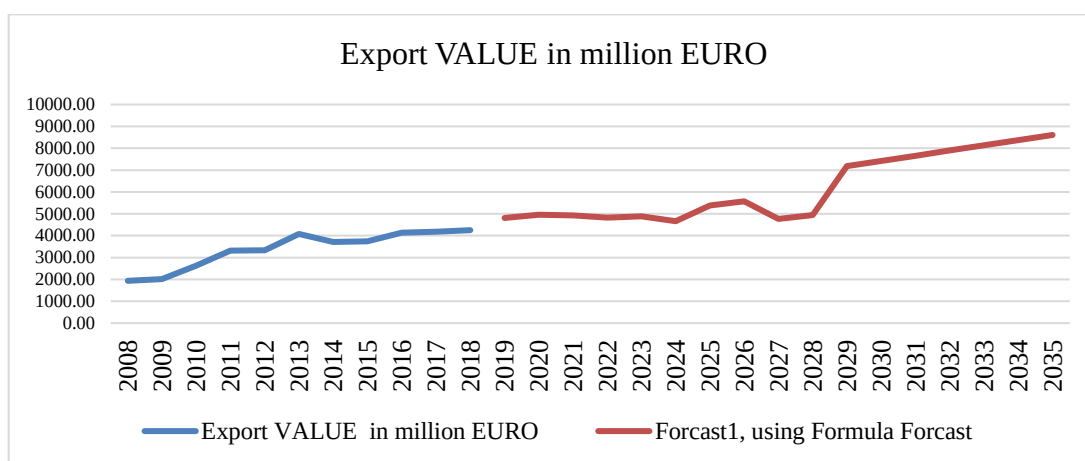
✓ БВП на износителите и вносителите имат коефициенти, близки до единица, разстоянието има традиционна оценка на коефициента -1 , а фиксирани ефекти /двоични променливи за съседство и езици имат типични оценки на коефициента, с изключение на общ език и общо колониално минало. Базовото уравнение на гравитацията изрично включва и валутни съюзи, колониална история, общ език, общи граници и етнически мрежи, които за относително краткото време на нашата извадка, са фактори инвариантни във времето.

✓ **БВП на страната износител и страната партньор е основен определящ фактор за търговските потоци между България и ЕС-19.** Търговските потоци между България и страните от ЕС-15 са като цяло междуиндустриален и вертикален вътрешно-

индустриален тип, като България е специализирана в трудоемки култури с по-ниски разходи за труд. Растежът в двустранна търговия се насърчава от по-високите доходи както на страните износителки, така и на страните вносителки, по-късите търговски разстояния, обезценяването на валутата спрямо валутата на търговския партньор и ангажиране в търговията с ФТА. Търговията с богати страни от ЕС е по-чувствителна към разстоянието, отколкото търговията със страни с ниска доходи. Търговските модели с богати търговски партньори следват Н-О теорията, която предполага търговски ангажименти между страни с различен фактор, а с бедни партньори търговската хипотеза на Линдер (че две страни могат да търгуват повече, ако са сходни по отношение на факторната надареност).⁹

В този раздел е направена прогноза за развитието на износа. Прогнозната регресионна линия показва тенденция на слаб, неустойчив ръст на износа в следващите 10 години (фиг.5).

Фиг. 5 Прогнозна регресионна линия на **износа** на аграрни продукти от България в периода 2008-2035 г.



Източник: собствени изчисления въз основа на данни от Евростат

В раздел трети на четвърта глава са обосновани следните стратегически направления и мерки за повишаване на равнището и смекчаване на проблемите пред конкурентоспособността на аграрния износ на България на световния пазар.

⁹ Narayan, S., T.T.Nguyen, (2016), Does the trade gravity model depend on trading partners? Some evidence from Vietnam and her 54 trading partners, International Review of Economics and Finance 41, 220-237; Baier, S.L., J.H. Bergstrand, (2007); Baier, S.L., J.H. Bergstrand, (2007), Do free trade agreements actually increase members' international trade?, Journal of International Economics 71, 72-95

Формулирането на направленията за развитие на политиката за повишаване на конкурентоспособността на аграрния износ се базират на резултатите от анализа на специализацията на България на международния аграрен пазар и на факторите от специфичната за отделните сегменти на аграрния пазар конкурентна среда и от измерването и оценката на конкурентното равнище на българския аграрен износ.

