



ТУРЦИЯ КАТО ТЪРГОВСКИ ПАРТНЬОР НА БЪЛГАРИЯ – ПОТЕНЦИАЛ И РЕАЛНОСТИ

TÜRKIYE AS A TRADE PARTNER OF BULGARIA – POTENTIAL AND REALITIES

Габриела Иванова Василева

Магистърска програма „Международен
бизнес и развитие,, Нов български
университет
gabriela.vasileva17@gmail.com

Gabriela Ivanova Vasileva

Master program “International Business
and Development”, New Bulgarian
University
gabriela.vasileva17@gmail.com

Резюме: Целта на настоящата статия е да разгледа основните теоретични концепции и детерминанти, които са заложени в разбирането на международната търговия, поставяйки ги в контекста на двустранното търговско сътрудничество между България и Турция. Основните статистически данни са за периодът 2005–2019 г. като се разглежда и ефектът по време на и в резултат на Covid пандемията. Разгледан е стокообменът на двете държави, както и инвеститорският интерес на Турция в ключови сектори в България, включително потенциалът при реализиране на двустранния туристически поток.

Ключови думи: икономически теории, отворена икономика, търговски стокообмен, търговия между България и Турция

Abstract: The purpose of this article is to examine the main theoretical concepts and determinants that are embedded in the understanding of international trade, putting them in the context of bilateral trade cooperation between Bulgaria and Türkiye. The main statistics are obtained for the period 2005–2019, considering the effect during and as a result of the Covid pandemic. The exchange of goods between the two countries was examined, as well as Türkiye’s investor interest in key sectors in Bulgaria, including the potential for realizing the bilateral tourist flow.

Keywords: economic theories, open economy, exchange of goods, trade between Bulgaria and Türkiye

1. Въведение

Международната търговия представлява концепцията за обмен на стоки и услуги между търговци със седалища, съответно местожителства в различни държави. От началото на 20-ти век международната търговия се развива с бързи темпове, което се обяснява с нарастването на световните производителни сили, задълбочаващото се международно разделение на труда и научно-техническият напредък. Крайният резултат е разбирането, че всички участващи страни извличат полза от търгуването помежду си. Държавите създават и развиват външноикономически връзки, за да повишат конкурентоспособността на националната си икономика и да подобрят благосъстоянието на населението си. Основно изражение на тези външноикономически връзки е външната търговия, а именно покупко-продажбата, съответно внос и износ, на различни материални блага, услуги и стоки. В състава на всяка съвременна национална икономика основно място наред с вътрешния сектор заема външноикономическият сектор като естествено продължение на участието в международното стопанско пространство. Държавите предприемат както различни външни политики, така и валутни такива, като механизъм за въздействие върху външноикономическите отношения.

Основната задача, която тази статия си поставя е да разгледа основните теоретични концепции и детерминанти, които са заложили в разбирането на международната търговия и да даде реален пример за реализиране на външно-търговски отношения, изследвайки стокообмена между България и Турция. Във външноикономическата политика на България тези двустранни отношения

са от ключово значение. Освен близкото историческо минало, допирните точки в културни аспекти и непосредственото съседство Турция е водещ търговски партньор за България извън рамките на Европейския съюз. Обратната тенденция също се забелязва през последните години, тъй като с увеличаващия се стокообмен и добре подготвената договорно-правна основа България стремително се придвижва към топ 10 партньори в турската външна търговия.

2. Преглед на литературата

2.1 Теории за обяснение на международната търговия

Анализът на различни тенденции в международната търговия налага на първо време разбиране на основните теоретични концепции, развивали се през историята.

Един от най-ранните опити за разработване на икономическа теория е теорията на меркантилизма от 16-ти век. Меркантилистите твърдят, че една държава трябва да увеличи своите запаси от злато и сребро, насърчавайки вноса и ограничавайки износа, тъй като според тях богатството на държавата се определя именно от количеството на тези благородни метали. Физиокрацията от своя страна изхожда от твърдението, че богатството се постига чрез едностранно производство само в земеделския сектор. Заедно теориите на меркантилизма и физиокрацията поставят основите на анализа на икономическите процеси.

Британският икономист и философ Адам Смит поставя теорията на меркантилизма под съмнения в своя труд „Богатството на народите“ (1776), като смята

та, че всяка страна има спрямо другите някакви абсолютни предимства при производство на определени стоки, въз основа на което може да се специализира в определени производства и да извлече максимални изгоди във външната си търговия (Кънев, 1999, р.184). Абсолютното предимство може да бъде обяснено по следния начин: с единица от определен ресурс дадена страна произвежда по-голямо количество продукция от друга и обратното – за производството на единица продукт в дадена страна се разходват по-малко ресурси, отколкото в друга. Така при търговията между две държави всяка от тях внася в другата стоката, за производството на която има абсолютно предимство. Адам Смит вероятно е първият, който разглежда ефекта от размера на пазара върху специализацията и следователно върху разменените обеми.

