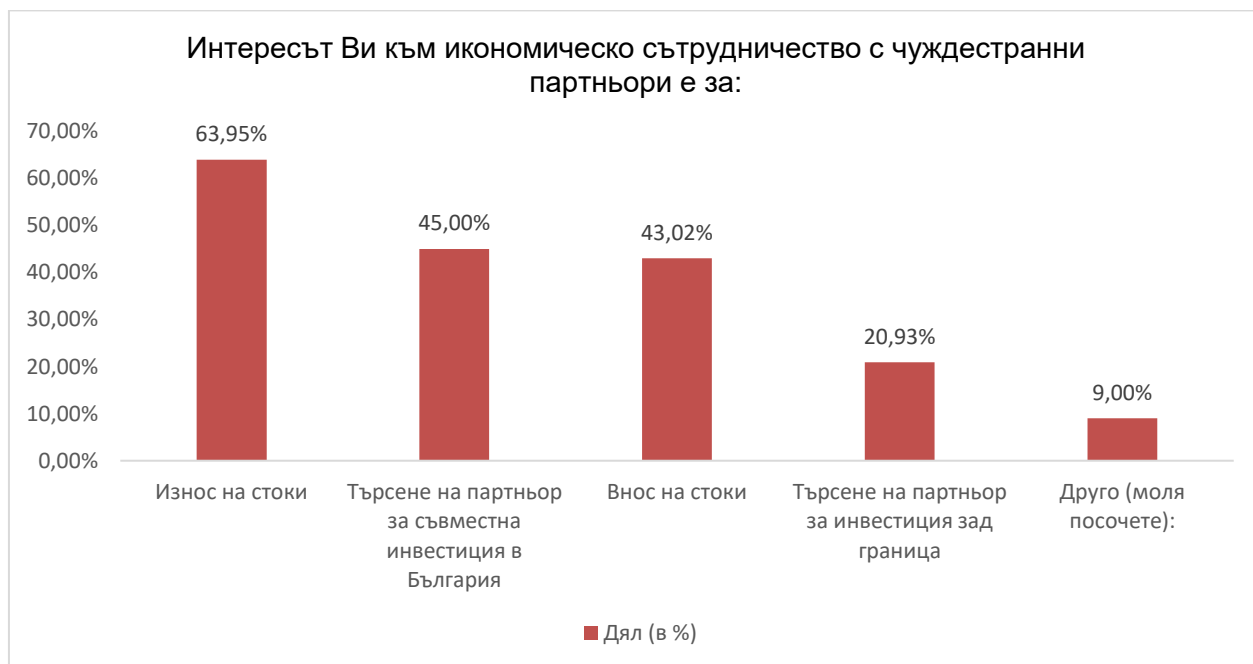




Анкета на БТПП: Интерес към бизнес пътувания и партньорства в чужбина 2025 г.

1: Интересът Ви към икономическо сътрудничество с чуждестранни партньори е за:

В проучване, проведено сред членовете на Българската търговско-промишлена палата (БТПП) през 2025 година, изпратено до 6000 членове и получени 86 отговора се отбелязва ръст от 30% на отговорите в сравнение с 2024 година (66 отговора), по отношение на бизнес пътувания и партньорства. Резултатите разкриват основен интерес към износа на стоки (64%) като предпочитана форма на международно икономическо сътрудничество, както и съществен дял на търсенето на партньори за съвместни инвестиции в България (45%).



2: Очаквате ли да имате повече бизнес пътуванията за 2025, сравнено с предходната година, в предвид и динамичната международна геополитическа и икономическа ситуация?

През 2025 г., 45% от анкетираните членове на БТПП очакват увеличение на бизнес пътуванията въпреки геополитическата нестабилност, докато 28% планират пътувания за



по-кратки периоди. Паралелно с това, 13% отговарят, че ще заложат повече на онлайн срещи, отразявайки адаптация към променените обстоятелства и нарастващата роля на дигитализацията.



3: Кой от методите според Вас създават най-добри възможности за намиране на бизнес партньори?



Това нарастване до 71% в предпочитанията за търговските изложения като метод за намиране на бизнес партньори през 2025 г. отразява спад на този метод спрямо 2024 г. (86%).

Дигитализацията и нарастващото използване на онлайн платформи за срещи могат да намалят зависимостта на фирмите от физически срещи на изложения. Участието в изложения изисква значителни финансови и времеви ресурси и подходяща подготовка, но пък все още остава водеща форма за контакти, възможности и запознаване с най-новите индустриални и продуктови новости в световен мащаб. Възможно е компаниите да се насочват към по-целенасочени форми на партньорства като корпоративни събития, индивидуални срещи или бизнес делегации. Паралелно с това, B2B срещите по време на форуми заемат важно място с 64%, показвайки логичното и ефективно допълнение към участието в изложби.

