

ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА КОНЦЕНТРАЦИЯ В НАЙ-ГОЛЕМИТЕ БЪЛГАРСКИ ФИРМИ ЗА ПЕРИОДА 2006-2013

Гл. ас. д-р Александър Б. Тодоров, atodorov@ue-varna.bg
Катедра “Обща икономическа теория”
Икономически университет – Варна

Резюме: Статията представя дескриптивен анализ на икономическата концентрация и неравенството сред 100-те най-големи компании в българския нефинансов сектор за периода от 2006 до 2013 година. Използвани са данни от годишната класация *Капитал 100* в комбинация с три утвърдени статистически показатели за измерване на концентрация и диспаратет: коефициент на концентрация, индекс на Хърфиндал и коефициент на Джини. Данните за най-големите компании в България показват стабилизиране на позициите на първите 10 компании, и същевременно нарастващото значение на компаниите от втората половина, т. е. тези с позиции от 51 до 100.

Ключови думи: икономическа концентрация, големи компании, неравенство

JEL: L11, L19

EMPIRICAL ANALYSIS OF THE ECONOMIC CONCENTRATION WITHIN THE LARGEST BULGARIAN COMPANIES FOR THE PERIOD 2006-2013

Dr. Aleksandar B. Todorov, atodorov@ue-varna.bg
Department of General Economic Theory
University of Economics – Varna

Abstract: The article provides a descriptive analysis of the economic concentration and inequality among the 100 largest companies in the Bulgarian non-financial sector in the period from 2006 to 2013. For this purpose, data used are sales and number of employees 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: economic concentration, large companies, inequality

JEL: L11, L19

ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ НА ИКОНОМИЧЕСКАТА КОНЦЕНТРАЦИЯ В НАЙ-ГОЛЕМИТЕ БЪЛГАРСКИ ФИРМИ ЗА ПЕРИОДА 2006-2013

Гл. ас. д-р Александър Б. Тодоров, atodorov@ue-varna.bg
Катедра “Обща икономическа теория”
Икономически университет – Варна

Въведение

Въпросът за икономическата концентрация на големите компании в пазарната икономика е обект на изследвания повече от 100 години. Този интерес е продиктуван от възможността за натрупване на икономическа мощ от определени компании. 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 икономики 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 икономическа концентрация сред големите компании 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. Същевременно връзката между концентрацията на големите компании и политическа мощ крие опасност за употреба на контролираните икономически ресурси за неоправдано влияние върху политическия процес.

Под „икономическа концентрация“ в настоящото изследване се разбира относителното разпределение на дадена икономическа величина, например приходи от продажби или брой служители, между различни самостоятелни единици, в случая – фирми. Настоящият анализ се фокусира само върху икономическата концентрация сред най-големите компании, която в литературата се описва като „агрегирана“ концентрация, за да се разграничи от пазарната такава. Обикновено агрегираната концентрация се измерва на базата на 50-те, 100-те, 200-те или 500-те най-големи фирми в дадена икономика.

В този контекст настоящото изследване си поставя за **цел** да се определи значението и степента на икономическата концентрация в 100-те най-големи компании в българския нефинансов сектор. Постигането на поставената цел е свързано с решаването на следните **задачи**:

Първо, за да се очертаят основните насоки на анализа, следва да се извърши преглед на съществуващите изследвания на икономическата концентрация сред най-големите компании в националните икономики. Като база за сравнение са разгледани основните резултати за икономическата концентрация сред най-големите големи компании в Обединеното Кралство

(ОК), Европа, и Съединените Американски Щати (САЩ), а също така и в световното стопанство като цяло.

Второ, на основа на вече наличните изследвания да се подбере подходящ методически инструментариум и да се идентифицират необходимите данни за изследване на икономическата концентрация сред най-големите компании в България.

Трето, да се извърши анализ на наличните данни и да се направят изводи за нивата и динамиката в концентрацията на най-големите компании в България.

Методология на изследването

Изследванията на икономическата концентрация сред най-големите компании датират от средата на миналия век, като по-голямата част от тях се фокусират върху конкретни национални икономики. Едно от първите изследвания на агрегираната икономическа концентрация е проведено от Питър Харт и Зигбърт Преис през 1956 година, които изследват неравномерността в разпределението на пазарната капитализация на всички публични дружества регистрирани на Лондонската фондова борса в ОК за периода от 1885 до 1950 година.¹ За целта авторите използват три статистически показателя – коефициент на концентрация, коефициент на Джини и дисперсия на логаритмуваните относителни дялове на компаниите. Резултатите показват, че агрегираната концентрация се е повишава значително в периода преди Втората световна война до 1939 година. В следващия период, между 1940 и 1950 година, нивото на концентрация постепенно намалява, като основната причина за това е значителния ръст на компаниите с по-ниска капитализация.

