

# Членството на България в ЕС – предпоставка или предизвикателство за повишена конкурентоспособност на международния товарен автотранспорт

Мария Христова-Политикова\*

**Резюме:** Статията разглежда товарния автотранспорт в България като най-динамично развиващия се транспорт след промените в България през 90-те. Сухопътният автомобилен транспорт най-добре отговаря на изискванията на българската икономика след възприемане принципите на пазарното стопанство. За развитие на логистичния потенциал на България отново се залага на автотранспорта. Прави се кратък обзор на особеностите на автотранспорта, които са предпоставка за изпреварващото му развитие в сравнение с другите видове транспорт. Разглежда се пазарът на автотранспортни услуги като пазарна структура според степента на конкурентност. Посочват се основните ценообразуващи фактори и се анализира как те се променят след приемането на България в ЕС. Прави се анализ как еврочленството се отразява на основните параметри на товарния автотранспорт – товаропотоци, цени, срокове на доставка, ефективност на фирмите. Наблюдава се отражението на тези промени върху конкурентността на българските търговски фирми.

**Ключови думи:** товарен автотранспорт, пазарна структура, конкурентност,

\* Мария Христова-Политикова е докторант в катедра „МИО и бизнес“ на УНСС.

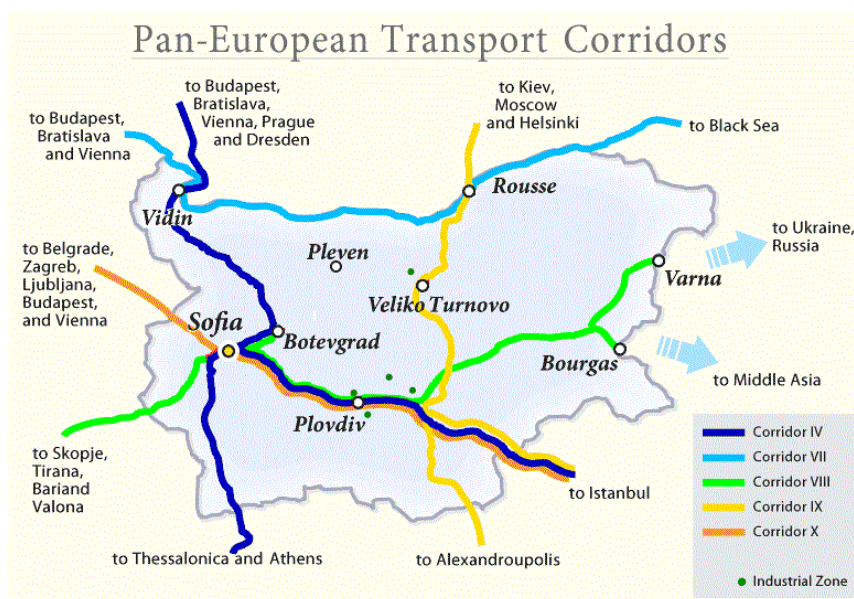
единно европейско пространство, ценообразуващи фактори, ефективност.

**JEL:** D0, D2, D4, F2, L11, L91, L92.

## Увод

През последните две десетилетия значимостта на международните автомобилни превози за българската и европейската икономика изпъква в сравнение с другите видове транспорт. При анализ на потенциала на България като логистичен център на Балканите също се откроява водещата позиция на автомобилния транспорт:

