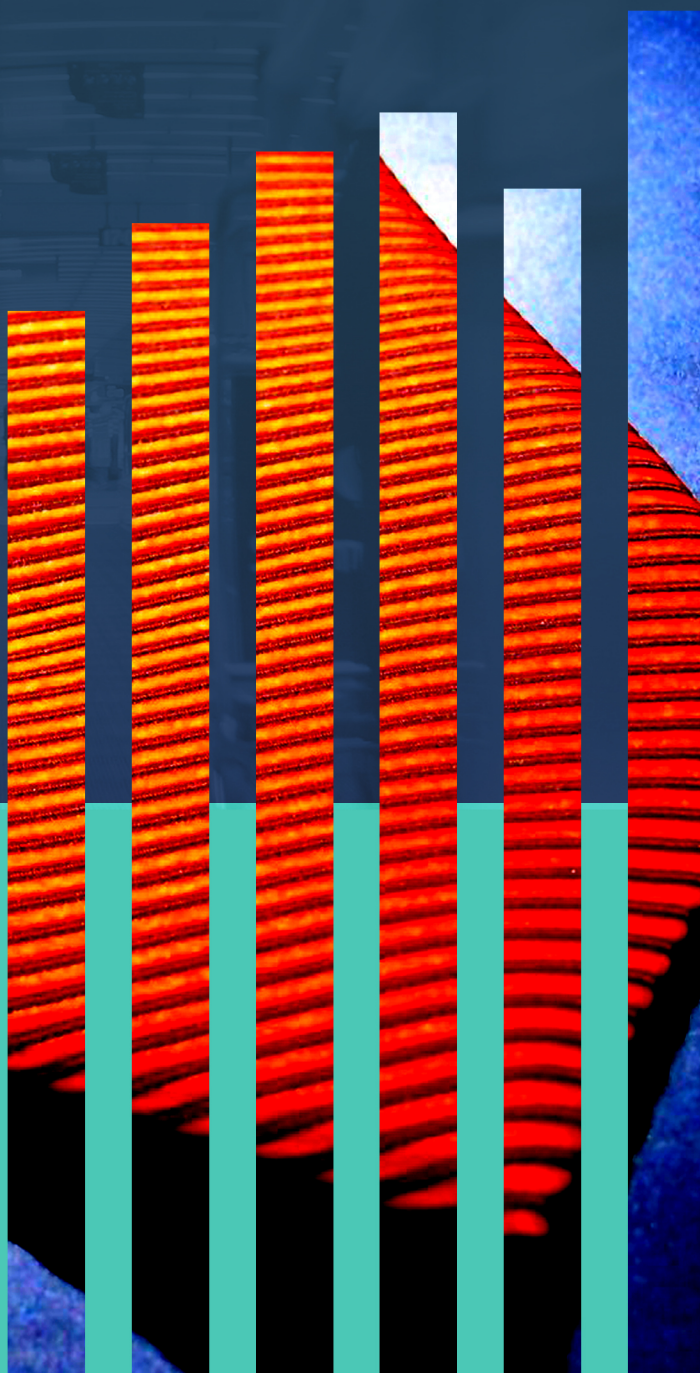


ТОМ 6

12

2022



**Редакционен съвет на
Годишник „Икономика и бизнес“ 2021**

доц. д-р Ренета Димитрова (НБУ) – председател
проф. д-р Събина Ракарова (НБУ)
проф. д-р Иванка Данева (НБУ)
доц. д-р Надежда Димова (НБУ)
доц. д-р Иван Боевски (НБУ)
доц. д-р Стефан Стефанов (НБУ)
доц. д-р Станислава Георгиева (НБУ)
доц. д-р Едуард Маринов (НБУ)
доц. д-р Ирена Николова (НБУ)
проф. д.ик.н. Андраш Инотай (Institute for World Economics, Hungary)
проф. д-р Гунар Праузе (Wismar Business School, Germany)
проф. д-р д.х.к. Юхани Лауринкари (University of Eastern Finland)
проф. д-р Ирина Капустина (Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia)
доц. д-р Пламен Пътев (I Shou University, Kaohsiung, Taiwan)

**ГОДИШНИК „ИКОНОМИКА И
БИЗНЕС“ 2021
ДЕПАРТАМЕНТ „ИКОНОМИКА“**

Научен редактор: доц. д-р Ренета Димитрова
Технически редактор: доц. д-р Едуард Маринов

© Дизайн и предпечат: Таня Йорданова,
Ралица Николова

© Издателство на Нов български
университет, 2022 г.
София 1618, ул. Монтевидео 21
www.nbu.bg
www.bookshop.nbu.bg

Всички права са запазени. Не е разрешено публикуването на части от книгата под каквато и да е форма – електронна, механична, фотокопирна, презапис или по друг начин – без писменото разрешение на издателството.

ISSN: 2534-9651 (online)

**Editorial Board
Economics and Business Yearbook 2021**

Prof. Dr. Reneta Dimitrova (NBU) – Chairperson
Prof. Dr. Sabina Rakarova (NBU)
Prof. Dr. Ivanka Daneva (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Nadezhda Dimova (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Ivan Boevski (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Stefan Stefanov (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Stanislava Georgieva (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Eduard Marinov (NBU)
Assoc. Prof. Dr. Irena Nikolova (NBU)
Prof. Dr.Ec.Sc. Andras Inotai (Institute for World Economics, Hungary)
Prof. Dr. Gunnar Prause (Wismar Business School, Germany)
Prof. Dr. Juhani Laurinkari (University of Eastern Finland)
Prof. Dr. Irina Kapustina (Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University, Russia)
Assoc. Prof. Dr. Plamen Patev (I Shou University, Kaohsiung, Taiwan)

**ECONOMICS AND BUSINESS
YEARBOOK 2021
DEPARTMENT OF ECONOMICS**

Scientific Editor: Assoc. Prof. Dr. Reneta Dimitrova
Technical Editor: Assoc. Prof. Dr. Eduard Marinov

© Design and prepress: Tanya Iordanova,
Ralitsa Nikolova

© New Bulgarian University Press, 2022
1618 Sofia, 21 Montevideo St.
www.nbu.bg
www.bookshop.nbu.bg

All rights reserved. It is not allowed to publish parts of the book in any form – electronic, mechanical, photocopying, copying or otherwise –without the written permission of the publisher.

