

ИКОНОМИЧЕСКАТА КОНЦЕНТРАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ НА ПРИМЕРА НА КАПИТАЛ 100

Александър Тодоров

ECONOMIC CONCENTRATION IN BULGARIA – THE CASE OF CAPITAL 100

Aleksandar Todorov

Abstract

The paper provides a descriptive analysis of the concentration and inequality among the 100 largest companies in the Bulgarian non-financial sector in the period from 2000 to 2015. For this purpose, data used are sales figures provided by the annual ranking *Capital 100*. Established statistical measures of concentration and disparity are applied to the data: concentration ratio, Herfindahl index and Gini coefficient. The empirical results suggest stabilization of the positions of the 10 largest companies, but at the same time growing importance of companies in the second half, i.e. of these with positions from 51 to 100.

Key words: *concentration, large companies, inequality, economic power, market power.*

Въведение

Въпросът за концентрацията на големите компании в пазарната икономика е обект на икономически изследвания повече от 100 години. Този интерес е продиктуван от възможността за натрупване на икономическа мощ от по-едрите фирми. Потенциалът за упражняването на тази икономическа мощ би могъл да се реализира в две принципни направления, чрез които да повлияе на общото благосъстояние на дадена икономика. Първото се отнася до влиянието и ролята на големите компании за конкуренцията в отделните пазари, а второто – до възможността за трансформирането на акумулираната икономическа мощ в политическа такава.

Възникването и трайното установяване на големи компании в икономиката е феномен, който се появява в развитите пазарни ико-

номики с началото на индустриализацията и придобива особено важно значение и в бившите планови икономики в процесите на трансформация, глобализация и разрастването на транснационалните компании. Големите компании натрупват значителни ресурси и опит, което в много случаи им гарантира по-бърз и лесен достъп до нови пазари в сравнение с по-малките фирми.

Същевременно нарастващата концентрация сред големите компании в една икономика увеличава вероятността за олигополно съгласуване на отделните пазари. Това важи с особена сила за икономики с малки пазари, както и за икономики, в които регулаторните институции не успяват да отговорят адекватно на пазарните предизвикателства. Връзката между концентрацията на големите компании и политическа мощ крие опасност за употреба на контролираните икономически ресурси за неоправдано влияние върху политическия процес.

В този контекст настоящото изследване си поставя за цел да се определи значението и степента на концентрацията на най-големите компании в българския нефинансов сектор за периода от 2000 до 2015-та година, като за целта са използвани данни 100-те най-големи компании в страната на базата на годишната класация *Капитал 100*.

Теоретична рамка на изследването

Под „концентрация“ в настоящото изследване, се разбира абсолютното и относителното разпределение на дадена икономическа величина, например приходи от продажби, между различни самостоятелни единици, в случая – фирми (Hexter & Snow 1970). Целта на емпиричната оценка на икономическата концентрация е да се придобие представа за степента на контрол, упражняван от определен малък брой фирми върху дадена икономическа дейност (Lipczynski, Wilson & Goddard, 2005).

В зависимост от изследователския въпрос концентрацията може да бъде измервана на две нива: (1) за всички фирми, които могат да бъдат причислени към определен пазар или отрасъл, и (2) за най-големите фирми в дадена икономика. Измерената на ниво пазар или отрасъл концентрация се описва като „пазарна концентрация“ и

често се възприема като косвен индикатор за наличието на пазарна власт в съответния пазар. Концентрацията на най-големите фирми в една икономика се описва като „агрегирана“, или съвкупна за икономиката, и се възприема като индикатор за степента на икономическа мощ (Gal & Cheng 2016).

Високи нива на съвкупна концентрация е феномен характерен за множество икономики по света. Не е изненадващо например, че съвкупната концентрация е по-висока в по-малките икономики, както и че е налице корелация между нивото на развитие на една икономика и съвкупната концентрация, като ниски нива на развитие кореспондират с високи нива на съвкупна концентрация (Gal 2003). Предвид историческото развитие на икономиките от Източна и Югоизточна Европа въпросът за нивото и тенденциите на съвкупната концентрация е уместен, още повече и предвид постепенната интеграция на част от тези икономики в рамките на Европейския съюз.

Икономическите ефекти на висока или нарастваща съвкупна концентрация могат да се търсят в две направления. От една страна това са ефекти касаещи пряко конкуренцията на отделните пазар, а от друга – ефекти, различни от конкурентните, които пряко или косвено влияят върху общественото благосъстояние.

