

Потенциалните ефекти от ТПТИ за България

ФАКТИ СРЕЩУ МИТОВЕ

април 2015

www.ime.bg

Съдържание

Въведение	3
Как, къде и за какво се преговаря	4
Изследване на очакваните ефекти от търговското споразумение между ЕС и САЩ	5
Износ на стоки от България за САЩ	7
Износ на стоки от България за САЩ – данни и анализ	7
Мита по вноса в САЩ или какво би спечелила България от премахването на тарифните бариери	8
Конкурентоспособност на износа на стоки от България за САЩ.....	11
Износ на услуги от България за САЩ	13
Износ на услуги от България за САЩ – данни и анализ	13
Търговията с услуги и ТПТИ.....	16
Вериги на предлагането	17
Внос от САЩ и потенциални ефекти върху потребителите	20
Потенциални ефекти върху инвестициите на компании от САЩ в България	23
Изводи и заключение	27
Използвана литература	30

Въведение

В средата на 2013 г. ЕС и САЩ започнаха преговори по т.нар. Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции (ТПТИ). Оттогава насам бяха публикувани и продължават да се публикуват редица изследвания за потенциалните ефекти от споразумението върху икономиките на ЕС и САЩ. Повечето оценки се базират на различни допускания за очакваната либерализация на търговията между двата пазара и съответно – за намаляването или премахването на тарифните и нетарифните бариери пред нея.

Изследванията са изключителни разнообразни по своя фокус и обхват – те могат да разглеждат както икономиката на ЕС като цяло, така и конкретна страна-членка или конкретен отрасъл. Оценката на очакваните ефекти обикновено се получава в резултат на иконометричен модел и съответната прогноза или симулация на база на този модел.

Изследванията на ниво ЕС, в общия случай, включват и конкретни прогнози за България като страна членка, като обикновено се оценява потенциалният ефект върху българския износ и БВП в резултат от либерализирането на търговията със САЩ.

До момента, обаче, не е публикуван подробен анализ на очакваните ефекти от бъдещото споразумение, който да се фокусира върху българската икономика. Този вакуум може би е и една от причините за появата и разпространението на редица митове около ТПТИ в обществото в последните месеци. Тези митологеми почиват както върху непознаване на документите около споразумението, така и върху открита манипулация на общественото мнение от страна на определени групи.

Настоящото изследване има за цел да запълни аналитичната празнина по отношение на ТПТИ и българската икономика. Изследването изхожда от икономическата теория, използва призната национална и международна статистика, и си служи с инструментите на икономическия анализ. От една страна, екипът на ИПИ изследва потенциалните преки ефекти върху износа на стоки и услуги от България за САЩ, американските инвестиции в България и потреблението на българските домакинства. От друга страна, авторите разглеждат и непреките ефекти за икономиката по линия на т.нар. вериги на предлагането. Последните представляват не само значителен, но и постоянно нарастващ непряк износ от България за САЩ. По-конкретно, български производители все по-активно се включват в такива вериги като доставчици и поддоставчици на суровини и компоненти за европейски производители, които след това продават своята крайна продукция на американския пазар.

Надяваме се анализът да помогне за по-добро разбиране на потенциалните ефекти от бъдещото споразумение за свободна търговия между ЕС и САЩ върху икономиката на България. Изрично са адресирани някои от най-разпространените заблуди по отношение на бъдещото споразумение като тези, касаещи конкурентоспособността на българския износ и съществуващите тарифни и нетарифни бариери пред американския пазар. Навсякъде, където това е било възможно, е направена и количествена оценка на потенциалните ефекти.

Този анализ е осъществен с частичната финансова подкрепа на Посолството на САЩ в България.

Как, къде и за какво се преговаря

Какво е ТТІР

След като още през 90-те години на миналия век идеята за търговско споразумение между Европа и САЩ вече се споменава, през 2011 г. ЕС и САЩ създават работна група от правителствени експерти, която да набележи насоките за евентуално споразумение в областта на търговията и инвестициите между двете икономически сили. През юни 2013 г. американският президент Обама, заедно с председателя на Европейската комисия Барозу и председателя на Европейския съвет Ван Ромпой, обявиха, че започват преговори по споразумението за Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции (Transatlantic Trade and Investment Partnership – ТТІР).

Какво се очаква от ТТІР

Най-общо споразумението цели да премахне пречките през търговията в редица икономически сектори, за да се увеличи търговския обмен на стоки и услуги между ЕС и САЩ. Преговорите вече обхващат конкретни предложения за редица области на икономиката, включително промишлеността, услугите и селското стопанство. Освен това бъдещото споразумение ще съдържа и клаузи за защита на чуждите инвеститорите, например срещу национализация на техния бизнес или срещу забрана на продукти и услуги, произвеждани от тях, без насрещна компенсация.

Основната цел на премахването на бариерите пред търговията е да се даде тласък на икономическия растеж, което пък ще допринесе за създаването на работни места и за постигането на по-ниски цени. До момента има няколко изследвания, които оценяват потенциалните ефекти от подобно споразумение. [Проучване](#), проведено от Центъра за изследвания в областта на икономическата политика (CEPR), изчислява, че споразумението ще донесе ползи на ЕС в размер на 119 млрд. евро годишно, а на САЩ – 95 млрд. евро годишно. Очаква се износът на всички сектори в икономиката да нарасне и по този начин да спомогне и за създаването на нови работни места. Това ще се отрази и на износа на ЕС за други държави в резултат на по-голямото търсене на суровини, компоненти и други материали. Друго [изследване](#) показва, че може да се очаква сериозен ръст на търговията и при значителна либерализация на търговския обмен доходът на човек от населението в ЕС би нараснал със средно 5%.

Как текат преговорите за ТТІР

Първоначалният план е търговското споразумение да се подпише в рамките на две години от началото на преговорите, но скептицизмът, че това няма как да стане толкова бързо, расте. Все пак преговарящите се надяват преговорите да приключат в рамките на няколко години. От страна на ЕС преговорите се водят от ЕК, представлявана от европейския комисар по търговията Карел де Гухт. Комисията води преговорите на базата на насоки, съгласувани със Съвета, в който са представени правителствата на всички държави-членки на ЕС. Водещата роля в преговорите е на службата за търговия към Комисията, а основният преговарящ от страна на САЩ е търговският представител на Съединените щати (USTR).

До момента (април 2015 г.) са проведени девет кръга преговори, а ЕК започна да публикува [документите](#), въз основа на които ЕС преговаря със САЩ. В документа няма конкретни числа и детайли за промените, които ще се правят, но ясно е показано, че целта е улесняване на търговията през океана чрез достъп до пазарите, законодателни промени и правила за търговия. Допълнително, документите оборват някои от притесненията във връзка със защитата на околната среда и природните ресурси, безопасността на труда, законодателството и въведените стандарти.

Деветте кръга преговори се провеждат в САЩ и в Белгия (Брюксел) и обхващат въпроси за:

- регулирането както на хоризонтално ниво (пречки през търговията и съгласуване на законодателствата), така и на вертикално (секторно) ниво;
- намаляването на митата за вносни стоки;
- позволяването на фирми и от двете страни на океана да кандидатстват за обществени поръчки;
- мерките, подsigуряващи свободна и честна конкуренция между фирмите;
- съблюдаването на трудовите права на хората и защита на околната среда;
- мерки за улесняване на вноса и износа (например, по-лесен достъп до информация за регулациите на митниците и по-ясни митнически процедури);
- влиянието на споразумението върху търговията със земеделски стоки (включително говеждо и вино);
- разликите между цената на енергията и регулациите върху вредните емисии в ЕС и САЩ;
- отражението на споразумението върху здравните аспекти (например, цените на лекарства и реимбурсацията);
- правото на интелектуална собственост;
- търговията с услуги, финанси и електронната търговия;
- развитието и инвестициите в секторите на текстила, химическата индустрия, фармацевцията, козметиката, медицинската апаратура, автомобилите, ИКТ, инженерството и пестицидите.

Изследване на очакваните ефекти от търговското споразумение между ЕС и САЩ

До момента са публикувани няколко големи изследвания, които разглеждат възможните въздействия от подписването на споразумението между САЩ и ЕС.

Най-обширното [изследване](#) е проведено преди повече от година от Центъра за изследвания в областта на икономическата политика (CEPR) и измерва ефектите от подписването на ТТІР с някои допускания. Трябва да се има предвид, че средните нива на митата и тарифите между САЩ и ЕС за сравнително ниски, но нетарифните бариери (НТБ) и от двете страни на Атлантическия океан представляват сериозна пречка пред търговията и инвестициите. Изследването разглежда влиянието на премахването именно на тези бариери и допуска два сценария: 1) частично либерализиране на търговията, което включва 10%-тно намаляване на търговските разходи, произтичащи от НТБ и почти напълно премахване на митата (98% от митата) и 2) амбициозен сценарий с премахване на 25% от разходите, произтичащи от НТБ и пълно премахване на тарифните ограничения. Изчисленията при амбициозния сценарий, който предвижда сериозно либерализиране на търговията между САЩ и ЕС, показват, че:

- Споразумението ще донесе ползи на ЕС в размер на 119 млрд. евро годишно, а на САЩ – 95 млрд. евро годишно. Това отговаря на допълнителни 545 евро в годишния разполагаем доход на всяко европейско семейство и 655 евро на всяко американско семейство.
- Ползите за ЕС и САЩ няма да бъдат за сметка на останалата част от света. Напротив, либерализирането на търговията между ЕС и САЩ ще има позитивен ефект върху

световната търговия и доходи, увеличавайки световния доход с близо 100 милиарда евро.

