



ФОНД
НАУЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

Списание за наука

„Ново знание“

ISSN 2367-4598 (Online)

Академично издателство „Талант“

*Висше училище по агробизнес и развитие на
регионите - Пловдив*

New Knowledge

Journal of Science

ISSN 2367-4598 (Online)

Academic Publishing House „Talent“

*University of Agribusiness and Rural Development -
Bulgaria*

<http://science.uard.bg>

ROLE OF STATE IN REGULATING COMPETITION ON MARKET

Ognyana Stoichkova

University of agribusiness and rural development - Bulgaria

Abstract: The article presents analyzes of the genesis and the essence of the market competition, the characteristics of state antimonopoly regulation, the definition and assessment of the competitiveness of the individual countries and the place of Bulgaria in the Global Competitiveness Index of the World Economic Forum for 2017. The study embraces topics connected to the existence of the "hidden economy", the essence of unfair competition and opportunities for its regulation by governments. Recommendations have been formulated on the more important policies to reduce the negative impact of the hidden economy and state regulation of competitiveness.

Keywords: competition, competitiveness, hidden economy, monopoly, state regulation.

РОЛЯТА НА ДЪРЖАВАТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА КОНКУРЕНЦИЯТА НА ПАЗАРА

Огняна Стоичкова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Резюме: Статията представя анализи на генезиса и същността на пазарната конкуренция, характеристиките на държавното антимонополно регулиране, дефинирането и оценката на конкурентоспособността на отделните държави и мястото на България в Глобалния индекс на конкурентоспособността на Световния икономически форум за 2017 г. Разгледани са и въпроси, свързани със съществуването на „скритата икономика“, същността на нелоялната конкуренция и

възможностите за държавно ѝ регулиране. Формулирани са препоръки за по-важните политики за намаляване на негативното влияние на скритата икономика и държавното регулиране на конкурентоспособността.

Ключови думи: конкуренция, конкурентоспособност, „скрита икономика“, монопол, държавно регулиране.

ВЪВЕДЕНИЕ

Пазарната икономика е способна ефективно да функционира само в условията на конкуренция между участниците на пазара - стокотранспортници, продавачи, предприемачи, т.е. на всички, които доставят и предлагат за продажба стоки. В по-широк план конкуренцията се разпространява между цели отрасли, региони и страни. Тя е най-силният подбудителен мотив за стопанските субекти за реализиране на стопанска дейност. На конкуренцията се дължи заслугата за ръста на качеството и задържане на цените. Строго погледнато, без конкуренция пазарната икономика не е в състояние да съществува, пазарът се изражда като такъв, ако на него отделните продавачи нямат възможност да предлагат за продажба своите стоки.

В съответствие с общоприетата представа конкуренцията е състояние на съперничество между различните стопански субекти, агенти на икономическата дейност в борбата за пазарни позиции, за най-изгодни условия за продажба или покупка на стоки и услуги с цел получаване на по-високи доходи, печалба и други изгоди. Интересно и мотивирано е определението за конкуренцията като „икономически процес на взаимодействие, взаимовръзка и съревнование между участници на пазара с цел да се осигуряват по-добри възможности за реализиране на продукция, задоволяване на разнообразни потребителски изисквания и получаване на максимална печалба“¹. За нуждите на настоящото изследване ще приемем конкуренцията като **съперничество между икономически агенти за постигане на поставените цели (най-ефективно използване на ресурсите, максимизиране на печалбите, постигане на висок пазарен дял и пр), което се осъществява в условията на взаимодействие между тях**. Самото взаимодействие може да се прояви като сътрудничество или като съгласуваност между две или повече страни, което зависи от възможността и съзнателния избор на икономическите агенти, включително и на държавата като такава, да влияят върху желаната посока на взаимодействието.

ГЕНЕЗИС И СЪЩНОСТ НА ПАЗАРНАТА КОНКУРЕНЦИЯ

Теорията за конкуренцията и представите за нейната роля в регулирането на пазарните цени и пазарните отношения се заражда в рамките на класическата политическа икономия. Адам Смит първи изказва тезата за ключовата роля на конкуренцията като механизъм за автоматично регулиране на цените на свободния пазар. Той нарича конкуренцията „невидимата ръка“, която заставя пазарните агенти да установяват цените на стоките в съответствие с нивото на търсенето им от купувачите и така висококонкурентен пазар сам формира равновесната цена според търсенето и предлагането.

По-късно представите за конкуренцията значително се разширяват и задълбочават, в резултат на което се разграничават различни видове конкуренция, различаващи се преди всичко по признака на нивото на концентрация на пазара на

¹ Антонова, Д. и В. Генадич. Конкуренцията като универсален инструмент за регулиране на социалноикономическите отношения. Научни трудове на Русенския университет - 2008, том 47, серия 6.1, с. 58.

съперническите си продавачи на еднородни стоки. Общото понятие „конкуренция“ се разчленява на две разновидности – „съвършена конкуренция“ и „несъвършена конкуренция“. При това е характерно, че по времето на Адам Смит и Давид Рикардо се е имала пред вид в по-голяма степен съвършената конкуренция, а несъвършената конкуренция става обект на последващи изследвания. В крайна сметка възниква представата за много разновидности на конкуренцията.

Съвършената конкуренция, наричана още свободна, чиста, идеална, предполага спазването на следните условия:

- нито един продавач няма възможността да налага своята „ценова“ воля на купувачите, тъй като те могат да избират сред другите продавачи на същата стока;
- отсъствие на ограничения за свободен вход и изход на пазара;
- отсъствие на външен контрол на цените и ценова принуда;
- достъпност за всеки участник на пазара до информация за цените, търсенето и предлагането на стоките.

Движещата сила в конкурентната борба е желанието за все по-големи печалби. Още в средата на XIX век Т. Дининг прави станалото знаменито изказване: „Осигурете 10 процента печалба и капиталът ще се съгласи на всякакво приложение, при 20 процента той ще се оживи, при 50 процента положително е готов да си счупи главата, при 100 процента той потъпква всички човешки закони, при 300 процента няма такова престъпление, за което да не рискува“². Но високата степен на концентрация на капитала все повече кара транснационалните компании да следват не националните интереси в търсенето на все по-високи печалби. Транснационалният капитал следва стратегията, подчинена на законите на глобалния пазар.

Идеален пазар, съответстващ на посочените условия, представлява своеобразен еталон, мисловна конструкция, така че съвършената конкуренция може да се смята за абстрактен модел, към който в една или друга степен е способен да се доближава реалният пазар.

Несъвършената конкуренция, както се разбира от нейното название, представлява вид конкурентна борба в условия, забележимо отличаващи се от тези, които характеризират съвършената конкуренция. Несъвършената конкуренция се разделя на няколко разновидности, отразяващи основно степента на монополизирането на пазара, определяна от броя на конкуриращите се продавачи на близки по типове стоки. Така се обособяват монополистичната, олигополната конкуренция и чистият монопол.