На първо място, съвкупната концентрация в икономиката зависи положително от една страна от концентрацията в отделните сектори, като нивата на концентрация в сектори с по-голямо значение за икономиката имат по-голяма тежест при орпеделяне на нивото на концентрация за цялостната икономика (Clarke & Davies 1983). Същевременно съвкупната концентрация се определя и от степента на диверсификация на компаниите в икономиката – колкото по-диверсифицирани са те, толкова по-високо е нивото на съвкупна концентрация. Нещо повече, нивото на съвкупна концентрация е толкова по-високо, колкото по-диверсифицирани са най-големите компании в икономиката.

Второ, високата или нарастваща икономическа концентрация сред големите компании увеличава вероятността за олигополно съгласуване на отделни пазари. Това важи с особена сила за икономики с малки пазари, както и за икономики, в които регулаторните

институции не успяват да отговорят адекватно на пазарните предизвикателства. В много страни правната рамка за защита на конкуренцията отчита не само картелирането като форма на съгласувано поведение, но и наличието на колективна пазарна власт в ситуации, в които пазарните условия предполагат наличието на стабилни олигополни взаимоотношения.

Трето, измерването и оценката на съвкупната концентрация може да разкрие тенденции в икономическото значение на големи и диверсифицирани фирми, които обикновено остават скрити при анализа на концентрацията на отделни пазари. Дори и в случаите, когато големите диверсифицирани компании не притежават значителна пазарна власт, те биха могли да влияят на пазарната конкуренция – пряко или косвено – посредством тяхното едновременно участие на различни пазари, което би могло да им предостави възможност за едностранно или колективно упражняване на пазарна власт. Като се има предвид възможността за конкуренция на няколко различни пазара едновременно, т.нар. мултипазарни контакти, диверсифицираните компании имат икономическия стимул да създават и поддържат реципрочно статукво на пазарите, на които участват.

Четвърто, високата или нарастваща съвкупна концентрация може да се възприема като индикатор както за наличието на икономическа мощ, така и за латентна политическа такава. Това се отнася както за упражняването непропорционално влияние върху регулаторните процеси, така и върху политическата и икономическата система като цяло. Според тази хипотеза социалните разходи на високата съвкупна концентрация възникват в случай от систематичен фалит на фирми (криза) – разходи, които са съответно по-ниски във фрагментирани отрасли и по-високи в концентрирани отрасли (Shaffer 2007).

Методология

За емпиричната оценка на съвкупната концентрация в България настоящото изследване използва база данни за най-големите 100 компании в България според класацията *Капитал 100* за периода от 2000 до 2015 година (Капитал 2016). Основните критерии на класацията са общият размер на приходите от продажби и броят служители на компаниите за дадена отчетна година. Трябва да се

отбележи, че класацията за съответна година се базира на данните от предходната отчетна година. Например, класацията за 2016 година класира компаниите по признаци от предходната 2015 година.

Показателят „приходи от дейността“ е избран поради факта, че в него се включват както приходите от продажби, така и формираните през годината финансови приходи (например от валутни разлики), които са важна част от постъпленията в секторите с активен внос и износ на стоки и услуги. Приходите от дейността се оказват сравнително удачен и коректен критерий за измерване и сравняване на мащаба на дейността на една българска компания. Сравнения по пазарна капитализация в България са трудни за осъществяване поради малкия брой търгувани на фондовата борса дружества.

Данните за класацията се събират от публични източници, като Търговски регистър, регулаторни органи или от самите компании. Събраните по този начин данни обхващат между 80% и 90% от българските дружества с годишни приходи над 100 млн. лева. Това изчисление се прави на базата на справка за най-големите 300 компании по общи приходи от една отчетна година преди тази за съответната класация. Класацията обхваща само нефинансови дружества, регистрирани в България, и не включва банки, застрахователи, лизингови компании, инвестиционни посредници и дружества със специална инвестиционна цел (АДСИЦ).

За настоящия анализ са подбрани три утвърдени статистически метода за измерване на концентрация и неравенство. Това са коефициент на концентрация, индекс на Хърфиндал, и коефициент на Джини. Коефициентът на концентрация, т. нар. коефициент на п-фирмена концентрация, е сред най-често използваните показатели в емпиричните изследвания. Изчислява се като относителен дял на първите n най-големи фирми, изразен в процент. За анализ на агрегираната концентрация броят на водещите n фирми би могъл да се подбере за първите 5, 10, 15, 25 или 50 фирми от наличната извадка.

Вторият показател на концентрация, който намира приложение в настоящия анализ, е индексът на Хърфиндал. Той се дефинира като сумата от квадратите на относителните дялове на всички фирми в разглежданата извадка. При положение, че фирмите притежават

безкрайно малки равни относителни дялове, или броят на фирмите с равни дялове клони към безкрайност, то минималната стойност на индекса клони към 0. Например, ако $N = 100$, какъвто е случая в настоящото изследване, то минималната стойност на индекса е 0,01.

