

Развитие и конкурентни възможности на хранително-вкусовата промишленост на Европейския пазар

Ст.н.с. д-р ЦВЕТАНА КОВАЧЕВА
Институт по аграрна икономика – София
E-mail: skovacheva@mail.bg

Резюме: Проблемът за конкурентоспособността на българската хранително-вкусова индустрия добива все по-голяма острота с присъединяването ни към ЕС и засилване на процеса на либерализация и глобализация на търговията. Интеграцията на вътрешния ни пазар на храни, напитки и тютюневи изделия към този на Европейския съюз, постави нашите производители в една по-високо конкурентна среда не само на външните, но и на националния ни пазар. В тези условия перспективите за развитие на българската хранително-вкусова индустрия са в пряка връзка и зависимост не само от възможностите за разширяване на външните пазари, но и от запазване на позициите ѝ на националния ни пазар. С изследването се цели да се направи оценка на мястото, темповете на развитие и конкурентните възможности на нашата хранителна индустрия на единния европейския пазар в първите години на членство в ЕС.

Конкурентоспособността е сложна икономическа категория, обусловена от много фактори и имаща много измерения. Това изследване е ограничено до измерване и съпоставяне на показатели, характеризиращи отрасловата ефективност на производството и реализацията като: цена на ресурсите; производителност на ресурсите, разходите и приходите; размер и ефективност на инвестиционните разходи. Прави се оценка на постигнатите резултати от българската хранителна индустрия по приетите показатели по отношение на средните за ЕС-27 нива и по отделни страни членки. Използват се показатели, на ниво "DA" по единната за ЕС номенклатура на икономическите дейности и в съответствие с европейската методология на структурната бизнес статистика (СБС), което ги

прави методологически сравними с данните за другите страни членки на ЕС.

Анализът се основава на статистически данни и аналитични показатели за периода 2000-2008 г. Източник на показателите са НСИ и Евростат.

Резултатите от изследването показват, че хранителната индустрия е основен отрасъл в българската индустрия, с проявени конкурентни предимства по отношение на използваните производствени фактори. Отрасълът проявява висока икономическа активност в първите две години на присъединяването ни към ЕС. Нарастват производството и продажбите на вътрешния и европейския пазар, съпътствано от значителен ръст в производителността на труда, което свидетелства за успешно интегриране и добри конкурентни възможности на българската хранителна индустрия на европейския пазар. В европейската хранителна индустрия, българската индустрия заема незначителен дял, произвежда в по-малки по размер предприятия спрямо средния за Общността и с най-ниска производителност на труда. Конкурентните ѝ предимства на европейския пазар се дължат преди всичко на ниските разходи на труд в единица продукция и респективно на по-високата ефективност на производството и реализацията. В условията на единен трудов пазар, този фактор не носи предимства в дългосрочен аспект. Отрасълът изостава по отношение на размера и ефективността на инвестициите, което забавя процеса на механизация и автоматизация на трудовите процеси и задържа нарастването на производителността на труда.

Ключови думи: хранителна индустрия, конкурентни възможности, европейски пазар.

Проблемът за конкурентоспособността на българската хранително-вкусова индустрия добива все по-голяма острота с присъединяването ни към ЕС и засилване на процеса на либерализация и глобализация на търговията. Интегрирането на вътрешния ни пазар на храни, напитки и тютюневи изделия към този на Европейския съюз, поставя въпроса за възможностите на нашите продукти да устоят на конкуриращите ги аналогични продукти,

произведени както в старите страни членки, така и от ново присъединилите се страни от Централна и Източна Европа. Нашите производители са поставени в една по-високо конкурентна среда не само на външните, но и на националния ни пазар. Затова и перспективите за развитие на българската хранително-вкусова индустрия са в пряка връзка и зависимост не само от възможностите за разширяване на външните пазари, но и от запазване на позициите ѝ на националния ни пазар.

Тригодишният период на членство на България в ЕС и получените резултати от тези първи години, дават основание да се направи първоначална оценка на мястото, темповете на развитие и конкурентните възможности на нашата хранителна индустрия на единния европейския пазар, каквато е и целта на това изследване.

Анализът се основава на статистическите данни и аналитичните показатели за състоянието на хранителната промишленост в България за периода 2000-2008 г. Източник на показателите са НСИ за страната и Евростат за страната и за страните членки на ЕС.

Място и темпове на развитие на производството и продажбите

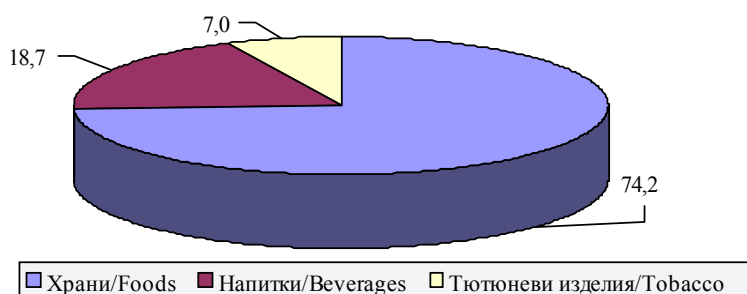
Хранително-вкусовата промишленост е традиционно един от най-силно развитите отрасли в българската индустрия. През 2007 г. отрасълът, обхващащ трите големи групи продукти „храни”, „напитки” и „тютюневи изделия” [4], **произвежда продукция на стойност 7160 млн. лв., формира 14% от общата промишлена продукция на страната** и се нарежда на **второ място** сред индустриалните отрасли.