Бяха обосновани следните стратегически направления и мерки за повишаване на равнището и смекчаване на проблемите пред конкурентоспособността на аграрния износ на България на световния пазар.

- **Стимулиране на технологичната и продуктова иновации** с цел постигане на изискванията за качество, стандартите и специфичните потребителски очаквания (за произход, информация, начин на производство, опаковки, разфасовки, степен на преработка, екологичност и т.н) на външните пазари с по-висок доход на потребителите. Имат се предвид разширяване на продуктовото разнообразие и подобрения в преработката на селскостопански продукти, маркетинг и управление на веригата за доставки чрез синергия с нови подходи към по-конкурентоспособни диференцирани агро-хранителни продукти в резултат на подобренията в хранителната и хранително-вкусовата промишленост на верижния маркетинг на България.
- **Диверсификацията на износа** е от решаващо значение за растежа, тъй като предоставя на икономическите агенти механизъм за защита срещу колебанията в доходите и позволява на националните икономики да печелят от производителността чрез износ. Ето защо, независимо от всички теоретични аргументи за специализация, смятаме за обосновано включването на диверсификацията в списъка на стратегическите направления.
- **Стимулиране на увеличаването на дела на преработените стоки и стоките с висока добавена стойност в аграрното производство и износ**, което да повиши степента на сходство със страните търговски партньори на България от ЕС.
- **Разширяване дяловете на вертикалната** (продуктово диференцирана на базата на различно качество) и **хоризонталната** (продуктово диференцирана на базата на различни потребителски предпочитания) **вътрешно отраслови търговии в аграрния износ** с цел увеличаване на търговската конвергенция и търговския потенциал.

- Големият и много значителен нелинеен положителен ефект на регулаторното качество върху икономическия растеж определя **подобряването на регулаторната рамка** като стратегическо направление с голям потенциал за повишаване конкурентоспособността на износа.
- **Използване на европейски кредитни линии** за финансиране, европейски стандарти за сертифициране на продукти и системи за управление на предприятието, които стимулират опазването на околната среда, модернизация на инфраструктурата, нови продукти, научноизследователска и развойна дейност (НИРД).
- Предвид зависимостта на конкурентоспособността от международната политическа позиция на страната и нейното участие в международни обединения и организации, към стратегическите приоритети се включва и **преразглеждане на икономическите и търговските отношения** предвид очакването, базирано на идеята за тежестта (gravity theories), че по-важните в глобално отношение икономически агенти ще са по-важни за българската икономика и ще намалява значението на съседните страни като търговски партньори на България.
- **Определяне на стратегически секторни приоритети** с отчитане на доминиращите секторни конкурентни стратегии, а именно.
 1. За стоковите групи с *ефективна конкурентна стратегия, базирана на качество – диверсификация на износа.*
 2. За стоковите групи с *ефективна конкурентна стратегия, базирана на ниски цени – иновации.*
 3. За стоковите групи с *потенциално ефективна конкурентна стратегия, базирана на качество – маркетингови стратегии.*
 4. За стоковите групи с неефективна нискоценова конкурентна стратегия – **повишаване на квалификацията.**

Въздействието на **диверсификацията на износа** върху икономическата ефективност и конкурентоспособността на експортната кошница зависи от идентифицирането на приоритетни сектори и развитието на среда за диверсификация на износа.

Като приоритетни за повишаване на ефективността на аграрната експортна кошница на основата на техния висок доходен и диверсификационен потенциал и капацитет за диверсификация бяха идентифицирани секторите: „Сирена и извара“, „Хлебни и тестени изделия“.