Предизвикателството пред теорията за абсолютното предимство е, че някои страни може да са по-добри в производството и на двете стоки и следователно да имат предимство в много области, а други да нямат абсолютни предимства в никакво отношение. Така Дейвид Рикардо стига до заключението, че международното разделение на труда се основава не на абсолютното, а на сравнителното предимство. Една държава има сравнително предимство в производството на тези стоки, за които абсолютните предимства са по-големи или абсолютните недостатъци по-малки. Сравнителното предимство се фокусира върху относителните разлики в производителността, докато абсолютното предимство разглежда абсолютната производителност (John Mariadoss, 2018, Chapter 2.1.). Рикардианският модел намира по-подходящо обяснение при световната икономика преди Втората световна война, когато разликите в производствени-

те технологии между индустриалните страни и развиващите се страни са били значителни. Теориите на А. Смит и Д. Рикардо формират класическата школа. Икономическият анализ е разгледан и школата на Маркс. Той приема от класическата школа разбирането, че трудът е основният източник на стойността. Марксизмът се основава върху тезата, че начинът на производство определя социално-политическия живот на обществото. Преминавайки през маржинализма и австрийската школа, които заменят значението на стойността с теорията за пределната полезност, стигаме до „неокласическия синтез“ силно повлиян от идеите на Кейнс.

Важни са и съображенията, които Кейнс прави за ролята на международната търговия. Кейнсианската теория е разработена в резултат на извличане на поука от Голямата депресия (1929–1933 г.) и последващата нова депресия (1937–1938 г.) като метод за реагиране в състояние на криза. В основата на теорията на Кейнс стои твърдението, че съвкупното търсене – измерено като сума от разходите на домакинствата, бизнеса и правителството – е най-важната движеща сила в една икономика. Освен това Кейнс твърди, че свободните пазари нямат механизми за самобалансиране, които да водят до пълна заетост. Равновесието е динамично състояние на икономиката, а държавата има ролята на активен фактор, тъй като „пазарът не може да се върне към стабилност сам“. Кейнсианците оправдават държавната намеса чрез различни политики, които целят постигане на пълна заетост и стабилност на цените (Jahan, Saber Mahmud and Papageorgiou, 2014). Иначе казано кейнсианската теория твърди, че правителството трябва да увеличи търсенето, за да стимулира растежа. Кейнсианците вярват, че потре-

бителското търсене е основната движеща сила в една икономика. В резултат на това теорията подкрепя експанзионистичната фискална политика. Основните му инструменти са държавните разходи за инфраструктура, обезщетения за безработица и образование (Amadeo, 2018).

В отговор на зараждащите се нови тенденции след Втората световна война в международната икономика на преден план излиза моделът на теоремата Хекшер–Олин. Тя се основава на предположението, че страните имат идентични производствени технологии. Основното прозрение на този модел е, че търгуваните стоки са сбор от фактори (земя, труд и капитал). Следователно обменът на стоки в международен план е непряк арбитраж на факторите, прехвърлящ услугите на иначе неподвижен фактор на производство от места, където тези фактори са в изобилие, към места, където са оскъдни. Може би най-важното следствие на този модел е, че опцията за външно продаване на факторни услуги трансформира местния пазар за факторни услуги в глобален пазар. (Leamer, 1995) Една държава с изобилие на фактора на труда, но ограничен капитал ще изнася повече стоки, произведени по трудоемки технологии, отколкото капиталоемки стоки и обратното.

2.2 Детерминанти за развитието на външноикономическите връзки

Степента на „отвореност“ или „затвореност“ на външнополитическата ориентация на една държава е една от основните детерминанти на външноикономическия пазар. „Затворена“ е тази икономика, която няма никакъв експорт/износ или импорт/внос, тоест не осъ-

ществява никаква търговия извън пределите на границите си. Затворените икономики противоречат на съвременната либерална икономическа теория, която насърчава отварянето на вътрешните пазари към международните пазари, за да се възползват от сравнителните предимства и търговията (Majaski, 2020). Обратно, „отворената“ икономика на една държава се изразява в свободното ѝ и активно външно търгуване. Кейнсианската теория, която разгледахме по-горе изхожда от примера за една „затворена“ икономика и обръща по-голямо внимание на вноса, отколкото на износа. Кейнс обаче въвежда и своя анализ върху „отворената“ икономика, като отбелязва, че: търговията може да промени величината на вътрешния мултипликатор на заетостта; намаляването на паричните заплати би влошило условията на търговия и следователно ще намали реалния доход, като същевременно може да подобри търговския баланс; стимулиране на местни инвестиции или чуждестранни инвестиции може да увеличи на растежа на вътрешната заетост.

Съвременната икономическа действителност е тази на глобализиращия се свят. Държавите и образуванията в тях са все по-зависими и се стремят към партньорства и отвореност на своите икономики. Създаването на ГАТТ и Световната търговска организация са пример за въвеждане на условия за по-добро търговско партниране между държавите. Имаме множество примери за регионални и мащабни интеграционни общности, в чиято основа е заложено формирането на общ пазар. Най-успешния такъв пример е Европейският съюз, който освен това от 2009 г. е придобил и собствена правосубектност.