ISSN: 2534-9651 (online)

СЪДЪРЖАНИЕ



10

Контролът върху търговските банки – предпоставка за минимизиране на кредитния риск
доц. д-р Ренета Димитрова

42

Валутният борд – котва на стабилност за българската икономика
гл. ас. д-р Емил Калчев

21

Структурни промени в глобалните модели на търсене
доц. д-р Едуард Маринов

50

Оценка на икономическата рентабилност на компании от индекса SOFIX
гл. ас. д-р Ралица Димитрова

33

Дигиталните валути и валутният риск: настоящо състояние и бъдеще
доц. д-р Ирена Николова

63

В търсене на вътрешноприсъщите фактори на пазарните множители при прилагане на регресионен модел
гл. ас. д-р Нигохос Канарян

СТРУКТУРНИ ПРОМЕНИ В ГЛОБАЛНИТЕ МОДЕЛИ НА ТЪРСЕНЕ

доц. д-р Едуард Маринов

департамент „Икономика“, Нов български университет

eddie.marinov@gmail.com

Резюме: В статията е анализирано нарастващото търсене и формирането на вътрешни вериги за създаване на стойност в Китай и други развиващи се страни. Във връзка с това обобщено е представена промяната в мястото на развиващите се икономики в глобалната икономика, след което са разгледани тенденциите в износа на развитите и развиващите се държави. Анализирани

са структурните трансформации при участието в глобалните стойностни вериги. Вместо заключение са систематизирани дългосрочни прогнози за бъдещото развитие на световното стопанство и изследваните тенденции.

Ключови думи: световна търговия, развити икономики, развиващи се държави, вериги на стойност, Китай.

STRUCTURAL TRANSFORMATIONS IN GLOBAL DEMAND PATTERNS

Assoc. Prof. Eduard Marinov, Ph.D.

Department “Economics”, New Bulgarian University

eddie.marinov@gmail.com

Abstract: The article analyzes the growing demand and the formation of internal value chains in China and other developing countries. In this regard, the change in the place of developing economies in the global economy is summarized, after which the trends in exports of developed and developing countries are discussed.

The structural transformations in the participation in the global value chains are analyzed. Instead of a conclusion, some long-term forecasts for the future development of the world economy and the examined trends are systematized.

Keywords: Global trade, Developed economies, Developing countries, Value chains, China.

Годишник „Икономика и бизнес“ на департамент „Икономика“, 2021, том 6, стр. 21–32

<https://doi.org/10.33919/EcoBY.21.6.2>

Въведение

В съвременната глобална система на международните икономически отношения се наблюдават промени и тенденции, обусловени както от чисто икономически, така и от множество други фактори – социални, политически, свързани със сигурността и т.н. В някои случаи тези тенденции са разнопосочни, в други те имат много сериозни икономически ефекти.

Сложният модел на взимане на решения, различаващите се интереси на развиващите се и на развитите държави и дисбалансите в условията на участие и разпределението на ползите, произтичащи от многостранната търговска либерализация, водят до задънена улица в Световната търговска организация (СТО). Показателни за тази безизходица са стартиралите през 2001 г. и все още незавършени преговори от кръга Доха. Под въпрос е международната търговска рамка, а несигурността в търговските отношения допринася за глобална икономическа несигурност и потискане на икономическия растеж. (Бобева, 2020).

В резултат от промените от последните десетилетия 70% от международната търговия включва услуги, суровини, части и компоненти. Това е резултат от функционирането на глобалните стойностни вериги, които разпростират производството си в различни държави и насочват както инвестиционните потоци, така и производствените си дейности в райони със суровинна осигуреност и трудови ресурси. (Панушев, 2020). Наред с това с нарастването на значението на мултинационалните корпорации и на глобалните производствени вериги търговията става все по-оспорван въпрос – обществото все повече поставя под съмнение големите двустранни търговски споразумения като Трансатлантическото споразумение за търговия и инвестиции (ТТІР) и Всеобхватното икономическо и търговско споразумение между Канада и ЕС (СЕТА). Десетилетия наред към Европейския съюз (ЕС) са отправяни критики за липсата на съгласуваност между отделните му политики и за техните про-

тиворечиви ефекти върху развиващите се страни (Бянов и Бянова, 2018).

Самата търговия също се променя. Липсата на напредък в СТО създава по-„отбранителна“ нагласа по отношение на националните промишлени или търговски интереси. Протекционистските мерки са значително повече от либерализиращите, като от 2017 г. броят им нараства сериозно. С появата на глобалните стойностни вериги редица страни добавят стойност в производството по веригата преди получаването на стоки за крайно потребление. По този начин много изнасяни стоки комбинират вътрешна и външна добавена стойност чрез внос на междинни изделия. През 2010 г. дялът на външната добавена стойност в общия износ достига 31% и оттогава досега остава на приблизително същото равнище (Damen and Igler, 2019).

Променя се и мястото на развиващите се страни в световното стопанство. Повече от половината от търговията на стоки в глобален план включва най-малко една развиваща се държава. Търговията между развиващите се икономики (търговия Юг-Юг) също нараства – от 7% от световната търговия през 2000 г. до 19% през 2018. Не всички развиващи се страни обаче са на едно и също ниво. Между 1990 и 2018 г. Азия удвоява своя дял в световната търговия от 15 до 35%, като повече от половината от азиатската търговия е в рамките на континента. Със сключването на Споразумението за създаване на Африканската зона за свободна търговия Африка също прави опити за създаване на сериозен стимул за вътрешноконтинентална търговия.

В статията е анализирана друга световна тенденция – нарастващото търсене и формирането на вътрешни вериги за създаване на стойност в Китай и други развиващи се страни – промени, които обясняват все по-големия спад в интензивността на търговията на глобално ниво. Този спад не е признак, че глобализацията е приключила, нито означава, че световната икономика е в опасност, а отразява продължаващата еволюция на световното стопанство и връзките в него. Икономиките стават все по-самодостатъчни с растежа си –

всяка държава с много голяма територия и население, какъвто е случаят с Китай, естествено ще е по-малко склонна да търгува с други страни отколкото с една малка държава.

