

Анкета на БТПП: Интерес към бизнес пътувания и партньорства в чужбина 2026г.

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

В проучване, проведено сред членовете на Българската търговско-промишлена палата (БТПП) проведена в периода 5-13 март през 2026 година, разпространена в информационните канали на БТПП сред над 6000 респондента, като участие в анкетата са взели 75 фирми и се отбелязва спад от 13% на отговорите в сравнение с 2025 година (86 отговора), по отношение на бизнес пътувания и партньорства, най-вероятно свързано с динамичната и нестабилна международна среда и откритите военни конфликти, които определено поставят под риск стратегиите и плановите на компаниите свързани с разширяване на бизнес контактите в страните от близкия и далечен Изток. Резултатите разкриват основен интерес към износа на стоки (54,67%), като предпочитана форма на международно икономическо сътрудничество, както и обмяна на добри практики (41,33%) и Иновационните възможности (35%).



2: Очаквате ли да имате повече бизнес пътуванията за 2026, сравнено с предходната година, в предвид и динамичната международна геополитическа и икономическа ситуация?

През 2026 г., 30,67% от анкетираните членове на БТПП да пътуват по бизнес повече от предходната година, въпреки геополитическата нестабилност, като 26,67% планират пътувания за по-кратки периоди. Паралелно с това, 22,67% отговарят, че ще пътуват по-малко заради настоящата геополитическа ситуация.



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

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



Наблюдава се спад в предпочитанията методи за бизнес партньорства- 60% в предпочитанията за търговските изложения като метод за намиране на бизнес партньори през 2026 г. спрямо 2025 г. (71%). 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 54,67%, показвайки логичното и ефективно допълнение към участието в изложби, свързано с фокусирано и таргетирано провеждане на срещи, целящо спестяване на време и ресурси.

Интересът към професионалните мрежи и дигиталните платформи пък се е увеличил (53,33%), защото са достъпни за повече компании. Чрез тях може да се достигне до много по-голяма аудитория и да се осъществи по-лесен контакт с потенциални партньори. Бизнесът свикна да използва онлайн инструменти (LinkedIn, B2B платформи, виртуални събития), което повиши доверието в тяхната ефективност.

Интересът към индивидуалните пътувания е спаднал, намалявайки до 28%, което показва, че бизнесът все по-често предпочита по-ефективни, по-икономични и по-добре организирани начини за намиране на партньори.

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

	Страна	Дял %
1	Германия	37%
2	Румъния	37%
3	Турция	35%
4	Швейцария	31%
5	Италия	24%
6	Великобритания	21%
7	Норвегия	21%
8	Китай	21%
9	Гърция	18%
10	Сърбия	18%
11	Египет	18%
12	ЮАР	17%
13	Швеция	14%
14	Япония	14%
15	Австрия	13%

**Топ 15*

предпочитани дестинации от цял свят

През 2025 г. износът на стоки от България за ЕС намалява с 3.8% в сравнение с 2024 г. и е на стойност 53 883.9 млн. лева. Основни търговски партньори на България са Германия, Румъния, Италия, Гърция и Франция, които формират 63.8% от износа за държавите - членки на ЕС. Вносът на стоки в България от ЕС през 2025 г. се увеличава с 4.5% в сравнение с 2024 г. и е на стойност 60 538.5 млн. лева (по цени CIF). Най-голям е стойностният обем на стоките, внесени от Германия, Румъния, Гърция, Италия и Полша

През януари 2026 г. износът на стоки от България за трети страни намалява с 9.0% в сравнение със същия месец на 2025 г. и е на стойност 1 012.6 млн. евро. Основни търговски партньори на България са Турция, Обединеното кралство, Съединените американски щати, Сърбия, Република Северна Македония, Украйна и Алжир.

Вносът на стоки в България от трети страни през януари 2026 година нараства с 5.3% в сравнение с януари 2025 година и е на стойност 2 044.5 млн. евро (по цени CIF). Най-голям е стойностният обем на стоките, внесени от Турция, Китай, Бразилия и Украйна

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 2026 г. като дял от отговорилите респонденти, проведена сред фирмите, Германия (37%), Румъния (37%) и Турция (35%), заедно с Швейцария (31%) и Италия (24%), 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 2025 (45%), въпреки че Германия е избегнала трета поредна година на рецесия. Ръстът през 2025 г. слага край на период от две последователни години на икономически спад за най-голямата икономика в Европа. Според официалните данни на Федералната статистическа служба на Германия (**Destatis**), публикувани в началото на 2026 г., германската икономика отчита символичен ръст от **0.2% през 2025 г.**

Румъния продължава да бъде силно предпочитан партньор, бележейки повишен интерес от 32 % през 2025 до 37% през 2026 подчертавайки нейната роля като желан партньор в региона. Румъния се утвърждава като **вторият най-голям търговски партньор** на България в ЕС и един от най-динамичните пазари за родните производители. Докато общият износ за ЕС през 2025 г. бележи спад, търговските отношения с Румъния показват устойчивост и стратегическо значение.