През 1977 година Лесли Хана и Джон Кей публикуват изследване на агрегираната икономическа концентрация в ОК за периода от 1919 до 1969 година.² Данните в тяхното изследване включват активите на най-големите 100 компании в Обединеното Кралство. Те установяват, че нивото на концентрация се увеличава през периода от 1919 до 1930 година, и намалява отново през периода от 1930 до 1948 година. Този спад авторите обясняват със сравнително бързото нарастване на средните по активи фирми спрямо по-големите, което е в съзвучие с резултатите на Харт и Преис. Агрегираната икономическа концентрация нараства отново в следвоенния период до 1969-та година. Това нарастване, както и колебанията на агрегираната концентрация като цяло, авторите обясняват с вълните на сливания и придобивания в ОК през 20-те, и по-късно през 50-те и 60-те години на миналия век.

В по-късно изследване от 1984 година, Алън Хюс и Манмохан Кумар анализират тенденциите в агрегираната икономическа концентрация в ОК за периода от 1968 до 1982 година.³ Тяхната оценка се основава на пазарна капитализация, брой служители и приходи от продажби на най-големите 200 компании в ОК. Авторите установяват нарастване на нивото на икономическа

¹ Hart, P. E., Prais, S. J. The Analysis of Business Concentration: A Statistical Approach.// *Journal of the Royal Statistical Society*, 1956, 119(2), pp. 150-191.

² Hannah, L., Kay, J. A. Concentration in Modern Industry: Theory, Measurement, and the U.K. Experience. London, 1977, pp. 138.

³ Hughes, A., Kumar, M. Recent Trends in Aggregate Concentration in the United Kingdom Economy.// *Cambridge Journal of Economics*, 1984, 8, pp. 235-250.

концентрация през разглеждания период, като според тях причината се крие в увеличаването на мащабите на компаниите след сливанията през 60-те години и подобрената, в резултат на сливанията, конкурентоспособност на големите производствени компании.

През 1993 година Роджър Кларк публикува изследване на агрегираната икономическа концентрация в ОК за периода от 1980 до 1989 година.⁴ Той установява, че предишната дългосрочна тенденция се е обърнала и агрегираната концентрация започва да намалява. Причините за това са, че в началото на 80-те години на миналия век производственият сектор е силно притиснат едновременно от високи нива на лихвите и на валутните курсове. При драстичното свиване на вътрешното търсене, в резултат на настъпилата рецесия, и в резултат на понижената конкурентоспособност при високите валутни курсове, голяма част от производствените фирми са принудени да преустановят своята дейност. Много от оцелелите компании реагират на този натиск чрез рационализации и съкращаване на персонал. В резултат, средният размер на най-големите компании намалява, което допринася за понижаването на нивата на агрегирана икономическа концентрация.

Изследванията на агрегираната концентрация на европейско равнище са редки, главно поради трудности, свързани със събирането на данни. Едно от най-известните изследвания за Европа е това Стивън Дейвис, Лаура Ронди и Алесандро Сембенели от 2001 година. Изследването се фокусира върху агрегираната икономическа концентрация в Европа в периода от 1987 до 1993 година, като за целта се анализират съвкупните пазарни дялове на 100-те най-големи Европейски компании от нефинансовия сектор.⁵ Агрегираната концентрация, според авторите, намалява леко от близо 29,6% на 28,6% за изследвания период. Докато концентрацията остава относително стабилна, движението на компаниите, навлизащи и напускащи най-големите 100 е интензивно. За периода от 1987 до 1993 година 22 компании вече не са сред най-големите 100. В девет от случаите това се дължи на бавен вътрешен растеж, фалит или придобиване от страна на компания, която до момента е била извън най-големите 100. В четири от случаите причината е придобиване от страна на компания от най-големите 100. За останалите девет случая причината е относителен спад в продажбите, което в крайна сметка изтласква тези компании извън най-големите 100. Регистрирани са и 22 случая на навлизащи компании, като два от тези случаи възникват в резултат на продажби на активи от страна на компании в най-големите 100, а в 13 от случаите фирмите се разрастват в следствие на относителен ръст на приходите. В останалите седем случая става дума за изцяло „нови“ компании.

За САЩ, в изследване от 1961 година Норман Колинс и Лий Престън анализират относителното значение на 100-те най-големи компании в икономиката на база на натрупаните от тях активи.⁶ Методически проучването използва коефициент на концентрация, крива на Лоренц и дисперсия на логаритмите, за да се анализират данните на активи от различни източници, включващи класациите *Fortune 500* и *Moody's Industrials*. Изследваният период

⁴ Clarke, R. Trends in Concentration in UK Manufacturing, 1980-9.// *Industrial Concentration and Economic Inequality*. Cheltenham, 1993, pp. 121-142.