Целта на изследването е да бъдат изведени основните тенденции по отношение на търсенето в световното стопанство. Във връзка с това обобщено е представена промяната в мястото на развиващите се икономики в глобалната икономика, след което са разгледани тенденциите в износа на развитите и развиващите се държави. Анализирани са структурните трансформации при участието в глобалните стойностни вериги. Вместо заключение са систематизирани дългосрочни прогнози за бъдещото развитие на световното стопанство и изследваните тенденции. Основният фокус сред развиващите се икономики е поставен върху най-голямата от тях – Китай.

Изследването не разглежда сериозните промени, настъпили в резултат от пандемичната криза през 2020 г., тъй като, от една страна, все още липсват достатъчно данни, за да се определи влиянието им върху международните икономически отношения, а от друга, те не могат да бъдат оценени от гледна точка на дългосрочните структурни промени в световното стопанство, а засега имат по-скоро конюнктурен характер.

Променящото се място на развиващите се икономики в световната икономика

Китай и други развиващи се икономики се превръщат в двигатели на растежа на глобалното търсене, като потребяват повече от това, което произвеждат. Само делът на Китай нараства от 4% от световното потребление през 2007 г. до 10% само десетилетие по-късно. Второ, развиващите се икономики достигат ново ниво на индустриална зрялост. Те изграждат вътрешни вериги за доставки и изнасят по-малко от междинните суровини, които са им необходими, за да поддържат производството си. Китай напредва бързо в това отношение, тъй като модернизира множество отрасли и увеличава капацитета си в проектирането, инженерството и високотехнологичното производство. И накрая, новите технологии трансформират търгов-

ските модели, като променят икономиката на производството, създават нови стоки и намаляват транзакционни разходи.

В световен мащаб през последния четвърт век над един милиард човека са излезли от бедността. Тъй като доходите им нарастват, много от тях преодоляват границата, в която могат да започнат да правят значителни покупки и по този начин да се присъединят към „класата на консуматорите“. Не само че милиони домакинства за първи път имат възможност да правят повече разходи, но още толкова се насочват към сегменти с по-високи доходи, преминавайки точката, в която потреблението рязко се ускорява. Скорошно проучване изчислява, че към 2016 г. глобалната средна класа нараства и вече наброява 3,2 милиарда човека, и твърди, че почти е достигнат преломният момент, в който домакинствата от средната класа или богатите за първи път съставляват по-голямата част от населението на света (Kharas, 2017).

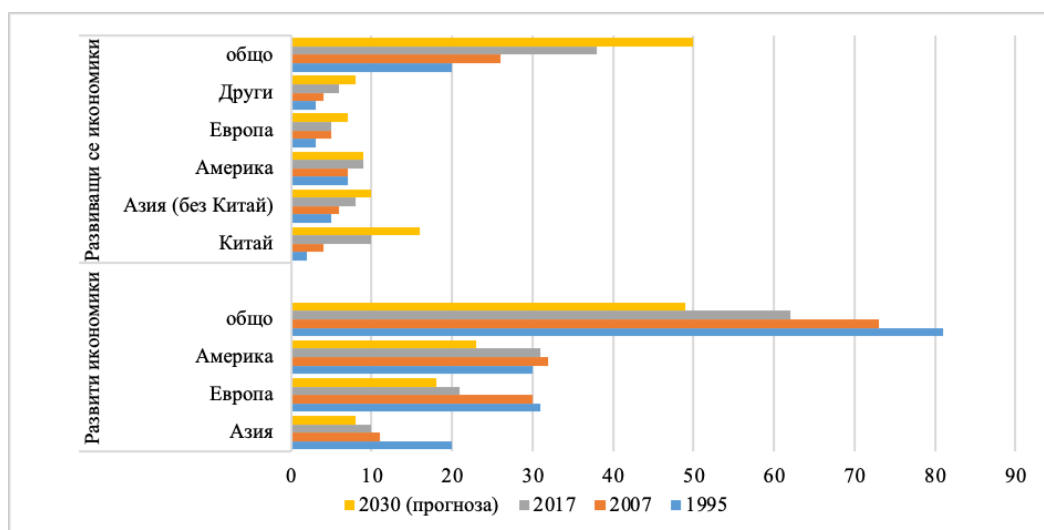
В днешно време картата на глобалното търсене, някога силно доминирана от напредналите икономики, се преначертава, веригите за създаване на стойност се преконфигурират, а компаниите решават как да се конкурират в многото големи потребителски пазари, разпръснати по целия свят. Според текущите прогнози до 2050 г. развиващите се пазари ще потребяват почти две трети от произведените в света стоки, като това ще е най-силно застъпено при автомобилите, строителните продукти и машините. Очаква се до 2030 г. развиващите се страни да представляват повече от половината от цялото глобално потребление (Lund et al, 2019), продължавайки да разширяват участието си в глобалните потоци на стоки, услуги, финанси, хора и данни.

Предвижда се през следващите години нововъзникващите икономики да бъдат най-бързо развиващите се по отношение на търсенето. Според очакванията до 2030 г. общото глобално потребление ще достигне 106 трилиона USD, което надхвърля два пъти нивото от 2017 г., като 60% от това увеличение ще идват от развиващия се свят (Фигура 1) (Mancini et al, 2017).

Въпреки забавянето на растежа, в Китай се развива огромна по численост средна класа, която се превръща в двигател на глобалното търсене. Работещото китайско население е ключова демографска група при потребителите на глобално ниво – според текущите прогнози до 2030 г. на тази прослойка ще се дължат 12 цента на всеки 1 долар от градското потребление в световен мащаб (McKinsey Global Institute, 2016). Поколение-то „пост-90“, израснало с невъобразимо за Китай преди края на XX век богатство, повлияно от и разполагащо с постоянен достъп до западната култура и до нови технологии, най-вероятно ще формира над 20% от общото нарастване на потреблението на страната през 2030 г. (McKinsey & Company, 2017).