Общ стокообмен: Търговският обем между двете страни поддържа нива над 7.3 - 8.5 млрд. евро годишно, Инвестиции: Преките румънски инвестиции в България към средата на 2025 г. достигат близо 400 млн. евро.

Турция остава в челните позиции (35%) заради географското си разположение и ролята ѝ като транспортен коридор и мост между Европа и Азия.

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: Среци 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 – 29,58%, храни и напитки 23,94%, храни и услуги 16,90%.

При износа на стоки от България за ЕС, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голям ръст е отбелязан в сектор „Мазнини, масла и восъци от животински и растителен произход“ (43.9%). Най-голям спад се наблюдава в сектор „Разнообразни готови продукти, н.д.“ (14.7%).

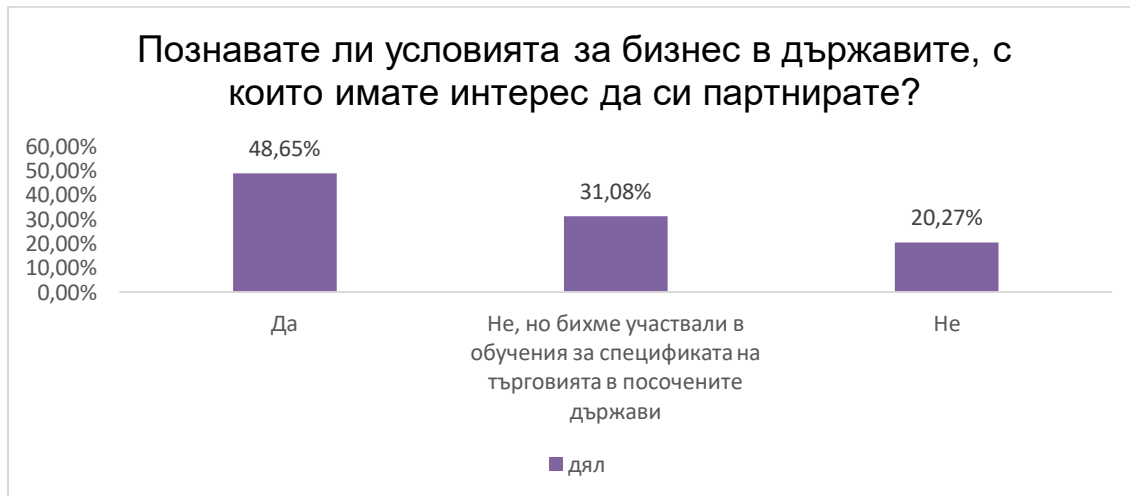
При вноса на стоки от България за ЕС, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голямо увеличение е отчетено в сектор „Безалкохолни и алкохолни напитки и тютюн“(23.1%). Най-голям спад се наблюдава в сектор „Необработени (сурови) материали, негодни за консумация (изкл. горивата)“ (4.5%).

При износа на стоки от България за трети страни през 2025, разпределен според Стандартната външнотърговска класификация, най-голям ръст е отбелязан в сектор „Разнообразни готови продукти, н.д.“(49.7%). Най-голям спад се наблюдава в сектор „Минерални горива, масла и подобни продукти“(38.6%)