⁵ Davies, S., Rondi, L., Sembenelli, A. European Integration and the Changing Structure of EU Manufacturing, 1987-1993.// *Industrial and Corporate Change*, 2001, 10(1), pp. 37-75.

⁶ Collins, N., Preston, L. The Size Structure of the Largest Industrial Firms, 1909-1958.// *The American Economic Review*, 1961, 51(5), pp. 986-1011.

обхваща годините от 1909 до 1958 и е разделен на четири подпериода. Изводите от изследването са, че за периода 1909-1929 нивото на агрегираната концентрация се увеличава, докато за 1929-1935 концентрацията намалява и отново нараства в периода 1935-1948. За последния период от десет години 1948-1958 концентрацията остава стабилна само с малки промени. Спадът в агрегираната концентрация се свързва с периода на рецесия на икономиката, докато периодите на нарастваща концентрация са свързани с нарастването и утвърждаването на големи компании в икономиката. Авторите допълват, че е налице основание да се смята, че за компании – веднъж заели челните позиции в най-големите 100 – е по-вероятно да запазят своето място и в бъдеще, отколкото да отпаднат.

Трябва да се отбележи, че разграничените периоди от Колинс и Престън кореспондират и на първите две силни „вълни“ на сливания и придобивания в икономиката на САЩ. В своя статия от 1950 година Джордж Стигълър описва първата вълна в началото на миналия век като „сливания за монопол“.⁷ През този период икономиката се адаптира към развитието на железопътния транспорт и комуникациите, като фондовите борси се превръщат в основен източник на финансов капитал и спомагат за създаването на едни от най-големите фирми в САЩ, които съществуват и до днес. Втората вълна, която се описва от Стигълър като „сливания за олигопол“, се наблюдава през 20-те години на миналия век и приключва в началото на 30-те години със забавянето на икономиката. Връзката между динамиката на пазара за сливания и придобивания и агрегирана концентрация се превръща основна тема на дебат и в бъдещи изследвания. Допълнителен тласък в тази насока оказват следващите вълни на сливания през 60-те, 80-те и 90-те години на миналия век.

Например, изследване на Едуард Нисан от 1998 година анализира ефекта на сливанията върху агрегираната икономическа концентрация в американската икономика за периода 1967-1992.⁸ За тази цел авторът използва данни за активите на компаниите в класацията *Fortune 500* и четири показателя на концентрация. Това са индекс на Херфиндал, коефициент на Джини, индекс на ентропия и дисперсия на логаритмите на размера на фирмите. За наблюдавания период всички четири показателя отчитат тенденция на нарастване на агрегираната концентрация сред първите 500 и 100 най-големи компании. Авторът обяснява това нарастване именно с големите сливания и придобивания през 60-те и 80-те години на миналия век в американската икономика, които от своя страна обуславят образуването на големи конгломератни компании, опериращи на множество несвързани помежду си пазари. Вълните на сливания и придобивания от своя страна, допълва авторът, са благоприятствани от недостатъчно гъвкавата и твърде свободна антитръстова политика.

В три поредни изследвания от 2001 и 2002 година Фредерик Прайор анализира тенденциите в агрегираната концентрация за икономиката на САЩ през периода от 1960 до 1997 година.⁹ Авторът установява, че от 1962 до 1985

⁷ **Stigler, G.** Monopoly and Oligopoly by Merger.// *The American Economic Review*, 1950, 40, pp. 23-34.

⁸ **Nissan, E.** Effects of Antitrust Enforcement on Aggregate Concentration.// *Journal of Economic Studies*, 1998, 25(2), pp. 112-117.

⁹ **Pryor, F.** New Trends in US Industrial Concentration.// *Review of Industrial Organization*, 2001, 18, pp. 301-326; **Pryor, F.** Dimensions of the Worldwide Merger Boom.// *Journal of Economic Issues*, 2001, 35, pp. 825-840; **Pryor, F.** News from the Monopoly Front: Changes in Industrial Concentration, 1992-1997.// *Review of Industrial Organization*, 20, pp. 183-185.

година концентрацията по-скоро намалява, а след средата на 80-те години на миналия век тя започва да нараства. Деконцентрацията в началото на 80-те години авторът отдава на фактори като увеличение на вноса, дерегулацията, по-стриктната политика в областта на конкуренцията, както и на технологични промени, намаляващи минималния ефективен мащаб на производството. През 90-те години на миналия век феномени като глобализацията, подобрения в информационните технологии и развитието на електронната търговия дават тласък на по-нататъшна деконцентрация. Тази тенденция, обаче, е изцяло компенсирана от нова силна вълна на сливания и придобивания, което е и причината в крайна сметка за ръста на агрегираната концентрация в САЩ през 90-те години.