Третият показател, който намира приложение в настоящия анализ, е коефициентът на Джини. Той дава количествена стойност на неравномерността в разпределението на дадена величина. При интерпретацията на коефициента на Джини трябва се има предвид, че колкото е по-висока стойността на коефициента на Джини, толкова е по-голямо измереното неравенство в извадката от компании. Изчислението на този индекс в случая е подходящо поради непроменящият се размер на извадката. Това позволява сравнение както във времето така и между различните сектори.

Емпирични резултати

За да се добие първоначална представа за ролята на 100-те най-големи компании в икономиката на България, е подходящо да се разгледат техните приходи, като основен показател за размера на една компания в използваната тук извадка, в съотношение спрямо друг аналогичен показател за икономиката като цяло. В случая като такъв показател биха могли да се използват годишно декларираните приходи от икономически активните фирми пред Националната Агенция по Приходите (НАП). Във таблица 1 са представени приходите на най-големите 100 компании, както и на всички фирми, декларирали положителни приходи пред НАП, за периода от 2000 до 2015 година.

Таблица 1

Динамика на приходите за периода от 2000 до 2015

Период	Декларирани приходи	Приходи на топ 100	Дял на топ 100 от декларирани приходи
	<i>текущи цени</i>	<i>текущи цени</i>	<i>съотношение</i>
<i>година</i>	<i>млн. лв.</i>	<i>млн. лв.</i>	<i>процент</i>
2000	68 842	22 167	32,2
2001	77 404	24 113	31,2

2002	83 720	24 721	29,5
2003	94 224	26 130	27,7
2004	112 097	37 845	33,8
2005	140 719	37 690	26,8
2006	196 226	36 487	18,6
2007	204 209	45 443	22,3
2008	266 441	53 306	20,0
2009	225 810	44 621	19,8
2010	226 429	51 515	22,8
2011	291 591	59 506	20,4
2012	283 779	61 611	21,7
2013	273 259	61 060	22,3
2014	276 630	57 558	20,8
2015	328 110	60 178	18,3

Източник: Собствени изчисления на базата на Капитал 2016 и НАП 2016.

Прави впечатление, че дялът на приходите на най-големите 100 компании в България от общо декларираните приходи намалява значително от 2000 до 2006 година. Ако в началото на разглеждания период този дял е малко над 30%, то в края на периода, през 2006 година той е вече малко под 20%. След 2006-та година този дял се стабилизира при средно стойност от около 20% и остава сравнително постоянен до 2015 година. Тези тенденции са по-комплексни отколкото изглеждат на пръв поглед. За да се разкрие по-детайлна картина, са изчислени относителните дялове на приходите на компаниите по децилни групи. Резултатите са представени в таблица 2.

Таблица 2

**Относителен дял на приходите по децилни групи
за периода от 2000 до 2015**

Год.	Относителен дял на съответната група (в %)										
	1 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	41 - 50	51 - 60	61 - 70	71 - 80	81 - 90	91 - 100	1 - 100
2000	16,60	5,07	2,72	1,86	1,39	1,13	0,98	0,89	0,81	0,76	32,20
2001	13,55	5,20	3,11	2,24	1,81	1,41	1,14	1,00	0,88	0,82	31,15
2002	13,73	4,14	2,83	2,02	1,63	1,34	1,15	1,02	0,88	0,79	29,53
2003	12,22	4,02	2,82	2,02	1,58	1,30	1,11	0,98	0,88	0,81	27,73
2004	14,27	5,32	3,41	2,45	1,99	1,69	1,35	1,18	1,09	1,01	33,76
2005	11,25	4,24	2,72	1,95	1,58	1,35	1,07	0,94	0,87	0,81	26,78

2006	7,61	3,02	1,88	1,32	1,09	0,91	0,83	0,73	0,65	0,57	18,59
2007	10,22	3,29	2,05	1,48	1,26	1,00	0,87	0,77	0,69	0,63	22,25
2008	9,43	2,80	1,78	1,38	1,08	0,90	0,77	0,69	0,63	0,54	20,01
2009	8,53	3,10	1,94	1,45	1,15	0,97	0,81	0,67	0,60	0,54	19,76
2010	9,92	3,23	2,20	1,69	1,36	1,14	0,97	0,82	0,75	0,66	22,75
2011	9,05	2,68	1,90	1,50	1,23	1,03	0,95	0,78	0,68	0,62	20,41
2012	9,88	2,73	2,14	1,68	1,36	1,12	0,89	0,71	0,63	0,57	21,71
2013	9,66	2,64	2,13	1,65	1,41	1,26	1,09	0,94	0,82	0,73	22,35
2014	8,74	2,53	1,98	1,63	1,37	1,17	1,00	0,88	0,79	0,73	20,81
2015	7,00	2,27	1,87	1,58	1,24	1,09	0,99	0,88	0,77	0,65	18,34

Източник: Собствени изчисления на базата на Капитал 2016 и НАП 2016.