Преобладаващо място в производството на ХВП заема групата на храните. Много скромно е мястото на тютюневите изделия, които през 2001 г. заемат двойно по-висок дял – 14% (фиг.1).

Произведената продукция по текущи цени, общо за отрасъл ХВП, нараства през 2007 г. спрямо 2000 г. около два пъти, като с най-висок темп е производството на храни – над 2,5 пъти, напитките – с около 1,6, докато производството на тютюневите изделия е с около 7 пункта по-ниско.

През 2007 г., **133,8 хил. заети** в отрасъл ХВП **създават 1558 млн. лв. добавена стойност**, което представлява над 3% от общата добавена стойност за страната и съответно над 10% и над 1/5 от тази общо за промишлеността и в частност в преработващата промишленост. Високото ниво на добавената стойност на ХВП в преработващата промишленост за периода и значителното му нарастване за последната година свидетелства за конкурентни предимства на отрасъла по отношение на останалите отрасли в раздела. През 2007 г., **отрасълът ХВП постига и над средното за преработващата промишленост ниво на производителност на труда** – с 18,4% от заетите създава 20,2% от добавената стойност, докато в предходните две години е под средното ниво. По отношение на средните стойности за страната обаче, отрасълът и през трите години е с по-ниска производителност. Това се дължи и на сравнително по-ниските темпове на инвестиции – докато през 2005 г. те заемат 4,8% от общите инвестиции в сраната, през 2007 г. намаляват с близо един пункт – до 3,9% (табл.1).

В рамките на отрасъла, с най-висок принос в добавената стойност е производството на храни



Фиг. 1
Fig. 1

Структура на промишлената продукция на ХВП, 2007 г., %
Structure of Food Industrial Output, year 2007, %

Източник: НСИ и собствени изчисления/ Source: NSI and proper evaluations

Таблица 1

Table 1

Дял на ХВП* в страната и преработващата промишленост**, %

Share of Food Industry* in Country and Manufacture**, %

	2005	2006	2007
<i>Добавена стойност / Value added</i>			
Страната/ Country	3,1	2,9	3,3
Промишлеността/ Industry	10,6	9,5	10,4
Преработващата промишленост/ Manufacture	17,5	17	20,2
Брой заети/ Employees			
Страната/ Country	3,6	3,6	4,1
Преработващата промишленост/ Manufacture	18,5	18,4	18,4
<i>Дълготрайни материални активи/ Tangibles fixed assets</i>			
Страната/ Country	6	5,7	5,2
Инвестиции/ Investments			
Страната/ Country	4,8	4,4	3,9

Източник: НСИ и собствени изчисления / Source: NSI and proper evaluations

* Код „DA”no НКИД-2003/ Code “DA”- NCEA-2003;

** Код „D”no НКИД-2003/ Code “D”- NCEA-2003.

– 66,2%. Този под отрасъл обаче е с най-ниска производителност на труда, изразена с добавената стойност, създавана от един нает, което свидетелства за по-висока трудоемкост на производствата, включени в тази група. При производство на тютюневи изделия се създава най-висока добавена стойност от един нает – 4,4% от наетите създават 12,2% от добавената стойност в ХВП (табл.2).

Производството в две основни групи – напитки и хранителни продукти е със стабилен темп на растеж за периода 2000-2008 г., като надхвърля това през базисната 2005 г. – при напитките с над 25%, а при хранителните продукти с около 23%. Производството на тютюневи изделия е със силни колебания, като достига минимума през 2006 г., но в последните две години подотрасълът се активира и увеличава обема на производството до нивото на 2004-2005 г. (фиг.2).

Трябва да се отбележи, че докато през 2008 г., общо за промишлеността е отчетен спад от 10 пункта спрямо предходната година, поради началото на глобалната икономическа криза, производството на храни, напитки и тютюни нараства с 6 пункта. Това е отрасълът, който за изследвания период е най-слабо засегнат от икономическата криза.

В периода 2000-2008 г. се наблюдава **непрекъснат ръст в общите продажби** (индекс на оборота на промишлените предприятия) **и на трите групи производства**, следвайки тенденцията на нарастване на промишлените продажби общо за страната. През последната 2008 г., ръстът в продажбите на храни значително изпреварва средния ръст на промишлените продажби, което свидетелства за по-ниско влияние на икономическата криза върху този подотрасъл. В същата година, ръстът в продажбите на напитки следва средното нарастване на този показател за промишлеността, докато при тютюневите изделия се наблюдава лек спад спрямо предходната година (фиг.3).