но една трета от световния пазар на луксозни стоки, като годишните разходи са около 7,4 милиарда USD, а до 2025 г. може да заеме 44% от общия глобален пазар на такива стоки. През 2016 г. луксозни покупки са направени от около 7,6 милиона китайски домакинства – повече от общия брой домакинства в цяла Малайзия или Холандия. Средно тези домакинства харчат за луксозни стоки два пъти повече, отколкото френските или италианските (McKinsey Global Institute, 2017).

Потребителите в Китай превръщат страната в най-големия пазар за онлайн търговия на дребно в света. Най-добрата илюстрация за това е експлозивният растеж на „Деня на самотниците“, еднодневен маратон за електронната търговия, достигнала 30 милиарда



Фиг. 1. Дял от световното потребление (%)

Източник: По Lund et al., 2019, p. 58.

За около 30 години Китай заема мястото на втора световна икономика, на втори чужд инвеститор в света, на първи износител на стоки на международните пазари, и страната с най-значителен валутен резерв (Христова-Балканска, 2020), а излизането на китайски фирми на глобален пазар се регулира с конкретни насоки и политики още от 2003–2004 г. (Пенева, Т., 2020).

Достигайки до момента, когато има повече милионери от която и да е друга държава в света, сега Китай съставлява приблизител-

USD продажби през 2018 г. и близо 60 милиарда през 2020 г., далеч надминавайки тези от Черния петък и Кибер понеделника в САЩ, взети заедно. Потреблението на страната е забележително и когато се разглежда през призмата на конкретни категории продукти. През 2009 г. Китай се превръща в най-големия световен пазар за автомобили, като потреблението продължава да расте с двуцифрени темпове всяка година. През 2016 г. там са продадени 40% повече автомобили, отколкото в цяла Европа (въпреки

че продажбите на превозни средства оттогава са намалели) (Wang et al., 2017). Най-голям в света е и китайският пазар на смартфони с 444 милиона USD оборот през 2017 г. (Nakamura and Onishi, 2018). Възходът на местни марки смартфони като „Vivo“ и „Оppo“, продавани главно на вътрешния пазар, е свидетелство за растежа на консумацията в страната. Днес Китай заема 40% от световното потребление на текстил и облекло, 28% в автомобилостроенето и 38% в компютрите и електрониката (Lund et al., 2019).

В резултат от увеличеното търсене все повече от произведеното в Китай днес се продава в самата страна. В рамките на промишлените вериги за създаване на стойност Китай изнася 17% от брутната продукция, която произвежда през 2007 г. До 2017 г. износьт спада до 9% от производството – дял, приблизително равен с този в САЩ, но е далеч по-малък, отколкото в Германия (34%), Южна Корея (28%) или Япония (14%).

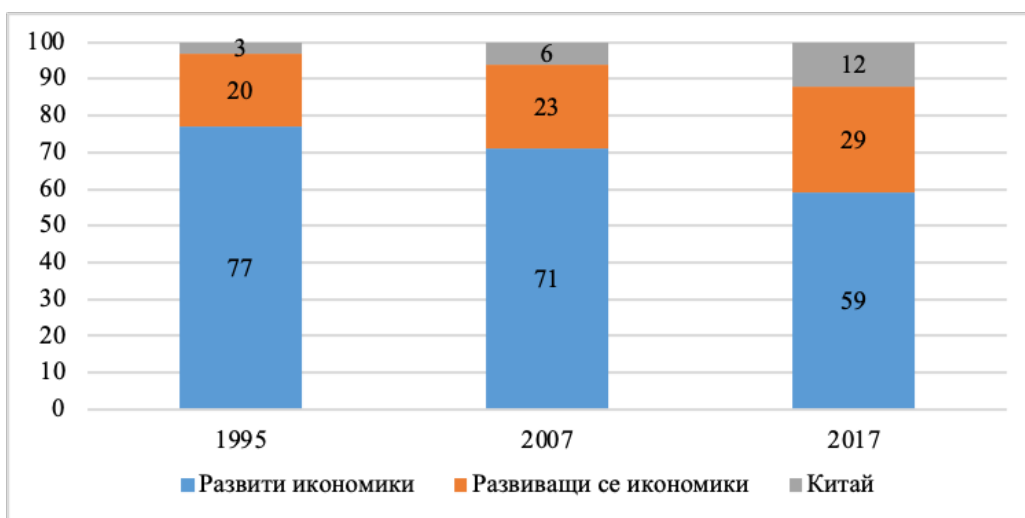
Потреблението нараства по-бързо и в останалата част от развиващия се свят, тъй като все повече държави се урбанизират, индустриализират и включват в глобалните вериги за създаване на стойност. Очаква се до 2030 г. развиващите се страни (без Ки-

тай) да заемат 35% от глобалното потребление (вж. Фигура 1). Търсенето се повишава в почти всички развиващи се държави, като ръстът е особено бърз в Индия, Индонезия, Тайланд, Малайзия и Филипините.

Тенденции в износа на развитите икономики

Тенденцията развиващите се страни да консумират повече от това, което произвеждат, е най-очевидна в трудоемките и високоинновативните глобални стойностни вериги. Между 2007 и 2017 г. делът на продукцията в тях, която се изнася, е спаднал наполовина (от 29 на 15%) в Китай и от 33 на 27% в други развиващи се икономики (с изключение на европейските). Развиващите се страни в Европа са единственият регион, който следва обратна тенденция – те (вкл. и България) са важни доставчици за държавите от западната част на континента.

Намаляващата интензивност на търговията в отрасли като облеклото отразява нарастването на доходите и на търсенето в страни, които са поели по-голямата част от трудоемкото производство в света. През 2002 г. например 35% от износа на стоки за крайно потребление на Индия са облекла. През 2017



Фиг. 2. Износ на развитите икономики по получател (%)

Източник: IMF; UNCTAD, OECD, WTO; McKinsey Global Institute analysis

Забележка. През 1995 г. общата стойност на износа е 4,3 трилиона USD, през 2007 – 9,6 трилиона, а през 2017 – 10,3 трилиона.