Монополистичната конкуренция е най-близка до съвършената, защото се характеризира с достатъчен брой продавачи и купувачи, свободни да влизат на пазара и да излизат от него. Основното различие от съвършената конкуренция е в диференциацията на стоките, представени на пазара, и предлагани на купувачите от конкуриращи се фирми. По този начин конкурентите са в състояние да привличат купувачи не само с цената, но и със специфични качества и видове обслужване.

Олигополната конкуренция се проявява на пазари, където са представени относително неголямо количество независими продавачи на еднородни стоки, които могат да бъдат диференцирани по видове при значително количество купувачи. В условията на олигополна конкуренция на всеки продавач може да се падне значителна част от стоковия пазар, поради което той е способен да заема доминираща позиция и в определена степен да диктува цените, да ограничава достъпа до пазара на нови конкуренти.

² Dinning T. Trades Unions and Sti-ukes. London, 1860. P. 35-36.

Практическото отсъствие на конкуренция е характерно за пазари, на които господства чистият монопол, т.е. представени са стоките на един продавач без адекватни заместители. Проникването на конкуренти на монополизираните пазари е извънредно трудно, във връзка с което държавата, стремейки се да поддържа конкурентна пазарна ситуация, активно се бори с монополизма.

Често се наблюдава конкуренция, при която е налице изкривено поведение на реалните или потенциалните конкуренти, получила названието недобросъвестна. Тя се наблюдава под формата на отклоняване от узаконените, приетите правила и норми на конкурентна борба. Недобросъвестните конкуренти влизат в сговор, насочен срещу съперници, стремейки се да ги дискредитират, използвайки некоректна реклама, прибегвайки до подкрепата на влиятелни лица и организации, установявайки дискриминационни, понякога дъмпингови цени.

Конкуренцията се различава по видове и в зависимост от методите на нейното осъществяване.

Ценовата конкуренция се основава на продажбата на стоки и услуги по цени, по-ниски от конкурентите, с цел привличане на купувачи. Относителното намаляване на цените се постига или благодарение на преимуществото във вид на по-малки производствени разходи, или за сметка на намаляване на рентабилността в името на увеличаване обема на продажбите и изтласкване на конкурентите. В отделни случаи ценовата конкуренция се осъществява и чрез временна продажба на стоките по себестойност при пълна загуба на печалбата с цел да се укрепват позициите на пазара и да не се допусне разширяването на полето на действие на конкурентите, след което да се повиши цената.

Неценовата конкуренция се опира, преди всичко, на повишаване качеството на продукцията, стоките и услугите при неизменни пазарни цени върху тях. Използва се също и разширяването на асортимента и оказването на допълнителни услуги. Особено значение в неценовата конкуренция има маркетингът във вид на мерки за придвижване на продукцията на пазара и нейната реализация благодарение на активна рекламна кампания, стимулиране на продажбите и привличане на купувачи. Основен лост за неценовата конкуренция е намаляването на производствените разходи, което позволява да се увеличава печалбата при фиксирани цени, и допълнителната печалба да се насочва за усъвършенстване на технологиите, осигуряване на повишено техническо ниво, качество и надеждност на продукцията.

В страните с пазарна икономика държавата е заинтересована от развитието на конкуренцията във форми, приближаващи се до съвършената конкуренция. Такава конкуренция стимулира съревнованието между производителите, което води до подобряване качествата на произвежданите стоки и услуги, намаляване на производствените разходи и стремеж към по-пълно задоволяване потребностите на населението. Увеличавайки качествения и количествения ръст на производителните сили на страната, пресичайки националните граници на икономиката и разпространявайки се към световните пазари, конкуренцията спомага за укрепване икономическото положение на държавата на световната арена.

В същото време органите на държавната власт имат ограничени възможности да управляват конкуренцията, включително и за нейното стимулиране. В средите на стокопроизводителите и търговците на стоки и услуги съществува неотстранимият стремеж към монополизъм и недобросъвестна конкуренция в името на постигане на собствени изгоди и отстраняването на съперниците от пазара. Държавата, в лицето на органите на властта, препятства монополизма чрез провеждане на антимонополна политика, насочена към всеостранно ограничаване на монополистичните тенденции,

посредством забрана за дейност на монополите, отстраняването им от пазарите и принудителното раздробяване на крупните компании.

Някои корумпирани държавни чиновници и даже органи са способни да подкрепят явно и неявно монополистите в резултат на подкупи или непосредствено участие в монополната дейност и в монополизираните компании.

Разпространението на монополизма във всички негови форми води до чувствителни загуби за държавата и обществото, за икономиката и предприемачеството. Негативните последици от завоюването на пазарите от монополни структури се проявява в следното:

- монополистите са в състояние да установяват високи цени на своите стоки при явно ограничени възможности на купувачите да противодействат на монополните цени;

- производителите монополисти не са заинтересовани от развитието на производството, повишаването на качеството на стоките и услугите и по-пълното задоволяване на потребностите на купувачите, тъй като тях не ги заплашват конкуренти, а висока печалба могат да получат при увеличение на цените и при ограничен обем на производството;

- монополизмът поражда неефективно разпределение на ресурсите в полза на монополистите, независимо от ефективността на тяхното производство;

- монополистите, увлечени от собствената си изгода, в минимална степен са загрижени за интересите на държавата и обществото и безмилостно изтласкват от производството и пазара своите съперници;

- монополизмът, подобно на раково образование, е способен да се разраства, включвайки в своята орбита нови и нови участници и с нарастването на неговите сили се сраства с апарата на държавната власт, с органите на държавното управление и чиновниците от различни нива.

Във връзка с подобни негативни прояви практически всички държави са принудени да провеждат антимонополна дейност, опирайки се на богат арсенал от мерки. Антимонополната дейност на държавата в зависимост от степента и формите на проявление на монополизма, е насочена към предотвратяване, ограничаване, потискане, пресичане на всякакви действия, препятстващи конкуренцията.

ДЪРЖАВАТА СРЕЩУ МОНОПОЛИТЕ НА ПАЗАРА

Държавното антимонополно регулиране, във вид на забрани за осъществяване на монополно производство и продажба на стоки, се появява със зараждането на държавата. В нашата съвременност държавата използва антимонополното законодателство в качеството на основен инструмент за противопоставяне на монополните тенденции и за ограничаване или забраняване на монополната власт. Антимонополните закони стават крайно необходими във връзка с възникването на изключително крупни монополисти във вид на мощни корпорации. Най-развито е антитръстовото законодателство в САЩ. Там през 1890 г. се приема „Законът Шърман“, който въвежда мерки на забрана на монополизирането на пазара, монополните договори на компаниите, споразуменията между тях, ограничавачи предприемачеството.

В България ролята на нормативен документ, който играе ролята на регулатор на монополистични тенденции на пазара, е Законът за защита на конкуренцията³. В член 19 от този закон (1) "Монополно е положението на предприятие, което по закон има изключителното право да извършва определен вид стопанска дейност; (2)

³ Закон за защита на конкуренцията. ДВ. бр. 56 от 24 юли 2015 г.