В динамиката на **продажбите на външните пазари** по групи продукти обаче има съществени различия. Продажбите на хранителни продукти на международния пазар са с непрекъснат ръст, като през 2008 г. ръстът е значително по-висок от средния ръст на продажбите в промишлеността, като цяло. Това свидетелства за висока икономическа активност на 10-те сектора¹, включени в тази група както на вътрешния, така и на външните пазари. За останалите два сектора – напитките и тютюневите изделия, които започват със значително по-висока активност през 2000 г. спрямо 2005 г., се отчитат значителни

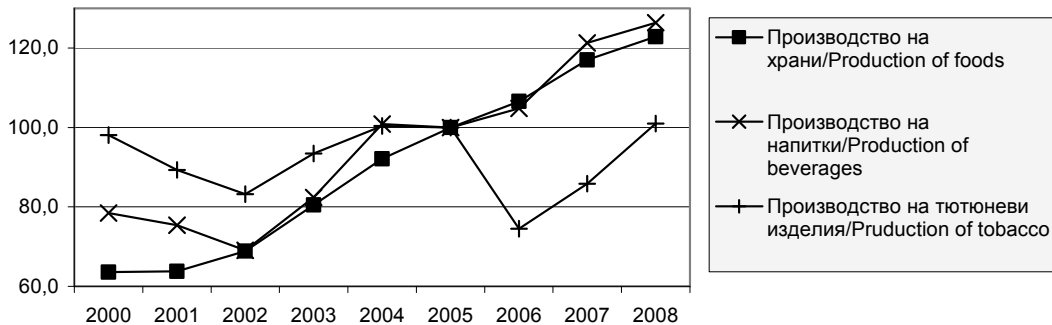
Таблица 2
Table 2

Дял на броя на наетите и добавената стойност по отрасли, 2007, %
Share of Employees and Value Added on Branches, year 2007, %

Групи производства Group of production	Относителен дял на/ Share of :	
	Брой наети Employees	Добавена стойност Value added
Производство на храни / Manufacture of foods	79,8	66,2
Производство на напитки / Manufacture of beverages	15,8	21,6
Производство на тютюневи изделия / Manufacture of tobacco	4,4	12,2

Източник : НСИ и собствени изчисления/ Source : NSI and proper evaluations

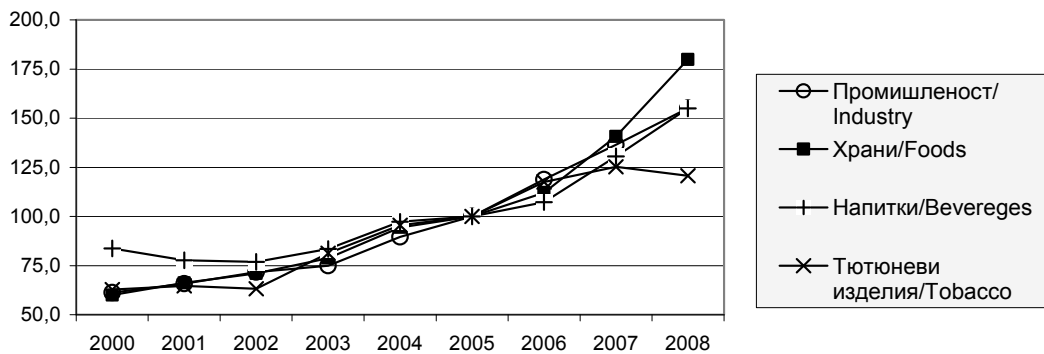
Фиг. 2
Fig. 2



Динамика на производството, 2005=100, % /Dynamics of the Production, 2005=100, %

Източник: НСИ, Индекси на продукцията - КИД-2008/ Source: NSI, Industrial Production Indexes - CEA-2008

Фиг. 3
Fig. 3



Динамика на продажбите (вътрешен пазар и износ), 2005=100, %

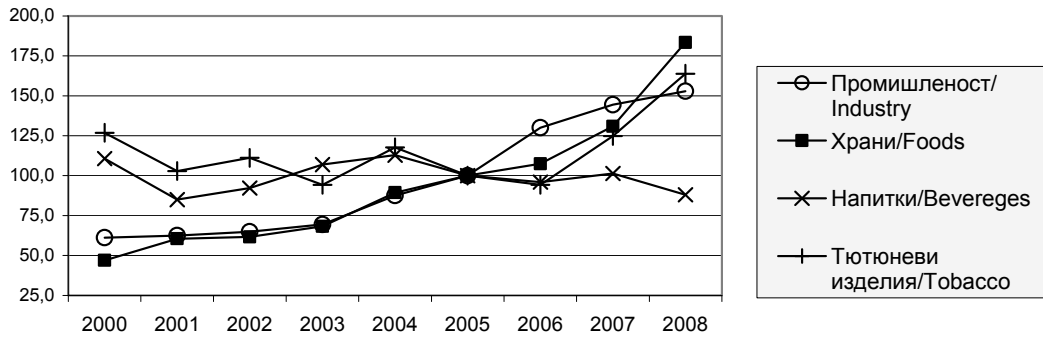
Dynamics of the Turnover (internal market and export), 2005=100, %

Източник: НСИ, Индекси на оборота на промишлените предприятия, КИД-2008/ Source: NSI, Industrial Turnover Indexes - CEA-2008

колебания по години до 2005 г., но значително се различават в поведението си през последните 2 години на периода. При тютюневите изделия продажбите само за две години нарастват с над 60%, докато активността на подотрасъл напитки намалява с 12% спрямо 2005 г. и с 1/4 спрямо 2004 г. (фиг.4).