В таблица 2 се вижда, например, че икономическото значение на най-големите компании в извадката намалява във времето. Ако, през 2000 година приходите на първите 20 компании са съставлявали малко над 20% от общо декларираните приходи в страната, то през 2015 година този дял е малко под 10%. Относителните дялове останалите по-малки компании следват обща тенденция, която се характеризира с първоначално покачване на съвкупната концентрация с максимум през 2004 година. След това концентрацията драстично спада и започва отново плавно да се покачва, достигайки пик през 2013 година.

В таблица 3 е представен коефициентът на Джини, изчислен на базата на приходите на най-големите 100 компании за разглеждания период.

Таблица 3

**Коефициент на Джини (G) за приходите
на топ 100 от 2000 до 2015 година**

Година	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
G	0,5917	0,5273	0,5287	0,5086	0,4996	0,4981	0,4845	0,5269
Година	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
G	0,5339	0,5114	0,4999	0,4948	0,5175	0,4701	0,4583	0,4209

Източник: Собствени изчисления на базата на Капитал 2016.

Резултатите потвърждават установената обща тенденция за намаляваща съвкупна концентрация през разглеждания период от време. Неравенството и концентрацията в приходите нараства леко в периода 2006-2007-а година, след което плавно намалява и достига най-ниската си стойност от 0,42 през 2015-а година. Резултатите от изчислението на индекса на Хърфиндал са аналогични (вж. също Тодоров, 2015).

Заклучение

Докладът представя дескриптивен анализ на значението и концентрацията на най-големите 100 компании в България за периода от 2000 до 2015 година. За тези 16 години относителният дял на приходите на най-големите 100 дружества в България намалява и се стабилизира до около 20% от всички деклариранни приходи в страната. Все по-малко е значението на първите 20 компании за сметка на компаниите с по-ниски позиции. Тенденцията в индекса на Джини за приходите на компаниите показва, че неравенството между тях намалява значително.

Тези тенденции трябва да разглеждат в контекста на намаляващо държавно участие в икономиката през годините, навлизането на преки чуждестранни инвестиции, както и ефектите от кризата след 2009 година – ефекти, които засягат силно големите компании и в крайна сметка успяват да накарат по-малките да изглеждат по-големи. Бъдещи изследвания биха могли да използват изведените тук данни за по-дълбок анализ на причините и ефектите от динамиката на съвкупната концентрация, като последните са от особено значение за икономическата политика в сферата на конкуренцията.

Използвана литература

1. КАПИТАЛ (2007-2016) *Капитал 100 – Най-големите компании в България*. София: Икономедиа.
2. НАЦИОНАЛНА АГЕНЦИЯ ПО ПРИХОДИТЕ (НАП) (2016). *Решение № РЦУ-6/26.01.2017 – Декларирани приходи в годишните данъчни декларации по Закона за корпоративното подоходно облагане за периода 2000 г. – 2015 г.*, София.
3. ТОДОРОВ, А. (2015) Емпириичен анализ на икономическата концентрация в най-големите български фирми за периода 2006-2013. *Диалог*, 2015(1), стр. 45-57.

4. CLARKE, R., DAVIES, S. (1983) Aggregate Concentration, market concentration and diversification. *The Economic Journal*, 93(369), pp. 182-192.
5. GAL, M. (2003) *Competition Policy for Small Market Economies*. Cambridge University Press.
6. GAL, M., CHENG, T. (2016) Aggregate concentration: an empirical study of competition law solutions. *Journal of Antitrust Enforcement*, 4(2), pp. 282-322.
7. HEXTER, S. SNOW, J. (1970) An entropy measure of relative aggregate concentration. *Southern Economic Journal*, 36(3), pp. 239-243.
8. LIPCZYNSKI, J., WILSON, J., GODDARD, J. (2005) *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. 2nd Ed. Harlow: Prentice Hall.
9. SHAFFER, S. (2007) Aggregate concentration and the cost of systemic risk. *Applied Economic Letters*, 14, 425-428.

За контакти:

гл. ас. д-р Александър Б. Тодоров,
E-mail: atodorov@ue-varna.bg
Катедра „Обща икономическа теория“, каб. 444,
Икономически университет – Варна,
бул. „Княз Борис I“ 77, 9002 Варна.