- Увеличаването на дохода произтича от разширената търговия. Общият износ би нараснал с 6% за ЕС и 8% за САЩ.
- Намаляването на НТБ е ключът към либерализацията на трансатлантическото партньорство.
- Увеличаването на икономическата активност и производителност, създадени от споразумението, ще донесат ползи както за европейския, така и за американския пазар на труда, изразяващите се в повишаване на заплатите и възможностите за работа за високо- и нискоквалифицираните работници.
- Споразумението ще има нищожен ефект върху емисиите на въглероден двуокис и устойчивото използване на природните ресурси.

В началото на 2015 г. Европейската комисия публикува мащабно [изследване](#) на потенциалните ефекти от ТТИП върху малките и средни предприятия (МСП) в ЕС. Докладът показва важноста на МСП за износа от ЕС към САЩ. През 2012 г. 88% от предприятията от ЕС, които изнасят отвъд океана, са МСП, а техният износ отговаря за 28% от целия износ на европейските предприятия за САЩ. В България съответно 87% от изнасящите фирми за САЩ са МСП, а техните продажби в САЩ сформират 40% от стойността на износа на България за този пазар. Проучването на проблемите пред износа на МСП показва, че те са много по-засегнати от тарифните и нетарифните бариери в сравнение с големите предприятия. В тази връзка споразумението за свободна търговия и инвестиции се очаква от авторите да допринесе значително за улесняване на достъпа на европейските МСП до американския пазар. Докладът заключава, че ТПТИ представлява най-добрата възможност за намаляване на разходите на МСП и отваря нови пазари, което ще бъде от полза на предприятията и от двете страни на Атлантическия океан.

Друго [изследване](#) (Felbemaуr, G., 2013) показва, че може да се очаква сериозен ръст на търговията. При значителна либерализация на търговския обмен доходът на човек от населението в ЕС би нараснал със средно 5%. Това изследване също разглежда НТБ като основните пречки пред търговията и анализира два сценария: на частична либерализация (т.е. премахване само на тарифните бариери) и на значителна либерализация. При първия сценарий ползите за ЕС биха били нарастване на дохода на човек от населението с 0,27% (0,23% за България) през следващите 10-20 години, а при втория сценарий ползите биха били нарастване на дохода на човек от населението с 4,95% (4,83% за България). Разликите в ползите за различните европейски страни зависят от структурата на търговията им и географското разположение, но и двата сценария предвиждат, че споразумението ще доведе до по-нататъшна конвергенция в самия ЕС.

Вече са публикувани и няколко изследвания, които разглеждат споразумението от друг ъгъл и стигат до извода, че в някои случаи предвижданите ефекти са значително по-малки. Едно такова [изследване](#) (ÖFSE, 2014) заключава, че:

- Ползите от споразумението са много малки и се надценяват;
- Социалните разходи от промените в законодателствата могат да бъдат значителни;
- Повечето изследвания омаловажават потенциалните неблагоприятни ефекти.

Отделни статии пък алармират за вредите, които споразумението може да донесе, въпреки че твърденията не са потвърдени и дори директно се отричат от Европейската комисия (например, опасенията за безопасността на храните, цените на лекарствата, защитата на личния живот, авторските права). Голяма част от критиките се отнасят и до липсата на прозрачност на конкретни въпроси, които се обсъждат на преговорите. По този въпрос ЕК също

продължава да работи и вече са публикувани [документите](#), които показват ясно за какво и в каква посока се преговаря.

Износ на стоки от България за САЩ

Износ на стоки от България за САЩ – данни и анализ

За 2013 г. България е изнесла равностойността на 595 млн. лева (според данни на НСИ) или около 404 млн. щатски долара, според международната база данни Comtrade на ООН. САЩ се нарежда като 19-тият най-голям износен пазар за България и 9-тият най-значим сред страните, които не са членки на ЕС. През последните 5 години (до 2013 г.) износът ни за САЩ бележи средногодишен ръст от около 15%, макар и през 2013 г. да се свива с 18% на годишна база. Все пак, предварителните данни за 2014 г. показват отново леко покачване на износа през 2014, с 2% спрямо 2013 г.

Износ на България за САЩ по продуктови групи, 2013 г.

	Средногодишен ръст на износа (2009-2013 г.), %	Дял в общия износ на България за САЩ, 2013, %
Общ износ	15	100,0
Машини, атомни реактори, бойлери и др.	28	16,4
Електрическо, електронно оборудване	31	11,2
Минерални горива, масла, дестилирани продукти	-6	7,6
Тютюн и преработени тютюневи продукти	-14	7,6
Торове	н.д.	5,8
Мед и изделия от мед	145	4,7
Мебели, осветителни тела и др.	5	4,6
Дрехи и аксесоари, плетени или трикотажни	37	4,5
Оптическа, фото, техническа, медицинска апаратура	17	4,3
Самолети, сателити и части за тях	145	3,5
Модифицирано нишесте, скорбяла, ензими	325	3,0
Млечни продукти, яйца, мед	2	2,9
Маслодайни семена, зърно, семена	35	2,8
Зеленчуци и плодове	3	2,1
Фармацевтични продукти	169	2,0
Играчки, спортни принадлежности	10	1,9
Камък, гипс, цимент, азбест	15	1,8
Продукти от стомана и желязо	118	1,3
Съкло и продукти от съкло	-5	1,3
Етерични масла, парфюми, козметика	20	1,3
Каучук и продукти от каучук	90	1,2
Хранителни отпадъци, фураж	229	1,0

Източник: [Trade Map](#), данните за митата се базират на минималните ставки в страната-вносител. Адвалорните еквивалентни мита са изчислени по методологията на World Tariff Profile (WTP).

Износът на България за САЩ е силно диверсифициран, като най-значителното перо в него – машините - има дял от около 16% на база данните за 2013 година. Забележително е, че двете най-големи пера в износа на България за САЩ са продуктови групи с висока добавена стойност – машини и електрическо/електронно оборудване. Общо те формират около 28% от износа. И двете продуктови групи бележат висок ръст на износа за САЩ през последните 5 години (до 2013 г.) – около 30% на годишна база. Сред машините, основните продукти са различни *компютърни компоненти и оборудването за автоматична обработка на данни*, докато при електрическото и електронното оборудване основните продукти за износ са *електронните вериги, електрическите резистори (реостати) и сигнална/пътна техника*.

Други относително големи продуктови групи в износа на България за САЩ са минералните горива и масла, и тютюнът и тютюневите изделия, всяка от които държи дял от около 8% в износа. В първата група водещи са *нефтените масла*, а във втората – *непреработеният тютюн*. Други около 6% от износа се държат от изкуствените торове, а медта и различни медни изделия заемат дял от около 5%. За САЩ изнасяме както *нитратни, така и фосфорни торове*, докато при медта водещи са различни медни изделия като *пръти, профили, ламарини, листове и ленти*. Освен дотук изброените продукти, изнасяме също така *дървени столове (и други метални и дървени мебели); чорапи; медицински инструменти и уреди; ензими; сирене; билки, маслодайни и слънчогледови семена; пресни и охладени зеленчуци; плодове; житни и тестени изделия; лекарства; спортна екипировка; пирони и кламери; чакъл; стъклени чаши; етерични масла; каучукови тръби и маркучи; фураж*¹.

Повече от гореизброените продукти бележат растеж в стойността на износа към САЩ последните 5 години, като някои от тях дори отчитат трицифрен темп на растеж (макар и в някои случаи това да се дължи на ниска изходна база) – сред тях са медта, лекарствата, продуктите от стомана и желязо, ензимите. Единствените изключения от тези позитивни тенденции са тютюнът и нефтените масла, които бележат средногодишен спад на износа към САЩ последните пет години. При нефтените масла се наблюдава рязко свиване от 40% през кризисната 2009 г. и макар следващите години да бележат стабилен ръст на износа на тези продукти (и превишаването на пред-кризисните им нива), средногодишната динамика за последните 5 години остава отрицателна. При необработения тютюн се наблюдава изключителна нестабилност на износа, като годините на растеж се редуват от години на спад на продадените в САЩ количества.

Мита по вноса в САЩ или какво би спечелила България от премахването на тарифните бариери

Основен аргумент на противниците на Трансатлантическото партньорство за търговия и инвестиции е, че в момента митата за внос в САЩ от ЕС са като цяло ниски или нулеви и тяхното намаление/премахване би имало незначителен или дори никакъв ефект върху износа

¹ Ако се съди от статистиката, немалък дял от 3,5% в износа за САЩ се държи от „самолети с тегло над 15 тона“, като този износ започва през 2011 и продължава до 2013 г. (в предходните години единствено през 2004 г. също има такъв износ за около 23 млн. лева). Предвид това, че България не произвежда самолети от 1954 г. насам, а износ на части за самолети (които са в друго перо на класификацията) не е осъществяван, единственото логично обяснение е реекспорт на такива самолети през България.

на стоки от ЕС за САЩ. Едно по-внимателно вглеждане в износа на България за САЩ и митата, които се налагат върху него, показва, че това не е точно така. Да, наистина, някои от основните пера в износа ни се облагат с 0-лево мито, други се облагат с ниски мита (1-2%), но трети, които формират съществена част от износа се облагат с двуцифрени мита, които достигат фрапантните 45,3% като еквивалентна адвалорна тарифа, т.е. като % от стойността на износната стока, за непреработения тютюн.

Нека да разгледаме тарифите в детайли. От гледна точка на оценка на ефектите от потенциално премахване на тарифните бариери пред вноса в САЩ за български стоки е важно да се гледат митата по основните продукти, които страната изнася за този пазар на възможно най-ниското ниво от класификацията. Прегледът на митата по продуктови групи и продуктите в тях показва сериозни разлики в ставките в рамките на една група и съответно – между конкретен продукт и средното мито за групата. Така например, тютюнът и тютюневите продукти се облагат с около 30% еквивалентно адвалорно мито, но за непреработения тютюн, който всъщност България изнася за САЩ, ставката на митото стига 45,3%.