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



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

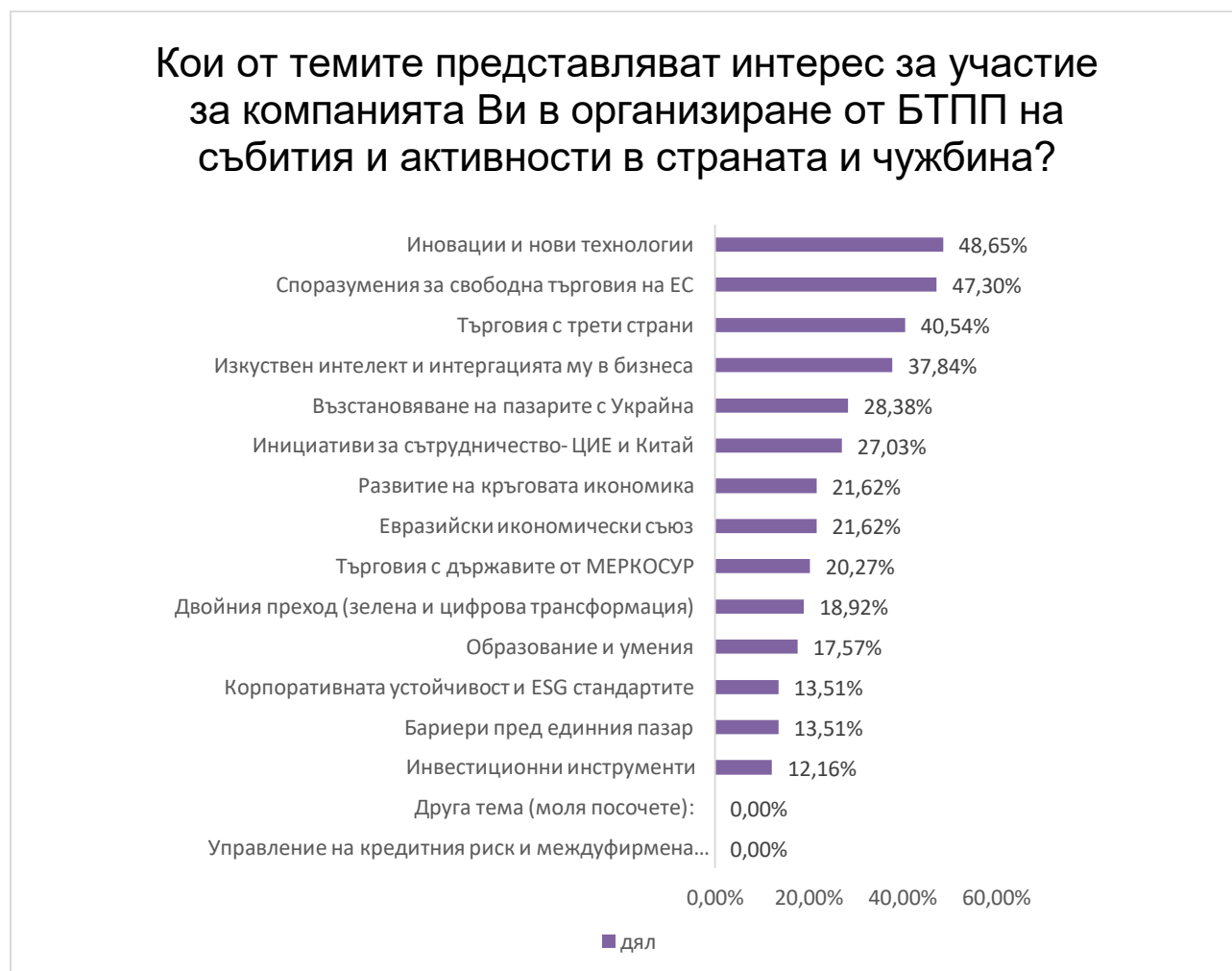


Един сериозен процент от анкетираните фирми- 31% проявяват интерес към обученията за спецификите на търговията в посочените държави, което е една добра основа за

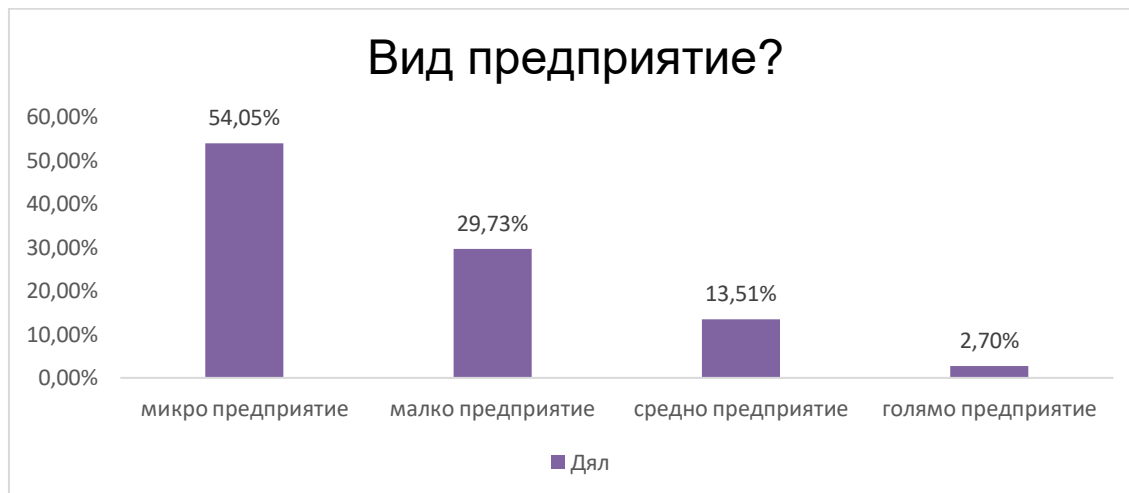
да се запознаят и дефинират своите интереси, възможности и ресурси и да стартират активно в международните бизнес активности.