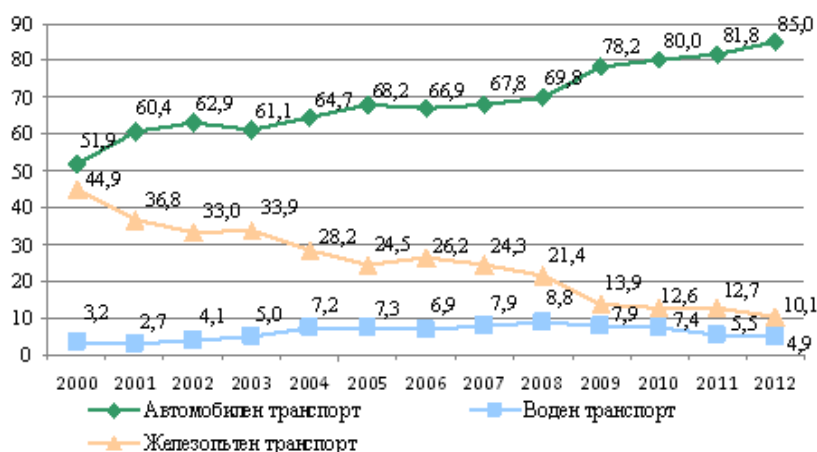
- Транспортният сектор има ключова роля за **формирането на единно и добре функциониращо европейско пространство**. Географското разположение на България е такова, че през нейната територия преминават 5 паневропейски транспортни коридора: IV, VII, VIII, IX, X. През територията на България преминава интензивен трафик и е съвсем естествено българските автотранспортни фирми да се включат като доставчици на транспортни и логистични услуги – както на товаропотоци с начална и крайна точка България, така и на транзитни превози (фигура 1).
- Транспортът има много голямо значение за **пълноценния производствено-технологичен процес**. Представлява важно



Фигура 1. Паневропейски транспортни коридори

съединително звено между производителите и потребителите. Той събира на едно място средствата за производство с предметите на труда и работната сила. Осигурява превозването на суровините до преработващите предприятия и на готовата продукция до потребителите.

- Товарният автомобилен транспорт е един от **ключовите фактори за конкурентоспособността на националната икономика**. Допринася за повишаване конкурентоспособността на българските фирми с кратките срокове на доставка, гъвкавост при организацията и отчитане специфичните изисквания на



Фигура 2. Разпределение на товарните превози по видове транспорт (% от общо изпълнени тонкилометри)

## Икономически теории

клиента. Автотранспортът е предпочитан вид превоз от много товародатели, които разчитат на него както за доставки на суровини, така и за **своевременното пласиране** на произвежданите от тях стоки на националния и европейския пазар.

- Предимството пред останалите видове транспорт е, че товарните автомобилни превози могат да се **организирант за много по-кратки срокове в сравнение с тях** и по този начин да отговорят на бързо развиващите се и променливи икономически и пазарни условия.

Международният автомобилен транспорт има **много по-динамични темпове на развитие** през последните години в сравнение с другите видове транспорт. По данни на националната статистика, преобладаващата част от товарните превози между България и останалите европейски държави се извършват от автомобилния транспорт (фигура 2).

### 1. Възникване и фирмена структура

#### 1.1. Възникване

След либерализацията на пазара в началото на 90-те най-бързо и успешно се реструктурира секторът на автомобилните товарни превози. От една страна, това е възможно поради относително малките инвестиции за основаване на автотранспортен бизнес и постепенното му разрастване и поради факта, че не е необходима специализирана инфраструктура. Генезисът на автотранспортния бранш в България предопределя структурата на участниците му – множество малки и някои по-големи фирми, които постоянно се развиват или свиват, някои дори отпадат от пазара. Може да се обобщи, че структурата на доставчиците на автотранспортни услуги е в постоянно динамично развитие – поя-

вяват се нови, отпадат вече съществуващи, постоянно присъстващите в бранша променят размерите си. Тази структура на автотранспортния бранш много добре пасва на колебливата българска икономика – помага я със своята гъвкавост.

#### 1.2. Фирмена структура

Наличието на много и сравнително малки фирми е в резултат на формирането на сектора след 90-те години на миналия век, след денационализацията и последвалите процеси на приватизация. Оказва се, че този вид транспорт по най-лесен и бърз начин може да премине в частни ръце и да изпълнява своята роля като основно свързващо звено в икономиката. Държавните автомобилни предприятия са приватизирани и на тяхно място се появяват множество малки и средни предприятия (повечето от които с един автомобил), конкурирайки се на пазара на товарни превози.

Наличието на множество превозвачески фирми определя и високата степен на конкуренция вътре в автомобилния транспорт, като тя се засилва и от наличието на значителен по обем сив сектор в отрасъла.