г. обаче този дял спада до 17% – не защото Индия губи своя дял от световния пазар, а защото индийските производители на облекло, подобно на колегите си в Китай, вече не трябва да изпращат толкова много от своите продукти по целия свят в търсене на купувачи. Те могат да продават повече дрехи на местните потребители. Средните разходи за облекло и обувки в Индия се покачват от 40 USD на човек през 2007 г. до 64 USD през 2017 г., като пазарът се разширява и заради увеличаването на населението (Lund et al., 2019).

С изместването на глобалното търсене към развиващия се свят се откриват нови възможности за производителите в напредналите икономики. Докато през 1995 г. само 3% от износа от развитите икономики са насочени към Китай, до 2017 г. този дял нараства, достигайки 12% (от 130 милиарда на 1.2 трилиона USD). За същия период делът на износа на развитите икономики, насочен към други развиващи се страни, се повишава от 20 на 29% (в абсолютни стойности от 860 милиарда на 3 трилиона USD) (Фигура 2). Тази тенденция се наблюдава както при изделията за крайно потребление, така и при междинните стоки.

В автомобилната индустрия например 38% от износа на авточасти и автомобили на Япония, Германия и САЩ са насочени към Китай и останалата част от развиващия се свят. При услугите, свързани със знанието, включително информационните технологии, финансовите и бизнес услугите, 45% от целия износ от развитите икономики са предназначени за развиващите се страни. Китайският внос на стоки за крайно потребление вече се изравнява с този на Германия и надвишава вноса на Япония, Обединеното кралство, Франция и Русия.

През последното десетилетие нарастващият износ за развиващите се държави помага на напредналите икономики да смекчат въздействието на спадналото в резултат от глобалната финансова криза вътрешно търсене, което продължава и до днес. В отрасли като обзавеждането и облеклото Франция, Германия и САЩ осъзнават, че макар през периода 2007-2017 г. търсене-

то от страна на техните напреднали икономически търговски партньори да намалява, нарастващият износ за развиващия се свят притъпява тази тенденция.

Азиатско-тихоокеанският регион вече е основен стратегически приоритет за много западни марки. Неотдавна например датската пивоварна компания „Carlsberg“ регистрира липсата на ръст на приходите в Западна Европа, но двуцифрен ръст на азиатските пазари (най-вече Индия) (Carlsberg Group, 2018). Козметичният гигант „Estée Lauder“ отчита увеличение от 2% на продажбите в Америка и значително по-голямо – 11%, на тези в развиващите се пазари (дължащо се отчасти на обединяване с местни влиятелни социални медии и инфлуенсъри като китайската актриса Ян Ми) (Estee Lauder, 2017) През първата половина на 2018 г. „Hermès“ съобщава, че Азиатско-тихоокеанският регион без Япония носи 38% от приходите на компанията – дял, който надвишава приходите ѝ в цяла Европа (Hermes, 2018).

Тенденции в износа на развиващите се държави

След няколко десетилетия на участие в глобалните стойностни вериги, главно като производители, днес развиващите се икономики също се превръщат във важни потребители. Това създава възможности за износ не само за развитите държави – развиващите се страни все повече търгуват и помежду си.

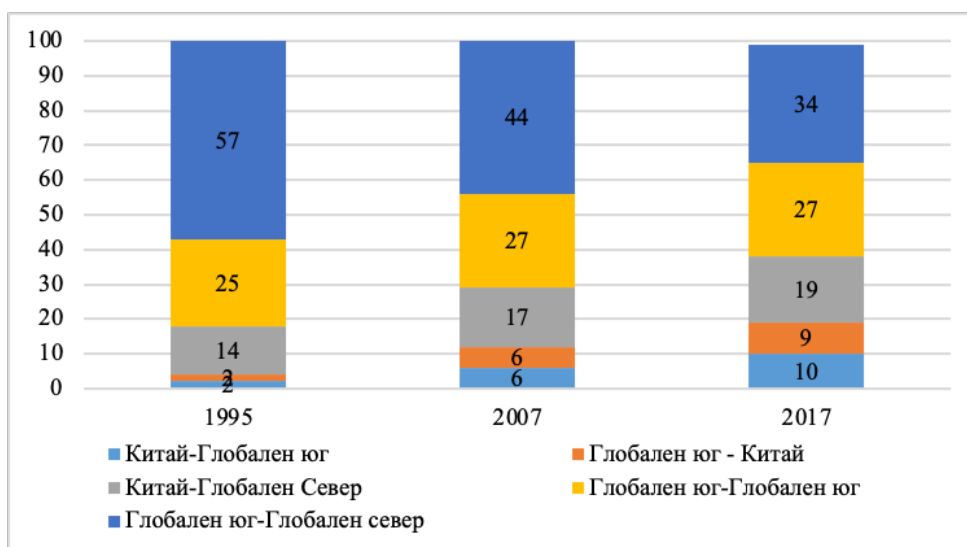
В много отношения обаче китайската търговска политика е подложена на критики. Според данни на СТО средните мита на Китай върху вносни стоки са двойно по-големи от средните митнически ставки на ЕС и три пъти по-високи от тези на САЩ, без да се променят значително през последното десетилетие (WTO, ITS and UNCTAD, 2018). Други спорни въпроси са ограниченият достъп на чужди компании до някои китайски пазари, субсидиите за ключови местни индустрии и ограниченията, свързани с чуждестранните потоци от данни.

Най-рискови за чуждестранните компании са трансферът на технологии и защитата и прилагането на правата на интелектуална

собственост – това са и основните аргументи на САЩ в продължаващата търговска война с Китай. За да им бъде разрешено да навлязат в някои отрасли, чуждестранните фирми се нуждаят от съвместни предприятия с китайски компании. Въпреки че това е ефективна стратегия за бързо изграждане на нови производства и възможности, съвместните предприятия могат да се превърнат в механизми за улесняване на трансфера на технологии от чуждестранните фирми към местните им партньори както по преки, та-

ка и по непреки канали. Китай постепенно облекчава ограниченията за чуждестранни инвестиции в сектори като финансите, енергетиката, автомобилостроенето и производството на кораби и самолети. (Lee and Chen, 2018), но достъпът до пазара продължава да бъде спорна точка в отношенията с много от търговските партньори на страната.

