DOI: https://doi.org/10.37075/ISA.2026.3.08

Външнотърговска динамика при сектор „производство на облекло“

Ангелина Терзиева*

Резюме: Настоящата статия изследва външнотърговската динамика при сектор „Производство на облекло“ в България. Основната цел е да се анализират тенденциите в развитието на вноса и износа на облекло и тяхното влияние върху развитието на сектора и неговата конкурентоспособност на международните пазари. Изследването се базира на данни от Националния статистически институт за периода 2019–2023 г. Анализирани са броят на предприятията, обемът на произведената продукция, динамиката на външнотърговските потоци и основните търговски партньори на страната. Получените резултати позволяват да се оцени състоянието на сектора, неговото участие в международната търговия и мястото му в структурата на българската преработваща промишленост.

Ключови думи: производство на облекло, външна търговия, внос и износ, брой предприятия

JEL: F14, L67.

Въведение

Секторът „Производство на облекло“ заема важно място в структурата на българската преработваща промишленост и има значителен принос за развитието на външната търговия на страната. Неговото развитие е тясно свързано с динамиката на вноса и износа, както и с промените в международната икономическа среда, потребителското търсене и конкурентоспособността на предприятията. В тази връзка анализът на производството, вноса и износа на облекло позволява да се оцени състоянието на сектора и неговото участие на международните пазари.

Производството на облекло е един от най-старите, традиционно значими сектори на промишлеността. Както в миналото, така и днес, той заема важно място в стопанския живот на страната, като осигурява задоволяването на потребностите на населението от облекло. Съвременното потребление на облекло в значителна степен зависи от промишленото шевно производство. Предназначението на произведената продукция от предприятията за производство на облекло е да задоволи жизнените потребности на населението, като същевременно създава заетост, добавена стойност и възможности за развитие на външнотърговските отношения.

* Ангелина Терзиева е докторант в катедра „Икономика и стопанско управление“ на ХТМУ – София.

1. Класификация на готовото облекло

Класификацията на готовото облекло се извършва по различни признаци: по функционалност; по предназначение; по отношение на използването на облеклото; по начин на производство; в зависимост от използваните материали и в зависимост от модела (Кожухаров, 2016).

По предназначение готовото облекло се разделя на: битово, работно, униформено, спортно и национално.

По начин на производство – готово облекло, облекло по поръчка и полуготово облекло.

По отношение на използването на облеклото по годишни времена то може да бъде: лятно, зимно, пролетно-есенно и за всички сезони.

В зависимост от модела – едноредно и двуредно; с обикновен, кимоно, реглан и друг вид ръкави; с вталена, полувталена или права форма.

По функционалност готовото облекло се разделя на бельо, горно облекло и връхно облекло.

Съгласно класификатора на икономически дейности към сектор „Производство на облекло“ се включва производството на трикотажно и плетено облекло, производство на горно, долно и работно облекло, както и производство на друго облекло и допълнения за облекло (КИД-2025).

2. Анализ на търговията в сектор „Производство на облекло“

Преработващата промишленост е един от трите основни подсектори на промишлеността, заедно с добивната промишленост и енергетиката. Тя играе съществена роля за развитието на националната икономика и на износа на страната (Митев, 2023).

Сектор „Производство на облекло“ заема важно място в структурата на българската преработваща промишленост и има съществен принос за развитието на външната търговия на страната. Външната търговия е важен фактор за развитието на националната икономика и за повишаване степента на нейната отвореност към международните пазари. За страни с ограничен вътрешен пазар, каквато е България, тя създава възможности за реализация на произведената продукция извън националните граници и за осигуряване на необходимите суровини, материали и технологии (Патарчанова и Пецева, 2012). Разглеждането на износа на една държава винаги трябва да се анализира от гледна точка на възможностите за икономически растеж и постигането на развитие. Освен това, той е част от търговската политика, а и от цялостната икономическа политика и зависи от потенциала за производство на стоки и предоставянето на услуги. Още от средата на 20-и век именно износът се разглежда като основна възможност за генериране на растеж и преодоляването на неравенствата, а в някои държави и на бедността (Николова, 2020). Развитието на сектора е свързано както с динамиката на вътрешното производство, така и с измененията във външнотърговските потоци, обусловени от международната икономическа среда, потребителското търсене и конкурентоспособността на предприятията. В тази връзка анализът на производството, вноса и износа на облекло позволява да се оцени състоянието на сектора и неговото участие на международните пазари.

Предприятията, в зависимост от тяхната големина могат да бъдат микро, малки, средни и големи предприятия. Разграничението между тях се извършва въз основа на броя на заетите лица, размера на оборота и стойността на активите (Георгиев и колектив, 2013). Съгласно чл. 3 от Закона за малките и средните предприятия, микропредприятия са тези с персонал под 10 души, малки предприятия – с персонал под 50 души, а средни предприятия – с персонал под 250 души (ЗМСП, чл. 3).

В таблица 1 е представен броят на предприятията, опериращи в сектор „Производство на облекло“ за периода 2019-2023 г. От нея се установява, че броят на предприятията в сектора непрекъснато намалява в сравнение с 2019 г. Намалението от началото на периода е с 825 предприятия, или 19,4% – от 4253 предприятия през 2019 г. до 3428 предприятия през 2023 г.

Сред фирмите със заетост над 250 души могат да се открояят: Сина-стил ООД, Пирин текс продакшън ЕООД, Вега-текс ЕООД, ЯНА АД, Куш мода ООД, Динатекс България ООД, Аполон-95 ЕООД, Дзалли ООД, Пчела ЕООД, Мизия – 96 АД, Легия АД, БТБ България АД, Балконф ЕООД, Хариеса фешън ЕАД, Виомода ЕООД, Н Оптимус ЕООД, Герис Консулт ЕООД, Соло Текстил ООД, Георгиев ПЛП ООД, Омега-Текстил ООД, Димитров ООД, Брилянт АД, Евромода ЕООД, Наталия АД и други. Фирмите в този сектор са собственост, както на български, така също и на чуждестранни инвеститори. Основната им дейност е свързана с производство, внос, износ и търговия на облекло.