### 2. Характеристика на пазара като вид пазарна структура според степента на конкурентност

Характерните особености на съвършената конкуренция са добре изразени при пазара на автотранспортни услуги:

- налице са много и сравнително малки пазарни участници;
- достъпът до пазара е свободен. Влизането и излизането на пазара не е свързано с големи инвестиции;
- отделните участници не могат да повлияват установилата се пазарна цена. Тя се явява зададена за тях от пазара и те могат единствено да променят обе-

ма на предлагането;

- предлаганата услуга като цяло е еднородна. Специфичните изисквания на клиентите по отношение на срокове на доставка, време за натоварване и доставка извън стандартните за фирмата сервиси са проява на монополистична конкуренция (Мичева, 1995). За тези услуги могат да се определят по-високи цени, защото могат да издържат на пазарната конкуренция.

Пазарът на международни автомобилни превози от и за България може да се определи като пазар със съвършена конкуренция, от което следва, че цените се определят свободно под действието на пазарния механизъм.

### 3. Основни ценообразуващи фактори

#### 3.1. Разходите като основен ценообразуващ фактор

Към разходите отнасяме: разходите за транспортни средства, разходите за горива, за пътни такси и разходите за труд.

По отношение на разходите, цените при автотранспортните фирми се формират на база на следните разходи за комплектни товари по зададен маршрут с един товарен и един разтоварен пункт (най-прост вариант):

- Постоянни разходи на композицията;
- Разходи за водач;
- Разходи за такси;
- Разходи за гориво.

Резултатът е общи разходи или цена на километър. На база на тези разходи плюс надбавка въз основа на очакванията за търсенето и на база на конкурентните цени се формира цена за определен период от време.

По подобен начин, но с малко повече усложности, се формират цените при групажните пратки. В общия случай се изготвят

тарифи на месечна или годишна база (Николова, 2010).

Пагането на цените на горивата предизвиква автоматично натиск от страна на клиентите за намаляване на цените за транспорт, като не се гържи сметка за реалния им дял в общите разходи. От друга страна, при рязък ръст на цените на горивата цените на автотранспортните услуги могат да бъдат повишени много трудно. Конкуренцията е висока, а платежоспособното търсене – ограничено (Мичева, 1995).

**Работните заплати** на шофьорите бележат устойчива тенденция към повишаване. В резултат на отварянето на пазара на труда от тесните рамки на националния пазар към общото европейско пространство се повишава търсенето на международни шофьори.

#### 3.2. Действието на пазарния механизъм – търсенето и предлагането

Традиционните методи на ценообразуване – от конкуренцията, от разходите и от търсенето, ни отвеждат до незадоволителни финансови резултати за автомобилните предприемачи (Петков, 2014). Конкуренцията е висока, разходите са устойчиви към повишаващи се, търсенето – намаляващо в първите няколко години след 2007 г., а след това – колебливо, без устойчива тенденция за растеж.

### 4. Ценообразуващи фактори, произтичащи от присъединяването на България към единното Европейско пространство

Присъединяването на България към единното Европейско пространство е свързано с появата на нови специфични ценообразуващи фактори, произтичащи от присъединяването. **Технологичните и законовите предизвикателства** пред доставчиците

на международни автомобилни услуги изискват все по-големи инвестиции.

**4.1.** Бурното развитие на автомобилната индустрия е в унисон със законовите изисквания за екологични стандарти по отношение на двигателите и техническото ниво на оборудване на автомобилите.

**4.2.** Въвеждат се и нови такси в различните европейски държави за ползване на инфраструктурата.

**4.3.** Налице са нови закони изисквания относно заплащането и почивките на шофьорите.

През последните години големи вълнения в бранша предизвиква т.нар. пакет Мобилност. Той засяга изключително фирмите, които извършват превози между държавите европейски държави, а не между България и държавите европейски държави ([https://www.economic.bg/bg/news/10/June 2018](https://www.economic.bg/bg/news/10/June%202018)). Съвкупният резултат за автопревозвачите е по-големи разходи за автопарк, сервизно обслужване и труг.

**4.4.** Налице е и по-голяма конкуренция, която тласка цените надолу.

**4.5.** От друга страна е налице възможност за ефективно използване на европейски фондове и финансиращи институции.

### **5. Тенденции на развитие на пазарните цени след членството на България в ЕС**

Изследването на влиянието на различните ценообразуващи фактори върху действието на пазарния механизъм на пазара на транспортни услуги води до извода, че се налага тенденция за намаляване на цените. Динамичното развитие на сектора, в съчетание с все по-високата конкуренция, прави въпроса за ефективността на транспортно-спедиторските фирми все по-актуален и изпълнен с напрежение ([www.logistika.bg](http://www.logistika.bg)).