От прегледа на митата върху българския износ за САЩ се вижда, че основните износни продукти в двете най-големи продуктови групи, машини и електрическо/електронно оборудване, не се облагат с вносно мито. Същото се отнася и за торовете, мебелите, медицинското оборудване, ензимите, слънчогледовото семе, лекарствата, пироните/кламерите и чакъла. Всичките тези продукти заемат дял от около 50% от общия ни износ за САЩ. Нефтените масла, които заемат дял от близо 8% в износа на България за САЩ, се облагат с мито от 1,1%. С мита между 0,1 и 2% се облагат също различните маслодайни семена (0,1%), медицинските растения (1,5%), спортната екипировка (1,9%), етеричните масла (1%), каучуковите тръби и маркучи (1,3%). Тези продукти, грубо, заемат дял от около 12% в износа.

Всички останали продукти, т.е. **близо 40% от износа на България за САЩ, се облага с мито над 2%**. В тази група най-високите мита са върху необработения тютюн (45,3%), който заема дял от около 8% от износа, сиренето (19,6%), което заема дял от близо 3% и чорапите (16,7%), които имат дял от около 4%. Фуражът с мито от 18% (и дял от около 1%), стъклените чаши с мито от 13,2% (и дял от около 1%) и зеленчуците с мито от 5,2% (и дял от около 2%) също попадат в групата на относително високите мита. На последно място в тази група се нареждат медните изделия, които се облагат с мито от 2,2 или 2,3%, в зависимост от конкретния продукт, но заемат един относително висок дял от близо 5% в износа на България за САЩ.

Еквивалентно адвалорно мито по основните продукти, които България изнася за САЩ

Продукт	Мито (%)
1. Машини, атомни реактори, бойлери и др.	0,0
- Компютърни компоненти	0,0
- Оборудване за автоматична обработка на данни	0,0
2. Електрическо, електронно оборудване	0,0
- Електронни интегрирани вериги	0,0
- Електрически резистори и реостати	0,0
- Електрическа сигнална/пътна техника	0,0
3. Минерални горива, масла, дестилирани продукти	0,3
- Нефтени масла	1,1
4. Тютюн и преработени тютюневи продукти	30,1

- <i>Непреработен тютюн</i>	45,3
5. Торове	0,0
- <i>Нитратни торове</i>	0,0
- <i>Фосфорни торове</i>	0,0
6. Мед и изделия от мед	1,0
- <i>Медни прътове и профили</i>	2,3
- <i>Медни ламарини, листове и ленти</i>	2,2
7. Мебели, осветителни тела и др.	1,1
- <i>Дървени столове</i>	0,0
- <i>Други мебели</i>	0,0
8. Дрехи и аксесоари, плетени или трикотажни	13,6
- <i>Чорапи</i>	16,7
9. Оптическа, фото, техническа, медицинска апаратура	1,5
- <i>Медицинско оборудване</i>	0,0
10. Самолети, сателити и части за тях	0,0
- <i>Самолети с тегло над 25 тона</i>	0,0
11. Модифицирано нишесте, скорбяла, ензими	1,7
- <i>Ензими</i>	0,0
12. Млечни продукти, яйца, мед	16,6
- <i>Сирене</i>	19,6
13. Маслодайни семена, зърно, семена	1,4
- <i>Маслодайни семена</i>	0,1
- <i>Медицински растения</i>	1,5
- <i>Слънчогледово семе</i>	0,0
14. Зеленчуци и плодове	9,0
- <i>Зеленчуци</i>	5,2
15. Фармацевтични продукти	0,1
- <i>Дозирани лекарства</i>	0,0
16. Играчки, спортни принадлежности	0,7
- <i>Спортна екипировка</i>	1,9
17. Камък, гипс, цимент, азбест	1,5
- <i>Натрошен камък, чакъл</i>	0,0
18. Продукти от стомана и желязо	1,1
- <i>Пирони, кламери</i>	0,0
19. Стъкло и продукти от стъкло	3,9
- <i>Стъклени чаши</i>	13,2
20. Етерични масла, парфюми, козметика	0,8
- <i>Етерични масла</i>	1,0
21. Каучук и продукти от каучук	1,8
- <i>Каучукови тръби, маркучи и др.</i>	1,3
22. Хранителни отпадъци, фураж	3,5
- <i>Фураж</i>	18,0

Източник: Trade Map

По-горният преглед идва да покаже, че ако трансатлантическото споразумение доведе до премахване на митата в търговията между САЩ и страните от ЕС, то това ще донесе преки положителни ефекти за над 50% от износа на България за САЩ, като ефектът ще бъде особено силен за около 40% от износа, който се облага с относително високи мита.

Конкуренетоспособност на износа на стоки от България за САЩ

Прегледът на Индекса на разкритите сравними предимства (използван за първи път от известния икономист Бела Баласа²) за основните продукти, които изнасяме за САЩ, показва, че като цяло България изнася за този пазар продукти, които са високо конкурентни. Т.е. Индексът на разкритите сравнителни предимства (ИРСП) за болшинството от стоките е над единица³, а в някои случаи – дори и двуцифрено число, което показва много силни конкурентни предимства. Няколкото изключения от това правило са машините и по-специално машините за автоматична обработка на данни, за които ИРСП е 0,2 (т.е. под единица), електрическите вериги (част от продуктовата група „Електрическо, електронно оборудване“), за които ИРСП също е 0,2, както и натрошените камъни и чакъл (ИРСП от 0,5) и медицинското оборудване (индекс без изключение под единица за всички продукти). Интересното е, че за всичките тези продукти вносното мито е 0%, т.е. макар и да не показват конкурентни предимства, липсата на митническо облагане подкрепя износа им за САЩ⁴.

Индекс на разкритите сравнителни предимства на основните продукти, които България изнася за САЩ

Продукт	ИРСП
1. Машини, атомни реактори, бойлери и др.	
- <i>Машини за автоматична обработка на данни</i>	0,2
2. Електрическо, електронно оборудване	
- <i>Електронни интегрирани вериги</i>	0,2
- <i>Електрически резистори и реостати</i>	8,8
- <i>Електрическа сигнална/пътна техника</i>	0,5
3. Минерални горива, масла, дестилирани продукти	
- <i>Нефтени масла</i>	2,4
4. Тютюн и преработени тютюневи продукти	
- <i>Непреработен тютюн</i>	10,7
5. Торове	
- <i>Нитратни торове</i>	2,2
- <i>Фосфорни торове</i>	27,0
6. Мед и изделия от мед	
- <i>Медни прътове и профили</i>	15,3
- <i>Медни ламарини, листове и ленти</i>	20,0
7. Мебели, осветителни тела и др.	

² Индексът на разкритите сравнителни предимства (ИРСП) се използва за изчисление на относителните предимства (или липсата на такива) на стоките и услугите, които определена страна изнася. Индексът се основава на концепцията за относителните/сравнителните предимства във външната търговия на Давид Рикардо и е използван за първи път от Бела Баласа (1965 г.).

Индекс на разкритите сравнителни предимства = $(E_{ij} / E_{it}) / (E_{nj} / E_{nt})$,
където E е износ; i е страна; n е група страни; j е стока/услуга и t е група стоки/услуги.

Т.е. индексът представлява съотношение между дела на определена стока/услуга в износа на определена страна и дела на световния износ на тази стока/услуга в общия износ.

³ ИРСП над единица показва конкурентни предимства при съответната стока или продуктова група.

⁴ Между друго, същата е и ситуацията с българския износ на самолети за САЩ; ИРСП е 0,1, но митото е нулево, което явно е било в полза на (ре)експорта на този продукт от/през България.

- Столове	2,0
- Други мебели	1,0
8. Дрехи и аксесоари, плетени или трикотажни	
- Чорапогащници, чорапи	2,4
9. Оптическа, фото, техническа, медицинска апаратура	
- Медицинско оборудване	<1
10. Самолети, сателити и части за тях	
- Самолети с тегло над 25 тона	0,1
11. Модифицирано нишесте, скорбяла, ензими	
- Ензими	4,3
12. Млечни продукти, яйца, мед	
- Сирене	2,1
13. Маслодайни семена, зърно, семена	
- Маслодайни семена	2,5
- Медицински растения	5,0
- Слънчогледово семе	126
14. Зеленчуци и плодове	
- Зеленчуци	>1
15. Фармацевтични продукти	
- Дозирани лекарства	1,5
16. Играчки, спортни принадлежности	
- Спортна екипировка	2,1
17. Камък, гипс, цимент, азбест	
- Натрошен камък, чакъл	0,5
18. Продукти от стомана и желязо	
- Пирони, кламери	2,0
19. Стъкло и продукти от стъкло	
- Стъклени чаши	4,8
20. Етерични масла, парфюми, козметика	
- Етерични масла	6,5
21. Каучук и продукти от каучук	
- Каучукови тръби, маркучи и др.	5,4
22. Хранителни отпадъци, фураж	
- Фураж	2,9

Източник: Trade Map

Обратната ситуация, а именно – висококонкурентни продукти и високи мита – също се наблюдава в данните. Така например непреработеният тютюн, който се облага с мито от 45,3%, се радва на ИРСП от 10,7 - един от най-високите индекси сред стоките, които изнася страната за американския пазар. Т.е. може да се предположи, че високата конкурентоспособност на този продукт успява да преодолее и съответно да компенсират огромното мито и износът да се реализира въпреки него. Все пак, като цяло картината е смесена, т.е. не може да се изведе връзка между индекса на разкритите конкурентни предимства и митата. Има и случаи, в които високо конкурентни стоки се облагат с нулево мито – примери за това са реостатите (с ИРКП от 8,8) и ензимите (с индекс от 4,3).