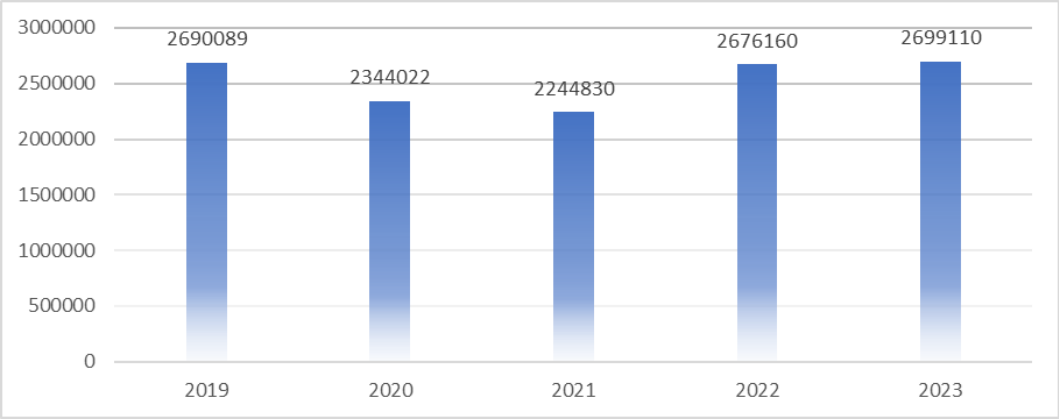
Важно значение за развитието на сектор „Производство на облекло“ има и обемът на произвежданата продукция, при който за периода 2019-2023 г. се наблюдава променлива тенденция в стойностно изражение (виж фигура 1).

От представените данни се установява, че обемът на произведената продукция остава относително стабилен, като нараства от 2 690 089 хил. лв. през 2019 г. до 2 699 110 хил. лв. през 2023 г. През 2020 г. продукцията намалява до 2 344 022 хил. лв.: като основни причини за това могат да се посочат пандемията, блокирането на производствени дейности и търговски обекти, както и нарушенията във веригите на доставки и други. Намалението на произведената продукция продължава и през 2021 г., макар и с по-слаби темпове, което показва, че пандемичната обстановка продължава да оказва влияние върху дейността на предприятията в сектора. След този период, през 2022 и 2023 г. се наблюдава възстановяване и стабилизиране на производството, достигайки нива, близки до тези от началото на разглеждания период. Съпоставяйки броя предприятията с произведената продукция по години, се установява увеличение на броя единици

Таблица 1. *Брой предприятия в сектор „Производство на облекло“*

Година	2019	2020	2021	2022	2023
Производство на облекло	4 253	3 843	3 637	3 461	3 428

Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*



Фигура 1. *Продукцията на промишлените предприятия в сектор „Производство на облекло“ (в хил. лв.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки и калкулации*

продукция, произведени от предприятията от 632,52 ед. за 2019 г., до 787,37 ед. за 2023 г.

В таблица 2 е представен относителният дял на продукцията на предприятията от сектор „Производство на облекло“ спрямо преработващата промишленост. От нея се установява, че дяловете на сектор „Производство на облекло“ в преработващата промишленост се характеризират с променливи тенденции. Въпреки възстановяването на сектора „Производство на облекло“, неговият относителен дял в преработващата промишленост намалява през последните години, тъй като общата промишлена продукция нараства с по-бързи темпове. Най-висок относителен дял се наблюдава в началото на изследвания период – 3,97% през 2019 г., като през 2023 г. намалява до 2,84%. Това представлява понижение с 1,13 процентни пункта. Преработващата промишленост като цяло се характеризира с по-висока устойчивост, отчитайки малък спад през 2020 г. и последващ растеж през периода 2021–2023 г.

За по-пълна оценка на развитието на сектор „Производство на облекло“ е необходимо да се разгледат и външнотърговските потоци, тъй като те са важен показател за неговата конкурентоспособност и пазарни позиции.

Таблица 2. *Относителен дял на продукция на промишлените предприятия в сектор „Производство на облекло“ спрямо преработващата промишленост за периода 2019-2023 година*

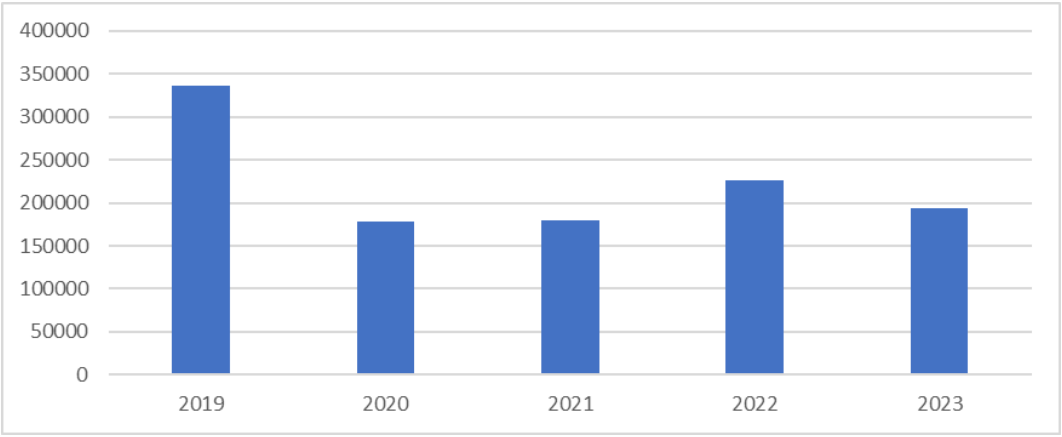
Години	2019	2020	2021	2022	2023
Производство на облекло	2 690 089	2 344 022	2 244 830	2 676 160	2 699 110
Преработваща промишленост	67 693 717	61 759 156	70 861 171	90 775 334	95 051 277
Относителен дял (в %)	3.97%	3.80%	3.17%	2.95%	2.84%

Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки и калкулации*

Международната търговия е първата и най-развита форма на международните икономически отношения и допринася за разширяване на асортимента на националното потребление, по-пълно задоволяване на потребностите и повишаване на жизнения стандарт (Златева и колектив, 2019). Обменът може да се извършва под формата на внос и износ. Износът представлява продажба на стоки или услуги на контрагенти зад граница. Чрез износа се разширяват пазарите за реализация на продукцията. Обменът чрез внос се осъществява със закупуване на стоки или услуги от доставчици зад граница. Същевременно фирмите търсят възможности за реализация на международните пазари (Василева, 2011). В този контекст може да се приеме, че колкото по-големи са обемите на износа, толкова по-висока е конкурентоспособността на съответната икономика, тъй като това е показател за по-добра реализация на продукцията и по-силни позиции на международните пазари.

Данните за вноса на облекло за периода 2019–2023 г. в натурално изражение показват значителни колебания, както по отношение на обемите, така и по тенденциите на развитие (виж фигура 2).

През 2019 г. вносът достига 335 819 хил. бр., което представлява най-високия обем за разглеждания период. След това през 2020 г. се наблюдава драстично намаление до 178 330 хил. бр., което означава спад с приблизително 47% спрямо предходната година. Такъв рязък спад може да бъде обоснован с глобалните икономически и социални фактори, като пандемията и последствията от нея, които доведоха до ограничаване на международната търговия и нарушаване на веригите за доставки. Най-съществено възстановяване се наблюдава през 2022 г., когато обемът на вноса достига 226 485 хил. бр., което е увеличение от 1,25 пъти спрямо 2021 г. Това показва постепенно възстановяване на търсенето и нормализиране на търговските потоци след кризисните години. Вносът на



Фигура 2. *Внос на облекло (в хил. бр.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*

облекло през 2023 г. възлиза на 193 731 хил. бр., което представлява намаление с около 1,73 пъти спрямо началото на разглеждания период (2019 г.), когато е възлизал на 335 819 хил. бр.

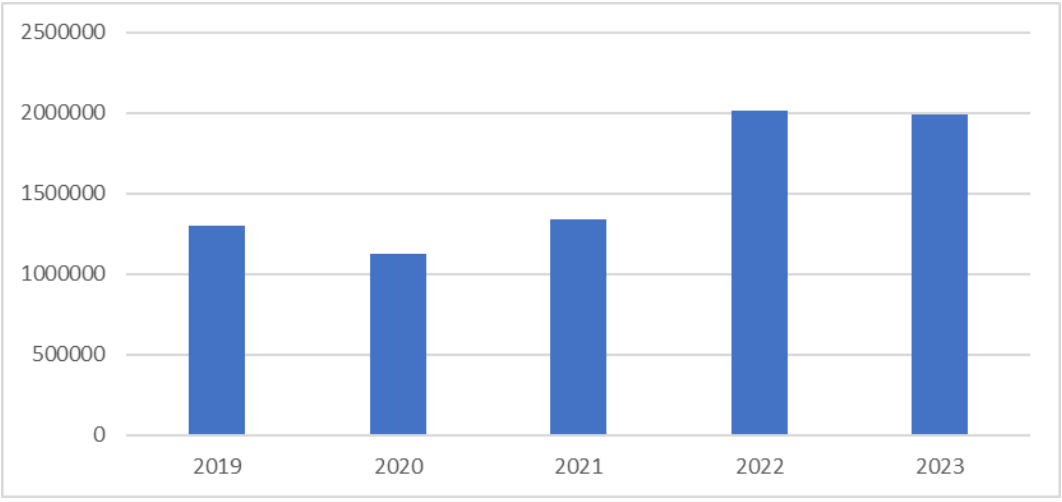
Вносът на облекло в стойностно изражение за разглеждания период показва значителни колебания, като най-ниската стойност се наблюдава през 2020 г., а най-високата – през 2022 г. Тези колебания отразяват както глобалните икономически фактори, така и промените в международните вериги за доставки, цените на облеклото и потребителското търсене (виж фигура 3).

През 2019 г. вносът е на стойност 1 303 131 хил. лв., докато през 2020 г. намалява до 1 126 517 хил. лв. Това представлява спад от около 13,6%, което може да се обясни с настъпването на пандемията, последвано от намалено потребление през този период и затрудняване във веригите на доставки.

Най-значително е увеличението през 2022 г., което се характеризира с възстановяване на международната търговия и повишаване на пазарните цени.

От началото до края на разглеждания период вносът на облекло в България в стойностно изражение показва значителен ръст. През 2019 г. стойността на вноса е 1 303 131 хил. лв., а през 2023 г. достига 1 989 921 хил. лв., което представлява увеличение с около 52,6%, или 1,53 пъти спрямо началото на периода.