Цените на комплектните товари и групните пратки от северозападна Герма-

ния са намалели с около 20% след 2007 г. Този % през периода 2007–2018 има колебания, при които е още по-висок, т.е. цените са още по-ниски и никога не е по-нисък, т.е. цените не са по-високи от намалението с 20% (според реални фирмени данни).

Специфичните ценообразуващи фактори при международните автомобилни превози между България и Европа обуславят несигурна и изпълнена с предизвикателства среда за развитие.

### **6. Основни предизвикателства пред бранша – постигане на добра ефективност в условията на все по-конкурентна среда**

В условията на увеличаващи се разходи и намаляващи пазарни цени под натиска на все по-голяма конкуренция се налага транспортните фирми да съсредоточават по-големи усилия за подобряване на своята ефективност (<http://www.ritrans.eu/index.jsp?issue=2016-09&article>).

Тези усилия могат да се обобщят в няколко насоки:

**6.1.** Оптимизиране на фирмената организация и работния процес.

При групните превози се изисква все по-прецизно:

- оптимизиране на маршрута;
- по-големи са изискванията към по-пълно капацитиране на товарното помещение;
- организаторите на транспорта се налага да съвместяват повече и по-разнообразни задачи поради оптимизиране на човешките ресурси.

**6.2.** Въвеждане на нови методи на ценообразуване – например динамично ценообразуване.

В ценовата политика се прилагат калкулативни методи за ценообразуване, основани на фирмени критерии – ценообразуване на база разходи и пазарни подходи на база търсенето и конкуренцията (Стой-



чев, 2010). Всъщност, всяка пазарноориентирана фирма при формиране на цените си отчита разходите си и гържи сметка за търсенето и цените на конкурентите. Може да се обобщи, че нивото на променливите разходи определя долната граница на фирмените цени, под която фирмената дейност е безсмислена. Платежоспособното търсене очертава горната граница, а конкуренцията посочва точното ниво, от което не трябва да се отклоняват, за да не загуби фирмата пазарните си позиции (Петков, 2014).

При традиционните методи на ценообразуване на база на разходите и пазарните изисквания се изготвят тарифи за определен период от време при определени условия (стандартни размери, определени териториални зони за товарни и разтоварни пунктове, определено транзитно време и определено време за реакция) (Николова, 2010).

Динамичното ценообразуване включва промяна на цените за едни и същи продукти или услуги в отговор на променящото се търсене. От друга страна, управлението на приходите означава различни цени за различни продукти за различни клиенти (<https://www.economist.com/business/2016/01/28/flexible-figures>).

Динамично ценообразуване се основава на следните условия:

- пикове в търсенето;
- по-специални изисквания на клиентите;
- определени обстоятелства, свързани с превозвания товар (нестандартни размери, висока рисковост при транспортиране, висока стойност);
- при обстоятелства, свързани с времето за транспортиране – много спешни срокове за доставка, отправяне на заявка в деня на товаренето;
- при обстоятелства, свързани с отправната или крайната дестинация – нестандартни дестинации (не са упоменати в тарифите).

Горепосочените обстоятелства имат

обща характеристика, че се различават от стандартните, посочени в офертите. За организиране на транспортите с по-специални изисквания са необходими повече ресурси, по-голям опит и по-големи специфични и организаторски умения. Поема се по-голям риск. Всичко това е основание за допълнителна печалба. Организирането на транспортите със специални изисквания дава свобода при ценообразуването, защото се преминава към монополистична конкуренция. Смесът на монополистичната конкуренция е да се замъгли пряката връзка между разходите и цената, и на тази основа да се постигне по-гъвкаво ценообразуване.

За транспортно-спедиторските фирми динамичното ценообразуване е шанс за подобряване на финансовия резултат. То е ефективно, защото основният ресурс е свързан с повишена квалификация на човешкия фактор, а не с несигурни и лесно амортизиращи се материални вложения ([https://www.logistika.bg/bg/June 2020](https://www.logistika.bg/bg/June%202020)). Производителите и крайните потребители не се оцетени, защото за по-високите цени стои по-висока стойност на услугата за самите тях (свързана е със спешна и по-високо платена поръчка, със стартиране на ново начинание, с по-високи потенциални печалби).