Монополно положение може да се предоставя само със закон в случаите, когато то е предоставено на държавата по чл. 18, ал. 4 от Конституцията на Република България. (3) Всяко друго предоставяне на монополно положение е недействително". "Господстващо положение" на пазара в същия закон се определя в чл. 20 по следния начин: "Господстващо е положението на предприятие, което с оглед на своя пазарен дял, финансови ресурси, възможности за достъп до пазара, технологично равнище и стопански отношения с други предприятия може да попречи на конкуренцията на съответния пазар, тъй като е независимо от своите конкуренти, доставчици или купувачи"⁴. В член 16 изрично се посочва, че когато общият дял на предприятията - участници на пазара на стоките или услугите – предмет на споразумението, решението или съгласуваната практика, не надвишава:

1. десет на сто от съответния пазар, ако участниците са конкуренти помежду си;
2. петнадесет на сто от всеки от съответните пазари, ако участниците не са конкуренти помежду си.

Една от най-сериозните трудности за преодоляване на монополизма в света е разкриването и доказателството за неговото наличие, умело скриван от самите монополисти под закрилата на законовите разпоредби. Изключително трудно е да се определят еднозначно и точно фиксирани критерии, в съответствие с които дейността на компаниите да се смята за монополна и те да се определят в категорията монополисти. Цитираните по-горе текстове на Закона за защита на конкуренцията също не се ангажират с по-детайлно определение на условията, при които дадена фирма може да бъде посочена като монополист. Като злоупотреба със своето доминиращо положение на пазара се отнасят всички видове дейности на стопанските субекти, които водят до ограничаване на конкуренцията, посредством създаването на изкуствен дефицит на стоки, нарушаване на установения ред за ценообразуване, водещ към повишаване на цените, възпрепятстващ достъпа до пазара на други участници, налагане на свои условия за споразумения на контрагентите.

Антимонополното държавно регулиране е насочено да препятства и да не допуска недобросъвестна конкуренция на пазара, към проявлението на която се отнасят:

- злепоставяне на конкурентите чрез разпространяване на лъжливи сведения за тях;
- разпространяване на изкуствено изкривена информация за потребителските свойства и качеството на стоките;
- незаконно използване на права на интелектуална собственост, търговски марки и фирмени знаци;
- разгласяване на сведения и информация, съставляващи търговска тайна, без съгласието на собственика на тази информация.

Държавните органи, отговарящи за антимонополната дейност, притежават значителен арсенал от средства за борба с монополистите и монополизма, но не винаги ефективно ги използват.

В порядъка на основни инструменти и способности за държавно антимонополно въздействие могат да бъдат отделени следните:

- задължителни за използване директивни предписания към стопанските субекти да спазват антимонополното законодателство и при неговото нарушаване задължително отстраняване на последствията;

⁴ Пак там.

- принудително раздробяване на монополните структури, отделяне от техния състав и формиране на самостоятелни, независими организации и подразделения;
- разтрогване или изменение на договори, споразумения, противоречащи на антимонополното законодателство;
- налагане на глоби, санкции и административни мерки при нарушаване на правилата и нормите, предвидени в антимонополното законодателство и другите нормативни актове;
- принудително разпускане на организациите монополисти.

Независимо от наличието от тези видове държавно антимонополно въздействие, тяхната практическа реализация се затруднява от яростното противодействие от страна на монополистите, защото монополните структури намират нови и нови пътища и начини за възраждане на прекратените им монополистични прояви.

Сферите на икономическа дейност, които по обективни причини са изключени от зоната на пазарната конкуренция, се определят като естествени монополи. Наличието им се оправдава или с практическата невъзможност за създаването на конкурентен пазар за дадена стока (например притежаване на авторски права), или с икономическа нецелесъобразност за създаване на конкуриращи производства (например във вид на паралелни газопроводи, електропроводи и др.).

В редица случаи естествените монополи възникват, когато дадена компания по обективни причини поддържа производството на дадена стока или услуга с минимални разходи, което ѝ позволява за определен период от време да поддържа най-ниски цени на пазара. Такава ситуация се създава и при постигането от компанията на най-високо, недостъпно за другите ниво на качеството. Към естествените монополи се отнасят например добивът на много видове полезни изкопаеми, отделни видове транспорт и отделни видове транспортни комуникации, производството и продажбата на най-опасните видове въоръжения, уникални канали и средства за връзка.

Макар крупните естествени монополи да се виждат от държавата, това не им пречи в условията на свободно пазарно ценообразуване да повишават цените на произвежданите стоки и предоставяните услуги. Подобна ценова политика на естествените монополисти е особено опасна с това, че разпространяват своето действие върху голямо количество потребители, включително и населението. Вдигайки цените на суровини и енергия до краен предел, естествените монополисти пораждаат вълна от ценови увеличения, обхващаща и останалите производства, които до голяма степен зависят от тях.

От това следва задължението на държавата да регулира и естествените монополи. Към най-разпространените начини за държавно регулиране в дейността на естествените монополи се отнасят:

- установяване от държавните антимонополни органи на цени и тарифи на стоките и услугите на естествените монополи или ценови ограничения във вид на максимални предели;
- задължително обслужване на ограничен контингент от потребители при установяване на минимални нива на осигуряване в случай на невъзможност за пълно удовлетворяване на нуждите на потребителите от стоки и услуги на естествените монополи;
- диференциация на цените и тарифите на стоки и услуги на естествените монополи в зависимост от категориите и общественото положение на потребителите, предоставяне на ценови привилегии на определени категории за сметка на средства

от държавния бюджет или чрез кръстосано финансиране, когато „богатите“ плащат за „бедните“.

В тези области на производствено-икономическа дейност, където монополът е неизбежен, държавата трябва да упражнява надзор и регулиране, а в редица случаи и непосредствено управление, запазвайки понякога държавна собственост, държейки контролния пакет акции на компаниите монополисти.

Особена част от естествените, или по-точно близки до естествените монополи, са държавните монополи, функциониращи в области на формиране на икономическата политика, регулирането на паричното обращение, обезпечаване на националната безопасност, производството на стоки и услуги със специално предназначение. В качеството на характерни примери на държавни монополи са например паричната емисия, регулирането на валутния курс, внос и износ на стоки, строго контролиран от държавата, производство и продажба на наркотични вещества и отделни видове оръжие. По отношение на тези видове монополи държавата рядко провежда антимонополна политика или въобще не я провежда. Държавното регулиране се осъществява на законодателна основа или чрез предоставяне на лицензи за осъществяване на държавно-монополистична дейност.

Наред с разгледаните мерки за ограничаване на монополизма в производството и продажбата на масови стоки са необходими специални мерки за държавна антимонополна дейност, приложими към стоки, продавани на пазарите на собственост. Работата е в това, че крупните обекти на собственост във вид на имущество, най-често не се предоставят на пазарите като обект за масови продажби, във връзка с което е много трудно да се разкрият монополистите, завладяващи по-голямата част от пазарите на подобни стоки и препятствайки по този начин свободната конкуренция. Самите пазари за продажба на обекти на собственост във вид на търгове, конкурси, представляват удобно поле за поява за скрит или даже пряк сговор на купувачите, придобиващи собственост. Не по-малко важно е това, че за много обекти на собственост е характерна непосредствено продажбата на обекта, а продажбата на права за използване на обекта – под формата на аренда.