Един от най-простите методи за измерване на степента на отвореност на

една държава е определянето на това какъв процент заема търговията от нейното БВП. Има различни модели на отвореност – тотална отвореност или селективна, т.е. по отношения на конкретни отрасли или страни. Макар че има държави с по-ниска степен на отвореност, не съществуват държави, които са напълно затворени и самодостатъчни.

Пример за сътрудничество между две отворени икономики е двустранното търговско партньорство между България и Турция. За да се отчете перспективата в задълбочаване на техните отношения, на първо място трябва да се направи общ макроикономически поглед върху икономиката на Турция.

3. Основни тенденции в икономическото развитие на Турция

Турция е държава разположена в югоизточната част на Европа и Югозападна Азия, граничеща с Черно море. Съседните страни включват Армения, Азербайджан, България, Грузия, Гърция, Иран, Ирак и Сирия. Площта на държавата е 785,4 хил. кв. км с гъстота на населението от 107 души на кв. км и общо население от 85,042 млн. души (към 2021 г. по данни на Световната банка) с годишно увеличение от 1 млн. души. Турция има стратегическо местоположение, което ѝ позволява да контролира турските протоци, които свързват Черно и Егейско море. Държавата е определяна като развиваща се както според Световната банка, така и според МВФ и една от новоиндустриализираните страни в света. Предимства на Турция са силната средна класа, младото и добре образовано население (средна възраст 32,7 г.) и силното чувство за предприемачество. Турция има смесена икономика, в коя-

то има нарастващ частен сектор комбиниран с централизирано икономическо планиране и правителствена регулация. Валутата на държавата е турската лира с курс 1 TRY = 0,11 BGN.

Брутният вътрешен продукт на държавата за 2019 г. се равнява на 761 млрд. текущи щат. долари с 0,89% годишен растеж. Най-високи стойности от периода 2005–2019 г. се отчитат през 2013 г. с БВП от 957,7 млрд. щ.д., а най-ниски през 2005 г. – 408,8 млрд. щ.д. Съответно БВП на глава от населението за 2019 г. се равнява на 9,121 текущи щ.д. с отрицателен годишен растеж от -0,43%. Публичният дълг на Турция за 2020 г. се равнява на 39,2% от БВП с тенденции за спад от 2 процентни пункта през следващата година. Растежът на Турция и структурните реформи, осъществени през последното десетилетие и половина, я поставиха в радар на много международни инвеститори. Според пазарите на ПЧИ Турция е 9-тата най-популярна дестинация за ПЧИ със 160 проекта в цяла Европа през 2020 г., като запази класацията си през 2019 г. и същевременно увеличи дела си в цяла Европа от 3% през 2019 г. на 3,1% през 2020 г., въпреки тежките последици на Covid-19. Освен това, в рамките на партньорските си страни в развиваща се Европа, Турция беше класирана като втората най-популярна дестинация за ПЧИ след Полша, с 16 процента дял през 2020 г., спрямо 3-то място през 2019 г. (Invest.gov.tr, 2019). Най-много инвестиции са привлечени от финансовия и производствения сектор, а водещите инвеститори са от Европа, Северна Америка и страните от Персийския залив, както и делът на Азия забележимо нараства. За 2019 г. притока на преките чуждестранни инвестиции представлява 1,2% от БВП на Турция. С цел привличане на

повече ПЧИ Турция е разработила план за периода 2021–2023 г.

Политиката водена от държавния глава Реджеп Таип Ердоган води до срив на лирата през 2018 г. (до средата на август 2018 г. с обезценяване от 82% спрямо щат.долар), когато е и най-високият процент на инфлацията за периода 2005–2019 г. годишно на база потреби-

внимание към сектора на услугите си, най-вече към туризма, комуникациите и транспорта, като в същото време намаля зависимостта си от селскостопанските и промишлените аспекти. Турската икономика е от отворен тип, като към 2019 г. търговията представлява 62,6 % от БВП на държавата. Тенденцията, която се забелязва в периода 2005–2019 г. е,



Фигура 1. Инфлация, потребителски цени (годишен %), Турция

Източник: WB – Индикатори за световно развитие

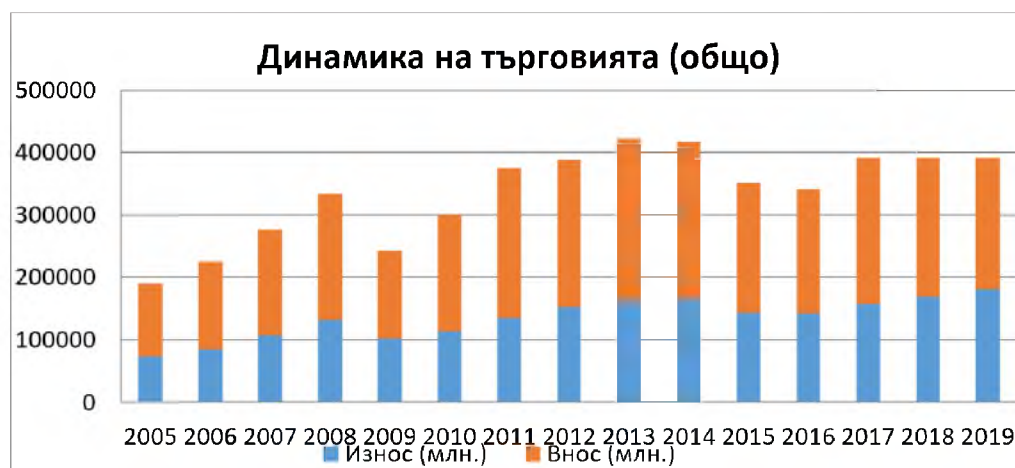
телските цени от 16,3%. Към 2020 г. се забелязва тенденция за овладяване на кризата и понижаване на инфлационния процент до 12,3%.