Днес развиващите се икономики осъществяват повече от 40% от световната търговия със стоки и все по-често търгуват помежду си (Фигура 3). Сега тази т. нар.



Фиг. 3. Износ на развиващите се икономики по получател (%)

Източник: UNCTAD, WTO; McKinsey Global Institute analysis

Забележка. През 1995 г. общата стойност на износа е 0.9 трилиона USD, през 2007 – 5.2 трилиона, а през 2017 – 7.7 трилиона.

търговия Юг-Юг възлиза на 3.6 трилиона USD и представлява почти половината от целия износ от развиващите се страни (за сравнение през 2007 г. той възлиза на 39%).

В много отрасли компаниите виждат преимущество в разполагането на производството в близост до техните клиенти и в изграждането на мрежи от доставчици, намиращи се непосредствено една до друга, за да се подобри координацията. Производствените мрежи се разширяват в развиващите се страни, когато местните отрасли станат по-вертикално ин-

тегрирани и мултинационалните компании започнат да изграждат чуждестранни филиали, за да обслужват тези бързо растящи пазари. Това се наблюдава в много страни, в т.ч. Китай, Индия и Индонезия.

Тенденции при участието в стойностни вериги

Тенденцията към включване на все повече национални производства в повече сегменти от различни индустриални стойностни вериги е най-силно изразена в Китай, но съ-

ществува и в други развиващи се икономики. Най-ясната илюстрация е отрасъл „Текстил и облекло“, в който нарастващият фокус върху скоростта и времето за пускане на пазара изисква да се поддържа тясна координация между доставчиците на различни етапи от стойностната верига. В развиващия се свят (без Китай) делът на търгуваните междинни суровини спрямо общата продукция на отрасъла се свива – от 18% в пика си през 2002 г. до 13% през 2017 г. (Lund et al., 2019). Вместо производството да се фрагментира в множество отдалечени страни, производствените мрежи обхващат няколко етапа и се консолидират в отделни държави като Виетнам, Бангладеш, Малайзия, Индия и Индонезия. Дори Етиопия, която е по-нов играч в текстилната индустрия, започва да разширява собствено си производство на памук, за да обслужва своите производители на облекло.

Други развиващи се икономики разработват по-широки вериги за доставка на храни и напитки. Например в Сенегал първоначално просото се отглежда и използва от отделни домакинства за собствена консумация и до началото на XXI век се преработва единствено брашно от просо. Сега страната има за цел да усъвършенства и да разшири преработката, за да може да предлага и други търговски продукти, например готови ястия от просо (Alliance for a Green Revolution in Africa, 2018).

Разширяването на веригата за създаване на стойност в нови сегменти се развива по различен начин в различните части на развиващия се свят. В развиваща се Азия (без Китай) силният икономически растеж създава стабилни потребителски пазари, подкрепящи по-самостоятелни отрасли, насочени към вътрешното потребление. Регионът разчита по-малко на внесени междинни суровини, отколкото останалите развиващи се страни (съответно 9,5 и 18,7% от произведените стоки през 2017 г.). В категорията „глобални иновации“ (автомобилна промишленост, химикали, машини, компютри и електроника) през периода 2007-2017 г. вътрешното междинно производство нараства с 6% годишно, а делът на

търгуваните междинни суровини, вложени в тези продукти, намалява с около 5 процентни пункта. В глобалните стойностни вериги, предлагащи свързани със знанието услуги, регионът отчита подобен 5-годишен ръст на производството, докато делът на търгуваните междинни суровини, поддържащи това производство, се свива с 11 процентни пункта за десетилетие. Доста отрасли в тези страни стават все по-малко зависими от чуждестранни доставчици за определени суровини.

Същевременно в Европа отраслите в по-слабо развитите държави се интегрират по-дълбоко във веригите за доставки на по-големите развити и близко разположени икономики. В Чехия, Словакия, Румъния, Полша и България например много компании се присъединяват към производствените мрежи на западноевропейските автомобилни производители (особено германските). Между 2007 и 2017 г. производството в глобалните иновационни отрасли в региона се е повишило с 2% годишно, а делът на търгуваните междинни суровини се е увеличил с два процентни пункта. Тази тенденция важи в по-широк план и за други видове вериги за създаване на стойност.

В отраслите, произвеждащи глобални иновации, мултинационалните компании понякога създават инерция, която помага на развиващите се страни да преминават от един етап на производство (обикновено по-прост) към други, тъй като компаниите се стремят да поддържат повече фази от съответното производство заедно (на едно място). Например в автомобилното производство в Индия внесените междинни суровини намаляват от 14% от брутното производство през 2007 г. до 10,1% през 2017 г., тъй като присъствието на мултинационални автомобилни производители стимулира разпространението на повече местни специализирани доставчици. През 2017 г. „Ford“ изнася 180 хил. автомобили от Индия, а „Hyundai“ още 153 хил. Подобно на Китай, Индия произвежда и консумира повече от това, което произвежда, намалявайки интензивността на търговията както с крайни, така и с междинни стоки.

Вместо заключение: Какво можем да очакваме в бъдеще?

Нарастващата индустриална зрялост в много развиващи се икономики, съчетана с все по-увеличаващо се търсене, променя моделите на световна търговия. Тези промени вероятно ще стават все по-изразителни през следващите години.

Успоредно с ръста на търговията със стоки за крайно потребление, през последното десетилетие постоянно нараства и търговията с междинни суровини, което отразява засилената интернационализация на производството. Закупуването на междинни суровини от чужди държави се увеличава във веригите за доставки на много отрасли, като по този начин се намалява вътрешната добавена стойност в износа. Вносът на междинни суровини съставлява повече от 50% от търговията със стоки и около 70% от тази с услуги (Miroudot et al., 2009), а в много страни нарастващият дял от междинния внос от чужбина завършва с производството на стоки за крайно потребление за износ. В резултат от това приносът на вътрешните производствени фактори към износа в повечето държави намалява, особено в по-малките (и по-отворени) икономики в сравнение с по-големите или богатите на ресурси.