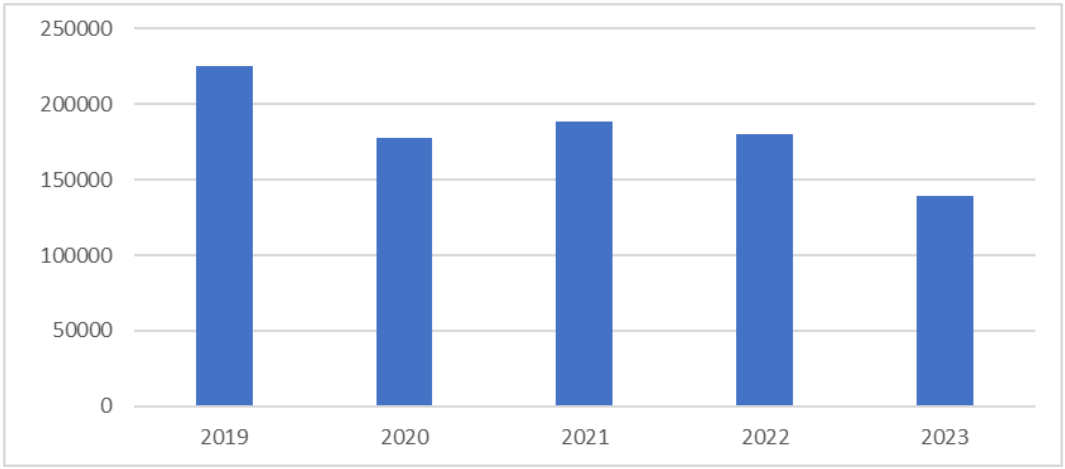
През разглеждания период износът на облекло в натурално изражение се характеризира с променливи тенденции (виж фигура 4). След отчетения спад през 2020 г. до 178 014 хил. бр., породен от пандемичната обстановка и ограниченията в международната търговия, през 2021 г. се наблюдава частично възстановяване. Въпреки това, през периода 2022–2023 г. износът отново намалява, достигайки 139 496 хил. бр. в края на периода. Това представлява намаление с около 1,61 пъти спрямо началото



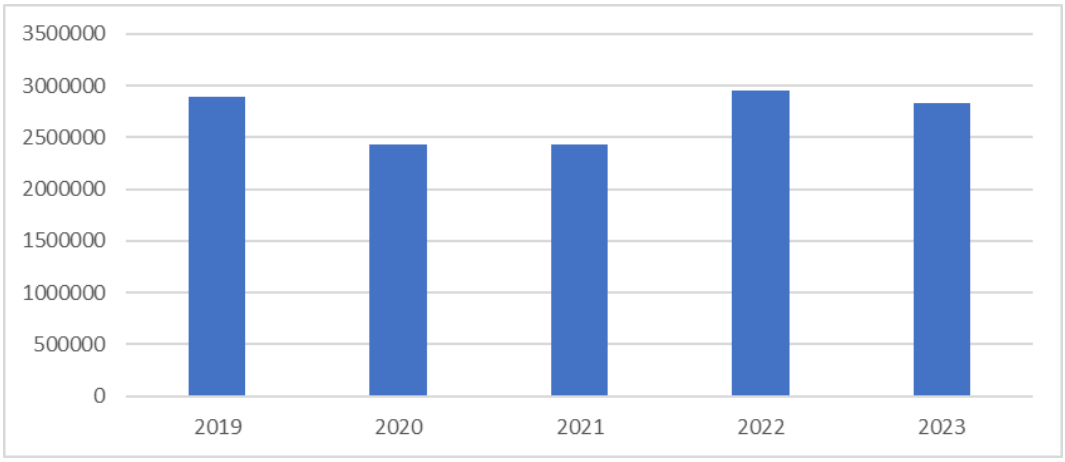
Фигура 3. *Внос на облекло (в хил. лв.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт*

на периода. Това свидетелства за затруднения в експортната реализация на продукцията и засилена несигурност на международните пазари.

Износът в стойностно изражение не следва изцяло тенденцията на износа в натурално изражение. Въпреки намалението на количествата изнесено облекло, стойността на износа остава сравнително стабилна и дори нараства през отделни години от периода. Това показва увеличение на средната стойност на единица изнесена продукция, което може да се обясни с повишаване на цените, промяна в продуктовата структура или ориентация към изделия с по-висока добавена стойност (виж фигура 5).



Фигура 4. *Износ на облекло (в хил. бр.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт*



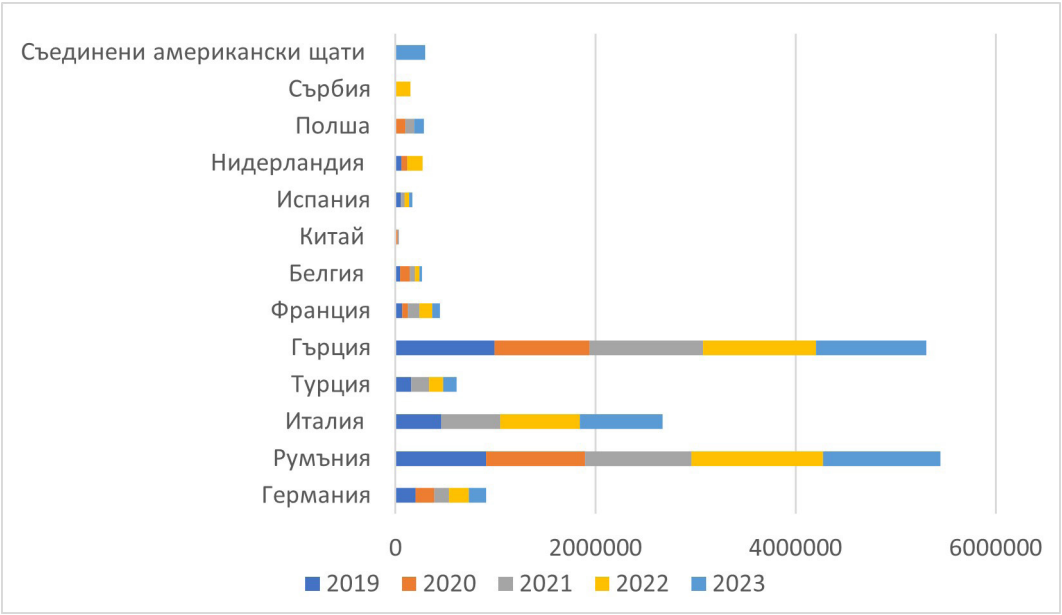
Фигура 5. *Износ на облекло (в хил. лв.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт*

Износът и вносът на стоки може да бъде разгледан и съобразно географската му насоченост. Това дава представа доколко търговските потоци са концентрирани за и от съответни държави.