Трите основни икономически сектора към 2020 г. са: сектора на услугите 54,2 % от БВП; промишления отрасъл, включително строителната индустрия 28 % от БВП; селско, горско и рибно стопанство 6,7 % от БВП. Разглеждайки промяната в тези отрасли от 2005 г. насам най-значително е намалял земеделският сектор с около –3 процентни пункта за сметка на промишлеността +3 процентни пункта и услугите +1 процентен пункт. Това доказва, че през последното десетилетие Турция насочва повече

че турската икономика зависи предимно от вноса, който през целия период почти двойно надхвърля износа.

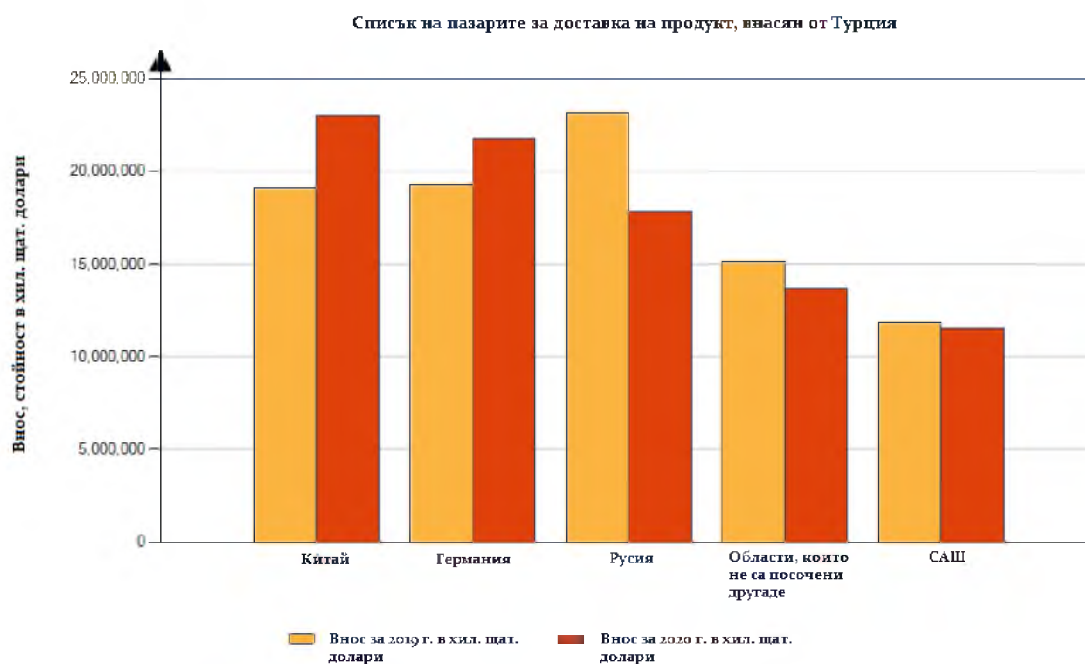
Водещите търговски партньори на Турция в износа са Германия, Великобритания, Ирак, Италия, САЩ, които остават непроменени от 2019 г. до 2020 г. Същевременно във вноса партньорите за 2020 г. са – Китай (10,5 % от вноса), Германия (9,9%), Русия (8,1%), САЩ (5,3%) и Италия (4,2%). Тук забелязваме размяна на 1-ва и 3-та позиция, като през 2019 г. на първо място във вноса е била Русия.

Голяма част от търговския поток на Турция се осъществява посредством България. Тя се явява като мост за дос-



Фигура 2. Динамика на търговията на Турция (млн. евро)

Източник: ITC – TradeMap Търговска статистика за развитие на международния бизнес



Фигура 3. Списък на партньорите на Турция във вноса

Източник: ITC Изчисления, базирани на Турския Статистически институт. (TURKSTAT) от януари 2015 г. ITC изчисления базирани на статистиката на UN COMTRADE до януари 2015 г.

търп на турските компании до европейските пазари. България е стратегически значима за Турция по отношение на логистика, но и важен търговски партньор.

4. Двустранен външнотърговски режим

България и Турция имат добри дипломатически отношения между интензивни съседни и регионални партньори, съюзници в НАТО. България подкрепя продължаването на преговорите за членство на Република Турция в Европейския съюз. От 1995 г. действа и митнически съюз между Турция и Европейския съюз с цел задълбочаване на двустранната търговия. Той обхваща всички промишлени стоки, но не засяга селското стопанство (с изключение на преработените селскостопански продукти), услугите или обществените поръчки.