Антимонополните мерки, приложими към пазарите на обекти на собственост, се проявяват в държавното регулиране на покупката, продажбата, предаването, реорганизацията на обектите на собственост с цел осъществяване на тези процеси при спазване на конкурентните принципи. При това следва да бъде съобразено рационалното съотношение между държавното регулиране и пазарното саморегулиране, при което механизмът на саморегулиране трябва да се изгражда на принципа на конкуренцията, предотвратявайки свойственото на днешната тенденция за саморегулиране на пазара в интерес на монополизма, тесен кръг от лица, представители на олигархията.

Развитието на конкурентните начала трябва да спомага за подобряване на механизма на ценообразуване на обектите на собственост. Спецификата на пазара на обекти на собственост е такава, че даже и при наличие на формално спазване на условията на конкурсна продажба или търг няма гаранции за продажба на обекта по реални пазарни цени, тъй като пазарът е прекалено ограничен (особено при закрити търгове) и е невъзможно да се предотврати предшестващият пазарен сговор между няколко истински или мними участници, имитиращи конкуренция.

Механизмът на свободното пазарно ценообразуване на основата на уравнивяването на търсенето и предлагането практически не действа на пазара на крупни обекти на собственост, поради което държавното регулиране на цените на недвижимата собственост става неизбежна. Основно средство за това регулиране е призвано да бъде държавното установяване на ценови ограничения. Ограниченията

трябва да се установяват, изхождайки от независима оценка на стойността на обекта по признати методики, опиращи се на разходния, на доходния подход, а също така и на метода на аналозиите. Ограничителните нива на цените за конкретни обекти или приложими към типови обекти на собственост е необходимо да се установяват до провеждането на продажбата и да се съобщават на нейните организатори.

Към антимонополното управление на обекти на собственост следва да се отнася ограничаването или пресичането на монополните права за издаване на лицензи, официални препоръки, заключения на физически, юридически лица, осъществяване от името на държавни органи и използвани с цел изгода за определени лица.

Можем да приемем като напълно уместно уточнението по отношение на процеса на „управление на конкуренцията“, което може да се замени с „приспособяване към конкуренцията“⁵ от страна на държавата. Последното отчита ограничените възможности на държавните органи да оказват въздействие върху конкуренцията на локални, регионални и международни пазари. В този смисъл по-коректно е да се отчита възможността на държавата да се приспособява към конкуренцията, а не толкова да осъществява външно управление на конкуриращите се субекти на пазара.

При такава постановка в центъра на вниманието следва да стои конкурентната способност на стопанските субекти, а обект за изучаване на теорията и практиката на управление следва да бъде управлението на конкурентната способност на участниците в пазарните отношения.

Едно от най-модерните имена на теорията за конкуренцията в нашата съвременност Майкъл Портер дава следното определение на конкурентоспособността – „Фирмата може да победи своите конкуренти само ако е в състояние да обезпечи за себе си някое отличие от другите, което може впоследствие да съхрани“⁶. В това определение се подчертава решаващата роля на фирмите участнички на пазара да предлагат различни продуктови групи на един или повече пазари или оперират на различни пазари с отделни разновидности на един и същ продукт. Набляга се на привлекателността на произвежданите от фирмите стоки. Този подход не трябва да се разглежда като изчерпателен, тъй като фирмата може да бъде конкурентоспособна благодарение на исторически формирания се престиж, реклама, които не винаги адекватно съответстват на реалната привлекателност на стоките на фирмата за потребителите. В по-общ вид конкурентоспособността на стоките се характеризира като степен на съответствие на конкурентния пазар на нуждите на купувачите в сравнение с други аналогични стоки, представяни на дадения или други достъпни пазари. Конкурентоспособността се определя, от една страна, с качеството на стоката, нейното техническо ниво, потребителски свойства и, от друга страна, от цената на предлагането ѝ, определена от нейния продавач. Безброй много са факторите, които влияят върху конкурентоспособността на стоката: модата, продажбеният и следпродажбеният сервиз, рекламата, престижът на производителя, известността и популярността на стоката, конюнктурата на пазара, колебанията на търсенето, платежоспособността на потребителите.

В мащаба на една национално обособена икономика под конкурентоспособност се разбира нейната **възможност да се конкурира с други страни в стремежа си да задържа или разширява своето влияние на вътрешния и на външните пазари, на които се реализират нейни стоки.**

⁵ Маринова, Н. Държавата и конкуренцията. НБУ, с. 8. www.eprints.nbu.bg.

⁶ Портер, М. „Конкуренция“, Москва, 2002, с. 50.

Конкурентоспособността на страната като цяло зависи от нивото на конкурентоспособност на нейните производствени и търговски организации.

Глобалният индекс на конкурентоспособността ежегодно се обявява от Световния икономически форум на базата на 12 фактора, които обхващат цялостното икономическо и социално развитие на страните.

Таблица 1. Топ 10 от страните според индекса на конкурентоспособност за 2017 г.⁷

| The top 10 most competitive global economies | |
|--|--------------|
| Global Competitiveness Report 2016-2017 | Global rank* |
| Switzerland | 1 |
| Singapore | 2 |
| United States | 3 |
| Netherlands | 4 |
| Germany | 5 |
| Sweden | 6 |
| United Kingdom | 7 |
| Japan | 8 |
| Hong Kong SAR | 9 |
| Finland | 10 |

Source: The Global Competitiveness Report 2016-2017
*2016-2017 rank out of 138 economies.

През 2017 г. България преминава от 74-то (през 2011г.) на 50-то място сред 138 държави, включени в изследването. Нивото на индекса на страната ни се повишава от 4,32 (максимална стойност) до 4,44. България изпреварва редица страни от ЕС: Словения (56-а); Румъния (62-ра); Словакия (65-а); Унгария (69-а); Хърватия (74-та).

Факторът, който дърпа страната назад в класирането, е състоянието на институциите. Той по традиция е неблагоприятен за България – страната заема едва 97-о място с ниво на индекса от 3.5.

ДЪРЖАВАТА И „СКРИТАТА“ ИКОНОМИКА

Дефиниции за „скрита“ икономика

Една от трудните задачи, която стои за разрешаване по отношение на създаване условия за обективна конкурентна среда в икономиката, е наличието на т.н. *скрита икономика*. Стандартните дефиниции за скритата икономика най-често описват **производството на стоки, което се извършва законно, но се укрива от държавата с оглед избягване на данъчното облагане**. Такива производители не плащат дължимите по закон данъци, социални осигуровки, не сключват трудови

⁷ Цитирано по: <http://www.investor.bg/>

договори с наетите в техните фирми работници⁸. Реалният обем на оборотите на такива фирми се укрива умишлено и това затруднява измерването на скритата икономика. Тя се състои от три взаимосвързани, но различни сфери, които на свой ред са част от националната икономика:

- Ядрото се формира от черната икономика. Тя се състои от незаконни дейности, които не се отчитат от официалните власти. Типичен пример е търговията с наркотици. Най-опасна е, защото създава устойчиви структури, базирани на насилие, които обаче могат лесно да проникнат в сивата или официалната икономика. Тук е мястото на наказателната политика.