Развитието на външната търговия е важно условие за ефективното развитие националната икономика. Външнотърговската политика на България е неразделна част от външноикономическите отношения и външната ѝ политика. Нейната същност и характеристика се определя основно от цялостното социално-икономическо развитие на страната. България поддържа търговски връзки с много страни в света.

На фигура 6 са представени данните за експортния пазар на българските фирми, опериращи в сектор „Производство на облекло“, в натурално изражение. От нея се установява, че основен външнотърговски партньор по отношение на износа през 2019 г. е Гърция с общо изнесено количество от 988 723 хил. бр., следвана от Румъния с обем от 905 326 хил. бр. годишен износ. Третият по значение външнотърговски партньор е Италия с количество от 455 160 хил. бр. Друг основен партньор се явява този на Германия и Турция, като износът за тези страни възлиза на 354 190 хил. броя. Най-малко количество облекло е изнесено през 2019 г. за Китай. Общият износ на облекло през 2019 г. възлиза на 4 287 528 хил. бр.

През 2020 г. най-голямо количество облекло е било изнесено за съседката ни Румъния в количество от 986 266 хил. бр. През същата година Гърция отстъпва позицията си на водещ външнотърговски партньор по отношение на износа, която заема през 2019 г. и остава втора водеща държава в износа на облекло с количество от 948 662 хил. бр.

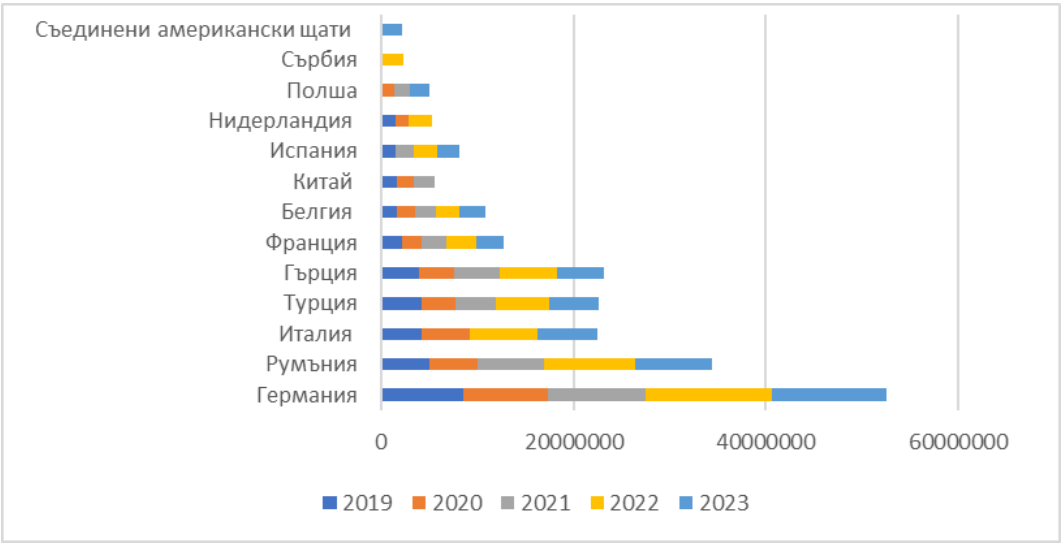


Фигура 6. *Основни страни-партньори в износа на облекло в България (в хил. бр.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*

През 2023 г. водещ външнотърговски партньор на България по отношение на износа на облекло в натурално изражение остава Румъния с изнесено количество от 1 173 739 хил. бр., следвана от Гърция с 1 105 995 хил. бр. и Италия с 824 152 хил. бр. Значителен дял заемат също Съединените американски щати с 295 039 хил. бр., което показва разширяване на географската насоченост на българския износ извън европейските пазари. Общият износ на облекло през 2023 г. възлиза на 5 441 048 хил. бр., което представлява леко намаление спрямо 2022 г., но остава над нивата от 2019–2021 г. Това показва сравнително стабилно външнотърговско присъствие на сектора, въпреки променливата международна икономическа среда.

На фигура 7 са представени страните-партньори в износа на България в стойностно отношение.

Данните показват, че износът е концентриран основно към няколко водещи държави, като през разглеждания период се наблюдават и изменения в неговите стойности. Като основни външнотърговски партньори се открояват държавите Германия, Румъния и Италия. Лидер по отношение на износа е Германия през целия период. Стойността на износа нараства от 8 625 333 хил. лв. през 2019 г. до пик от 13 083 417 хил. лв. през 2022 г., след което намалява до 11 834 169 хил. лв. през 2023 г. Въпреки понижението през последната година, нивото остава значително над това от 2019 г., което показва устойчива експортна позиция. Износът за Румъния също бележи значителен ръст – от 5 081 459 хил. лв. през 2019 г. до 9 444 857 хил. лв. през 2022 г., след което намалява до 7 962 265 хил. лв. през 2023 г. Румъния остава вторият по значение външнотърговски партньор. Италия също се утвърждава



Фигура 7. *Основни страни-партньори в износа на България – облекло (в хил. лв.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*