Двете държави имат добре изградена договорно-правна база на двустранно сътрудничество, а сред основополагащите документи са:

- Договорът за приятелство, добросъседство, сигурност и сътрудничество, подписан на 6.05.1992 г.;
- Спогодба за сътрудничество в областта на търговията и икономиката, промишлеността и технологиите (денонсирана);
- Спогодба за избягване на двойното данъчно облагане;
- Спогодба за взаимна защита и насърчаване на инвестициите;
- Споразумение за сътрудничество в областта на туризма;
- Спогодба за сътрудничество и взаимопомощ в митническата дейност;
- Спогодба за сътрудничество в областта на енергетиката и инфраструктурата;
- Подписването на Декларацията за Черноморско икономическо сътрудни-

чество от двете страни от 1992 г., както и на Ялтенската декларация от 1998 г., възможности за развитие на търговско-икономическите отношения между двете страни;

- Споразумение за икономическо сътрудничество между Република България и Република Турция от 2013 г.

Друг важен аспект в двустранните отношения е и членството на България в основаната по турска инициатива Организация за черноморско сътрудничество в Истанбул през 1992 г. Тази регионална организация цели за задълбочаване на двустранното и многостранно сътрудничество между държавите членки, подобряване на бизнес средата за икономическо сътрудничество чрез различни инициативи и проекти. През 2013 г. е създадена Българо-турската търговско-индустриална камара за взаимноизгодно сътрудничество и партньорство между бизнеса на двете държави.

5. Динамика на двустранната търговия

За 2020 г. Турция заема 3-то място във вноса на България и 5-то място в износа. За 2019-та година общия стокообмен между двете държави се равнява на 5, 054 млрд. щ.д. със спад от -2% спрямо предходната година. През периода 2005–2019 г. промяната в стокообмена е 2,1 пъти. За периода 2010–2015 г. вносът от България почти двойно е надвишавал износа. През 2019 г. обаче вносът от България е с -12% по-малък от износа за България.

За 2019 г. България заема 1,29% в общата търговия на Турция, същевременно Турция представлява 7,10% от общата търговия на България като и в двата случая делът в износа е по-висок макар и минимално.

Таблица 1. Двустранна търговия между България и Турция (млн. долари)

Година	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Общ стокообмен	2 369	3 231	4 012	3 992	2 502	3 200	4 097	4 439	4 947	5 042	3 930	4 524	5 576	5 171	5 054
Износ (млн.)	1 179	1 568	2 060	2 152	1 386	1 497	1 623	1 685	2 136	2 117	1 676	2 384	2 803	2 670	2 669
Внос (млн.)	1 190	1 663	1 952	1 840	1 117	1 703	2 475	2 754	2 811	2 925	2 254	2 140	2 773	2 501	2 385
Търговско салдо	-11	-95	109	312	269	-205	-852	1069	-675	-807	-578	244	30	168	284

Източник: ИТС – TradeMap Търговска статистика за развитие на международния бизнес

6. Стокова структура на двустранната търговия

Топ 10 най-внесяни продуктови групи в Турция от България за 2019 г. са:

1. Минерални горива, минерални масла и продукти от тяхната дестилация; битуминозни материали
2. Мед и изделия от мед
3. Електрически машини и апарати, електроматериали и техните части
4. Чугун, желязо и стомана
5. Олово и изделия от олово

6. Пластмаси и пластмасови изделия
7. Цинк и изделия от цинк
8. Остатъци и отпадъци от хранителната промишленост; приготвени храни за животни
9. Неорганични химични продукти; неорганични или органични съединения на благородни метали
10. Житни растения

През 2018 г. продуктовата група на оръжия, муниции и техните части и принадлежности е заемала 6-то място на внасяните от България продукти и стойността им е била 100,8 млн. щ.д., до-



Фигура 4. Внос на Турция от България

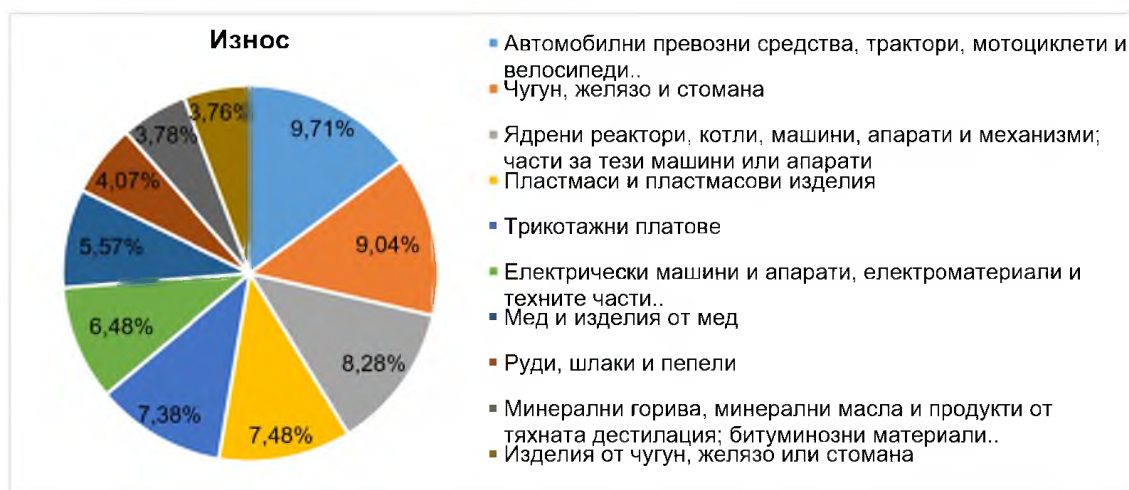
Източник: ИТС – Търговска статистика за развитие на международния бизнес