- Сивата икономика от своя страна са легални дейности, които обаче не се декларират пред властите, най-често за да се избегне плащането на данъци. Тя е най-голямата част от скритата икономика, обгръща черната и 6 от 10 лева, които се въртят в нея, в крайна сметка влизат в официалната икономика. Тук влизат както дейности, много близки по своя характер до черната икономика, като контрабандата на акцизни стоки, така и такива, които в по-голямата си част са на светло – плащане на ръка на част от заплатите или продажбата на продукт, който не отговаря на описанието на опаковката (например билетата, натъпкани със замразена вода). Съответно на сложния характер на сивата икономика и прилаганите контрамерки трябва да бъдат внимателно подбрани и насочени – за контрабандата на акцизни стоки могат да се приложат същите мерки както за черната икономика, но в другите случаи много по-голямо влияние оказват стимулите и публично-частното сътрудничество.

- Последният сегмент на скритата икономика е т.нар. неформална или натурална икономика. И при нея има допирни точки със сивата и черната – продажбата на акцизни стоки или производството на наркотици от социално слаби хора, но за тази икономика едва ли административно-контролните мерки биха имали ефект.

За последните 10 години Индексът на дела на скритата икономика в България е намалял с около 1/3. По данни на Световната банка дялът на сивата икономика е бил 35% през 2002 г., то през 2011 г. този дял е около 20 - 25%⁹.

Основната част от това намаление се дължи на обективни фактори – навлизането на банковото финансиране и на международните вериги за търговия в България. В по-малка степен са допринесли и периодичните кампании за справяне със сивата икономика на българските правителства. Всяка година Националният статистически институт добавя около 10% към отчетения брутен вътрешен продукт, за да вземе под внимание дейността на субекти и дейности, които не обхваща чрез официалните канали. Това може да се разглежда като първа стъпка към приемането на официална оценка за размера на сивата икономика в страната.

За неформалния сектор на икономиката е характерно понятието „недекларирана заетост“. В България 87% от работодателите наемат без договори своя персонал и най-често социалноосигурителните вноски се правят по минималния осигурителен доход, а не върху цялата заплата¹⁰.

⁸ Schneider, Fr., and Dominik Enste, 2000; “Shadow Economies: Size, causes and Consequences” Journal of Economic Literature 38(1):77-114; Schneider, Friedrich and Robert Klingmair. 2004, Shadow Economies Around the World: What do we know? Discussion Paper 1043. Institute for the Study of Labour (IZA), Bonn, Germany.

⁹ По данни на Центъра за изследване на демокрацията за Индекс на дела на скритата икономика в България. „Динамика на скритата икономика в България по време на криза“.

¹⁰ Съгласно проучване на Националния осигурителен институт от 2006 г., www.noi.bg.

Недекларираната заетост в България представлява между 22% и 30% от БВП, което е повече, отколкото в по-голяма част от страните членки на ЕС, в това число, повече, отколкото в другите новоприсъединили се страни.

Неформалният сектор на икономиката до голяма степен изкривява нормалното развитие на пазарните отношения и засилва необходимостта от държавно регулиране и намеса. Неформалните предприятия често представляват стопански единици, които работят за собствени цели (например индивидуално строителство със собствени сили) и предприятия. Икономическите резултати от такава дейност не се отчитат от системата на националните сметки и не се отразяват в специалната отчетност.

Таблица 2. Дял на работещите без трудови договори при основна и допълнителна работа 2003-2013¹¹

| Вид договор | 2003 г. | 2004 г. | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | 2012 г. | 2013 г. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Без трудов договор – основна работа | 6.0 | 5.9 | 5.6 | 5.9 | 3.4 | 3.0 | 4.0 |
| Без трудов договор – допълнителна работа | 77.7 | 59.1 | 51.5 | 51.0 | 38.1 | 29.0 | 32.2 |

Като се изключат домакинствата, неформалният сектор (у нас приет да се нарича „сива икономика“) е особена система на икономически отношения, които се формират в обществото във връзка с нарушаване на законите, правните норми и други формални правила на стопанския живот и етиката.

Същност на нелоялната конкуренция

Нелоялната конкуренция е нарушение на общоприети правила и норми на търговската конкуренция, при което се нарушават правни норми и неписаните правила на добросъвестната търговска практика. Правният режим на защитата от нелоялната (недобросъвестната) конкуренция е регламентирана в Закона за защита на конкуренцията. Органът, който осъществява контрол върху тези отношения, е Комисията за защита на конкуренцията, която се избира от Народното събрание и не е в системата на административни органи, подчинени на Министерски съвет.

Пазарните дефекти и влиянието на вторичните ефекти имат като цяло троен негативен ефект за икономиката и обществото. Това отслабва техническата и икономическата ефективност при използване на ресурсите; изостря се социалната несправедливост; засилва се икономическата и социалната нестабилност.

Това налага коригираща и допълваща намеса на държавните органи във функционирането на пазарната икономика. Държавното регулиране е комплекс от мероприятия на държавата, насочени към поддържане на известна пропорционалност на макроикономическо равнище. Целта е постигане на ефективност и устойчив растеж; социална справедливост;

Действията и бездействията, представляващи нелоялна конкуренция, са следните:

1. Увреждане на доброто име и доверието към конкурентите, както и на предлаганите от тях стоки или услуги чрез твърдение или разпространяване на неверни сведения, както и чрез представяне на факти в изопачен вид.

¹¹ ИСИН. Център за изследване на демокрацията. *Скритата икономика в България през 2013 г.* Policy Brief N42, ноември, 2013, с. 7.

2. Приписването чрез реклама или по друг начин на несъществуващи качества на стоки или услуги при сравняване със стоките или услугите на конкурентите, както и приписване на несъществуващи недостатъци на стоките или услугите на конкурентите.

3. Въвеждане в заблуждение чрез премълчаването или прикриването на съществени недостатъци или на опасни свойства на предлаганите стоки или услуги.

4. Имитация чрез предлагане или реклама на стоки или услуги с външен вид, опаковка, маркировка, наименование или други белези, които заблуждават или могат да доведат до заблуждение относно произхода, производителя, продавача, начина и мястото на производство, източника и начина на придобиването или на използването, количеството, качеството, естеството, потребителските свойства и други съществени характеристики на стоката или услугата.

5. Нелоялно привличане на клиенти чрез осъществяването на нелоялна конкуренция, насочена към привличане на клиенти, в резултат на което се прекратяват или се нарушават сключени договори с конкуренти.

6. Забрана за разгласяване на производствени или търговски тайни чрез узнаването, използването или разгласяването на производствена или търговска тайна в противоречие с добросъвестната търговска практика.

Най-характерните и най-често срещаните форми на нелоялна конкуренция са посочени в специалните текстове на ЗЗК (чл. 30 – чл. 37).