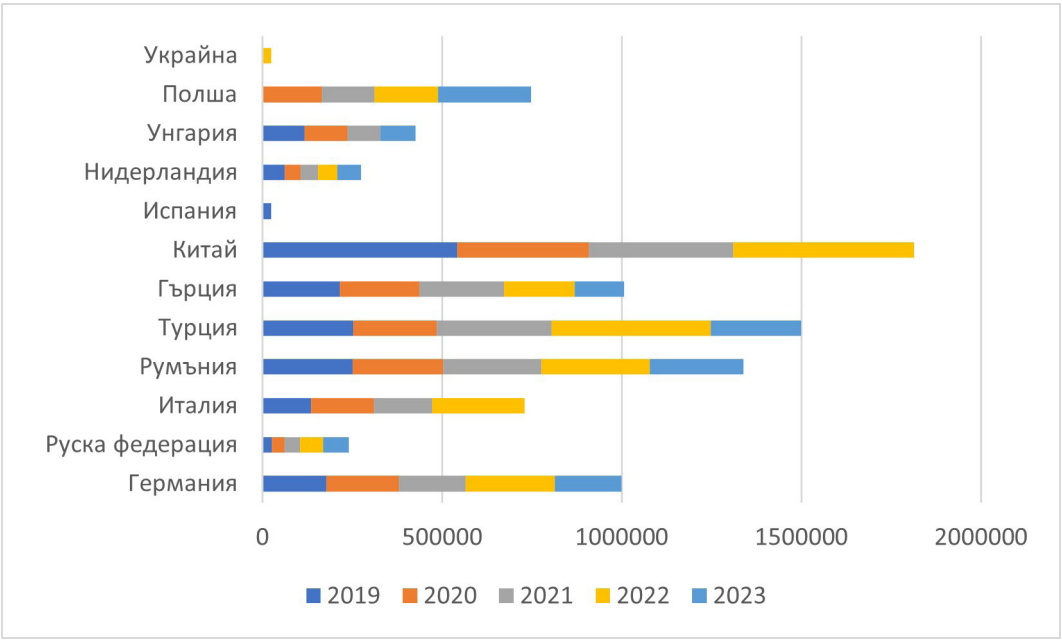
като стратегически пазар. След отчетения спад през 2020 г. износът достига 6 974 065 хил. лв. през 2022 г., като през 2023 г. се наблюдава умерено намаление до 6 238 938 хил. лв.

Значителен износ се наблюдава и към Гърция, Турция и Сърбия. Гърция достига пик през 2022 г. (6 053 344 хил. лв.), но през 2023 г. се наблюдава спад. През 2022 г. се отчита засилване на износа към Сърбия, който достига 2 286 640 хил. лв. Освен водещите търговски партньори, положителна динамика се наблюдава и при други европейски пазари. Франция и Белгия демонстрират стабилен и постепенно нарастващ износ, особено при Белгия, където през 2023 г. е достигната стойност от 2 734 245 хил. лв. Нидерландия показва растеж до 2022 г., но липсват данни за 2023 г.

По отношение на пазарите извън Европа, износът към Китай бележи растеж до 2021 г. В края на периода не се наблюдава износ към тази страна.

Общият износ на облекло за страните-партньори за 2023 г. възлиза на 86 903 569 хил. лв., което представлява увеличение с 28 444 156 хил. лв., или 1,49 пъти спрямо 2019 г. при стойност 58 459 413 хил. лв. Ръстът може да се разглежда като резултат от възстановяването след пандемичния период, разширяването на пазарите и повишаването на експортния капацитет на предприятията.

По отношение на вноса на облекло в натурално изражение се наблюдава ясно изразена концентрация към няколко основни страни (виж фигура 8). През разглеждания период сред водещите партньори при вноса се открояват



Фигура 8. *Основни страни-партньори във вноса на България – облекло (в хил. бр.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*

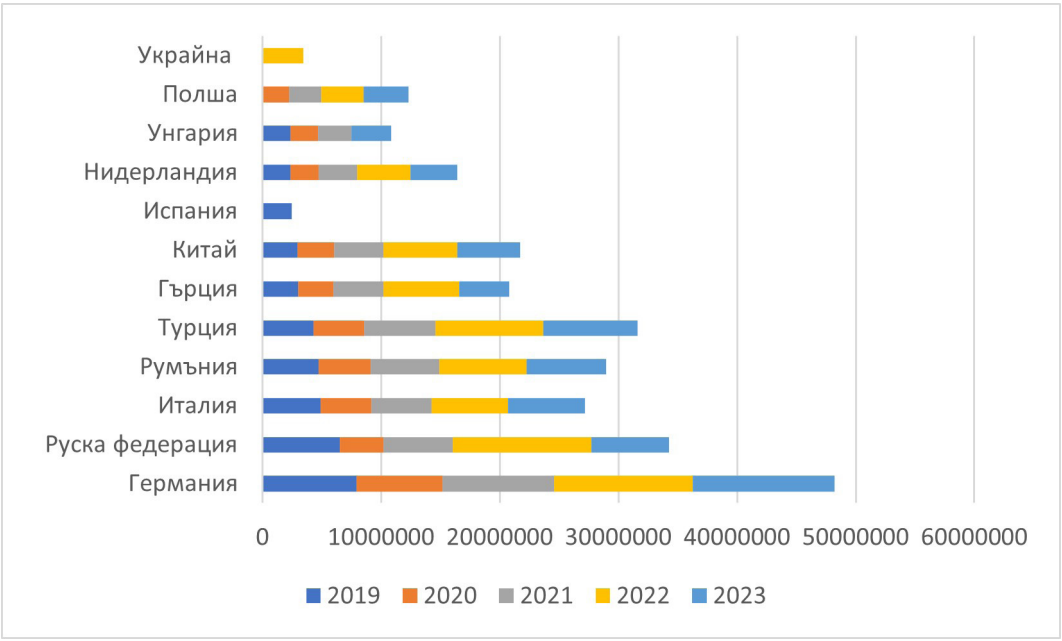
Китай, Турция, Румъния, Италия, Гърция и Германия. Най-голямо количество облекло през 2019 г. е внесено от Китай – 542 446 хил. бр., следван от Турция – 252 687 хил. бр., Румъния – 251 410 хил. бр. и Гърция – 214 743 хил. бр. Значителен е и вносът от Германия и Италия, което показва наличието на активни търговски взаимоотношения както с държавите от Европейския съюз, така и с азиатските пазари.