Агрегираната концентрация на глобално ниво е обект на анализ в статия на Лоурънс Уайт от 2002 година.¹⁰ Изследването обхваща периода от 1994 до 2000 година, като данните са от класациите *Fortune 500* и *Forbes Super 50* за 500-те и съответно 50-те най-големи световни компании. Данните показват, че на най-големите световни компании се пада все по-малък дял от световната заетост, но същевременно все по-голям дял от световните печалби. Спадът в относителната заетост е в съзвучие с по-ранните изследвания за САЩ, в които е установено, че въпреки силната вълна на сливания през 90-те години на миналия век, големите компании не разширяват значително броя на заетите от тях служители, но увеличават своите приходи и печалби. Този факт, според автора, се дължи отчасти на вътрешни рационализации и съкращаване на разходите и отчасти на многобройни продажби на „части“ от компаниите. За ръста на относителните печалби, авторът отбелязва, че въпреки нарастващото значение на големите компании, тази тенденция може лесно да бъде обърната – факт, който се наблюдава в следващите години в САЩ.

Като обобщение на дотук представените изследвания за Великобритания и Европа може да се каже, че агрегираната икономическа концентрацията намалява при положителен ръст на по-малките и средните фирми, при ограничен външен растеж на фирмите под формата на сливания и придобивания, както и при спад в съвкупното търсене. Представените изследвания за САЩ и световната икономика позволяват да се обобщи, че промени в нивата на агрегираната концентрация биха могли да се дължат на динамиката на пазара за сливания и придобивания. Това от своя страна предполага, че концентрацията на най-големите компании в националната икономика зависи от технологичните промени, регулаторната рамка и степента на отвореност на икономиката. Общо за всички изследвания е използването на борсови данни или данни от реномирани класации на най-големите компании в съответната икономика, което улеснява практическото им провеждане. Методически изследванията се основават до голяма степен на традиционни показатели на концентрация, като коефициент на концентрация, индекс на Хърфиндал и коефициент на Джини.

Следвайки практиката на наличните емпирични изследвания, за настоящия анализ на икономическата концентрация сред най-големите компании в България са подбрани именно тези три утвърдени статистически показателя за нивото на икономическа концентрация и неравенство.

¹⁰ White, L. Aggregate Concentration in the Global Economy: Issues and Evidence.// *NYU Working Paper*, 2003, EC-03-13, pp. 35.

Коефициентът на концентрация, т. нар. коефициент на n -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 целта относителният дял на всяка от фирмите се дефинира като:

$$s_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^N x_i} \quad (1)$$

където:

x_i – приходи от продажби, или друг показател за размера, на фирмата i ;

N –общ брой на фирмите.

На базата на сумирането на относителните дялове на водещите фирми се формулира коефициентът на концентрация:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n s_i \quad (2)$$

където:

n – брой на първите най-големи фирми.

За анализ на агрегираната икономическа концентрация броят на водещите n фирми би могъл да се подбере за първите 5, 10, 15, 25 или 50 фирми от наличната извадка. При интерпретацията на получените коефициенти трябва да се вземе под внимание, че минималната стойност на така конструирания показател е 0, т.е. в теоретичния случай на N на брой безкрайно малки фирми. Максималната стойност на коефициента на концентрация е 1, т.е. в теоретичния случай, когато е налице една единствена фирма в извадката, или когато $n = N$. Например, ако се разглежда концентрацията на първите 50 фирми в съвкупност от общо 100 фирми, т.е. $n = 50$, и коефициентът на концентрация е $CR_{50} = 50\%$, то интерпретацията на получената стойност е, че на първите 50 най-големи фирми се падат 50% от общите приходи, или от друг използван показател. Колкото е по-ниска стойността на коефициента и се доближава до 0, толкова измерената концентрация е по-ниска. Колкото е по-висока стойността на коефициента и се доближава до 1, толкова е по-висока и концентрацията в отрасъла.

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. Формално индексът има следния вид:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2 \quad (3)$$

В случай, че една единствена фирма държи всички относителни дялове, то индексът приема максималната си стойност – единица. Ако всички фирми в извадката имат равни относителни дялове, то за минималната стойност индекса важи $H = \sum_{i=1}^N (1/N)^2 = N(1/N)^2 = 1/N$, като в случая е взето под внимание, че $s_i = 1/N$. 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 случаят в настоящото изследване, то минималната стойност

на индекса е 0,01. Трябва да се отбележи, че *H*-индексът придава по-голяма тежест на относителните дялове на по-големите фирми. Поради това, наличието на една водеща голяма фирма, с висок относителен дял завишава неговата стойност и кореспондира с по-високо равнище на концентрация.