Другите най-конкурентни продукти в износа на България за САЩ са слънчогледовото семе (с индекс от 126 и нулево мито), медните изделия (с индекс от 20 за медните ламарини, листове и ленти и мито от 2,2%; индекс 15,3 и мито от 2,3% за медните прътове и профили), фосфорните

торове (с ИРКП от 27 и нулево мито), реостатите (с индекс от 8,8 и нулево мито). Другите продукти и продуктови групи са с индекс на разкритите сравнителни предимства между 1,5 и 5-6, т.е. при тях също имаме разкрити конкурентни предимства.

Прегледът на митата и конкурентоспособността на изнасяните за САЩ стоки навежда на следните наблюдения и изводи:

- Огромната част от износа на стоки от България за САЩ – около $\frac{3}{4}$, е високо конкурентен, т.е. с индекс на разкритите сравнителни предимства над 1.
- Прави впечатление, че абсолютно всички неконкурентни продукти от гледна точка на ИРСР (т.е. с индекс под 1) се радват на нулево мито, т.е. може да се предположи, че липсата на митническо облагане е подпомогнала техния износ.
- Интересен е случаят с износа на непреработен тютюн, който има третия най-голям дял в износа на България за САЩ. При него митото е огромно, но високата конкурентоспособност на този продукт вероятно помага да се осъществи износ въпреки митническата бариера.
- Предвид факта, че към момента около 3/4-ти от износа на България за САЩ е високо конкурентен, може да се предположи, че с премахването на митата и други стоки, които са по-ниско конкурентни и за които митото е допълнителна (забранителна) пречка, ще успеят да проникнат на американския пазар.

Един от разпространените митове е, че България като цяло не произвежда конкурентни стоки и съответно износът на страната не е конкурентен. От прегледа на данните се вижда, че за САЩ една огромна част от износа на България е с разкрити сравнителни предимства. Ако паднат митата във взаимната търговия, може да се очаква, че и продукти, които в момента не са с ИРСР над единица и не се изнасят за САЩ, ще успеят да проникнат на американския пазар, подкрепени от липсата на тарифни ограничения. Това се потвърждава от сегашния износ на няколко български продукта, които са с индекс под единица, но се радват на нулево мито за пазара на САЩ.

Износ на услуги от България за САЩ

Износ на услуги от България за САЩ – данни и анализ

Освен стоки, България изнася за САЩ и постоянно нарастващ обем услуги, стойността на които достига 295,9 млн. долара през 2013 г. или 3,9% от целия износ на услуги от България. Трябва да се отбележи, че износът на услуги за САЩ нараства както в абсолютна стойност (с 59% спрямо 2009 г.), така и като дял от общия износ на услуги – от 2,7% през 2009 г. до 3,9% през 2013 г.

Износ на услуги от България за САЩ, хил. долара

	2009	2010	2011	2012	2013
Общо услуги	186196	205092	223966	256890	295885
1. Пътувания	49328	46027	49060	49275	60272
1.1. Бизнес пътувания	14830	14214	15643	15111	

- Разходи на сезонни и погранични работници	982	676	711	657	
- Други бизнес пътувания	13848	13537	14931	14455	
1.2. Лични пътувания	34492	31813	33417	34165	
- Здравни разходи	185	0	0	0	
- Разходи за образование	2914	2707	3554	3284	
- Други лични пътувания	31393	28429	29863	30879	
2. Транспорт	17239	35198	30573	32194	23942
2.1. Морски транспорт	7919	12183	4977	3942	
- Товарен транспорт	2907	2707	2844	3284	
- Придружаващи, помощни и други морски транспортни услуги	5019	9476	2133	657	
2.2. Въздушен транспорт	8602	21660	24174	26280	
- Пътнически	6782	6092	7110	6570	
- Товарен	1037	1354	1423	1315	
- Придружаващи, помощни и други въздушни транспортни услуги	774	14214	15643	18396	
2.3. Друг транспорт	717	676	1423	1315	
- Пътнически	21	0	0	0	
- Товарен	583	676	1423	1315	
- Друг	107	0	0	0	
2.4. Сухопътен транспорт	605	676	1423	1315	
- Пътнически	21	0	0	0	
- Товарен	583	676	1423	1315	
2.5. Транспорт по вътрешни водни пътища	114	0	0	0	
- Придружаващи, помощни и други транспортни услуги по вътрешни водни пътища	107	0	0	0	
3. Комуникационни услуги	7614	6092	7821	8541	7719
3.1. Пощенски и куриерски услуги	1308	2031	3554	5256	
3.2. Телекомуникационни услуги	6305	4061	4266	3284	
4. Строителни услуги	774	0	0	1971	0
- Строителство в чужбина	491	0	0	0	
- Строителство у дома	292	0	0	1315	
5. Застрахователни услуги	9504	2707	711	3284	5937
5.1. Други услуги по пряко застраховане	9504	2707	711	3284	
6. Финансови услуги	2672	1354	1423	1971	4072
7. Компютърни и информационни услуги	42106	56857	73944	95924	120954
7.1. Компютърни услуги	40628	52795	68967	90010	
7.2. Информационни услуги	1479	4738	4977	6570	
8. Авторски и лицензионни такси	2879	676	2133	6570	3393
8.1. Франчайз и сходни права	100	0	0	0	
8.2. Други авторски и лицензионни такси	2779	676	2133	6570	
9. Други бизнес услуги	36127	31813	33417	44019	51783
9.1. Търговски и други услуги, свързани с търговията	2879	2031	711	1315	
- Търговски услуги	491	0	0	0	
- Други услуги, свързани с търговията	2389	2031	711	1315	
9.2. Услуги по оперативен лизинг	767	0	0	0	
9.3. Разнообразни бизнес, професионални и технически услуги	32473	29782	32707	42705	

- Правни, счетоводни, управленски услуги и връзки с обществеността	9206	8123	10664	12484	
- Правни услуги	1742	2031	1423	3284	
- Счетоводни, одиторски услуги и данъчни консултации	1592	4738	6399	5913	
- Бизнес и управленски консултации, връзки с обществеността	5871	1354	2844	3284	
- Рекламни, социологически услуги и пазарни проучвания	4606	4061	2844	3284	
- Услуги по изследователска и развойна дейност	4869	10830	9243	7227	
- Архитектурни, инженерни услуги и други технически консултации	3099	2031	711	3284	
- Селскостопански, миньорски услуги и обработка на място	1607	0	1423	657	
- Третиране на отпадъци и почистване на замърсени територии	36	0	0	0	
- Други селскостопански, миньорски услуги и обработка на място	1571	0	1423	657	
- Други разнообразни бизнес, професионални и технически услуги	3768	3384	7110	11826	
- Услуги между свързани предприятия	5318	1354	1423	3284	
10. Лични, културни и развлекателни услуги	15839	24368	24174	13797	17813
- Аудиовизуални и свързани услуги	13236	24368	24174	13140	
- Други лични, културни и развлекателни услуги	2608	0	0	657	
11. Правителствени услуги	2104	0	0	0	
- Посолства и консулства	2104	0	0	0	

Източник: Trade Map

Най-значителното перо в износа на услуги за САЩ през 2013 г. са *компютърните и информационните услуги*, които достигат около 121 млн. долара или 41% от общия износ на услуги. Забележително е, че износът на компютърни и информационни услуги нараства близо 3 пъти между 2009 и 2013 г., като над 90% от износа на такива услуги (94% за 2013 г.) се състои от износ на компютърни услуги, т.е. разработката на софтуер. Следващото най-голямо перо в износа на български услуги за САЩ са *пътуванията*, които формират около 20% от износа на услуги. Личните пътувания представляват над 2/3-ти от пътуванията, а останалите са бизнес пътувания. След относително стабилна стойност на пътуванията в периода 2009-2012 г., през 2013 г. се наблюдава рязък скок с 22%.

Третото най-сериозно перо в износа на услуги за САЩ са т.нар. „*Други бизнес услуги*”, които също бележат бърз ръст последните години (след спад през 2010 г.) и през 2013 г. заемат дял от 17,5%. Около 97% от тези услуги попадат в групата на „Разнообразни бизнес, професионални и технически услуги”, в които се включват правни, счетоводни, управленски, PR, рекламни, социологически, изследователски, развойни, архитектурни, инженерни, технически и др. услуги, включително и такива между свързани предприятия. Т.е. това перо, най-общо, представлява т.нар. аутсорсинг на различни бизнес услуги от американски към български фирми.

Другите относително по-сериозни пера в износа на услуги са *транспортни услуги* (предимно въздушен транспорт и морски транспорт) с дял от 8,1% в износа на услуги през 2013 г. и *личните, културните и развлекателните услуги* с дял от около 6%. Въздушният транспорт

има дял от около 82%, а морския – около 12% (на база данни за 2012 г.) от транспортните услуги. От друга страна, личните, културните и развлекателните услуги се доминират от аудиовизуалните услуги, които най-вероятно отразяват честото заснемане на американски кино продукции в България (в „Бояна Филм“) заради по-ниските разходи. Относително по-малки пера в износа на услуги са комуникационните услуги (куриерски, пощенски и телекомуникационните услуги) с дял от около 2,6% през 2013 г., застрахователните услуги (с дял от около 2%) и финансовите услуги (с дял от 1,4%).