През 2020 г. се наблюдава спад на общия внос, което може да се обясни с ограниченията в международната търговия и нарушаването на веригите за доставки вследствие на пандемията. В следващите години вносът постепенно се възстановява, като през 2022 г. достига най-високите стойности за периода – 3 346 036 хил. бр.

През 2023 г. общият внос на облекло възлиза на 3 171 360 хил. бр., което представлява увеличение с 308 496 хил. бр., или 1,11 пъти спрямо 2019 година, когато вноса възлиза на 2 862 864 хил. бр.

През последната година водещи партньори по количество на внесеното облекло остават Китай – 537 341 хил. бр., Италия – 319 839 хил. бр., Румъния – 260 270 хил. бр., Полша – 259 278 хил. бр. и Турция – 252 770 хил. бр. Данните показват засилване на външнотърговския обмен и нарастваща зависимост на сектора от международните пазари.

По отношение на вноса на облекло в стойностно изражение също се наблюдава ясно изразена концентрация към ограничен брой основни страни-партньори (виж фигура 9). Сред водещите държави при вноса се открояват Германия, Руска Федерация, Турция,



Фигура 9. *Основни страни-партньори във вноса на България – облекло (в хил. лв.)*
Източник: *Данни от Национален статистически институт и собствени групировки*

Румъния, Италия, Китай и Гърция. През 2019 г. най-висока стойност на вноса се отчита от Германия – 7 925 056 хил. лв., следвана от Руската федерация – 6 515 035 хил. лв., Италия – 4 907 146 хил. лв., Румъния – 4 712 164 хил. лв. и Турция – 4 299 723 хил. лв. Значителен е и вносът от Китай, което показва важната роля на азиатските пазари при снабдяването с облекло и суровини за сектора.

През 2020 г. се наблюдава спад на общата стойност на вноса, което се дължи основно на ограниченията в международната търговия и нарушаването на веригите за доставки, вследствие на пандемията и въведените ограничения. В следващите години стойността на вноса нараства значително, като през 2022 г. достига най-високото си ниво за периода – 107 912 763 хил. лв.

През 2023 г. общият внос на облекло възлиза на 97 073 031 хил. лв., при 65 989 943 хил. лв. през 2019 г. Това представлява увеличение с 31 083 088 хил. лв., или 1,47 пъти (47,1%). През последната година Германия запазва водещата си позиция с внос на стойност 11 991 568 хил. лв., следвана от Турция – 7 957 305 хил. лв., Румъния – 6 686 549 хил. лв., Руската федерация – 6 535 421 хил. лв. и Италия – 6 490 644 хил. лв. Данните показват засилване на външнотърговския обмен и нарастваща зависимост на сектора от международните пазари.

Заключение

От направения анализ се установява, че за периода 2019–2023 г. сектор „Производство на облекло“ се характеризира с променливи тенденции на развитие. Наблюдава се намаление в броя на предприятията, опериращи в сектора, както и значителни колебания в обема на произведената продукция. За периода 2019–2023 г. броят на предприятията опериращи в сектор „Производство на облекло“ намалява с 825 броя. Данните относно произведена продукция показват, че след отчетения спад през 2020 г., обусловен от настъпилата пандемия, ограниченията върху международната търговия и нарушенията във веригите за доставки, секторът постепенно започва да се възстановява. През 2023 г. стойността на произведената продукция достига 2 699 110 хил. лв., което е близко до нивата от началото на разглеждания период.

По отношение на външната търговия с облекло се установяват съществени изменения както при вноса, така и при износа през разглеждания период. Вносът на облекло през 2023 г. възлиза на 193 731 хил. бр., което представлява намаление с около 1,73 пъти спрямо началото на разглеждания период (2019 г.), когато е възлизал на 335 819 хил. бр. В същото време износът на облекло намалява от 225 020 хил. бр. през 2019 г. до 139 496 хил. бр. през 2023 г. Наблюдаваните изменения са повлияни от пандемията, промените в международното търсене и динамиката на световните пазари.

Анализът на износа и вноса съобразно географската им насоченост ни дава представа, доколко търговските потоци са концентрирани за и от съответни държави. Представените данни за експортния пазар на българските фирми показват, че през целия

изследван период се наблюдава тенденция на увеличение на износа, като е насочен предимно за страните – членки на ЕС. Най-големите потребители се явяват Гърция, Румъния и Италия. Общият износ за 2023 г. се е увеличил от 4 287 527 хил. бр. за 2019 г. до 5 441 047 хил. бр., което е увеличение с 1,27 пъти спрямо 2019 година.

По отношение на вноса на облекло в натурално изражение се наблюдава ясно изразена концентрация към няколко основни страни. През разглеждания период сред водещите партньори при вноса се открояват Китай, Турция, Румъния, Италия и Гърция. Най-голямо количество облекло през 2019 г. е внесено от Китай, следван от Турция, Румъния и Гърция. Вносът от тях възлиза общо на 1 261 286 хил. бр. През 2023 г. Китай остава начело в групата на основните вносители, като сред тях се нареждат също Италия, Румъния, Турция и Полша. Вносът от тях възлиза съответно на 1 629 498 хил. бр. През 2023 г. общият внос на облекло възлиза на 3 171 360 хил. бр., при 2 862 864 хил. бр. през 2019 г. Това представлява увеличение с 308 496 хил. бр., или 1,11 пъти (10,8%). Наблюдаваните тенденции показват активизиране на външнотърговския обмен и засилване на зависимостта на сектор „Производство на облекло“ от международните пазари.

В обобщение може да се приеме, че развитието на сектор „Производство на облекло“ е тясно свързано с динамиката на международната търговия и способността на предприятията да поддържат конкурентни позиции на външните пазари. Развитието на външнотърговските отношения създава предпоставки за разширяване на пазарното присъствие, повишаване на конкурентоспособността на и укрепване на експортния потенциал на предприятията от сектор „Производство на облекло“.