Според прогностичен модел на ОИСР (Johansson and Olaberría, 2014) през следващите 40 години се очаква световният БВП да нараства средно с около 3% годишно с темпове на спад в много страни. До 2030 г. растежът в света ще бъде поддържан от все по-голямото участие на Китай и Индия с висок, макар и намаляващ ръст. След 2030 г. се очаква бързото развитие в Африка да ускори световния растеж. Тенденциите в страните от ОИСР са увеличението на БВП да е около 2% годишно до 2060 г. Развиващите се икономики ще продължат да изпреварват ОИСР по този показател, но в близкото бъдеще разликата ще намалее, тъй като доходите в развиващите се страни ще достигнат нивата в ОИСР. В резултат от това през следващите 40 години ще настъпят промени в дела на отделните държави и региони в световния БВП. По-бързите темпове на нарастване в

развиващите се държави предполагат, че до 2060 г. комбинираният БВП на икономиките на страните извън ОИСР ще съставлява около 60% от световния БВП спрямо около 40% през 2012 г. Очаква се ръстът на търговията (брутен износ на стоки и услуги) да продължи да изпреварва растежа на БВП през следващите 40 години, като световната търговия ще се увеличава с около 3,5% годишно (в сравнение с 6,9% през периода 1990-2007 г.).

От гледна точка на географското разпределение в търговските модели също ще има големи трансформации, предизвикани от неравномерното развитие на доходите по света, както и от промените в състава на потребителската кошница и в относителната производителност. Предвижда се, че през следващите десетилетия Китай и Индия ще спечелят пазарни дялове в световната търговия, въпреки че след 2030 г. голямата скорост, с която се повишава китайският търговски дял, ще намалее поради забавяне в растежа на БВП. По същия начин се очаква Африка, Индонезия и други азиатски икономики да увеличат значително търговските си дялове, особено след 2030 г., регистрирайки бърз растеж, водещ до нарастване на размера на икономиките, съчетано с ниски производствени разходи. Този ръст в търговските дялове на развиващите се икономики ще е най-вече за сметка на по-слабите търговски резултати в Еврозоната – предполага се, че до 2060 г. нейният дял в износа ще се понижи до приблизително 12%. Същевременно поради сравнително по-благоприятните в сравнение с Еврозоната прогнози за растеж се очаква спадът в дела на някои икономики от ОИСР (напр. САЩ и Канада) да бъде по-лек.

Променящото се географско разпределение на търговията намира отражение и в измененията в относителното значение на различните групи търговски партньори. Сега около половината от общата двустранна търговия се осъществява в рамките на ОИСР, но според предвижданията до 2060 г. двустранната търговия между нейните членове ще намалее почти наполовина. За сметка на това търговията между икономиките извън ОИСР ще се увеличи над два пъти,

достигайки до приблизително една трета от световната търговия. През прогнозния период търговията между азиатските страни ще нарасне от около 6 на 16%. В същото време в ОИСР все по-често ще се внасят продукти от външни за организацията държави, докато дялът на последните в световния внос ще остане повече или по-малко непроменен. В крайна сметка се предвижда, че през следващите 40 години географският център на търговия ще се измести от развитите към развиващите се икономики.

През следващите десетилетия ще се промени значително и относителното значение на различните страни и региони на конкретни пазари. Това е обусловено най-вече от различията в растежа, промените в относителната производителност и в производствените разходи, както и от пренасочването на потреблението в развиващите се икономики към услугите. По-специално очакванията са, че Китай, Индия, други азиатски икономики и Африка ще станат доминиращи играчи в производството, докато повечето страни от ОИСР ще загубят позиции. Например Япония, Южна Корея и САЩ ще се лишат от сравнителното си предимство в областта на електрониката спрямо Китай и други азиатски страни, които до 2060 г. вероятно ще заемат 70% от световния износ в този отрасъл.

Дялът на развиващите се икономики (напр. Китай, Индия и африканските страни) на световния пазар ще се повиши значително дори в търговията с услуги. Причината е, че тези държави ще се ориентират към по-иновативни дейности, тъй като, съчетано с по-големия размер на икономиките им, те стават и по-богати. Дялове в търговията с услуги на Китай и Индия ще се увеличат най-вече за сметка на Еврозоната, САЩ, Япония и Обединеното кралство. Едно от обясненията за това е, че някои сектори на услугите обикновено се характеризират с ниски нива на производителност. Следователно за тези сектори достъпът до евтина работна ръка има сравнително голямо значение и въпреки че разходите за труд в развиващите се икономики нарастват, те все още са по-ниски, отколкото в повечето развити икономики.

Всичко казано дотук свидетелства за промяната на мястото в световното стопанство на развиващите се икономики, които започват да се превръщат в непренебрежими регионални и дори глобални играчи на пазара. Това е и най-голямото предизвикателство пред глобалната търговска система в момента. След като се избавят от зависимостта си от по-богатите страни, те могат да оспорят тяхната икономическа доминация и същевременно все още да се възползват до известна степен от статута си на развиващи се държави. От такава гледна точка по-ясно се вижда логичната връзка между неуспеха на СТО, възхода на развиващите се икономики и дебата за това, дали световната търговска система в сегашния си вид е годна за бъдещето. Към всичко това трябва да бъдат добавени и все още неясните икономически последици от Covid-19 и пандемичната обстановка в глобален план, които със сигурност ще имат и своето структурно отражение върху световното стопанство.

Литература

Alliance for a Green Revolution in Africa. (2018). Africa Agriculture Status Report 2017: The business of smallholder agriculture in sub-Saharan Africa, достъпно на <https://agra.org/wp-content/uploads/2017/09/Final-AASR-2017-Aug-28.pdf>, последно посетено на 1.07.2021.

Bobeva, D. (2020). Makroikonomicheski faktori za targovskite disbalansi na Bulgaria. – *Sbornik statii ot Mezhdunarodnata nauchna konferentsia „Ikonomicheskoto razvitiie i politiki – realnosti i perspektivi“* 2019, S: Izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“, s. 207-217. [Бобева, Д. (2020). Макроикономически фактори за търговските дисбаланси на България. – Сборник статии от Международната научна конференция „Икономическо развитие и политики – реалности и перспективи“ 2019, С: Издателство „Проф. Марин Дринов“, с. 207-217.]