Търговията с услуги и ТПТИ

Макар и търговията с услуги между България и САЩ да не подлежи на митническо облагане, нетарифните ограничения важат с пълна сила за нея. Това е и причината търговията с услуги, т.е. някои важни аспекти от нея, също да са част от преговорите по Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции (ТПТИ). Най-общо, за тази бъдеща глава от споразумението ЕК си поставя следните цели:

- **Пазарен достъп**, т.е. премахване на пречките, с които европейските компании се сблъскват в морския транспорт (товарене и разтоварване на пристанища) и други услуги;
- **Мобилност** – т.е. даване на възможност архитекти, юристи и други професионалисти да практикуват от двете страни на Атлантическия океан като взаимно се признават квалификации, лицензи, разрешителни и др. документи;
- **Лицензиране и формални разрешителни** – договарянето на такива високи стандарти, които ще направят по-бързо и по-ясно придобиването на лицензи и разрешителни за предоставянето на банкови, счетоводни, правни, управленски и др. под. услуги;
- **Нови правила** – договарянето на нови правила за сектори, които са ключови за европейската икономика като телекомуникациите, електронната търговия, финансовите услуги, пощенските и куриерските услуги, морския транспорт и др. Новите правила ще помогнат за повишаването на износа като гарантират, че европейските и американските форми се конкурират на равни начала и на двата пазара, правителствата третират американските и европейските фирми по еднакъв начин и регулаторите работят в по-тясно сътрудничество;
- **Сигурност** – гарантиране от страна на САЩ, че европейските фирми ще имат поне същия достъп до американския пазар, какъвто имат в момента;
- **Защита** – защита за чувствителни сектори като радио, телевизия и филми; обществено образование и здравеопазване; социални услуги; разпределение на вода.

Предвид това, че всички по-горе изброени услуги, а именно - бизнес услугите, морският транспорт, финансовите и застрахователните услуги, комуникационните услуги – са съществена част от българския износ на услуги за САЩ (над 20%), постигането на гореизброените цели в преговорния процес със сигурност ще бъде от полза за българските износители, т.е. може да се очаква ръст на износа на такива услуги. Паралелно с това може да се очаква, че облекчените условия за износ на услуги от ЕС към САЩ ще открият възможности за износ и на други услуги, който в момента не се осъществява заради високите нетарифни бариери.

Освен това трябва да се отчита и фактът, че някои от основните износители на стоки и услуги от България за САЩ са американски инвеститори в България. Т.е. премахването на тарифни и нетарифни ограничения пред българския износ за САЩ е много вероятно да доведе и до големи американски инвестиции в България – както в съществуващи, така и в нови компании.

Разбира се, това би означавало и улеснен достъп на американски стоки и услуги до българския пазар. Тук, обаче, трябва да се отчита фактът, че цената на труда в България остава най-ниска в ЕС и далеч по-ниска от тази в САЩ. Т.е. тези стоки и услуги, при които трудът е основен входящ ресурс, ще навлизат много по-трудно на българския пазар, тъй като българските стоки и услуги още години ще продължават да се радват на конкурентно предимство по линия на ниската цена на труда. С други думи, пред навлизането на трудово-интензивни американски стоки и услуги на българския пазар, дори и след евентуалното подписване и влизане в сила на трансатлантическото споразумение, ще остане тази обективна и сериозна пречка, а именно – ценовото предимство на българските производители заради по-нисък разход на труд. В същото време, обаче, американски енергийно интензивни отрасли ще имат аналогично предимство на европейския пазар, включително и на българския, заради относително по-ниската цена на енергийната компонента.

Вериги на предлагането

С глобализацията на икономиката, голяма част от стоките не се произвеждат в една държава. Суровините и компонентите на крайните продукти идват от различни краища на света и в тяхната направа участват ресурсите на редица държави. Оценявайки все по-голямата значимост на веригите на предлагането за растеж, развитие и откриване на нови работни места, през юли 2014 г. ОИСР, Световната търговска организация и Световната банка публикуваха [доклад](#) относно предизвикателствата, перспективите и предложенията за политики. Докладът отчита, че повече от 70% от световната търговия е на междинни стоки и услуги и на капиталови стоки. За последните 15 години доходът, получаван чрез вериги на предлагането, средно се е удвоил. Освен това фирмите, които участват в процеса, показват по-голяма производителност, допринасят за увеличаването на брутния вътрешен продукт, стимулират иновациите, имат по-широк достъп до пазарите, изучават и внедряват нови технологии. Подобряване на икономическите условия се наблюдава както в развитите, така и в развиващите се страни. Докладът разглежда и предпоставките и пречките пред държавите за участието им във вериги на предлагане, сред които са географското положение, ресурсната обезпеченост, законодателството, инфраструктурата, квалификацията на работната сила, наличието на благоприятен бизнес климат и други. Препоръките за политики, които спомагат за разширяването на веригите на предлагането, се фокусират върху институционалната рамка, която трябва да подкрепя, а не да ограничава конкурентоспособността. В допълнение, най-сериозни трудности пред износа създават незадоволителната инфраструктура, ограниченият достъп до финансиране и неблагоприятната бизнес среда.

България също участва в т. нар. вериги на предлагането, изнасяйки суровини и междинни стоки за едни държави, които пък ги включват в своето производство на крайни продукти, продавани в трети държави. Във външнотърговските отношения на България, страните от Европейския съюз и САЩ могат да се намерят множество примери за такива вериги на предлагането. Европейската комисия⁵ отчита, че през последните години две трети от вноса в ЕС са суровини,

⁵ ЕК, „[Политиките на Европейския съюз: Търговия](#)”, 2014

междинни стоки и компоненти, които се използват за направата на продукти за крайно потребление. Продуктите с произход България носят ползи както за страната, така и за внасящата и от своя страна изнасяща държава.

В тази връзка готвеното споразумение за свободна търговия и инвестиции между ЕС и САЩ би се отразило на икономиката на България освен чрез директния износ от България за САЩ, и по линия на т.нар. вериги на предлагането и участието на български производители в тях. Това движение може да се проследи чрез изследване на входните ресурси и производството на крайни продукти (input-output) в ЕС.

През 2011 г. България изнася за ЕС-28 суровини и материали на стойност 8,321 млн. щ.долара. Най-висока е стойността на българските материали, използвани в преработените метали – 1 460 млн. щ.д. (основно вносът е на метали и по-специално - на мед), хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия – 918 млн. щ.д. (основно се внасят суровини за храни и напитки, тютюн и тютюневи изделия), строителството – 574 млн. щ. долара (основно внос на метали и неметални минерални суровини).

В същото време изнасяните суровини и материали са основно от групите на металите – 2 071 млн. щ.д. (използват се във всички посочени групи на крайните продукти, основно в преработката на метали), хранителните продукти, напитките и тютюневите изделия – 1 054 млн. щ.д. (използват се в същата група), електро-, газо- и водоснабдяването – 731 млн. щ.д. (разпръснато във всички групи на производство в ЕС).

Суровини и материали от България, използвани в производството на продукти в страните от ЕС-28, 2011 г.

млн. щ. д.	Износ на български суровини и материали за ЕС-28 (input)	Крайни продукти, произведени в ЕС-28 (output)
ОБЩО	8 321	33 450 329
Селско, ловно, горско и рибно стопанство	410	652 085
Добивна промишленост	41	217 757
Хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия	918	1 263 114
Текстил и продукти от текстил	133	240 795
Кожи и продукти от тях; обувки	18	64 417
Дървен материал и изделия от дървен материал и корк	45	169 010
Целулоза, хартия, печатане и възпроизвеждане на записани носители	85	558 739
Кокс, рафинирани нефтопродукти и ядрено гориво	130	710 047
Химикали и химически продукти	323	957 752
Каучук и пластмаси	132	353 456
Продукти от други неметални минерални суровини	136	291 472
Основни и преработени метали	1 460	1 342 204
Машини, невключени другаде	455	953 680
Електрическо и оптично оборудване	352	915 255
Транспортна техника	447	1 293 779
Производства, неклассифицирани другаде; рециклиране	158	298 929
Електрическо, газово и водоснабдяване	329	1 021 797
Строителство	574	2 333 985

Продажба, поддръжка и ремонт на автомобили и мотоциклети; търговия на дребно с горива	61	548 599
Търговия на едро и търговско посредничество, без търговията с автомобили и мотоциклети	244	1 605 060
Търговия на дребно, без търговията с автомобили и мотоциклети; ремонт на битови стоки	141	1 233 987
Хотели и ресторанти	177	917 114
Вътрешен транспорт	177	797 369
Воден транспорт	135	176 043
Въздушен транспорт	77	170 803
Други поддържащи и спомагателни транспортни дейности; дейности на туристически агенции	162	680 638
Пощи и далекосъобщения	104	664 048
Финансово посредничество	71	1 759 845
Недвижими имоти	83	2 303 960
Наем на машини и оборудване; други бизнес дейности	203	3 394 493
Държавна администрация и отбрана; обществено осигуряване	156	1 526 260
Образование	53	1 012 732
Здравеопазване и социални дейности	203	1 844 487
Други обществени, социални и индивидуални услуги	127	1 176 619

Източник: *The World Input-Output Database (WIOD)*

Общо внесените суровини и материали в ЕС-28 през 2011 г. са на стойност 16 658 158 млн. щ. д., а произведените продукти за крайно потребление⁶ достигат 33 521 044 млн. щ. долара. От тях ЕС-28 изнася стоки на стойност близо 6 000 000 млн. долара, като основния партньор извън страните в самия съюз е САЩ. През 2014 г. изнесените стоки за САЩ са на стойност 409 636 млн. долара, което е около 7% от общия износ и около 1,2% от всичко, произведено в страните членки.

Суровини и материали от България, които се използват в производството на продукти в страните от ЕС-28 и износ на стоки от ЕС-28 за САЩ, 2011 г.

млн. щ. д.	Износ на български суровини и материали за ЕС-28 (input)	Крайни продукти, произведени в ЕС-28 (output)	Износ на стоки от ЕС-28 за САЩ
Селско, ловно, горско и рибно стопанство	410	652 085	1 685
Добивна промишленост	41	217 757	3 718
Хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия	918	1 263 114	16 952
Текстил и продукти от текстил	133	240 795	4 942
Кожи и продукти от тях; обувки	18	64 417	93
Дървен материал и изделия от дървен материал и корк	45	169 010	899
Целулоза, хартия, печатане и възпроизвеждане на записани носители	85	558 739	2 792

⁶ Продуктите за крайно потребление = общо междинно потребление + данъци минус субсидии за продукти + корекции за международните условия на търговия (Cif/FOB) + директни покупки в чужбина от местни граждани + покупки на местна територия от нерезиденти + добавена стойност по базисни цени + международни транспортни надбавки.