Третият показател, който намира приложение в настоящия анализ, е коефициентът на Джини. Той дава количествена стойност на неравномерността в разпределението на дадена величина. Практическото изчисление на коефициента в случая е осъществено по следната формула:

$$G = \sum_{i=1}^N s_i \frac{2i - N - 1}{N} \quad (4)$$

където:

i – пореден номер на фирмата, започвайки от тази с най-ниския признак (напр. приходи или брой служители).

При интерпретацията на коефициента на Джини трябва се има предвид, че минималната стойност на коефициента, $G = 0$, съответства на ситуация на съвършено равенство. Максималната стойност на коефициента, $G = 1$, съответства на ситуация, в която разглежданата икономическа величина, напр. приходи, е концентрирана в една единствена компания. Въпреки, че посочените случаи са практически нереални, те показват, че колкото е по-висока стойността на коефициента на Джини, толкова е по-голямо измереното неравенство в извадката от компании. Коефициентът на Джини се различава от останалите показатели, тъй като той е показател за диспаратет, т. е. за неравномерността в разпределението на даден признак. Това се превръща в проблем, обаче, при сравнението на извадки с различен, или променящ се, брой фирми, което не е така в настоящия анализ. От тази гледна точка, той би могъл да подпомогне анализа в открояването на тенденции, които не са, или поне недостатъчно, разкрити от другите два показателя.

За изчислението на така представените показатели на концентрация в настоящото изследване са използвани данни за най-големите 100 компании в България според класацията „Капитал 100“ за периода от 2006 до 2013 година.¹¹ 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 2014 година класира компаниите по признаци от предходната 2013 година. Данните в класацията се събират от публични източници, като Търговския регистър, регулаторни органи или от самите компании. Събраните по този начин данни обхващат над 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 дружества от нефинансовия сектор, регистрирани в България, като не включва банки, застрахователни и лизингови компании, инвестиционни посредници и дружества със специална инвестиционна цел (АДСИЦ).

¹¹ **Капитал.** Капитал 100. Най-големите компании в България. 2007 – 2014, София.

Емпирични резултати

В настоящото изследване двата основни признака, по които са подбрани фирмите са приходи от продажби и брой на служителите. За да се добие първоначална представа за ролята на 100-те най-големи компании в икономиката на България, тези два признака са взети в съотношение спрямо brutния вътрешен продукт (БВП) и общата заетост в страната за съответните години. Получените резултати са представени в Таблица 1.

Таблица 1

Приходи и брой служители на 100-те най-големи компании в България

Година	Приходи ⁽¹⁾	БВП ⁽²⁾	Приходи / БВП, %	Брой служители	Заетост ⁽³⁾	Служители / Заетост, %
2006	36517	52470	69,60	201577	2267727	8,89
2007	45443	62358	72,87	205615	2380257	8,64
2008	53306	71289	74,77	181733	2466852	7,37
2009	44621	70562	63,24	160657	2404633	6,68
2010	51515	71904	71,65	171755	2242607	7,66
2011	59506	78434	75,87	203483	2242488	9,07
2012	61611	80044	76,97	194707	2218718	8,78
2013	61060	80282	76,06	186358	2174838	8,57

Забележка: (1) Приходите от продажби са в номинално изражение в млн. лева; (2) БВП в млн. лева по текущи цени, производствен метод, източник: НСИ; (3) Среден списъчен брой на наетите лица по трудово и служебно правоотношение по икономически дейности и сектори, източник: НСИ.

Въпреки че динамиката в относителните дялове е по-скоро слаба, трябва се отбележи, че докато финансовата позиция на големите компании се засилва през годините, ролята им за заетостта остава по-скоро стабилна. Например за 2006 година приходите на 100-те най-големи компании възлизат на малко над 36,5 млрд. лв., което е близо 70% от brutния вътрешен продукт за страната през същата година, а през 2013 година приходите възлизат на малко над 61 млрд. лв., което е 76% от brutния вътрешен продукт за същата година. Най-големите 100 работодателя в България са ангажирали общо над 201 хиляди лица през 2006 година, което е близо 9% от общия брой наети лица за страната през същата година. През 2013 година това съотношение е също близо 9%, но с тази особеност, че големите компании ангажират малко над 186 хиляди лица, което отразява реакцията на компаниите на трудната макроикономическа обстановка в разглеждания период.

За концентрацията сред 100-те най-големи компании в България е от значение разпределението на двата показателя, приходи и брой служители, в рамките на използваната тук извадка. Като първа стъпка в тази насока следва да се разгледат минималните и максималните стойности, медианата и средната стойност на всеки от двата признака. Тези резултати са обобщени в Таблица 2. Минималните стойности отразяват размера на най-малката компания в извадката за всяка от годините, а максималните – размера на най-голямата.