Byanov, I. i N. Byanova. (2018). Izpalnenie na Tsel 2 ot Tselite za ustoychivo razvitiie i Obshtata selskostopanska politika na ES. – *Evropeyskata politika za razvitiie – predizvikatelstva i vazmozhnosti*, S: BPMR, s. 133-150. [Бянов, И. и Н. Бянова. (2018). Изпълнение на Цел 2 от

Целите за устойчиво развитие и Общата селскостопанска политика на ЕС. – *Европейската* политика за развитие – предизвикателства и възможности, С: БПМР, с. 133-150.]

Carlsberg Group (2018). Interim financial statement H1, August, достъпно на <https://www.carlsberggroup.com/reports-downloads/h1-2018-presentation/>, последно посетено на 1.07.2021.

Damen, M. and W. Iglar (2019). Free trade or geo-economics? Trends in world trade. Policy Department, DG EXPO, European Union, достъпно на [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/639306/EXPO_IDA\(2019\)639306_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/639306/EXPO_IDA(2019)639306_EN.pdf), последно посетено на 1.07.2021.

Estee Lauder (2017). Annual report, достъпно на <https://www.elcompanies.com/en/investors/earnings-and-financials/annual-reports>, последно посетено на 1.07.2021.

Hermes. (2018). First half 2018 results presentation, September 2018, достъпно на <https://www.globenewswire.com/news-release/2018/09/12/1569504/0/en/Hermes-C3%A8s-International-2018-half-year-results.html>, последно посетено на 1.07.2021.

Hristova-Balkanska, I. (2020). Икономиките от Централна и Югоизточна Европа и Китай: конкуренция и сътрудничество? – *Sbornik statii ot Mezhdunarodnata nauchna konferentsia „Ikonomichesko razvitie i politiki – realnosti i perspektivi“* 2019, S: Izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“, s. 293-302. [Христова-Балканска, И. (2020). Икономиките от Централна и Югоизточна Европа и Китай: конкуренция и сътрудничество? – Сборник статии от Международната научна конференция „Икономическо развитие и политики – реалности и перспективи“ 2019, С: Издателство „Проф. Марин Дринов“, с. 293-302.]

Johansson A. and E. Olaberria (2014). Global Trade and Specialisation Patterns over the next 50 years. *OECD Economic Policy Paper*, July, No 10. Paris: OECD Publishing.

Kharas, H. (2017). The unprecedented expansion of the global middle class: An update, *Brookings Institution, Global Economy & Development Working Paper* Number 100, February.

Lee, S. Y. and Y. Chen (2018). China further eases foreign investment curbs. Reuters,

June 28, достъпно на <https://www.reuters.com/article/us-china-economy-foreign-investment-idUSKBN1JO23M>, последно посетено на 1.07.2021.

Lund, S., J. Manyika, J. Woetzel, J. Bughin, M. Krishnan, J. Seong and M. Muir (2019). Globalization in Transition: The Future of Trade and Value Chains. McKinsey Global Institute, McKinsey & Company.

Mancini, M., W. Namysl, R. Pardo and S. Ramaswamy (2017). Global growth, local roots: The shift toward emerging markets, August. McKinsey.com, достъпно на <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/global-growth-local-roots-the-shift-toward-emerging-markets>, последно посетено на 1.07.2021.

McKinsey & Company (2017). Double-clicking on the Chinese consumer, достъпно на <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/double-clicking-on-the-chinese-consumer>, последно посетено на 1.07.2021.

McKinsey Global Institute (2016). Urban world: The global consumers to watch, April. McKinsey & Company, достъпно на <https://www.mckinsey.com/featured-insights/urbanization/urban-world-the-global-consumers-to-watch>, последно посетено на 1.07.2021.

McKinsey Global Institute (2017). Chinese luxury consumers: The 1 trillion renminbi opportunity. *China Luxury Report*, May. McKinsey & Company, достъпно на <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/marketing%20and%20sales/our%20insights/chinese%20luxury%20consumers%20more%20global%20more%20demanding%20still%20spending/chinese-luxury-consumers-the-1-trillion-renminbi-opportunity.ashx>, последно посетено на 1.07.2021.

Miroudot, S., R. Lanz and A. Ragoussis (2009). Trade in Intermediate Goods and Services. *OECD Trade Policy Working Papers*, No. 93. OECD Publishing.

Nakamura, Y. and A. Onishi (2017). China's smartphone war escalates as largest market matures. *Nikkei Asian Review*, March 2018.

Panushev, E. (2020). Vanshotargovskite pozitsii na Bulgaria v promenyashtata se mezhdunarodna reglamentatsia. – *Sbornik statii ot*

Mezhdunarodnata nauchna konferentsia „Ikonomichesko razvitie i politiki – realnosti i perspektivi“ 2019, S: Izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“, s. 197-206. [Панушев, Е. (2020). Външнотърговските позиции на България в променящата се международна регламентация. – Сборник статии от Международната научна конференция „Икономическо развитие и политики – реалности и перспективи“ 2019, С: Издателство „Проф. Марин Дринов“, с. 197-206.]

Peneva, T. (2020). Kitayskite investitsii v Evropa – strategicheska ramka i realnost. – *Sbornik statii ot Mezhdunarodnata nauchna konferentsia „Ikonomichesko razvitie i politiki – realnosti i perspektivi“* 2019, S: Izdatelstvo „Prof. Marin Drinov“, s. 303-315. [Пенева, Т. (2020). Китайските инвестиции в Европа – стратегическа рамка и реалност. – Сборник статии от Международната научна конференция „Икономическо развитие и политики – реалности и перспективи“ 2019, С: Издателство „Проф. Марин Дринов“, с. 303-315.]

Wang, A., T. Wu and T. Zhou (2017). Riding China's huge, high-flying car market, October. McKinsey.com, достъпно на <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/riding-chinas-huge-high-flying-car-market>, последно посетено на 1.07.2021.

World Trade Organization, International Trade Centre, and UNCTAD. (2018). World tariff profiles 2018, достъпно на [https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_tariff_profiles18_e .htm](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_tariff_profiles18_e.htm), последно посетено на 1.07.2021.