Обекти и субекти, предмет и метод на нелоялната конкуренция – това могат да бъдат само търговскоправните отношения в обществото като цяло – имущества, задължения, права, които са се формирали в резултат именно на общия търговскоправен оборот. Нелоялната конкуренция пряко уврежда или застрашава с увреждане нормалните делови отношения като абстрактно понятие. От тук трябва да се отбележи, че започва и нейната обществена опасност. Наличните проблеми между две фирми в основата на нелоялната конкуренция се оказват не само техни проблеми. Тук вече проблемът е насочен и пряко към цялото общество.

Субекти на нелоялната конкуренция – това са търговските фирми – частни и публични, местни, чуждестранни и смесени. Те са юридически лица, които имат за цел постигане на висок пазарен дял и които в резултат на действията на своите конкуренти понасят преки вреди, пропускат ползи, губят пазарни позиции.¹²

За да има условия на нелоялна конкуренция, не е задължително нейните субекти да са от един и същ бранш или да имат сходен предмет на дейност, макар в най-общия случай това да е така.

Използването на служителите на бизнес структурите като източник на конфиденциална информация от непосредствените извършители на враждебни посегателства е най-евтиният, бърз, надежден и ефикасен начин субектите на нелоялната конкуренция да постигнат своите цели по отношение на съответната бизнес структура като обект на посегателство.

Предмет на нелоялната конкуренция – всъщност предмет на нелоялната конкуренция са всички блага, които биват създавани в самия процес на търговската дейност. Тяхната субстанция може да е както материална, така и нематериална, като тук се включват: информация, търговски престиж, машини, всякаква стока и т.н. Но все пак, когато се достигне до опита те да бъдат придобити, това се прави за материална изгода, защото в крайна сметка губещите ще изгубят и материални неща. И ако обектът на нелоялната конкуренция може да не се свързва винаги с реални блага, то именно предметът е този, който го прави. Освен това предметът на

¹² <http://vypros.com/>.

нелоялната конкуренция абсолютно винаги води до някакви особено вредни последици.

Метод на нелоялна конкуренция – това конкретно е самата стопанска принуда, която бива реализирана от и срещу някои търговски предприятия. Действията, които потърпевшият извършва, задължително водят до негативи и винаги той търпи някаква вреда, била тя сериозна или не чак толкова сериозна.

Държавно регулиране на нелоялната конкуренция

Държавното регулиране на икономиката се стреми да предаде социална ориентация на стоково-паричните отношения. Държавното регулиране е волева целенасочена управленска дейност. ДРУ се стреми да поддържа важни икономически пропорции в икономиката с оглед защита на обществения интерес. ДРИ избира най-ефективните организационни форми на стоково-паричните отношения.

За да бъде успешно държавното регулиране като практика, е необходимо спазването на някои условия:

- да се провежда правилно социално-икономическо развитие;
- да се обезпечи системен характер на управлението на икономиката;
- да се спазват рационалните граници на държавната намеса във икономиката.

В съвременния свят икономическата мощ на всяка страна се определя преди всичко от промишления потенциал въпреки развитието на информационните технологии. От промишления потенциал в най-висока степен зависи благосъстоянието на страната. Една от важните задачи на всяко държавното ръководство е поддръжка на промишленото производство, достигане до неговата рационална структура. Поддържането на промишленото производство се осъществява чрез т.нар промишлена политика. Тя представлява комплекс от икономически, политически и организационни мероприятия, които са насочени към поддържане и постигане ръста на националната промишленост. Целта на промишлената политика е да се стимулират онези отрасли от стопанството, които са важни в социално-икономически план.

Големият въпрос при всяка промишлена политика е правилно да бъдат подбрани приоритетите, в които да се развива промишлеността. Един от инструментите, с който се реализира промишлената политика, са структурните изменения. Чрез тези структурни изменения, които са съвкупност от мерки, се определят точните пропорции, подходящите организационни структури за производство на промишлена продукция.

Всяка страна провежда т.нар. протекционистични действия за защита на своята промишленост. Протекционизмът е подкрепа на националните производители за сметка на чуждите. В световен мащаб протекционизмът се осъжда, но всяка страна го провежда.

Протекционизмът се осъществява по два начина:

- пряка държавна помощ във вид на заеми за фирмите. Тази форма не се използва в ЕС, защото е забранена, но има и изключения, при които Европейската комисия може да разреши държавна помощ за всеки поотделно; с митата – високи вносни мита чрез митническата политика. Високи вносни мита за чуждестранните стоки и ниски износни мита за собствените производства;

- косвени – намаляване на данъците, на отчисленията за амортизации, т.нар. инвестиционни данъчни кредити.

Протекционизмът е забранен в ЕС и в двете си форми (пряка и косвена).

В някои страни подкрепата на промишлеността е под формата на държавни субсидии, особено за онези отрасли, които по принцип са губещи. Особено голямо значение има привличането на чужди инвестиции за успешното реализиране на промишлената политика. Много страни имат различни стимули, за да привлекат чуждестранни инвестиции – намаление на данъците, подходяща инфраструктура, ниски цени за покупко-продажба на земи. Промишленият потенциал е изключително важен за икономическото развитие на страната. Той дава сила и сигурност на националното стопанство. Най-мощните държави в света са най-силни и в промишлено отношение, затова промишлената политика е много важна. В България не се провежда такава политика през последните 10 - 15 години.

Тенденцията на пазара на труда е, че служителите сменят работодателя си по-често от преди, често след две до четири години. В същото време служителите са изправени пред искания за повишаване на производителността, обема на продажбите и т.н. Това са фактори, които вероятно обясняват нарастващия брой на нелоялно поведение от страна на служителите: кражба на клиенти, списъци с клиенти, продуктови тайни, ключови служители и т.н.

Конкуренцията на стоковия пазар предполага действия, които са насочени към увеличаване на потребителското търсене на продукцията на фирмата в достъпните ѝ пазарни сегменти. Според този подход се отделят четири типа конкурентни стратегии:

1. Силова стратегия – предполага доминиране на масов пазар и затова е ориентирана към висока производителност и понижаване на производствените разходи, а следователно и към намаляване на пазарните цени.

2. Нишова стратегия – ориентира се към производство на ограничено количество специализирана продукция с високо качество. Фирмите, които използват тази стратегия, предпочитат да избягват пряка конкуренция с водещите компании и се стремят да намерят собствена ниша на пазара, недостъпна за „силните“.

3. Адаптираща стратегия – насочена към максимално ускорено задоволяване на краткосрочни и често променящи се потребности с малки обеми продукция.

4. Пионерна стратегия – ориентира към радикални нововъведения, внедряване на иновации за удовлетворяване на нови потребности, търсене на принципно нови стоки.