Таблица 2

Минимум, максимум, медиана и средна стойност на приходите и броя служители на най-големите 100 компании в България, 2006-2013 г.*

	Приходи (млн. лв.)							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Минимум	106	117	138	114	141	168	152	194
Максимум	3331	5783	7133	4168	5464	6739	8228	7639
Медиана	191	225	266	233	287	331	345	369
Средна аритметична	365	454	533	446	515	595	616	611
	Брой служители							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Минимум	569	528	429	368	503	765	750	776
Максимум	17867	17234	16888	15107	14509	13365	12412	11926
Медиана	1202	1258	1140	888	1178	1434	1461	1389
Средна аритметична	2016	2056	1817	1607	1718	2035	1947	1864

*Източник: собствени изчисления на базата на данни от *Капитал 100*.

Минималните стойности както за приходите, така и за броя служители, нарастват през разглеждания период, с изключение на 2009 и 2012 година, когато се наблюдава спад. Минималните приходи се възвръщат на нивата от 2008 едва през 2013 година, докато за броя служители това е факт още през 2010 година. Прави впечатление, че максималните стойности на приходите нарастват от над 3 млрд. лева през 2006 година до над 7 млрд. лева през 2013 година, въпреки драстичния спад през 2009 година. Същевременно броят служители заети в най-голямата компания намалява постоянно през целия разглеждан период. Ако през 2006 година най-голямата компания е осигурявала близо 18 хиляди работни места, то през 2013 година те са едва близо 12 хиляди.

Аналогични са тенденциите и на средните стойности. През 2006 година средно една компания от най-големите 100 в България е имала приходи в размер на 365 млн. лева и е ангажирала 1202 служители, а през 2013 година средните приходи възлизат на 776 млн. лева в номинално изражение и съответно броят ангажирани служители е средно 1389. Прави впечатление силното разминаване между медиана и средна стойност, както за приходите, така и за броя служители, като през целия разглеждан период медианата е по-ниска от средната стойност. Това е индикация за несиметрично, положително наклонено разпределение, което означава, че голяма част от компаниите сред най-големите 100 получават относително ниски приходи и ангажират относително малък брой служители, докато на една малка част от компаниите се падат по-голямата част приходите и броя служители.

Тези тенденции се открояват частично и в получените резултати за коефициента на концентрация. Таблица 3 представя коефициентите на концентрация в проценти за първите 5, 10, 15, 25 и 50 компании сред 100-те най-големи в България за периода от 2006 до 2013 година. Общ за всички показатели на база приходи е спадът през 2009 година, който отразява спада в общите приходи, както и на средните приходи в извадката. Обща е и тенденцията в концентрацията по брой служители – всички изчислени показатели сочат за намаляваща концентрация по отношение на заетостта в 100-те най-големи компании в България.

Таблица 3

Коефициенти на концентрация за първите 5, 10, 15, 25 и 50 компании сред 100-те най-големи в България, 2006 – 2013*

Година	CR ₅		CR ₁₀		CR ₁₅		CR ₂₅		CR ₅₀	
	Приходи	Заетост	Приходи	Заетост	Приходи	Заетост	Приходи	Заетост	Приходи	Заетост
2006	28,69	32,69	40,96	45,72	49,99	51,64	62,82	56,88	80,23	78,76
2007	34,65	31,06	45,95	41,40	54,19	48,36	65,74	54,40	82,21	78,32
2008	34,11	29,13	44,96	39,37	52,87	47,07	63,25	53,69	80,17	79,08
2009	32,49	29,31	43,60	39,77	51,55	48,09	62,88	55,44	80,92	81,42
2010	31,99	24,76	42,93	34,57	50,75	42,63	61,91	49,82	80,04	78,91
2011	33,46	24,38	44,32	33,75	51,63	41,38	62,45	47,62	80,16	74,84
2012	34,31	21,40	45,49	31,22	52,29	39,22	63,38	45,72	81,97	73,61
2013	33,46	20,49	43,25	30,17	49,49	37,38	60,11	43,68	78,31	72,06
Средно	32,90	26,65	43,93	37,00	51,60	44,47	62,82	50,91	80,50	77,12

*Източник: собствени изчисления на базата на данни от *Капитал 100*.