¹ Меса и карантин, годни за консумация; Мляко и млечни продукти; Мелничарски продукти; малц, скорбяла, нишесте; Мазнини и масла от животински и растителен произход; Продукти от месо, риба или ракообразни; Захар и захарни изделия; Какао и продукти от какао; Храни на базата на житни растения, брашно, скорбяла, нишесте или мляко, тестени и сладкарски изделия; Храни, приготвени от зеленчуци и плодове; Различни видове хранителни продукти; Храни за животни, отпадъци от ХВП (3)

Фиг. 4
Fig. 4



Динамика на продажбите на международния пазар, 2005=100, %

Dynamics of the Turnover on International Market, 2005=100, %

Източник: НСИ, Индекси на оборота - КИД-2008/ Source: NSI, Industrial Turnover Indexes - CEA-2008

Фиг. 5
Fig. 5



Индекси на цени на производител, 2005=100, % /Producer price indexes, 2005=100, %

Източник: НСИ, Индекси на цени на производител - КИД-2008/ Source: NSI, Producer price indexes - CEA-2008

Фиг. 6
Fig. 6



Динамика на наетите и производителността на труда, 2005=100, %

Dynamics of Employees and Labour Productivity, 2005=100, %

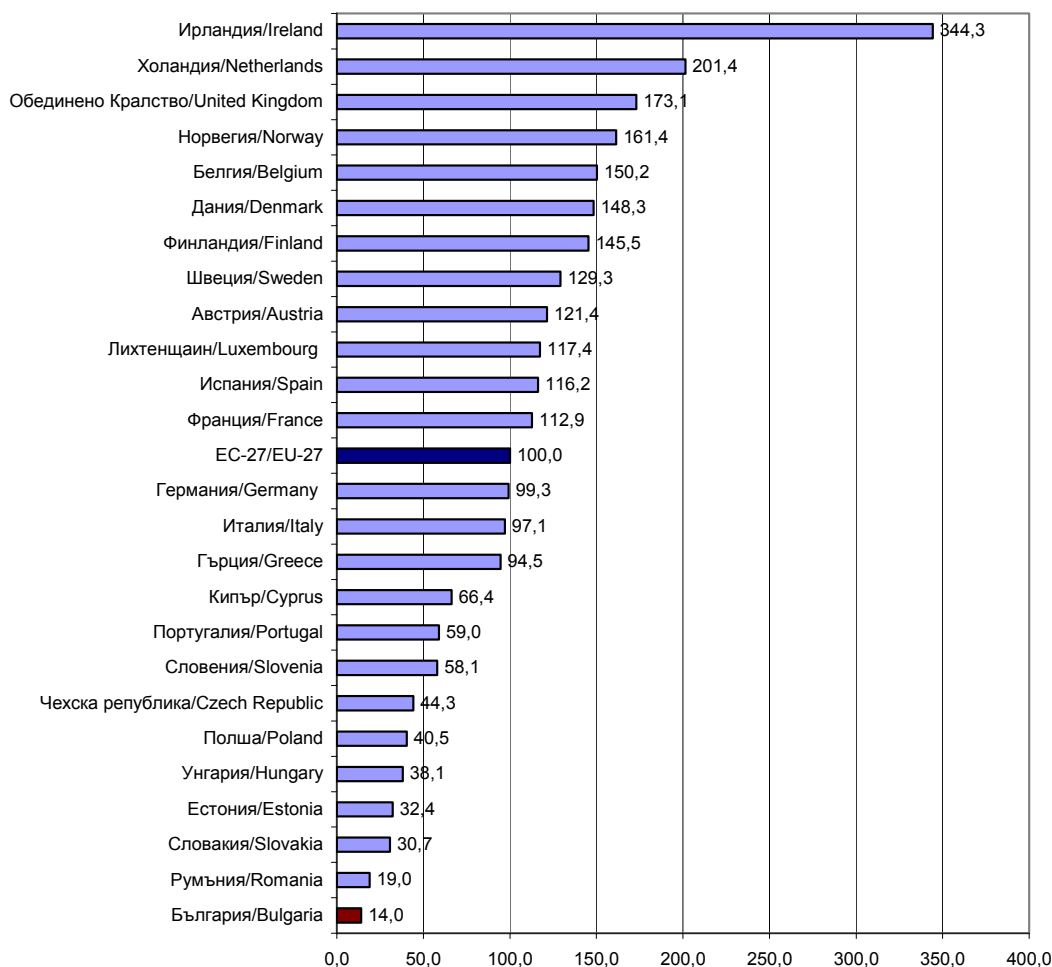
Източник: НСИ и собствени изчисления/ Source: NSI and proper evaluations

