

ДЪРЖАВАТА И КОНКУРЕНЦИЯТА

Надя Маринова - Миланова

THE COUNTRY AND THE COMPETITION

Nadya Marinova – Milanova

Resume: In accordance with the generally accepted notion, competition is a state of rivalry between different business entities and agents of economic activity in the struggle for market positions. Competition is also modified depending on the methods of its implementation. The strong relationship between the state and competition is conditioned by the fact that the state is an important subject for the management and regulation of economic processes.

Key words: economy national crises state restrictions

Пазарната икономика е способна ефективно да функционира само в условията на конкуренция между участниците на пазара - стокотпроизводители, 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-силния подбудителен мотив за стопанските субекти за реализиране на стопанска дейност. На конкуренцията се дължи заслугата за ръста на качеството и балансиране на цените. Строго погледнато, без конкуренция пазарната икономика не е в състояние да съществува, пазарът се изразжда като такъв, когато на него отделните продавачи нямат възможност да предлагат за продажба своите стоки.

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 високо конкурентният пазар сам формира равновесната цена според търсенето и предлагането.

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 с цел 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 цената се повишава.

Не ценовата 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 не ценовата 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 не ценовата конкуренция е намаляването на производствените разходи, което позволява (при фиксирани цени) да се увеличава печалбата, а допълнителната печалба да се насочва за усъвършенстване на технологиите, осигуряване на повишено техническо ниво, качество и надеждност на продукцията.

В страни с развита пазарна икономика държавата е заинтересована от развитието на конкуренцията във форми, приближаващи се до свободната/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, в една либерална икономика 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 винаги съществува неотстранимият стремеж към монополизъм и недобросъвестна конкуренция, в името на постигане на собствени изгоди и отстраняването на съперниците от пазара. Държавите, в лицето на органите на властта, препятстват този стремеж чрез провеждане на антимонополна политика, насочена към всестранно ограничаване на монополистичните тенденции, посредством законова забрана за монополна дейност, отстраняването им от пазарите и принудителното раздробяване на крупните компании

Необходимо е да се отчита, че 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, се насочва към предотвратяване, ограничаване, потискане, пресичане на всякакви действия, пречателни за конкуренцията или извращавайки я чрез превръщането ѝ в недобросъвестна.

Държавното антимонополно регулиране, във вид на забрани за осъществяване на монополно производство и продажба на стоки, е възникнало преди много години. В качеството на основен инструмент за противопоставяне на монополните тенденции е използването на антимонополното законодателство, ограничаващо или забраняващо монополите. Антимонополните закони стават крайно необходими във връзка с възникването на изключително крупни монополисти във вид на мощни корпорации. Най-голямо развитие, така наричаното антиръстово законодателство, получава в САЩ, където през 1890 г. се приема “Законът Шерман”, забраняващ монополизирането на пазара, монополните договори на компаниите, споразуменията между тях, ограничаващи предприемачеството.

Една от най-сериозните трудности за преодоляване на монополизма в света е разкриването и доказателството за неговото наличие, умело скриван от самите монополисти под маската на законност. 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.

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 свой условия за споразумения на контрагентите.

Антимонополното държавно регулиране е насочено да пречатства и да не допуска недобросъвестна конкуренция на пазара, към проявлението на която може да се отнесе:

- zlepоставянето на конкурентите чрез разпространяване на лъжливи сведения за тях;
- разпространяването на изкуствено изкривена информация за потребителските свойства и качеството на стоките;
- незаконното използване на права на интелектуална собственост, търговски марки и фирмени знаци;

- разгласяването 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 способи за държавно антимонополно въздействие могат да бъдат използвани някои от следните:

- задължителни за използване директивни предписания към стопанските субекти да спазват антимонополното законодателство и при неговото нарушаване задължително отстраняване на последствията;
- 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. Антимонополната дейност на държавната следва да носи непрекъснат характер, тъй като монополните структури намират нови и нови пътища и способи за възраждане на прекратените им монополистични прояви.

При цялата им неприемливост и даже вредност монополите в определена степен са неизбежни, а в някаква степен даже естествени, иманентно присъщи на икономиката. Например, 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 при 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 са в ползрението на държавата, това не им пречи дори 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. 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 така наричаните естествени монополи. Към най-разпространените начини за държавно регулиране в дейността на естествените монополи може да се отнася:

- установяването от държавните антимонополни органи на цени и тарифи на стоките и услугите на естествените монополи или ценови ограничения във вид на максимални предели;
- задължителното 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;
- диференциацията 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 държавната 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 обръщение, обезпечаване на националната безопасност, производството на стоки и услуги със специално предназначение В качеството на

характерни примри 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.