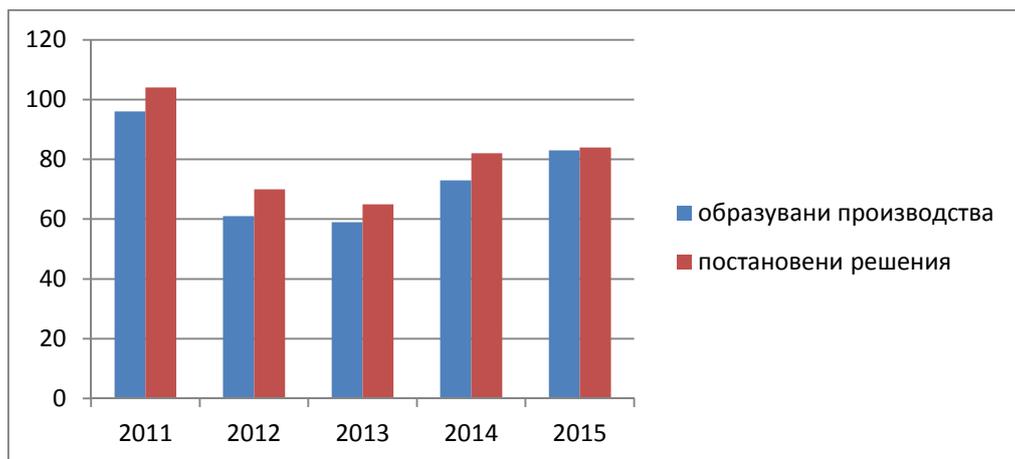
Регулирането може да окаже влияние върху конкуренцията по **три** основни начина:

Първи начин. Може да промени търсенето или предлагането и така косвено да промени условията на конкуренция. Например ограничение в ползването на торове би увеличило разходите на земеделските производители и съответно ще оскъпи тяхната продукция. При определено нарастване на разходите някои фермери ще имат стимул да се преориентират към друг отрасъл или да прекратят дейност. Затова е важно, когато се въвеждат протекционистични мерки, да се отчитат ефектите върху свързани отрасли, които обикновено може да се окажат губещи от протекционистичната политика.

Втори начин е директният ефект върху конкуренцията. Директна намеса е, когато правителството въвежда нов разрешителен режим, с който се ограничава броят на предприятията в даден отрасъл или когато се достигне определена величина на приходите и фирмата трябва да се регистрира по ДДС, с което се налага твърде чувствителен разход за фирмата. Директна намеса в конкуренцията е и когато за въвеждане на определена регулация се дава преходен период на действащите фирми на пазара. Тогава възникват така наречените „бариири за навлизане“ на всички останали конкуренти на пазара.

Третият начин засяга влиянието върху произвежданата от фирмите продукция. То се постига чрез въвеждането на различни стандарти за качество или за технология, което на свой ред променя условията на конкуренция. Промените в технологията са свързани с повишаване на разходите за производство и подобряване на квалификацията на персонала. А стандартизацията на производството намалява възможностите за диференциация на продуктите, което има ограничаващ ефект върху конкуренцията.

В общ вид представя, относима към дейността по регулиране и състоянието в сферата на нелоялната конкуренция в България, може да се получи на база доклада на КЗК по чл.14 от ЗЗК. За 2015 година¹³ КЗК е образувала 83 производства с цел установяване или липса на нарушение по глава седма от ЗЗК – забрана за нелоялна конкуренция, 65 от които по искане на лица, засегнати или застрашени от нарушение на ЗЗК, 10 по собствено решение и 8 по върнати от ВАС решения на КЗК за ново произнасяне. Няма образувани производства по глава седма „а“ от ЗЗК – злоупотреба с по-силна позиция при договаряне. Най-честите нарушения в областта на нелоялната конкуренция са свързани с недобросъвестно поведение в противоречие със забраната за имитация по чл. 35 от ЗЗК, следвани от недобросъвестно поведение в противоречие с общата забрана за нелоялна конкуренция по чл. 29 от ЗЗК и недобросъвестно поведение в противоречие със забраната за заблуждаваща и сравнителна реклама. Голям е и броят на решенията, с които са установени нарушения по чл. 36 от ЗЗК, относим към нелоялното привличане на клиенти.



Фиг. 1. Брой образувани производства и постановени решения от КЗК по глава седма и глава седма „а“ от ЗЗК¹⁴

Видно от приложената диаграма броят на образуваните производства по нелоялна конкуренция през 2015 година се е увеличил в сравнение с предходните три години, като броят на образуваните производства и приетите решения е почти изравнен, което показва преодоляване на регистрираната тенденция на удължаване на сроковете за проучване от предходните години. За 2015 година КЗК е установила и наложила с 36 решения санкции за нарушаване на общата забрана и по всички, без изключение останали специални състави свързани с нелоялна конкуренция по глава седма от ЗЗК.

¹³ Решение № 366 от 26.05.2016 г. на КЗК.

¹⁴ Диаграмата е изготвена на база годишен доклад на КЗК за 2015 г., с. 28.

Важни източници на скритата икономика са прекомерните регулации и данъчно-осигурителната тежест. Осигуряването на повече средства в държавния бюджет трябва да става единствено срещу съществено подобряване на предлаганите обществени услуги. Сегашният профил на българската администрация е административно-наказателен. Държавната администрация в България не е обслужващ орган за населението и бизнеса, а разчита основно на контролно-наказателните мерки. Въпреки че данъчноосигурителните ставки в България са едни от най-ниските в ЕС, тяхното администриране е скъпо за държавата. Пословичен пример са тежките процедури за изваждане на разрешение за строителство.

Именно поради контролно-наказателния характер на българската данъчноосигурителна система допълнително се засилват стимулите за укриване на доходи сред всички групи от населението. Единната данъчна ставка за ДДС, налагането предимно на ад валорни (върху стойността) акцизи, минималните и максималните осигурителни прагове, липсата на необлагаем минимум водят до по-голяма данъчноосигурителна тежест върху по-нискодоходните групи. Има и рационални причини. При средна продължителност на живота при мъжете 72 г. и официална средна заплата от около 1 064 лева¹⁵ всеки може да си направи лесно сметката колко е вероятно да получи обратно за средно седемте години пенсия от 100 хил. лв., които ще внесе за 40 г. трудов стаж.

Скритата икономика вече толкова дълго е част от ежедневието на обществото, че е създала устойчиви културни нагласи на толериране, както и финансово-икономически мрежи и пазарни взаимоотношения. Ефективното противодействие изисква дългосрочен поглед и последователност на усилията. Икономисти считат, че най-малкият период, за който може да се търси постигането на устойчиви резултати, е поне 5 години. На база на поуците от предходни предприети мерки на правителствата и на опита в Европа може да се очертаят следните по-важни политики за намаляване на негативното влияние на скритата икономика.

Първо, трябва да бъде възприета официална оценка за размера на скритата икономика.

Второ, трябва критично да се анализират вече приложени мерки, за да се извлекат поуки за бъдещето.

Трето, съчетаване на контролно-административните със социално-икономически мерки. Нямаше никакъв начин правоохранителните органи да се справят с цунамито от контрабанда на цигари след шокото повишаване на акциза през 2010 г. при успореден спад на доходите.

Четвърто, трябва да се заложи на концепцията за обслужващия характер на администрацията, като нейните контролно-наказателни дейности се ръководят от система за оценка на риска.

Пето, трябва да се работи за непрекъснато и устойчиво повишаване на качеството на обществените услуги, което да изпреварва покачването на тяхната цена. Всяка година бюджетът трябва да дава ясна представа за напредъка към по-качествени услуги под формата на количествени показатели.