Кокс, рафинирани нефтопродукти и ядрено гориво	130	710 047	22 207
Химикали и химически продукти	323	957 752	83 323
Каучук и пластмаси	132	353 456	6 321
Продукти от други неметални минерални суровини	136	291 472	3 947
Основни и преработени метали	1 460	1 342 204	24 205
Машини, невключени другаде	455	953 680	48 208
Електрическо и оптично оборудване	352	915 255	43 382
Транспортна техника	447	1 293 779	66 485
Производства, неклассифицирани другаде; рециклиране	158	298 929	948

Източник: WIOD, Евростат, изчисления на ИПИ

Като се има предвид размерът на изнасяните от България суровини и материали и използването им в производството на готови продукти в ЕС-28, приносът на страната в общата продукция е на стойност близо 17 000 млн. долара или 0,05% от произведеното в ЕС. Това означава, че българските продукти, които участват във веригата на предлагане България – ЕС-28 - САЩ са на стойност над 200 млн. щ. долара. Това е повече от половината от директния износ на български стоки за САЩ. Общата картина показва, че 2/3 от износа на България за САЩ е директен, а останалата 1/3 е чрез веригата на предлагане през ЕС-28.

Всичко това показва значимостта на свободната търговия и облекчаването на тарифните и нетарифните ограничения пред търговията между ЕС и САЩ. България може да спечели както от това, че е директен износител за САЩ, така и от това, че участва със суровини и компоненти в производството на редица стоки в ЕС, които впоследствие се изнасят за САЩ.

Внос от САЩ и потенциални ефекти върху потребителите

През 2013 г. България е внесла американски стоки на стойност над 262 млн. щатски долара, което представлява близо 1% от общия внос. Въпреки че по време на кризата (2009-2012 г.) стойността на вноса от САЩ се свива с 8%, през 2013 г. той се възстановява и нараства с 18% спрямо стойността си през 2012 година. Обемът на износа на България за презокеанската страна продължава да е по-голям и през 2013 г. е над един път и половина повече от вноса, но САЩ затвърждава позицията си и е 23-тият по големина вносител в България и 7-мият сред т.нар. трети страни, т.е. тези, които не са членки на ЕС.

Данните за вноса на продукти от САЩ през 2013 г. показват, че той е концентриран в няколко основни групи продукти. 14 от общо 99-те групи продукти по Комбинираната номенклатура формират над 80% от вноса, а първите три – над 50%.

Най-висок дял от вноса от САЩ заема групата на „електрическо и електронно оборудване“ на стойност 58,2 млн. долара през 2013 г., следвана от „машини, атомни реактори, бойлери и др.“ (53,6 млн. долара) и „минерални горива и масла“ (29,5 млн. долара). При две от групите се забелязва ръст за периода 2009-2013 г., а при всички групи продукти се наблюдава ръст през 2013 година. До третото тримесечие на 2014 г. България е внесла продукти на стойност над 300 млн. долара, което е повече от вноса през цялата 2013 г., така че очакванията са, че и през 2014 г. вносът е запазил възходящия си тренд.

Дори и по време на световната криза някои групи продукти продължават да бележат забележителен ръст. Така например вносът на дрехи „втора ръка“, ензими, сглобяеми конструкции и непреработен тютюн нарастват с около и над една трета за периода 2009-2013 година.

Внос на България от САЩ

	Стойност на вноса (хил. долари), 2013	Годишен ръст, 2009-2013, %	Дял в общия внос на България от САЩ, 2013, %
Общ внос от САЩ	262 277	-8	100,0%
Електрическо, електронно оборудване	58 198	5	22,2%
Машини, атомни реактори, бойлери и др.	53 624	-10	20,4%
Минерални горива, масла, дестилирани продукти	29 534	4	11,3%
Оптическа, фото, техническа, медицинска апаратура	22 852	-9	8,7%
Тютюн и преработени тютюневи продукти	7 996	32	3,0%
Пластмаси и пластмасови изделия	6 952	6	2,7%
Самолети, сателити и части за тях	6 479	-6	2,5%
Мебели, осветителни тела и др.	5 541	32	2,1%
Модифицирано нишесте, скорбяла, ензими	5 464	35	2,1%
Автомобилни превозни средства, трактори, мотоциклети и велосипеди и техните части	5 412	-42	2,1%
Разни видове хранителни продукти	4 699	8	1,8%
Плодове, citrusови и пъпешови кори	3 708	10	1,4%
Други конфекционирани текстилни артикули, асортименти и парцали	3 044	44	1,2%
Маслодайни семена, зърно, семена, плодове	2 979	-29	1,1%

Източник: Trade Map

Митата върху вносните стоки са една от сериозните пречки пред свободната търговия, достъпа до пазара и възможността за избор на потребителите измежду повече продукти с различни характеристики и различни цени. Високите мита от една страна са бариера пред търгуващите страни, а от друга – фактор за оскъпяване и ограничаване на потребителите и предприятията (когато приемащата страна внася производствени ресурси, а не готови продукти). Данните за външната търговия показват, че от общо 100 групи продукти, които България внася от САЩ, само 8 са с нулево мито. В същото време митата върху други групи продукти (млечни продукти, яйца, мед, месо, захар) са от порядъка на 40-50%.

При продуктите с най-голям обем на вноса митата варират от 0% (полупроводници, нефтен кокс, фъстъци) до 10% за автомобилните превозни средства. При повечето от останалите стоки с най-голям дял от вноса митата са сравнително високи, а при някои дори надхвърлят 5% - непереработен тютюн (8,7%), хранителни продукти (8,7%), поливинилхлорид (6,5%), употребявани облекла (5,3%).

Внос на България от САЩ

	Стойност на вноса (хил. долари)	Мито (%)
Електрическо, електронно оборудване	58 198	1,9
- Полупроводникови елементи	18 790	0
- Апарати за приемане, преобразуване, предаване или регенериране на глас, образ или на други данни	6 728	0

Машини, атомни реактори, бойлери и др.	53 624	1,3
- Входни или изходни единици, можещи да съдържат в един и същи корпус запаметяващи единици	3 835	0
Минерални горива, масла, дестилirани продукти	29 534	0,4
- Некалциран нефтен кокс	29 477	0
Оптическа, фото, техническа, медицинска апаратура	22 852	1,3
- Инструменти и апарати за физични или химични анализи	3 010	0,4
Тютюн и преработени тютюневи продукти	7 996	29,2
- Непреработени тютюни, частично или изцяло очистени от твърдите жилки	7 990	8,7
Пластмаси и пластмасови изделия	6 952	6,2
- Поливинилхлорид, в първични форми, несмесен с други вещества	4 116	6,5
Самолети, сателити и части за тях	6 479	1,5
- Части за самолети	5 694	1,6
Мебели, осветителни тела и др.	5 541	1,5
- Сглобяеми конструкции	3 794	2,7
Модифицирано нишесте, скорбяла, ензими	5 464	7,2
- Ензими	5 054	3,2
Автомобилни превозни средства, трактори, мотоциклети и велосипеди и техните части	5 412	8,6
- Автомобилни превозни средства	3 335	10
Разни видове хранителни продукти	4 699	9,5
- Хранителни продукти	3 482	8,7
Плодове, цитрусови и пъпешови кори	3 708	10
- Бадеми	3 373	1,8
Други конфекционирани текстилни артикули, асортименти и парцали	3 044	10,5
- Употребявани облекла и други употребявани изделия от текстил	2 312	5,3
Маслодайни семена, зърно, семена, плодове	2 979	0,4
- Фъстъци непечени	2 476	0

Източник: Trade Map

Планираното премахване (или силно редуциране) на митата чрез Трансатлантическото партньорство за търговия и инвестиции ще засегне над 40% от вноса на основните продукти, които се внасят директно от САЩ.

Основната група печеливши от премахването/намаляването на митата на вносните стоки са именно потребителите.

От една страна, всяко ограничаване на търговията концентрира ползи във фирмите от защитените индустрии за сметка на всички потребители. Протекционизмът по своята същност е политика на субсидиране от страна на държавата на определени пазарни участници, негативите от която поемат потребителите. От друга страна, засилването на конкуренцията на

вътрешните пазари пречи на създаването на монополи, понижава цените и разширява избора на потребителите. Според Робърт Гилпин⁷ световната търговия максимизира избора на потребителите, намалява цените и подпомага ефективното използване на оскъдните ресурси. В същото време отворените икономики спомагат за увеличаване на благосъстоянието на гражданите си и чрез разпространението на технологии и ноу-хау, което позволява развиващите се страни да настигат напредналите.

Допълнително трябва да се вземе предвид ефектът от намаляването на митата при вноса на американски стоки в ЕС, защото американски производители участват в т. нар. вериги на предлагането, при което ресурси и компоненти от САЩ се внасят от европейски производители, а след това готовата продукция се продава и в България. Освобождаването на стоките, внасяни в ЕС от САЩ, от мита ще увеличи потока от разнообразни продукти, което ще доведе до по-голям избор за потребителите и по-ниски цени - от една страна заради нулевото мито, а от друга заради по-голямата конкуренция. С глобализацията на икономиката, голяма част от стоките вече не се произвеждат изцяло в една държава, което прави свободната търговия един от най-важните фактори за икономически растеж, създаване на работни места и по-висок стандарт на живот за гражданите. През последните години две трети от вноса в ЕС са суровини, междинни стоки и компоненти, необходими на производителите в ЕС. Европейската комисия⁸ подчертава, че ограничаването на движението на стоки или повишаването на разходите за вноса би довело до увеличаване на разходите и намаляване на конкурентоспособността както в Съюза, така и в чужбина. Нещо повече, данните на ЕС за страните от ЕС показват, че увеличение на отвореността на икономиката с 1% води до повишение на производителността на труда с 0,6% през следващата година.