като през 2019 г. тази продуктова група дори не влиза в топ 10 и стойността им е спаднала на 24,1 млн. щ.д. Значително е спаднал и вносът на стъкло и изделия от стъкло, като през 2018 г. стойността на вноса е бил 64,8 млн. щ.д., а през следващата година възлиза на 43,9 млн. щ.д. По последни данни налични за 2020 г. става ясно, че топ 1 продуктова група на минералните горива значително спа-

(калцинирана сода) необработен цинк, с тегловно съдържание на цинк, по-малко от 99,99 %.

За 2019 г. водещите продуктови групи в износа на Турция за България са:

1. Автомобилни превозни средства, трактори, мотоциклети и велосипеди
2. Чугун, желязо и стомана



Фигура 5. Износ на Турция за България

Източник: ITC – TradeMap Търговска статистика за развитие на международния бизнес

да с -66% и отстъпва първото място на меда и изделията от мед, чиито внос нараства с 37%. Сред водещите продукти внасяни от България за 2019 г. са: масла от петрол или битуминозни минерали, предназначени да преминат през определен процес; рафинирана мед; комплекти проводници за запалителни свещи и други комплекти проводници от видовете, използвани в транспортните средства; рафинирано олово; отпадъци и отломки от чугун, желязо или стомана (скрап); полипропилен; какаова маса; несплавен цинк; динариев карбонат

3. Ядрени реактори, котли, машини, апарати и механизми; части за тези машини или апарати
4. Пластмаси и пластмасови изделия
5. Трикотажни платове
6. Електрически машини и апарати, електроматериали и техните части
7. Мед и изделия от мед
8. Руди, шлаки и пепели
9. Минерални горива, минерални масла и продукти от тяхната дестилация; битуминозни материали

10. Изделия от чугун, желязо или стомана

Основната промяна за 2019 г. спрямо предходната година забелязваме най-вече при продуктовата група на ядрените реактори, чиито стойности на износа са нараснали с 9%, при трикотажните платове има спад от -11%, при меда и изделията от мед увеличение с 11%, износет на руди, шлаки и пепели е нараснал с 50%, а на минералните горива с 10%. През 2018 г. на 10-то място в износа е била продуктовата група на синтетични или изкуствени нишки със стойност от 79,7 млн. щ.д. а през 2019 г. тази стойност е намаляла на 55,2 млн. щ.д. През 2020 г. тенденциите сочат към повишаване на износа на продуктова група на ядрените реактори с 5%, на рудите, шлаки и пепели със 74%, на меда с 20% и на чугуна, желязо и стомана с 6%. На по-ниско продуктово ниво (6) най-изнасяните продукти от Турция за България са: медни руди и техните концентрати, електрическа енергия; автомобили и други моторни превозни средства, предназначени основно за транспорт на до 10 души; трикотажни платове с ширина, превишаваща 30 cm, съдържащи тегловно 5 % или повече; изделия от вулканизиран каучук (с изключение на твърд каучук); боядисани памучни тъкани, плетени или плетени, с ширина до 30 cm; тел от рафинирана мед, с максимален размер на напречното сечение до 6 m; електрически проводници, за напрежение ≤ 1.000 V, изолирани, без конектори; плосковалцовани продукти от желязо или нелегирана стомана; необработени алуминиеви сплави.

7. Реализиране на преки чуждестранни инвестиции. Състояние на туристическите отношения

Европейският съюз е най-големият търговски партньор на Турция. Превозът на стоки до европейските пазари се осъществява предимно чрез сухопътните мрежи преминаващи през България. Поради тази причина транспортната инфраструктура и логистиката в България представляват интерес за турските инвеститори. Освен това турският бизнес интерес в България е насочен към сектора на търговията със стъкло, металургията, хранително-вкусовата, химическа и текстилна промишленост, автомобилната индустрия, строителството. Една от идеите на турското правителство е създаване на съвместен логистичен център. По данни на БНБ за 2021 г. нетния поток на чуждестранни инвестиции от Турция се равнява на 1 084 млрд.

Сред водещите турски инвеститори са фирми като „Тракия Глас България“ ЕАД – за обработка на стъкло; „Теклас България“ ЕАД – за производство на компоненти от каучук, пластмаса и метал за автомобилната индустрия; „Алкомет“ АД – за производство на валцовани и пресовани алуминиеви продукти. В България има над 2200 фирми с турско участие.