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

Водещите теми, които трайно се задържат и които предизвикват интерес сред бизнеса за събития, организирани от БТПП, включват „Иновации и нови технологии“ (48,65%) с лек ръст на интереса, „Споразумения за свободна търговия на ЕС“ (47,30%), които са със сериозне ръст от 10% на фирмите заявили интерес и „Търговията с трети страни“ (40,54%),. Изследването също така идентифицира нови теми от интерес, като „Образование и умения“ и „Инвестиционни инструменти“.



11: Вид предприятие?



В голямата си част респондентите на анкетата са представители на микро (54,05%) и малки предприятие (29,73%).

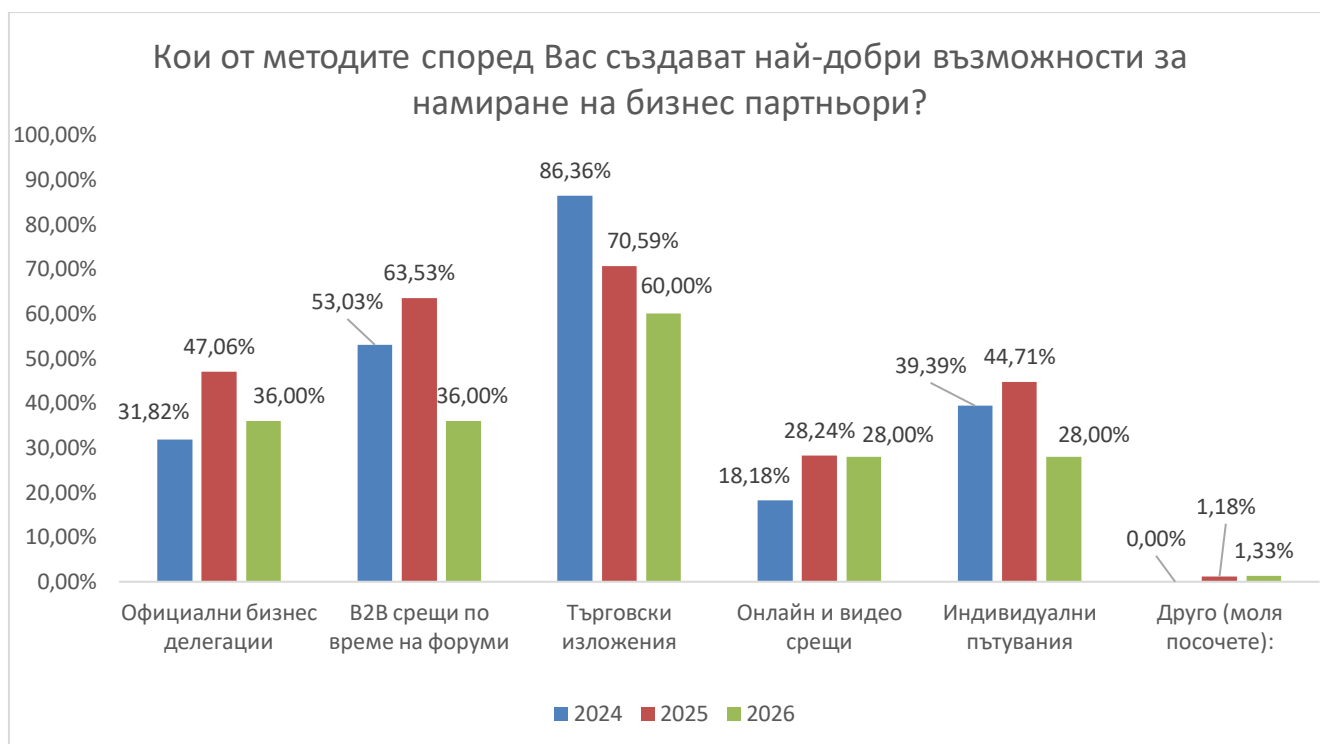
❖ Сравнителен анализи по години на анкетата за Бизнес Пътвания и партньорства



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 и се наблюдава значително намаление 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 в митническата политика и икономическа среда, 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, но задържане има само при оценка на бизнес възможностите чрез онлайн и видео срещи. При търговските изложения се наблюдава вече трета година спад като оценка, че те предоставят най-добрите възможности за намиране на бизнес партньори.



Очаква се бизнес пътуванията да намалют през 2026 г сравнено с 2025г като очаквания, заради геополитическата и икономически динамична ситуация. В сравнение с миналата година, наблюдаваме спад по този показател от 44 % през 2025 до 30,67% през 2026. Наблюдава се задържане и на очакванията за по-кратки пътувания, но целенасочено с конкретна програма и преществаща добра организация. На трето място, фирмите са посочили, че очакват и някои пътуванията да намалют или да бъдат заменени с онлайн срещи. Това показва, че компаниите все повече се стремят към оптимизиране на разходите, както и на съпътстващите рискове.

03/2026г.

Изготвили:

Отдел „Икономически анализи
и политика“ / БТПП