Върху равнището и динамиката на приходите от продажбите по групи продукти, влияние оказва равнището и **динамиката на цените**. На фиг. 5 е представена динамиката на цените на производител общо и в това число на международния пазар. Видно е, че значително по-високият ръст на продажбите на **хранителни продукти** (над 75%), в сравнение с ръста на производството (около 23%) за периода 2005-2008 г. се дължи на значително по-бързото нарастване на цените, реализирани както на вътрешния, така и на международните пазари. Сравнително по-високият ръст на цените на вътрешния пазар по отношение на **напитките** води до намаляване на интереса за реализация на международния пазар и насочване на продажбите на вътрешния пазар. При **тютюневите изделия** тенденцията

е обратна – нарастването на цените на международния пазар при значителен спад на вътрешния през 2008 г., активира продажбите навън.

За периода 2005-2007 г. е **постигнат и значителен ръст на производителността на труда** (ПТ), изразена чрез добавената стойност на един нает. Средно за отрасъла, ПТ за две години нараства с 37,3% при слабо нарастване на заетостта – с 3,4%, като най-висок ръст на ПТ е постигнат в групата на храните - 48%. В последната година рязко се покачва ПТ при производството на тютюневи изделия с над 44%, при значително намаление на наетите на постоянен трудов договор.

При напитките, ръстът на ПТ от 35%, също е впечатляващ (фиг.6).



Фиг. 7
Fig. 7

Производителност на труда, ЕС-27=100, 2006, % /Labour Productivity, EU-27=100, 2006, %

Източник: Евростат и собствени изчисления/ Source: Eurostat and proper evaluations

Конкурентоспособност на ХВП

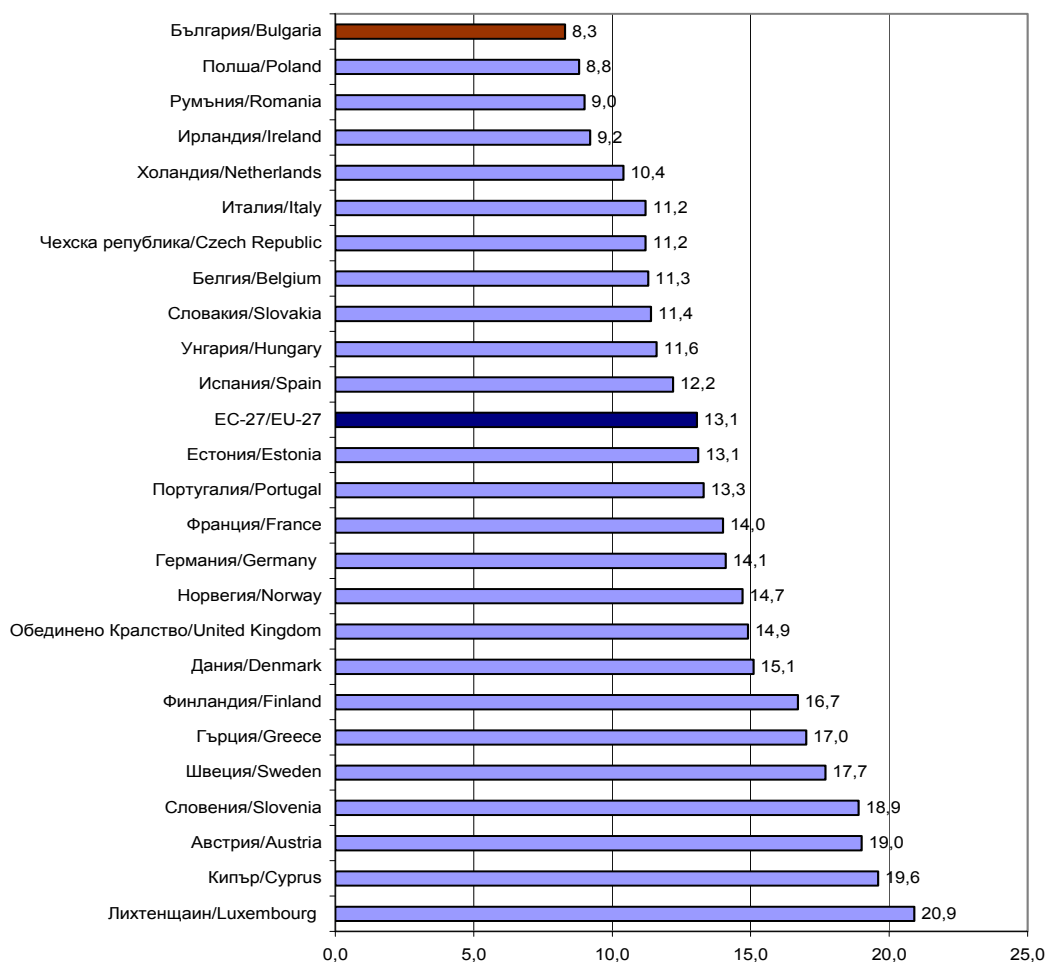
• място на ХВП в европейската хранителна индустрия