В контраст с тези традиционни подходи, индивидуалните пътувания продължават да играят ключова роля (45%) за срещи с постоянни партньори, особено сред големите компании, които разполагат с необходимите ресурси за организация на такива бизнес комуникация на място. Въпреки това, интересът към онлайн и видео срещи е спаднал, намалявайки до 28%, което показва, че прекият и личния контакт между бизнес партньорите е важен.

4: С представители на кои държави имате интерес за бизнес партньорство?

	Страна	Дял %
1	Германия	45%
2	Турция	40%
3	Италия	37%
4	Румъния	32%
5	Китай	29%
6	САЩ	26%
7	Сърбия	25%
8	Гърция	24%
9	Испания	21%
10	Франция	19%
11	Великобритания	19%
12	ЮАР	19%
13	Канада	18%
14	Полша	17%
15	Швейцария	17%



През периода януари - ноември 2024 г. износът на стоки от България за ЕС намалява с 2.1% спрямо същия период на 2023 г. и е на стойност 50 173.3 млн. лева. Основни търговски партньори на България са Германия, Румъния, Италия, Гърция и Франция. Вносът на стоки в България от ЕС през периода януари - ноември 2024 г. намалява с 3.9% спрямо същия период на 2023 г. и е на стойност 51 274.9 млн. лева. Най-голям е стойностният обем на стоките, внесени от Германия, Румъния, Италия, Гърция и Полша.

През 2024 г. износът на стоки от България за трети страни намалява с 5.1% в сравнение с 2023 г. и е на стойност 30 114.9 млн. лева. Основни търговски партньори на България са Турция, Съединените американски щати, Сърбия, Република Северна Македония, Китай.

Вносът на стоки в България от трети страни през 2024 г. нараства с 6.9% в сравнение с 2023 г. и е на стойност 41 603.0 млн. лева (по цени CIF). Най-голям е стойностният обем на стоките, внесени от Турция, Китай, Украйна и Сърбия.

Това се отразява и в нашето проучване, като маркиран интерес точно към тези държави в световен аспект.

Предпочитани държави от анкета за бизнес пътувания и партньорства

В последната анкета като дял от отговорилите респонденти, проведена сред фирмите, Германия (45%), Турция (40%) и Италия (37%), заедно с Румъния (32%) и Китай (29%), са идентифицирани като предпочитани дестинации за бизнес пътувания и партньорства.

Въпреки че, Германия остава предпочитан партньор и тази година, се наблюдава лек спад в сравнение с 2024 (52%). Причината е, че Германия е в рецесия. Миналата годината статистическата агенция на страната отчита спад на БВП с 0,2%, а производственият сектор е сред най-засегнатите. Спада в поръчки в Грeманската икономика, се усеща чувствително и сред нашите индустриални компании, които работят като доставчици на немски компании.

Един от най-големите проблеми пред германската икономика е високата цена на енергията, която намалява конкурентоспособността на местните компании и в резултат на това все повече бизнеси планират да изнесат производствата си извън страната

Турция продължава да бъде силно предпочитан партньор, бележейки повишен интерес от 35 % през 2024 до 40% през 2025 заради географското си разположение и ролята ѝ като и на транспортен коридор и мост между Европа и Азия.

Италия отбелязва значително увеличение на интереса - от 26% до 37%, подчертавайки нейната роля като желан партньор в региона. По-голямата част от интереса е насочен към страни от ЕС, което подчертава важноста на европейския пазар. Китай и САЩ остават стратегически партньори, но с по-малък процент спрямо европейските държави.

5: Срещи с партньори от кои браншове/производства биха били полезни за Вас?

Най-сериозен интерес за партньорство и B2B контакти е генериран към фирми от секторите: машини и оборудване - 39%, фармация и козметика 28%, храни и напитки 23%.





При износа на стоки от България за ЕС през периода януари-ноември 2024, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голям ръст е отбелязан в сектор „Минерални горива, масла и подобни продукти“ (26.4%).

При вноса на стоки в България от ЕС през периода януари-ноември 2024, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голямо увеличение е отчетено в сектор „Минерални горива, масла и подобни продукти“ (74.9%).

При износа на стоки от България за трети страни през 2024, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голям ръст е отбелязан в сектор „Химични вещества и продукти“ (10.1%). Най-голям спад се наблюдава в сектор „Мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход“ (36.5%).

6: Познавате ли условията за бизнес в държавите, с които имате интерес да си партнирате?



Един сериозен процент от анкетираниите фирми проявяват интерес към обученията за спецификите на търговията в посочените държави, което е една добра основа за да се запознаят и дефинират своите интереси, възможности и ресурси и да стартират активно в международните бизнес активности.

7: Кои от темите представляват интерес за участие за компанията Ви в организиране от БТПП на събития и активности в страната и чужбина?



Водещите теми, които предизвикват интерес сред бизнеса за събития, организирани от БТПП, включват „Иновации и нови технологии“ (46%), „Търговията с трети страни“ (39%), и „Споразумения за свободна търговия на ЕС“ (35%). Изследването също така идентифицира нови теми от интерес, като „Директивата за докладване на корпоративната устойчивост и ESG стандарти“ и „Развитие на кръговата икономика“, които са ключови за Европейската и световната икономика.