В крайна сметка свободната търговия и премахването на изкуствените бариери пред вноса и износа (мита и/или нетарифни ограничения) водят до огромни ползи както за икономиките като цяло, така и за потребителите на всяка свободнотъргуема стока и услуга.

Потенциални ефекти върху инвестициите на компании от САЩ в България

Данните на БНБ за преките чужди инвестиции от САЩ в България показват, че САЩ се нареждат на девето място сред най-големите чужди инвеститори в България. За периода 1996 г.- 2014 г. преките чужди инвестиции (ПЧИ) от САЩ в България възлизат общо на 1,468 млрд. евро бруто, което представлява 3,4% от всички ПЧИ за периода. Всъщност САЩ е единствената неевропейска страна в Топ 10 на чуждите инвеститори в България – останалите са страни-членки на ЕС, Русия и Швейцария.

ТОП 10 на най-големите страни-инвеститори в България за периода 1996-2014 г., млн. евро	
--	--

1. Нидерландия	7147,6
----------------	--------

⁷ Гилпин, Робърт, „Глобалната политикономия“, 2003

⁸ ЕК, „Политиките на Европейския съюз: Търговия“, 2014

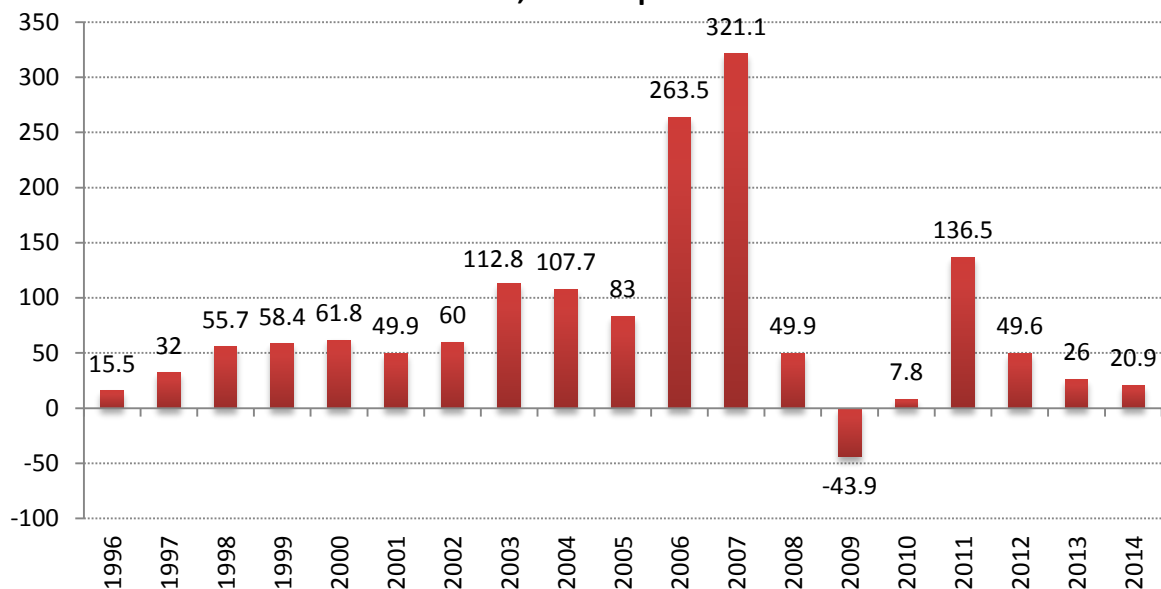
2. Австрия	5941,9
3. Гърция	3324,9
4. Великобритания	2549,0
5. Германия	2497,8
6. Кипър	2107,4
7. Русия	2038,3
8. Швейцария	1555,2
9. САЩ	1468,2
10. Италия	1410,3

Източник: БНБ

Тук трябва да се отбележи, че при някои от другите водещи страни-инвеститори в България се наблюдава един значителен дял на фиктивните чужди инвестиции. По-конкретно български собственици използват благоприятния данъчен режим в определени страни и регистрират чужди компании с български капитал, които впоследствие инвестират в България. Точно такива практики стоят зад отчетените от статистиката значителни инвестиции от Нидерландия, Швейцария, Кипър и др. под. страни. Тази схема се използва и за пране на пари или скриване на реалните (български) собственици/инвеститори по репутационни, данъчни или други съображения.

Инвестициите от САЩ, обаче, в общия случай са автентични, т.е. статистиката разкрива реален приток на американски компании в съществуващи или нови (на зелено) местни фирми. Динамиката на инвестиционните потоци показва, че след относително незначителен приток на американски преки чужди инвестиции до 2002 г., през 2003-2004 г. те за първи път надхвърлят 100 млн. евро на година. Най-силните години за инвестициите от САЩ – 2006 и 2007 г., съвпадат и с най-силния период за ПЧИ въобще за България, когато страната дори се нареди сред световните лидери по привлечени ПЧИ със съотношение на ПЧИ към БВП от близо 30% от БВП през 2007 година.

**Преки чужди инвестиции от САЩ в България за периода 1996- 2014
г., млн. евро**



Източник: БНБ

Най-големите американски инвеститори в България

Чужд инвеститор	Местно предприятие	Дейност	Местонахождение
American Standard	Идеал Стандарт - Видима	Производство на санитарна керамика и арматура	Севлиево
AES	ТЕЦ "ЕЙ И ЕС Гълъбово"	Производство на ток	София
Johnson Controls	Джонсън Контролс Електроникс България	Производство на електроника и софтуер за коли	София
Microsoft	Майкрософт България	Компютърни технологии и разработка на софтуер	София
Tumbleweed	Тъмбълуид – България	Разработка на софтуер	София
Hewlett Packard	Хюлет-Пакард България	Компютърни технологии	София
AMIS	АМИС България	Електроника	София
IBM	Ай Би Ем България	Компютърни технологии	София
VMWare	ВиЕмУеър България ЕООД	Компютърни технологии (виртуализации, облачна инфраструктура)	София
McDONALDS	Макдоналдс	Ресторантьорство	София

Източник: Агенция за инвестиции

Най-старата американска инвестиция (след началото на прехода) е тази на American Standard. През 1992 г. "Американ Стандарт", заедно със съществуващото държавно предприятие

„Видима”, създава българо-американското смесено дружество “Видима Идеал” в Севлиево, а през 1996 г. купува 77% от завода. През 1997 г. пък е построен вторият завод на компанията у нас - завод за производство на санитарна керамика “Идеал Стандарт България”, отново в Севлиево. През 2007 г. Американ Стандарт продаде инвестициите си и се изтегли от България.

Друга много сериозна инвестиция в промишлеността е тази на AES (“Ей И Ес”) в една от топлоелектрическите централни в комплекса Марица-Изток. През 1999 г. американската компания AES купува 88% от електроцентралата и започва да строи нови мощности в непосредствена близост до старата централа. Старата електроцентрала е изведена от експлоатация през 2010, а през юни 2011 г. са въведени в експлоатация новите мощности от 670 MW.

Прави впечатление, че голяма част от американските инвестиции в България са в сферата на високите технологии, електрониката и компютърните услуги – Майкрософт, Тъмбълуйд, Ай Би Ем, Хюлет Пакард, АМИС, ВиЕмУеър, Джонсънс Контролс. През последните години навлязоха и по-малки американски фирми за разработка на софтуер на българския пазар, като част от разработваните продукти се изнасят обратно за САЩ. Тези инвестиции стоят и зад резкия ръст на износа на компютърни услуги (разработка на софтуеър), който вече достига над 40% от общия износ на услуги от България за американския пазар.

Като цяло може да се предположи, че евентуалното подписване на Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции ще доведе до нарастване на инвестициите от САЩ за България поради следните причини:

1/ частта от споразумението, посветена на защитата на инвестициите, ще намали риска от национализация или други увреждащи действия от страна на страната-домакин (в случая – България) срещу съществуващи и потенциални инвеститори от САЩ.

2/ освобождаването на двустранната търговия между ЕС и САЩ от съществуващи тарифни и нетарифни бариери безспорно ще увеличи търговския стокообмен през Атлантическия океан (при равни други условия). Предвид това, че част от износа от България за САЩ се произвежда от дъщерни дружества на американски компании в България, то може да се очаква, че американските инвестиции както в съществуващи, така и в нови компании в страната ще се увеличат.

3/ Сериозната разликата в заплащането на труда, която ще се запази в дългосрочен план, ще продължи да насърчава инвестициите от американски компании в България, особено що се отнася до трудоемките отрасли, където трудът е основният входящ ресурс (т.е. фактор за производство). Това конкурентно предимство на България по линия на разходите за труд, подкрепено от по-ниските преки данъци, ще остане основен фактор за привличането на инвестиции от САЩ в България в средно- и дългосрочен план.

Изводи и заключение

Направеният анализ показва нарастващото значение на американския пазар за българските производители на стоки и услуги. Балансът във взаимната търговия остава положителен за България, като износът за САЩ е около 1,5 пъти по-голям от вноса от този пазар. Износът както на стоки, така и на услуги от България за САЩ се увеличава с двуцифрени темпове през последните пет години, като САЩ вече се нарежда сред основните износни пазари за България извън ЕС. Този ръст е особено впечатлителен, ако се отчита фактът, че около 50% от износа на стоки се облага с мита.