Българското производство на храни, напитки и тютюневи изделия заема много малък дял в общото на 27-те членки на ЕС. **В България са позиционирани около 1,8% -2% от общия брой предприятия в общността, осигуряват заетост на 2,3% от заетите, но произвеждат едва 0,3% от добавената стойност и заемат 0,4% в общия оборот на храни, напитки и тютюневи изделия на европейския пазар².** Макар с уговорката, че тези показатели са в зависимост от вътрешно-отрасловата структура на националните хранителни индустрии, не може да не се отбележи, че произвеждаме в по-малки предприятия и при по-ниска производителност на труда спрямо средната в Общността.

Данните на Евростат показват, че в този отрасъл съществува **голяма диференциация в обема на производството по страни**. Само първите 5 големи страни – Германия, Франция, Англия, Италия и Испания създават близо 70% от добавената стойност и формират над 69% от продажбите. Останалите 22 страни си разделят 30%, като на 18 от тях делът им не надхвърля 2% в общата добавена стойност. България се намира на 22 място и след нея са Словакия, Словения, Кипър, Естония, Малта и Люксембург. За сравнение, Гърция е на 13 място с дял от 1,8%, а Румъния пред нас с дял от 0,8%.

Малкият размер на производството на България в общия обем на ЕС, показва, че **трудно ще се конкурираме на този пазар с масови продукти на база икономия от мащаба**. Шансовете ни са в търсене на пазарни

² По данни на Евростат



Фиг. 8
Fig. 8

Дял на разходите за персонал в продукцията, 2006, % / Share of Personnel Costs in Production, 2006, %
Източник: Евростат и собствени изчисления / Source: Eurostat and proper evaluations

ниши за продукти със специфично и високо качество, удовлетворяващо определени вкусови потребности на европейския потребител.

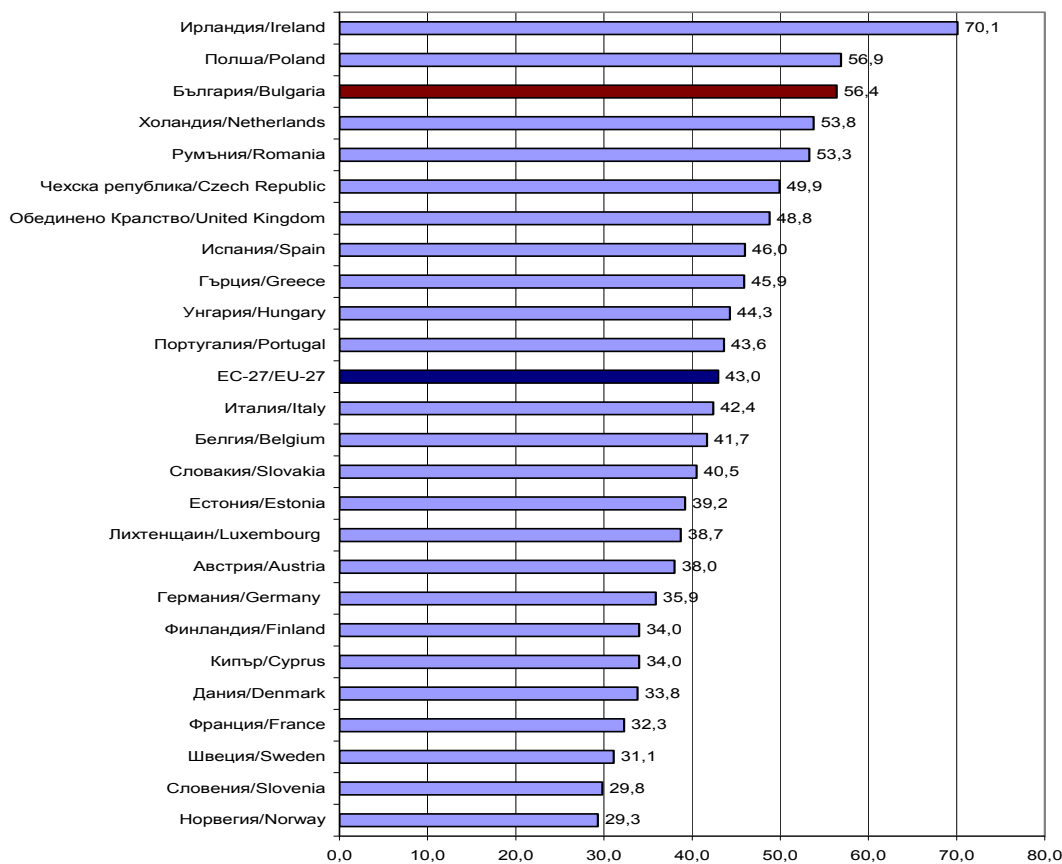
• **показатели за конкурентоспособност**

Конкурентоспособността, макар разгледана в отраслов аспект е сложна икономическа категория, обусловена от много фактори и имаща много измерения [1,2,5]. Изследването няма претенции за изчерпателност и е ограничено до измерване и съпоставяне на показатели, характеризиращи вътрешно-отрасловата ефективност на производството и реализацията, като цена на ресурсите и достъп до тях, производителност на ресурсите, разходите и приходите, инвестиционни разходи. Прави се оценка на постигнатите сравнителни предимства от българската хранителна индустрия по приетите показатели по отношение на средните за ЕС-27 нива и по отделни страни-членки. Използват се показатели, на ниво “ДА” по единната за ЕС номенклатура на икономическите дейности и в съответствие с европейската методология на структурната бизнес статистика

(СБС), което ги прави методологично сравними с данните за другите страни членки на ЕС.