В двустранните отношения между България и Турция ключова роля заема и секторът на туризма. Турция е най-предпочитаната дестинация за българските туристи. За 2019 г. над 1,6 млн. българи са посетили Турция (малко над 244 хил. За 2020 г.). Респективно през 2019 г. над 648 хил. турски туристи са посетили България (332 хил. за 2020 г.), нареждайки се на второ място по брой туристи след тези от Румъния. На дого-

ворно–правно равнище в областта на туризма отношенията се развиват на основа на Споразумението за туризъм от 1964 г. Българските туристи в Турция значително са нараснали след отменянето на визите за български граждани от 2001 г., а през 2022 г. българи свободно могат да посещават Турция само с лична карта. Туризмът в региона се развива също и по инициативи на ОЧИС.

8. Търговска динамика в условията на пандемия

Пандемията нанася тежък удар върху националните икономики. Въпреки че тя е външен фактор, държавите могат да предприемат действия към постепенно справяне с последиците. Турция е сред малкото икономики успели да претърпят растеж по време на пандемията като за 2020 г. БВП е нараснало с 1.8% в сравнение с предходната година. България от друга страна бележи спад на БВП от –3.8% за 2020 г. През следващата година икономиките и на двете държави са в растеж. Зависеща предимно от внос, икономиката на България нараства с 4.4% за 2021 г., докато тази на Турция бележи висок ръст от 11%, разчитайки предимно на износ. При двустранния стокообмен за 2019–2020 г. вносът на България от Турция се е увеличил едва с 2%, а респективно вносът на Турция от България е намалял с –11%. Износът за същия период от Турция спада с –15%, а от Българи едва с –1%. За 2021 г. в резултат на стабилизирането на икономиките вносът от Турция расте с 49%, а износът с 26%. Вносът на български стоки от Турция за 2021 г. нараства с 20%, а износът към България бележи най–голямо увеличение от 50%. По време на пандемията България изнася най–вече мед и изделия от мед, а внася продукти като

ядрени реактори, котли, машини, желязо и стомана. Запазва се тенденцията на значително по–висок дял на вноса от Турция в сравнение с износа.

9. Заключение

Външноикономическият сектор е изключително важен за растежа на националните икономики. Българското стопанство се характеризира като отворен тип, тъй като голяма част от националното производство и потребление се осъществява чрез внесени стоки и продукти. Турция е най–големият търговски партньор на България извън Европейския съюз. Двустранният стокообмен, който непрекъснато се увеличава придвижва България в топ 5 водещи търговски партньори на Турция. Само за период от една година се покачва с една позиция нагоре на база общия търговски поток. Освен това за 2019 г. стокообменът е сравнително балансиран, тъй като износът на Турция за България е 2, 803 млрд. щ.д., а износът на България за Турция 2, 773 млрд. щ.д.

Често сред негативите за бизнес средата в Турция е политическата несигурност. През последните години обаче Турция насочва усилия за справяне със срива на лирата, успешно се възстановява от Covid пандемията, инфлацията също частично се овладява с годишно намаление от средно 1 процентен пункт и годишен икономически растеж от 0,89% за 2018 г. и 1,79% за 2019 г. Увеличаването на сигурността създава по–благоприятни възможности за навлизане на български бизнеси в Турция.

Разглеждайки периода от 2005–2019 г. в българо–турските търговски отношения прави впечатление, че след голямо увеличение на стокообмена до 2017 г. през следващите две години относител-

но е намалял. Причина за това вероятно е именно сивът на лирата през 2018 г. От друга страна промяната във вноса от България на продуктово ниво е диктувана от увеличаване на промишления и по-конкретно строителния сектор в Турция, което отваря търсене на продуктови групи за нуждите на сектора.

Увеличаващата се търговска динамика в българо-турските отношения предоставя добри предпоставки за дълбочаване на партньорството. От една страна, растящия промишлен сектор в Турция създава възможности за износ на стоки за нуждите на този сектор. От друга страна, Турция печели приходи от големия брой български туристи, които посещават държавата годишно и изнася важни за вътрешните нужди на България продукти и електрическа енергия. Същевременно стратегическото за Турция местоположение на България ѝ предоставя възможност да привлече турски инвестиции в инфраструктурни проекти и в изграждането на предприятия, които ще осигурят нови работни места за българите. Двустранното партньорство е взаимноизгодно и за двете държави.

■ Използвани източници

Amadeo, K. (2018). Keynesian Economics Theory. [online] The Balance. Available at: <https://www.thebalance.com/keynesian-economics-theory-definition-4159776>.