### **7. Промени в автомобилния бранш в резултат от евротранспортното и значението им за повишаване на фирмената конкурентоспособност**

С приемането на България в ЕС през 2007 г. българските превозвачи получават достъп до европейския пазар на автомобилни услуги, т.е. могат да извършват превози между различни европейски държави без да са им необходими специални разрешителни (<https://www.mtitc.government>).

## Икономически теории

bg/bg/category/141/izpunitelna-agenciya-avtomobilna-administraciya). Безспорно това води до разрастване на бранша и до увеличаване на БВП, създаван в него.

### 7.1. Увеличаване на товаропотоците, превозвани по шосе

Свободното движение на хора и стоки в рамките на общността генерира нови товаропотоци за автотранспорта (таблица 1 и фигура 3).

По данни на НСИ, през последните десет години разпределението на товарните превози по видове транспорт се променя. Чувствително нараства относителният дял на автомобилния транспорт (от 51,9% през 2000 г. на 85,0% през 2012 г.) за сметка на железопътния транспорт, чийто дял от 44,9% спада до 10,1% от товарните превози. Въпреки че е с най-висок средногодишен ръст за периода 2000–2012 г., вътрешноводният транспорт (речен транспорт) произвежда сравнително малко тонкилометри – неговият относителен дял през 2012 г. е 4,9% към общо извършената работа.

### 7.2. Ускоряване на стокооборота

Съкращават се сроковете за доставка при превозите от и за България. С форми-

рането на обща митническа територия за страните членки отпадат митническите процедури в отправната и получаващата дестинация. Сроковете за доставка се съкращават минимум с един ден от тези преди членството. Ефектите от по-кратките срокове за доставка имат два аспекта – за автотранспортните фирми и за търговските фирми потребител на услугата. За автотранспортните фирми се увеличава извършената работа на едно превозно средство, измерена в изминати км или време за движение. От гледна точка на търговските фирми, доставките достигат до тях по-бързо, както и продукцията им своето местоназначение. Стокооборотът се увеличава, от една страна, под влияние на увеличените товаропотоци, а от друга – поради съкращаване на сроковете за доставка. В резултат на това се наблюдава ръст в БВП на България. Отпадането на митническите процедури при вноса и износа на стоки от и за страни-членки на ЕС, води до повишаване на фирмената конкурентоспособност както на автотранспортните, така и на търговските фирми (таблица 2).

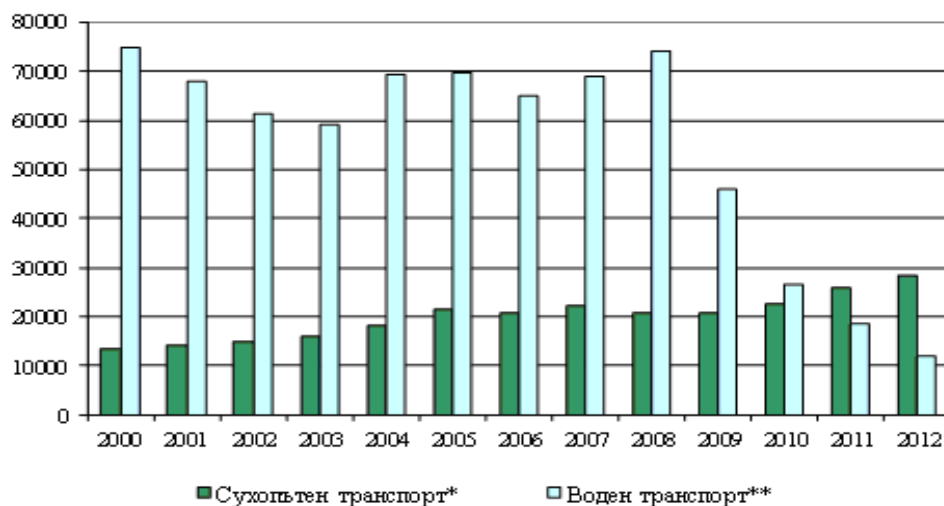
### 7.3. Намаляване на транспортните разходи