Един от показателите за конкурентоспособност е нивото на **производителност на труда**, изразена с добавената стойност на един зает в отрасъла. На фиг. 7 е показано равнището на достигнатата производителност на труда през 2006 г. в производството на храни, напитки и тютюневи изделия по страни спрямо средното ниво на производителност на труда от ЕС-27. С най-висока производителност на труда е Ирландия с над 3,4 пъти средното ниво за ЕС-27, а на **последно място е България с над 7 пъти по-ниско ниво**. Румъния е пред нас с ПТ около 19%, а Гърция с 94,5% от средното ниво. От източноевропейските страни с най-висока производителност е Полша с ниво от 60%, спрямо средното, следвана от Чехия и Унгария.

Ниската ПТ частично се компенсира с **по-високата производителност на разходите за труд**, изразени с добавената стойност създадена с единица разход на труд. По този показател България е на второ място след Ирландия, т.е.



Фиг. 9
Fig. 9

Дял на брутния опериращ излишък в добавената стойност, 2006, %

Share of Gross Operating Surplus in Value Added, 2006, %

Източник: Евростат и собствени изчисления/ Source: Eurostat and proper evaluations

все още **по-евтиния труд у нас е сравнително конкурентно предимство**. Този извод се подкрепя и с данните на фиг. 8, изразяващи относителния дял на **разхода на труд в производството на единица продукция**. По този показател **България заема първо място** с дял от 8,3% при средно за Европейската общност 13,1%. От източноевропейските страни непосредствено след нас е Полша (8,8%), която постига този резултат вследствие и на многократно по-високата производителност на труда, а не само от ниската цена на труда както е при нас. Разходите, които правят другите източноевропейските страни – Румъния, Чехия, Словакия и Унгария, с изключение на Естония са също под средното за ЕС-27 ниво (фиг.8).

Положителен процес е и **нарастването на добавената стойност в продукцията на хранително-вкусовата ни промишленост** – от 18,1% през 2005 г., на 19,8% за 2007 г., при средно за ЕС-27 – 23,85%. Въпреки напредъка, заедно със Словакия и Румъния заемаме последните три места по този показател.

Сравнителни предимства на българската хранително-вкусова промишленост се очертават по показателите за ефективност. *Нормата на печалбата* (дял на брутния опериращ излишък в оборота) от дейността на предприятията нараства от 8,8% за 2005 г. – на 10,3% за 2007 г. и по този показател България изпреварва 11 страни. Още по-добро място България заема по показателя *рентабилност*, изразен чрез относителния дял на брутния опериращ излишък в добавената стойност – с резултат 56,4% при средно за ЕС-27 42,95 %, заема трето място след Ирландия и Полша (фиг.9).

Размерът на вложените инвестиции е един от факторите за повишаване на конкурентните възможности на българската хранителна индустрия. Три показателя се наблюдават от европейската бизнес статистика по които се прави сравнителен анализ. По първия показател - *размер на инвестициите на един зает* (брутни инвестиции в дълготрайни активи на един зает), българската хранителна индустрия до 2006 г. е на последно място в рамките на ЕС-27. Това говори за сериозно изоставане на нашия отрасъл в процеса на механизацията и автоматизацията на труда и че в по-голяма степен преобладават ръчните операции. През 2007 г., по този показател, със стойност от 4,7 хил. евро на един зает, България е на едно ниво с Португалия, като

изпреварва две страни-членки - Чехия (4,6) и Унгария (4,4). От ново присъединените страни, през същата година Румъния прави значително по-високи инвестиции от нас – 9 хил. евро на един зает, а с най-високи инвестиции е Словакия – 10,1 хил. евро на един зает, при средно за ЕС-27 около 8 хил. евро на един зает.

Вторият показател - *коефициент на инвестиране* (брутни инвестиции в дълготрайни активи на единица добавена стойност по факторни разходи), дава представа за производителността на инвестиционните средства. По него далеч отстъпваме от средното за ЕС-27 ниво. Докато за създаване на единица добавена стойност, средно за ЕС се използват 18,3 единици инвестиции, в България са необходими многократно повече -68,7 единици. С по-лош резултат от нас е Румъния - с 89 единици, а с най-добър – Ирландия – 6,5.