Balgarsko-turska targovsko-industrialna kamara [Българско-турска търговско-индустриална камара www.bgtrchamber.com] [online] Available at: www.bgtrchamber.com/about/buletin], accessed 27.09.2022

bnb.bg/. (n.d.). Preki chuzhdestrani investitsii v Bulgaria (RPB6) [Преки чуждестранни инвестиции в Бълга-

рия (РПБ6)]. [online] Available at: <https://www.bnb.bg/Statistics/StExternalSector/StDirectInvestments/StDIBulgaria/>, accessed 27.09.2022

bnr.bg. (2021). Turtsia: Bulgaria e nashata vrata kam Evropa. [Турция: България е нашата врата към Европа.] [online] Available at: <https://bnr.bg/post/101417863/turtsia-bulgaria-e-nashata-vrata-kam-evropa>, accessed 04.07.2022

Dimov, I. (1995), *Obshta ikonomicheskata teoria: Ch. 1: Osnovi na ikonomicheskata sistema: Ch. 2: Mikroikonomika*, Abagar, str. 15–17 [Димов, И. (1995), *Обща икономическа теория: Ч. 1: Основи на икономическата система: Ч. 2: Микроикономика*, Абагар, стр. 15–17]

infostat.nsi.bg. (n.d.). Rezultat ot spravka – Poseshtenia na chuzhdentsi v Bulgaria s tsel pochivka i ekskurzia, Turtsia. [Резултат от справка – Посещения на чужденци в България с цел почивка и екскурзия, Турция]. [online] Available at: https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=203, accessed 04.07.2022

International Trade Administration of the U.S. Department of Commerce (2019). Turkey Market Overview | export.gov. [online] www.export.gov. Available at: https://www.export.gov/article?series=a0pt0000000PA-v1AAG&type=Country_Commercial_kav, accessed 04.07.2022

Invest.gov.tr. (2019). FDI in Turkey – Invest in Turkey. [online] Available at: <https://www.invest.gov.tr/en/WhyTurkey/pages/fdi-in-turkey.aspx>, accessed 04.07.2022

ITC – TradeMap Tradestatisticsforinternational business development https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c792%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1, accessed 04.07.2022

Jahan, S., Saber Mahmud, A. and Pageorgiou, C. (2014). *What Is Keynesian Economics? – Back to Basics – Finance & Development*, September 2014. [online] Imf.org. Available at: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2014/09/basics.htm>, accessed 04.07.2022

John Mariadoss, B. (2018). *Core Principles of International Marketing*. Washington State University.

Kanev, M. (1999). *Makroekonomika: Uchebnik za tehnikumite po ikonomika i targovia*. Vtoro izdanie ed. Sofia: Marilen, s.180–216. [Кънев, М. (1999). Макроикономика : Учебник за техникумите по икономика и търговия. Второ издание ed. София: Мартилен, с.180–216.]

Kyoseva, N. (2009), *Ikonomicheski teorii: Evolyutsia na ikonomicheskia analiz v Zapadnata tsivilizatsia*, Sofia, Nov balgarski universitet, str. 143–178 [Кюсева, Н. (2009), *Икономически теории: Еволюция на икономическия анализ в Западната цивилизация*, София, Нов български университет, стр. 143–178]

Leamer, E. (1995). *Princeton Studies in International Finance, The Heckscher–Ohlin Model in Theory and Practice*. [online] Available at: <https://ies.princeton.edu/pdf/S77.pdf>, accessed 04.07.2022

Majaski, C. (2020). Closed economies and why they don't really exist. [online] Investopedia. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/c/closed-economy.asp>, accessed 04.07.2022

Rakarova, S. (2015), *Da razbiraе ikonomikata*, Sofia, Nov balgarski universitet, str. 360–367 [Ракарова, С. (2015), *Да разбираме икономиката*, София, Нов български университет, стр. 360–367]

Statista. (n.d.). Turkey – Gross domestic product (GDP) growth 2021. [online] Available at: <https://www.statista.com/>

[statistics/263612/gross-domestic-product-gdp-growth-in-turkey/](https://www.statista.com/statistics/263612/gross-domestic-product-gdp-growth-in-turkey/), accessed 04.07.2022

United Nations (2020). 2020 World Economic Situation Prospects and United Nations. [online] Available at: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2020_Full-Report.pdf, accessed 04.07.2022

Worldbank.org. (2015). World Development Indicators | The World Bank. [online] Available at: <http://wdi.worldbank.org/table/4.2>, accessed 01.10.2022

Worldbank.org. (2018). Turkey Trade | Data. [online] Available at: <https://wits.worldbank.org/countrysnapshot/en/TUR>, accessed 04.07.2022

Worldbank.org. (2018b). Turkey trade balance, exports, imports by country 2018 | WITS Data. [online] Available at: <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/TUR/Year/2018/TradeFlow/EXPIMP/Partner/by-country>, accessed 04.07.2022

www.bsec-organization.org. (n.d.). BSEC – Black Sea Economic Cooperation. [online] Available at: <http://www.bsec-organization.org/our-mission>, accessed 04.07.2022

www.invest.gov.tr. (n.d.). Publications – Invest in Türkiye. [online] Available at: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/pages/default.aspx>, accessed 04.07.2022

www.ktb.gov.tr. (n.d.). BORDER STATISTICS. [online] Available at: <https://www.ktb.gov.tr/EN-249298/border-statistics.html>, accessed 04.07.2022

www.mi.government.bg. (n.d.). Turtisia – Ministerstvo na ikonomikata [Турция – Министерство на икономиката.] [online] Available at: <https://www.mi.government.bg/bg/themes/>, accessed 04.07.2022