- Анализът на конкурентната среда в сегментите на аграрния световен пазар показва доминиращия ефект на: стандартите за качество; фитосанитарните регулации и регулациите за максимално допустими граници на остатъчни вещества; изискванията за етикетиране, маркиране и опаковане; добри земеделски практики (GAP). България не е постигнала желаното изпълнение, управление и контрол на спазването на регулациите и стандартите. За целта е необходима държавна политика за:
 - ✓ **Разширяване на информацията за външните пазари** като стратегически ресурс и фактор в конкурентната борба.
 - ✓ **Изграждане на пазарен социален / организационен капитал**, който включва връзки между веригите супермаркети и износители или местни производители, "кооперациите от ново поколение" и други асоциации на земеделските производители и публично-частни партньорства.
- **Стимулиране на повишаването на капацитета** на персонала и мениджърския състав на фирмите.
- **Създаване на конкурентни предимства чрез: изграждане на ефективна комуникационна мрежа** за намаляване на търговските трансакции, за увеличаване на обема на продажбите и печалбата; **изграждане и модернизиране на пазарна инфраструктура.**

Справка за основните приноси в дисертационния труд

Приноси от методологически и методически характер

1. Направен е систематичен анализ на развитието на теорията за конкурентоспособността на износа, като е отделено специално внимание на последния етап (несъвършена конкуренция, либерализация на търговията с аграрни продукти, членство в Световна търговска организация (СТО), интеграция в ЕС), който задълбочава познанията ни в тази област.
2. Използвани са значителен брой методи и показатели, които позволяват измерване и оценяване на конкурентоспособността на аграрния износ във всичките ѝ аспекти (специализация на страната на световния аграрен пазар, конкурентно равнище, конкурентен потенциал, конкурентна среда, конкурентни стратегии), като по този начин обогатяват изследванията.

Приноси от аналитичен характер

1. На основата на богатата информация са направени изводи за специализацията на страната на световния аграрен пазар, които имат значение за по-добро отчитане на особеностите на конкурентната среда на отделни стокови пазари при изготвяне на конкурентни стратегии.
2. Оценено е конкурентното равнище на аграрния износ на световния пазар (общо и по стокови групи), което е важно за преодоляването на неконкурентоспособността на някои пазари и за повишаване на предимствата на други.
3. Въз основа на критерии: доходен и диверсификационен потенциал и капацитет за разширяване на износа са отграничени четири стокови групи, което дава възможност политическото въздействие да се насочи към сектори, които имат потенциални конкурентни предимства, както и да се преодолеят структурни проблеми и да се набележат мерки за повишаване на конкурентоспособността на аграрния износ.

Практико-приложни приноси

1. Обосновани са стратегически направления и мерки за повишаване на равнището и смекчаване на проблемите пред конкурентоспособността на аграрния износ на България на световния пазар.
2. Определени са стратегически секторни приоритети с отчитане на доминиращите секторни конкурентни стратегии.
3. Направената прогноза за развитието на износа въз основа на ефектите от факторите на конкурентната среда очертава перспективите за неговото развитие през

следващите 10 години, което е от съществено значение при разработването на стратегия за развитието на аграрния износ.

Научни публикации, свързани с дисертацията:

1. Стандартите за безопасност на храните като фактор за конкурентоспособност на аграрния износ, доклад, Международната младежка научна конференция „Предизвикателства пред аграрния бизнес и селските райони”, 7 - 9 юни 2018 г., Университет за национално и световно стопанство, София, The Central and Eastern European Online Library, ISBN 978-619-232-093-5, URL: <https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=704583>;
2. Търговски бариери, качество, еластичност на търсенето и предлагането на аграрните стокови пазари, сп. Икономика и управление на селското стопанство, 2021,1(под печат);
3. Particularities of Bulgarian agricultural trade under conditions of liberalization and globalization, V-th International Scientific Forum "Agricultural Economics to Support Farming", "European Agriculture and Food Value Chain: Dynamics and Innovations", 22-24 October 2018, Sofia, 2019, ISBN 978-954-8612-22-7, National Center for Agrarian Science стр. 130-140