Третият показател отразява *дела на разходите за НИРД, направени от предприятията в произведената добавена стойност*. България е единствената страна, която за 2007 г. посочва нулев дял на разходи за НИРД, при 0,3% за Полша, Румъния, Чехия и Унгария. Най-много средства за НИРД влагат производителите на храни, напитки и тютюневи изделия в Дания – 3,2% и Норвегия – 2%.

Резултатите от анализа дават основание да се направят някои обобщения и изводи:

- ХВП е основен отрасъл в българската индустрия, с проявени конкурентни предимства по отношение на използваните производствени фактори в сектор преработваща промишленост в национален аспект;

- Наблюдава се положителна тенденция на нарастване на производството и продажбите във всички подотрасли на ХВП за периода 2001-2008 г., съпътствано от значителен ръст в производителността на труда, което свидетелства за добри конкурентни възможности на българската хранителна индустрия на европейския пазар;

- Устойчиво нарастват продажбите на храни на външните пазари през целия период (2001-2008) и особено в последните две години, което свидетелства за успешната пазарна реализация на тези български производства на общия европейски и световен пазар;

- Българската хранителна индустрия заема незначителен дял в общия обем на ЕС-27, произвежда в по-малки по размер предприятия спрямо средния за Общността и с най-ниска

производителност на труда. Това определя и потенциалната пазарна ориентация на българските продукти към пазарни ниши за продукти със специфично и високо качество, удовлетворяващо определени вкусови потребности на европейския потребител;

- Сравнителните конкурентни предимства на българската хранителна индустрия на европейския пазар на този етап се дължат преди всичко на ниските разходи на труд в единица продукция и респективно на по-високата ефективност на производството и реализацията. Този фактор обаче, в условията на единен трудов пазар не носи предимства в дългосрочен аспект;

- Отрасълът изостава по отношение на размера и ефективността на инвестициите. Ниските стойности на инвестициите на един зает в сравнение със средните за Общността стойности, забавя процеса на механизация и автоматизация на трудовите процеси и задържа нарастването на производителността на труда.

- Многократно по-ниската производителност на направените инвестиции в българската хранителна индустрия, спрямо средните стойности за ЕС-27, при значително по-високата цена на кредитните ресурси у нас, прави отрасъла по-малко конкурентен и непривлекателен за чуждестранни инвестиции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алманах на конкурентоспособността, МИ, Дирекция „Обща икономическа политика.”
2. Анализ на конкурентоспособността на българските промишлени предприятия, МИЕ, 2007, 206 с.
3. Класификация на икономическите дейности (КИД-2008), НСИ, 2008.
4. Национална класификация на икономическите дейности (НКИД-2003), НСИ, 2003.
5. EU, 2005. EU sectoral competitiveness indicators. Office for Official Publication of the European Community, Luxembourg, 136 pp.

Development and Competitive Abilities of the Food Processing Industry at European Market

Tz. KOVACHEVA
Institute of Agricultural Economics - Sofia
(Summary)

The problem of the competitiveness of the Bulgarian food industry becomes more significant with our accession to the EC and the further liberalization and globalization of trade. The integration of the Bulgarian domestic market of

Статията е постъпила в редакцията на 18.03.2010 г.

foods, beverages and tobacco to the European one, created a more competitive environment for our producers not only at the outer, but at the national market as well. In these conditions the prospects of development of the Bulgarian food industry are in a direct relation and dependence not only of the possibilities of expansion of the outer markets, but of the preservation of its position at the national market. The investigation aims to make an assessment of the place, the temps of development and the competitive abilities of the Bulgarian food industry at the United European market during the first years of full membership in the EC.

The competitiveness is a complex economic category, determined by lot of factors and being multidimensional. The study is limited to measuring and comparing of indexes, featuring the branch efficiency of the production and the realization as resources prices; productivity; expenses and incomes; size and efficiency of the investment costs. The achieved results of the Bulgarian food industry are evaluated, according the accepted indexes for the average level EC – 27 and for the particular country members. Indexes for the “DA” level are utilized of the unified EC nomenclature of the economic activities and according the European methodology of the Structure Business Statistics (SBS), which makes them methodologically compatible with other European member countries data.

The analysis is based on statistical data and analytical indexes for the period 2000 – 2008. Data sources are NSI and Eurostat.

The results of the study show that the food industry is a basic branch of the Bulgarian industry, with broad competitive advantages concerning the utilized production factors. The branch demonstrates high economic activity during the first two years after Bulgaria’s accession to the EC. The production and sales at the home and European market grow, accompanied with a considerable increase of the labor productivity, which proves the successful integration and good competitive abilities of the Bulgarian food industry to the European market. The Bulgarian food industry has an insignificant share in the European food industry, smaller in size factories, compared to the average European Community ones and with the smallest labor productivity. Its comparative advantages at the European market are due to the low labor costs per unit of production before all and respectively to the higher production and sales efficiency. In the conditions of a united labor market, this factor does not bring advantages in a long term aspect. The branch lags in regard to the size and efficiency of investments, which leads to a delay of the processes of mechanization and automation of the labor activities, as well as the increase of the labor productivity.

Key words: food industry, competitive abilities, European market.