Концентрацията по приходи от продажби, обаче, показва по-комплексни тенденции, които изискват специално внимание. Например, първите пет компании сред 100-те най-големи събират средно приблизително 33% от всички приходи за разглеждания период, първите 15 събират близо 52%, а първите 50 – близо 81% от общите приходи. Докато при коефициентите на концентрация за първите 5 и първите 10 компании се наблюдава слаба положителна тенденция, то концентрацията при първите 15 е относително постоянна, докато при първите 25 и 50 тази тенденция се обръща. Това се отразява и в тенденцията на относителния дял от общите приходи на тези две групи, данните за които са представени в Таблица 4. Например, ако коефициентът на концентрация за първите пет компании през 2006 година е близо 29%, то през 2013-а той е вече малко над 33%, за първите 15 този показател е близо 50%, както за 2006, така и за 2013 година, а за първите 50 коефициентът на концентрация през 2006 е малко над 80% и съответно малко над 78%, т. е. спад с близо 2 процентни пункта. Това се дължи на факта, че относителния дял на първите десет компании отчита спад само през 2009 и 2013 година, докато при компаниите от 11-та до 51-ва позиция относителния дял намалява както през 2009 година, така и през целия период от 2011 до 2013 година.

Както е видно от Таблица 4, първите десет компании отчитат лек прираст на кумулативния си относителен дял в периода след 2009 година, но за компаниите от 11-та до 51-ва позиция тенденцията е точно обратната – наблюдава се спад в относителния им дял от общите приходи. Тези тенденции са разбираеми и при един по-внимателен поглед на компаниите, и по-специално на секторите, към които принадлежат те в съответните групи. В първите 10 влизат традиционно компании от секторите енергетика и горива, за които може да се приеме, че се характеризират с относителна стабилност в продажбите при икономически шокове. Във втората група компаниите и секторите стават по-разнообразни, като се появяват компании от секторите на търговията, телекомуникациите, транспорт и други, чиито приходи от продажби са по-чувствителни към макроикономически шокове. Относителната стабилност и лекият прираст на дела на първите 10 компании се отчита и от индекса на Хърфиндал, данните за който са представени в Таблица 5.

Таблица 4
Концентрация на компаниите по приходи и по групи, 2006 – 2013*

	от 1 до 10							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Приходи	14958	20872	25129	19270	22463	26376	28026	26407
Дял, %	40,96	45,93	47,14	43,19	43,60	44,32	45,49	43,25
	от 11 до 50							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Приходи	14340	16495	18787	17246	19225	21322	22474	21411
Дял, %	39,27	36,30	35,24	38,65	37,32	35,83	36,48	35,07
	от 1 до 50							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Приходи	29298	37367	43916	36516	41688	47698	50501	47818
Дял, %	80,23	82,23	82,38	81,84	80,92	80,16	81,97	78,31
	от 51 до 100							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Приходи	7219	8076	9390	8105	9827	11808	11111	13242
Дял, %	19,77	17,77	17,62	18,16	19,08	19,84	18,03	21,69

*Източник: собствени изчисления на базата на данни от *Капитал 100*.

Прави впечатление, че индексът на Джини за приходите, представен в Таблица 5, показва точно обратното – ясна тенденция на спад в неравенството на приходите от продажби между компаниите. Това разминаване може да се обясни с факта, че индексът на Хърфиндал придава по-голямо значение на по-големите компании. Поради това се наблюдава лека положителна тенденция в динамиката на *H*-индекса за приходите на компаниите през разглеждания период. За коефициента на Джини е важно относителното неравенство в приходите. Резултатите за относителните дялове по групи, представени в Таблица 4 показват например, че докато относителният дял на първите 50 компании се характеризира с тенденция на спад, то за втората половина от 100-те най-големи компании важи точно обратното – съвкупният им относителен дял е с тенденция за нарастване през разглеждания период.

Таблица 5
Индекс на Хърфиндал (*H*) и коефициент на Джини (*G*) за приходите и заетостта на най-големите 100 компании в България, 2006 – 2013*

	Приходи							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>H</i>	0,0275	0,0363	0,0393	0,0295	0,0311	0,0330	0,0365	0,0341
<i>G</i>	0,4849	0,5269	0,5339	0,5114	0,4999	0,4948	0,5175	0,4701
	Брой служители							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>H</i>	0,0304	0,0283	0,0279	0,0285	0,0232	0,0202	0,0182	0,0181
<i>G</i>	0,4816	0,4651	0,4640	0,4920	0,4350	0,3874	0,3628	0,3406

*Източник: собствени изчисления на базата на данни от *Капитал 100*.

С други думи, първите 50 и вторите 50 компании се сближават по приходи, което намира и отражение в получените резултати за коефициента на Джини. Същевременно, тенденциите в концентрацията на базата на броя служители, измерени с двата показателя от Таблица 5, са еднозначни. Както индексът на Хърфиндал, така и коефициентът на Джини намаляват през разглеждания период, което означава, че концентрацията и неравенството между 100-те най-големи работодатели в България намаляват.

Заклучение

Резултатите от дескриптивния анализ на икономическата концентрация сред най-големите компании в България, показват на първо място, че 100-те най-големи компании очаквано имат значителна финансова роля в икономиката, като приходите им от продажби възлизат на над 76% от brutния вътрешен продукт за страната през 2013 година. Същевременно, 100-те най-големи работодатели осигуряват работни места на едва 9% от наетите в страната за същата година.