11: Вид предприятие?



В голямата си част респондентите на анкетата са представители на микро (42%) и малки предприятия (37%).

❖ Сравнителен анализ по години на анкетата за Бизнес Пътвания и партньорства

Интересът Ви към икономическо сътрудничество с чуждестранни партньори е за:





Най-голям интерес сред анкетираните представлява износът на стоки през последните 3 години. Бизнесът е ориентиран основно към износ на стоки, което се дължи на конкурентни предимства и търсенето на нови пазари. Интересът към внос на стоки и инвестиции е по-малък, но се наблюдава значително увеличение на тези показатели през 2025 г. По-ниският интерес към вноса и инвестициите може да се дължи на различни фактори като икономическа нестабилност и несигурност, високи разходи или регулаторни пречки, намалено индустриално производство и спад на икономическата активност на водещите европейски държави.

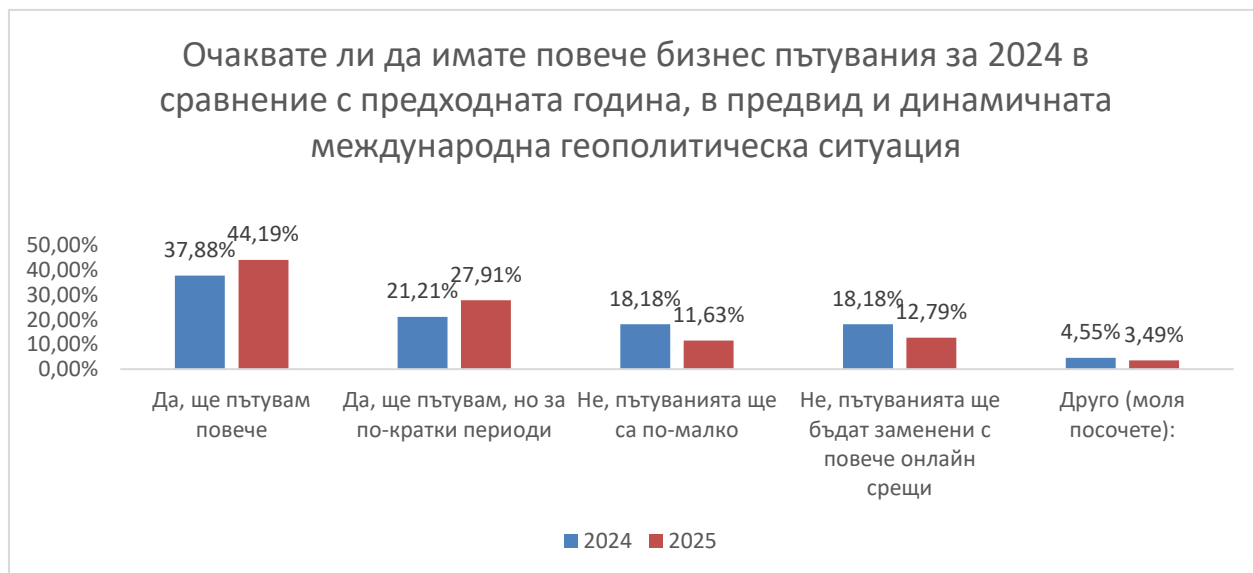
❖ **Кои от методите според Вас създават най-добри възможности за намиране на бизнес партньори?**



Графиката показва, че за повечето анкетирани най-добрите възможности за намиране на бизнес партньори се създават чрез търговски изложения и V2B срещи по време на форуми за последните 3 години. Това дава възможност на бизнесите да изградят нови контакти, а именно- да се свържат директно с потенциални партньори и клиенти. Най-голям ръст се наблюдава в официалните бизнес делегации от 35 % през 2023 до 47 % през 2025г. , което

може да се дължи на няколко фактора. Тези делегации осигуряват възможности за взаимодействие с чуждестранни партньори, инвеститори и клиенти, което е изключително важно в условията на засилена международна конкуренция. Те също така играят и важна роля в създаването на дългосрочни бизнес отношения.

❖ **Очаквате ли да имате повече бизнес пътуванията за 2024 в сравнено с предходната година, в предвид и динамичната международна геополитическа ситуация?**



Очаква се бизнес пътуванията да се увеличат през 2025 г., въпреки геополитическата и икономически динамична ситуация. В сравнение с миналата година, наблюдаваме ръст по този показател от 38 % през 2024 до 44% през 2025. Значителен процент (21% за 2024 г. и 28% за 2025 г.), очакват пътуванията да бъдат за по-кратки периоди, но целенасочено с конкретна програма и преществаща добра организация. На трето място, фирмите са посочили, че очакват и някои пътуванията да намалееят или да бъдат заменени с онлайн срещи. Това показва, че някои компании може да се стремят към намаляване на разходите, както и на съпътстващите рискове.



03.2025 г.

Изготвили:

Отдел „Икономически анализи

и политика“ / БТПП