Един от разпространените митове около подготвяното споразумение за свободна търговия между ЕС и САЩ е, че митата във взаимната търговия са относително ниски и тяхното премахване не би имало особен ефект. В случая на България и нейния износ за САЩ, обаче, това не е точно така, защото половината от износа се облага с мита. Т.е. очакваното премахване на митата във взаимната търговия би имало преки положителни ефекти за половината от българския износ за американския пазар. Още повече, че за близо 40% от стоковия износ митническата бариера е относително висока (над 2%), а за редица стоки митата достигат двуцифрени числа. Т.е. прекият позитивен ефект ще бъде особено изявен за около 40% от българския износ.

Друг популярен мит гласи, че България като цяло не произвежда конкурентни стоки и съответно износът на страната не е конкурентен. От прегледа на данните се вижда, че за САЩ около $\frac{3}{4}$ т износа на стоки от България е високо конкурентен, т.е. с индекс на разкритите сравнителни предимства над единица. Ако се премахнат митата във взаимната търговия, може да се очаква, че и продукти, които са по-ниско конкурентни и в момента не се изнасят за САЩ, ще успеят да проникнат на американския пазар. Това се потвърждава от сегашния износ на няколко български продукта, които са с индекс на разкритите сравнителни предимства под единица, т.е. не са особено конкурентни, но се радват на нулево мито за пазара на САЩ.

Освен прекия износ на стоки от България за САЩ, при анализа на ефектите от ТПТИ върху износа от България трябва да се отчитат и непреките ефекти по линия на т.нар. вериги на предлагането. Български фирми все по-активно се включват в такива вериги на предлагането последните години, като стават доставчици на материали и компоненти за големи европейски производители. Последните продават част от крайните си продукти и на американския пазар, което реално представлява непряк износ от България за САЩ.

По оценка на ИПИ, непрекият износ на стоки от България за САЩ посредством такива вериги на предлагането възлиза на около 200 млн. долара. Ако се съпостави с обема на прекия износ на стоки от България за САЩ, който за 2013 г. е около 400 млн. долара, то целият износ на стоки от България за САЩ достига около 600 млн. долара или непрекият износ представлява около $\frac{1}{3}$ от този износ.

Към износа на стоки трябва да се добави и износът на услуги за около 300 млн. долара (за 2013 г.). По този начин целият износ на България от САЩ достига около 900 млн. долара или около 840 млн. евро по сегашния курс на долара⁹.

⁹ Към 23.04.2015 г.

Ще се отнася до износа на услуги, заложените цели на ЕК за премахване на редица нетарифни бариери пред този износ от ЕС за САЩ, ако бъдат постигнати, също ще имат пряк положителен ефект върху износа от България. Целите на ЕК касаят пряко бизнес услугите, морския транспорт, финансовите и застрахователните услуги, комуникационните услуги, които са над 20% от българския износ на услуги за САЩ, т.е. може да се очаква ръст на износа на такива услуги. Паралелно с това може да се очаква, че облекчените условия за износ на услуги от ЕС към САЩ ще открият възможности за износ и на други услуги, който в момента не се осъществява заради високите нетарифни бариери.

Освен това трябва да се отчита и фактът, че някои от основните износители на стоки и услуги от България за САЩ са американски инвеститори в България. САЩ са 9-тият най-голям инвеститор в България според данните за кумулативните преки чужди инвестиции в страната за периода от 1996 до 2014 година. За този период американски компании са инвестирали около 1,5 млрд. евро бруто в България, което представлява 3,4% от всички ПЧИ за периода. За разлика от някои други водещи инвеститори на българския пазар като Кипър, Холандия и Швейцария, при които инвестициите в голяма степен отразяват използването на благоприятния данъчен режим в тези страни от страна на български предприемачи, инвестициите от САЩ са автентични, т.е. те в болшинството си отразяват приток на американски капитал.

Прави впечатление, че голяма част от американските инвестиции в България са в сферата на високите технологии, електрониката и компютърните услуги – Майкрософт, Тъмбълуид, Ай Би Ем, Хюлет Пакард, АМИС, ВиЕмУеър, Джонсънс Контролс са част от примерите. През последните години навлязоха и по-малки американски фирми за разработка на софтуер на българския пазар, като част от разработваните продукти се изнасят обратно за САЩ. Тези инвестиции стоят и зад резкия ръст на износа на компютърни услуги (разработка на софтуер), който вече достига над 40% от общия износ на услуги от България за американския пазар.

Може да се предположи, че евентуалното подписване на Трансатлантическо партньорство за търговия и инвестиции ще доведе до нарастване на инвестициите от САЩ за България поради следните причини:

1/ Освобождаването на двустранната търговия между ЕС и САЩ от съществуващи тарифни и нетарифни бариери безспорно ще увеличи търговския стокообмен през Атлантическия океан (при равни други условия). Предвид това, че част от износа от България за САЩ се произвежда от дъщерни дружества на американски компании в България, то може да се очаква, че американските инвестиции както в съществуващи, така и в нови компании в страната също ще се увеличат.

2/ Частта от споразумението, посветена на защитата на инвестициите, ще намали риска от национализация или други увреждащи действия от страна на страната-домакин (в случая – България) срещу съществуващи и потенциални инвеститори от САЩ.

3/ Сериозната разликата в заплащането на труда, която ще се запази в дългосрочен план, ще продължи да насърчава инвестициите от американски компании в България, особено що се отнася до трудоемките отрасли, където трудът е основен входящ ресурс (т.е. фактор за производство). Това конкурентно предимство на България по линия на разходите за труд,

подкрепено от по-ниските преки данъци, ще остане основен фактор за привличането на инвестиции от САЩ в България в средно- и дългосрочен план.

Освен върху износа на стоки и услуги от България за САЩ и инвестициите на американски компании на българския пазар, подготвяното споразумение ще засегне и вноса на американски стоки на българския пазар. Данните за външната търговия показват, че от общо 100 групи продукти, които България внася от САЩ, само 8 са с нулево мито. В същото време митата върху някои групи продукти (млечни продукти, яйца, мед, месо, захар) са от порядъка на 40-50%. Планираното премахване (или силно редуциране) на митата чрез ТПТИ ще засегне над 40% от вноса на основните продукти, които се внасят директно от САЩ.

В крайна сметка свободната търговия и премахването на тарифните и нетарифните бариери пред вноса и износа водят до значителни ползи както за икономиките като цяло, така и за потребителите на всяка свободно търгуема стока и услуга. Планираното споразумение между ЕС и САЩ няма да бъде изключение. Преките положителни ефекти от ТПТИ специално за България ще дойдат по линия на прекия и непрекия износ на стоки и услуги за САЩ, който расте със всяка следваща година и превръща САЩ във все по-важен експортен пазар за България. Инвестициите от САЩ за България също ще получат тласък, тъй като премахването на тарифните и нетарифните пречки пред износа ще насърчи износа, а част от този износ се прави именно от американски фирми в България. Не на последно място, потребителите в България също ще спечелят от споразумението, тъй като около 40% от вноса от САЩ в момента се облага с мита.

Използвана литература

Данни

Българска агенция за инвестиции (БАИ)

Българска народна банка (БНБ)

Евростат

Национален статистически институт (НСИ)

The World Input-Output Database (WIOD)

Trade Map

Изследвания и публикации

Austrian Foundation for Development Research, Baldwin, R., Global manufacturing value chains and trade rules, 2012

Bizzarri, K., A Brave New Transatlantic Partnership. The proposed EU-US Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP/TAFTA) and its socio-economic & environmental consequences, 2013

CDP, Supply Chain Sustainability Revealed: A Country Comparison, Supply Chain Report 2014–15, 2015

Centre for Economic Policy Research, Reducing Transatlantic Barriers to Trade and Investment, 2013

Centre for Economic Policy Research, Transatlantic Trade and Investment Partnership - The Economic Analysis Explained, 2013

Congressional Research Service, Proposed Transatlantic Trade and Investment Partnership (T-TIP): In Brief, 2014

De Gucht, K. (2014): The Transatlantic Trade and Investment Partnership: Where do we stand on the hottest topics in the current debate? In: European Commission, SPEECH/14/52. http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-14-52_en.htm (03/06/2014)

Department of Jobs, Enterprise and Innovation, Ireland, TTIP impact in Ireland, 2015

European Central Bank, Global value chains: a view from the euro area, 2015

European Commission, Report: Online public consultation on investment protection and investor-to-state dispute settlement (ISDS) in the Transatlantic Trade and Investment Partnership Agreement, 2015

European Commission: Impact Assessment Report on the future of EU-US trade relations, Commission, Staff Working Document, 2013

European Commission, Small and Medium Sized Enterprises and the TTIP, 2015

European Commission: Transatlantic Trade and Investment Partnership: The Economic Analysis Explained, 2014

Felbermayr, G.J./Larch, M. (2013a): The Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP): Potentials, Problems and Perspectives. In: CESifo Forum, 2013

Fries, Robert & Akin, Banu, Value Chains and Their Significance for Addressing the Rural Finance Challenge, 2004

James E. Anderson, Mario Larch, Yoto V. Yotov, On the Effects of the Transatlantic Trade and Investment Partnership on Trade and Capital Accumulation, 2014

OECD, Implications of Global value Chains for Trade, Investment, Development and Jobs, 2013

OECD, Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains, 2013

OECD, WTO and World Bank Group, GLOBAL VALUE CHAINS: CHALLENGES, OPPORTUNITIES, AND IMPLICATIONS FOR POLICY, 2014

Prof. Dr. Christian Tietje, The Impact of Investor-State-Dispute Settlement (ISDS) in the Transatlantic Trade and Investment Partnership, 2014

Prof. Gabriel Felbermayr, Ph.D., Benedikt Heid, Sybille Lehwald, Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Who benefits from a free trade deal?, 2013

Supply Chain Insights, Supply Chains to Admire, 2014

Гилпин, Робърт, Глобалната политикономия, 2003

Европейска комисия, Политиките на Европейския съюз: Търговия, 2014