Антимонополните мерки, приложими към пазарите на обекти на собственост, могат да 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, че продажбата на обекта ще се осъществи по реални пазарни цени, тъй като пазарът е прекалено ограничен (особено при закрити търгове) и е невъзможно да се предотврати предшестващия 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 както на разходния, така и на доходния подход, а също и на метода на аналозите. 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.

Говорейки за управление на конкуренция на пазарите от страна на държавата, следва да се има предвид ограничените възможности на държавните органи да влияят, да въздействат върху конкуренцията на локални, регионални и международни пазари. В този смисъл се налага да се говори не толкова за външно управление на конкуренцията, колкото за приспособяване към конкуренцията. Ако се подхожда към проблема на конкуренцията от тази страна, то е правомерно тя да се разглежда от гледна точка на въздействие на процеса на конкуренцията, наричано управлявана конкуренция, в по-голяма степен от позициите на развитието на възможността на субектите на стопанска дейност да участват в конкуренцията, да засилват своето конкурентно положение на пазарите.

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.

Европейският форум по проблемите на управлението предлага следното определение за конкурентна способност: *- реална и потенциално възможност на фирмите, в съществуващите за тях условия да проектират, произвеждат и продават стоки, които по ценови и не ценови характеристики са по-привлекателни за потребителите от колкото стоките на техните конкуренти* В това определение се подчертава решаващата роля на потребителите в качеството им на главен фактор, определящ нивото на конкурентоспособността на фирмите.

Характерно е, че в това определение конкурентоспособността се отъждествява с привлекателността на произвежданите от фирмата стоки. Този подход не трябва да се разглежда като изчерпателен, тъй като фирмата може да бъде конкурентноспособна 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, по наше мнение, 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. Върху конкурентоспособността на стоката влияят, също така, модата, продажбеният и след продажбеният сервиз, рекламата, престижа на производителя, известността и популярността на стоката, конюнктурата на пазара, колебанията на търсенето, платежоспособността на потребителите.

Под конкурентоспособност на страната следва да 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.

Конкурентоспособността на една страна зависи от нивото на конкурентоспособност на нейните производствени и търговски организации.

Конкурентоспособността на компанията се характеризира с нейната реална и потенциална възможност да си съперничи с други компании, произвеждащи същите или аналогични видове продукция, реализирани на общите пазари.

Конкурентоспособността на конкретната стока се характеризира, преди всичко, с отношението между качеството на стоката и нейната пазарна цена, в сравнение с това на аналогични по природа и предназначение стоки, предоставяни на пазара от други производители и продавачи.

Всички тези видове конкурентоспособност образуват своеобразна йерархия, в която способността да се конкурират на нивото на система, се предопределя от конкурентоспособността на влизащите в нея подсистеми.

Държавното управление на конкурентоспособността може да се определи като организационно-разпоредително, икономическо, морално-психологическо 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 управление на конкурентоспособността на макро- и микроикономическо ниво, насочено към нейното повишаване, може да включва:

- финансиране на научните 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.;
- подпомагане от страна на държавата на националните производители за реализирането на техните стоки и защитата им от чуждестранните монополи.

В заключение следва да се подчертае, че държавата винаги е била и ще бъде важен субект за управлението и регулирането на тези процеси, противодействайки на монополизма и защитавайки обществените интереси, като цяло.

Литература:

[1] Гъргаров З. Международни икономически и финансови организации, Благоевград, 2005

[2] Марикина М. САЩ и ЕС – между рецесията и желанието за доминиране в световното стопанство, сп. Банки, инвестиции, пари, 2/2003

[3] Гъргаров З., Икономика и пазар, С., 2009

[4] Шулце Х. Държава и нация в Европейската история, С., 2002

[5] Barnes, J. G., Secrets of Customer Relationship Management, McGraw-Hill, New York, 2000.

*Доц. д-р Надя Иванова Маринова - Миланова
Нов български университет,
гр.София,
ул. „Монтевидео” 21 телефон: 0897909707;
e-mail: nmarinova@nbu.bg*