Отделянето на конкурентоспособността на различни нива на управление на икономиката подчертава също така и спецификата на методите на управление на конкурентоспособността на всяко ниво, своеобразието на макроикономическото и микроикономическото управление, способността за конкуренция на страната, отрасъла, региона, компаниите и производителите на отделни стоки и услуги.

Държавното регулиране на конкурентоспособността представлява организационно разпоредително, икономическо, морално психологическо

¹⁵ <http://www.nsi.bg/bg/content/3928>

въздействие на държавните органи върху процеса на разработка, производство, пазарно обръщение и потребление на стоки и услуги и участници в тези процеси, осъществявано с цел укрепване на позициите на пазарите, максимизация на обема на продажбите, на печалбите и дохода чрез използване на конкурентни предимства.

Държавното регулиране на конкурентоспособността на макро- и микроикономическо ниво, насочено към нейното повишаване, включва:

- финансиране на научни изследвания, конструкторските, технологичните разработки и изпитания в рамките на държавни целеви програми;
- участие на държавата в професионалната подготовка на работната сила;
- държавно участие в търсенето, разпространяването и предаването на световния опит в производството и организацията на пазарните продажби;
- държавно съдействие за усвояването и прилагането на съвременни технологии за производство и обръщение на продукцията;
- управление на качеството на стоките и услугите чрез разработване на държавни стандарти за качеството и сертификация на продукцията;
- подпомагането от страна на държавата е било и ще бъде важен субект за управлението и регулирането на тези процеси.

През 2010 година Европейската комисия прие Стратегия „Европа 2020 година“. Стратегията „Европа 2020“ предлага визия за социална пазарна икономика на Европа за 21-ви век. Тя разглежда три подсилващи се взаимно приоритета. Това са:

- **интелигентен растеж**: изграждане на икономика, основаваща се на знания и иновации;
- **устойчив растеж**: насърчаване на по-екологична и по-конкурентоспособна икономика с по-ефективно използване на ресурсите;
- **приобщаващ растеж**: стимулиране на икономика с високи равнища на заетост, която да доведе до социално и териториално сближаване.

Във връзка с това са поставени цели в ключови области, които ще доведат до видими положителни промени за гражданите на Европейския съюз (ЕС). С цел осигуряване на условия за регулярен мониторинг на напредъка на България, правителството прие за изпълнение национални подцели. Чрез това се цели да се установи приноса на страната ни за постигането на европейските цели в стратегията.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Днес съвременното пазарно стопанство не може да функционира без намесата на държавата. Много е трудно да се развива едно общество, в което държавата не осъществява активна бюджетно-данъчна политика, не регулира финансовите отношения и не се занимава с решаването на социални и други важни за обществото проблеми. На съвременния етап държавата оказва съществено въздействие както върху икономическото, така и върху социалното развитие на всички страни. Затова е напълно закономерно в рамките на икономическата наука постоянно да се провеждат изследвания, посветени на този важен и многостранен проблем.

Ключовата роля на конкуренцията е формулирана още от класиците на икономическата теория. Те насочват вниманието си към разграничаване на субективните стремежи на пазарните участници и обективните резултати от дейността им. Личната изгода, която се реализира от пазарната система и се осигурява с помощта на желанието да се изпревари конкурента, стимулира предприемачите да прилагат авангардни технологии и методи за организация на производството, рационално да използват ресурсите и да понижават издръжката,

което в крайна сметка спомага за увеличаване на общото богатство и по-пълно задоволяване на обществените потребности.

Функционирането на конкурентния механизъм изисква съответна организация на такива институции като парична система, пазар, информационни канали и зависи от наличието на адекватна правна структура, предназначена както за съхраняване на конкуренцията, така и за осигуряване на максимална изгода от действието ѝ. Разрастването на монополите стеснява сферата на осъществяване на конкурентни действия. Сложността на разделението на труда, особено при глобализацията на икономиката, я прави един от главните методи за правилна координация на икономическата дейност.

За корпорациите сигурността не е само необходимостта да бъдат физически сигурни, въпреки че това е един от аспектите. Информационната сигурност е от критично значение и това става изключително сложно, когато компаниите разчитат на компютърни системи, използват интернет и интерфейс с клонове и партньори от цял свят. Предприятията също трябва непрекъснато да правят планове за събития като природни бедствия и политически въстания, както и да считат своите дългосрочни цели и най-добрият начин да ги осигурят.

Вместо да е чисто отбранителна и реактивна, корпоративната сигурност има тенденция да бъде по-активна. Екипите по сигурността работят за предотвратяване на достъпа до поверителна информация с ограничен достъп, области и персонала, за да се запази целостта. Те идентифицират възникващите рискове и разработват планове за справяне с тях. Част от управлението на риска може да включва оценка на различни възможни варианти и определяне на най-малко рискован избор – дали екипът по сигурността да обсъжда на място, или на контролирано освобождаване на информация за обществеността.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брестничка, Р. Нелоялна конкуренция. София: Унив. изд. „Стопанство“, УНСС, 2009.
2. Владимирова, И. Търговско право. София: Изд. „Ромина“, 2001.
3. Ганев, Г. Нова институционална икономика. София: СУ, 2008.
4. Гарело, П. Как работи пазарът. София: СУ, 2008.
5. Кравец, Л., С. Обрезанов. Конкурентноспособностъ предприемателства и конкурентна разведка. Права человека, Москва, 2002.
6. Марков, М. Ограничаване на конкуренцията от държавата. София: Сиби, 2001.
7. Матисен, П. С. Р. Ф. Европейско право. София: Изд. „Сиела“, 2007.
8. Николов, П. Нелоялна конкуренция и стратегии за противодействие. София: Изд. „Сиби“, 2012.
9. Николов, П. и колектив. Новата правна уредба за защита на конкуренцията. София: ИК „Труд и право“, 2009.
10. Панчев, С. Преглед на работата на КЗК, И.П.И, С., 2011.
11. Паунов, М. Стратегии на бизнеса. София: Изд. комплекс УНСС, 2012.
12. Портър, М. Конкурентното предимство на нациите. София: „Класика и стил“, 2004.
13. Смит, А. Богатството на народите: Изследване на неговата природа и причини. София: Партиздат, 1983.
14. Станчев, К., М. Заимов. Трудният път на глобализацията. София: ФФ на СУ, 2008.

15. Христов, Хр. Вреди от злоупотреба с господстващо положение и нелоялна конкуренция, в. „Капитал“, 15 май 2016 г.
16. Закон за защита на конкуренцията – Обн. ДВ. бр. 102 от 28 ноември 2008 г., изм. и доп. ДВ. бр. 56 от 24 юли 2015 г.
17. КЗК, Годишен доклад за 2015 г. пр. с Решение № 366 от 26.05.2016 г.
18. КЗК, Методика за извършване на проучване и определяне на пазарното положение на предприятията на съответния пазар, приета с Решение 393 от 21.04.2009 г.
19. <http://www.cpc.bg/>