Цитирани източници (References):

1. Василева, А. (2011). Международен бизнес. Университетско издателство „Стопанство“, с. 11-14.
   (Vasileva, A. (2011). Mezhdunaroden biznes. Universitetsko izdatelstvo „Stopanstvo“, s. 11-14)
2. Георгиев, Ив., В. Хутова, Г. Попов и др. (2013). Икономика на предприятието. София, Университетско издателство „Стопанство“, с. 22.
   (Georgiev, Iv., V. Hutova, G. Popov i dr. (2013). Ikonomika na predpriyatieto. Sofia, Universitetsko izdatelstvo „Stopanstvo“, 2013, s. 22)
3. Закон за малките и средните предприятия (ЗМСП). Обн. ДВ, бр. 84 от 24.09.1999 г., посл. изм. и доп. ДВ, бр. 43 от 27.05.2025 г., чл. 3. Налично на: https://www.lex.bg/laws/ldoc/2134682112
   (Zakon za malkite i srednite predpriyatia (ZMSP). Obn. DV, br. 84 ot 24.09.1999 g., posl. izm. i dop. DV, br. 43 ot 27.05.2025 g., chl. 3. Nalichno na: https://www.lex.bg/laws/ldoc/2134682112)

4. Златева, Д., Е. Панушев, Ил. Андреев и др. (2019). Международна икономика. В. Търново, Университетско издателство „Св. Св. Кирил и Методий“, 2019, с. 19. ISBN 978-619-208-175-2
(Zlateva, D., E. Panushev, Il. Andreev i dr. (2019). Mezhdunarodna ikonomika. V. Tarnovo, Universitetsko izdatelstvo „Sv. Sv. Kiril i Metodiy“, 2019, s. 19. ISBN 978-619-208-175-2)
5. Класификация на икономическите дейности КИД 2025, Република България, Национален статистически институт, София, 2025, с. 59 Налично на: https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/KID-2025.pdf
(Klasifikatsia na ikonomicheskite deynosti KID 2025, Republika Bulgaria, Natsionalen statisticheski institut, Sofia, 2025, s. 59. Nalichno na: https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/publications/KID-2025.pdf)
6. Кожухаров, Хр. (2016). Стокознание. София, изд. „Матком“, 2016, с. 226
(Kozhuharov, Hr. (2016). Stokoznanie. Sofia, izd. „Matkom“, 2016, s. 226)
7. Митев, В. (2023). Производителността на труда в българската преработваща промишленост за периода 2017÷2021. *Сборник с доклади от научна конференция „Управление в непредсказуема бизнес среда“,* ХТМУ – София, С, с. 91-99. ISBN 978-954-465-154-1
(Mitev, V. (2023). Proizvoditelnostta na truda v balgarskata prerabotvashta promishlenost za perioda 2017÷2021. *Sbornik s dokladi ot nauchna konferentsia „Upravlenie v nepredskazuema biznes sreda“,* HTMU – Sofia, S, s. 91-99. ISBN 978-954-465-154-1)
8. Николова, И. (2020). Възможности и предизвикателства за експортноориентираните сектори на България в световната икономика. Международната научна конференция „Икономическо развитие и политики – реалности и перспективи“ посветена на 70-годишнината на Института на за икономически изследвания на БАН 21-22 ноември 2019, София, издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“, с. 233-240. ISBN 978-619-245-039-7
(Nikolova, I. (2020). Vazmozhnosti i predizvikatelstva za eksportnoorientiranite sektori na Bulgaria v svetovnata ikonomika. Mezhdunarodnata nauchna konferentsia „Ikonomichesko razvitie i politiki – realnosti i perspektivi“ posvetena na 70-godishninata na Instituta na za ikonomicheski izsledvania na BAN 21-22 noemvri 2019, Sofia, izdatelstvo na BAN „Prof. Marin Drinov“, s. 233-240. ISBN 978-619-245-039-7)
9. НСИ (2024). Методически бележки. Налично на: https://www.nsi.bg/en/file/30263/God2024.pdf
(NSI (2024). Metodicheski belezhki. Nalichno na: https://www.nsi.bg/en/file/30263/God2024.pdf)
10. НСИ (2026). Статистически данни за периода 2019–2023 г. София: НСИ.
(NSI (2026). Statisticheski danni za perioda 2019–2023 g. Sofia: NSI)

11. Патарчанова, Е., В. Пецева (2012). Външната търговия на България със съседните страни. *Сп.* „*Проблеми на географията“,* 2012, бр. 1-2, с. 66–79. ISSN 0204-7209 (Patarchanova, E., V. Petseva (2012). Vanshnata targovia na Bulgaria sas sasednite strani. *Sp. „Problemi na geografiyata“,* 2012, br. 1-2, s. 66–79. ISSN 0204-7209)

Vanshnotargovska dinamika pri sektor “proizvodstvo na obleklo”

Angelina Terzieva

Foreign Trade dynamics in the clothing manufacturing sector

Angelina Terzieva

Abstract: This article investigates the foreign trade dynamics of the clothing manufacturing sector in Bulgaria. The primary objective is to analyze trends in clothing imports and exports and to assess their impact on the sector’s development and international competitiveness. The study is based on data provided by the National Statistical Institute for the period 2019–2023. Particular attention is paid to the number of enterprises, the value of industrial output, the dynamics of foreign trade flows, and Bulgaria’s principal trading partners. The findings provide insights into the current state of the sector, its integration into international trade, and its position within the structure of the Bulgarian manufacturing industry. The analysis contributes to a better understanding of the sector’s economic performance and its role in the country’s external trade activities.

Key words: clothing manufacturing, foreign trade, imports and exports, number of enterprises.

JEL: F14, L67.