Либерализирането на автотранспорт-

Таблица 1. Извършена работа при превоз на товари от сухопътен и воден транспорт, млн. тонкилометри

Наименование на показателите	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Превозени товари - хил. тона	14152.0	12469.8	13538.9	13690.9	14635.1	14225.8	16029.9
международни превози	4135.7	3516.4	3386.9	3330.2	4339.1	4548.7	4655.8
Извършена работа - млн. ткм	3291.2	2907.6	3246.0	3439.2	3649.8	3433.7	3931.0
Международни превози	1054.1	896.3	869.8	882.2	1135.7	1069.4	1142.2

Източник: НСИ



Фигура. 3. Дял на автомобилния спрямо водния транспорт по години за периода 2000-2012 г.

ния пазар, отпадането на специалните разрешителни за превоз на стоки до другите европейски държави довеждат до навлизането на пазара на други нови български превозвачи с по-малък брой транспортни средства. В резултат на това, под действието на конкурентния натиск цените на автомобилния транспорт услуги намаляват. От гледна точка на търговските фирми, това означава пониски транспортни разходи и повишаване конкурентоспособността на тяхната продукция на европейския пазар.

на автомобилния транспорт може да се обобщава, че то може да се разглежда и като предизвикателство, и като предпоставка за повишена конкурентоспособност на бранша.

Предпоставка за развитие са увеличените товаропотоци, по-кратките срокове за доставка, опростените митнически формалности по границите и отпадането на вътрешните митници, увеличаване на извършената работа в резултат на ускоряване на стокооборота.

От друга страна, еврочленството предполага по-голяма конкуренция и натиск

Таблица 2. Реален БВП на глава от населението и темп на прираст Верижни обеми (2010 г.), евро на глава от населението

Държава	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
България	4800	5100	5000	5100	5300	5300	5400	5400	5800	6000	6300

Източник: НСИ

### Изводи

От краткото изследване на въздействието на еврочленството върху развитието

за намаляване на цените, по-високи технологични и екологични изисквания, по-високи разходи за труд и модернизирани на автопарка. Двойният натиск – от една страна



## Икономически теории

за смъкване на цените, а от друга – за покращване на разходите, е предизвикателство към тяхната ефективност. Изходът е в повишаването на организационната ефективност, повишаване на ефективността на трудовите ресурси и по-гъвкави решения в областта на ценовата политика.

### Цитирани източници:

Мичева, Е., 1995. Пазари, цени, маркетинг – международни цени и ценообразуване (част втора), София: ДФ „Полиграфически комбинат“.

(Micheva, E., 1995. Pazari, tseni, marketing – mezhdunarodni tseni i tsenoobrazuvane (chast vtora), Sofia: DF „Poligraficheski kombinat“)

Николова, Хр., 2010. Транспортният пазар в България: състояние и перспективи за развитие, София: УИ „Стопанство“.

(Nikolova, Hr., 2010. Transportniat pazар v Bulgaria: sastoyanie i perspektivi za razvitie, Sofia: UI „Stopanstvo“)

Николова, Хр., 2013. Устойчиво развитие на транспорта в България: анализ и оценка на ключови показатели, ИК – УНСС.

(Nikolova, Hr., 2013. Ustoychivo razvitie na

transporta v Bulgaria: analiz i otsenka na klyuchovi pokazateli, ИК – УНСС)

Петков, В., 2014. Видове цени и тяхното приложение на международните стокови пазари. София: ИК „ГорексПрес“.

(Petkov, V., 2014. Vidove tseni i tyahnoto prilozhenie na mezhdunarodnite stokovi pazari. Sofia: ИК. „GoreksPres“)

Стоичев, И., 2010. Ценова политика, София, НБУ.

(Stoychev, I., 2010. Tsenova politika, Sofia, NBU)

<https://www.mtitc.government.bg/bg/category/141/izpunitelna-agenciya-avtomobilna-administraciya>

<https://www.logistika.bg/bg/menu/June 2018>

<https://www.logistika.bg/bg/June 2020>

<http://www.ritrans.eu/index.jsp?issue=2016-09&article>

<https://www.economic.bg/bg/news/10/>

<https://www.economist.com/business/2016/01/28/flexible-figures>

<https://www.nsi.bg/en/content/7222/road-freight-transport-rft>