Ако се разглежда концентрацията по приходи сред най-големите 100 компании, прави впечатление, че докато първите 10 компании засилват своите позиции, първите 50 компании съвкупно отчитат спад в относителната си тежест в извадката. Същевременно обаче, компаниите във втората половина, т.е. тези с позиции от 51 до 100, увеличават своя относителен дял сред 100-те най-големи, макар и това увеличение да е все още слабо осезаемо.

Концентрацията по брой служители подкрепя тези тенденции с тази особеност, че докато първите 50 компании освобождават служители през целия разглеждан период, то относителният дял на компаниите във втората половина нараства. Ако през 2006 година първите 50 компании ангажират близо 79% от общия брой служители за всички компании, то през 2013 година този показател е малко над 72%, като относителният дял на компаниите от втората половина нараства от 21% през 2006 година на 28% през 2013 година.

Тенденциите в концентрацията по приходи от продажби за 100-те най-големите компании в България са в съзвучие с хипотезата на Норман Колинс и Лий Престън, че компаниите в първите позиции е по-вероятно да ги запазят в динамичен аспект спрямо компаниите в по-долните позиции. Нещо повече, компаниите в долната половина на класацията се очаква да се характеризират с по-голяма динамика на навлизащи и напускащи компании. Данните за най-големите компании в България показват стабилизиране на първите 10, но и същевременно нарастващо значение на компаниите от втората половина, т.е. тези с позиции от 51 до 100.

Представените в статията резултати и установените тенденции дават отправна точка на дискусията относно развитието на реалната българската икономика, с цел подобряването на конкуренцията в различните сектори, както и относно засилване на позициите на средните компании, представени тук от компаниите във втората половина от извадката.

Бъдещи изследвания биха могли да се фокусират върху проблеми, които са засегнати, но не са достатъчно добре анализирани в изложението, като например икономическата концентрация и нейната динамика в различните сектори. Това би дало по-детайлна картина за ролята на големите компании в

различните сектори, както и за тяхното значение за конкурентните отношения на различните пазари.

Използвана литература:

1. **Kapital.** Kapital 100. Nay-golemite kompanii v Bulgariya. 2007 – 2014, Sofiya. [Капитал. Капитал 100. Най-големите компании в България. 2007 – 2014, София.]
2. **Natsionalen statisticheski institut (NSI).** Bruten vatreshen produkt (BVP) – ESS 2010, Godishni dannii, Proizvodstven metod – natsionalno nivo, Dinamichen red. [НСИ. Брутен вътрешен продукт (БВП) – ЕСС 2010, Годишни данни, Производствен метод – национално ниво, Динамичен ред. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/data/timeseries/GDP_1.1.1_ESA_2010.xls, последен достъп: 28.10.2014.]
3. **NSI.** Pazar na truda, Godishna statistika na zaetostta i razhodite za trud, Naeti litsa, Natsionalno nivo, Dinamichen red. [НСИ. Пазар на труда, Годишна статистика на заетостта и разходите за труд, Наети лица, Национално ниво, Динамичен ред. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/data/timeseries/Labour_2.1.1.xls, последен достъп: 28.10.2014.]
4. **Clarke, R.** Trends in Concentration in UK Manufacturing, 1980-9.// *Industrial Concentration and Economic Inequality*. Cheltenham, 1993, pp. 121-142.
5. **Collins, N., Preston, L.** The Size Structure of the Largest Industrial Firms, 1909-1958.// *The American Economic Review*, 1961, 51(5), pp. 986-1011.
6. **Davies, S., Rondi, L., Sembenelli, A.** European Integration and the Changing Structure of EU Manufacturing, 1987-1993.// *Industrial and Corporate Change*, 2001, 10(1), pp. 37-75.
7. **Hannah, L., Kay, J. A.** Concentration in Modern Industry: Theory, Measurement, and the U.K. Experience. London, 1977.
8. **Hart, P. E., Prais, S. J.** The Analysis of Business Concentration: A Statistical Approach.// *Journal of the Royal Statistical Society*, 1956, 119(2), pp. 150-191.
9. **Hughes, A., Kumar, M.** Recent Trends in Aggregate Concentration in the United Kingdom Economy.// *Cambridge Journal of Economics*, 1984, 8, pp. 235-250.
10. **Nissan, E.** Effects of Antitrust Enforcement on Aggregate Concentration.// *Journal of Economic Studies*, 1998, 25(2), pp. 112-117.
11. **Pryor, F.** New Trends in US Industrial Concentration.// *Review of Industrial Organization*, 2001, 18, pp. 301-326.
12. **Pryor, F.** Dimensions of the Worldwide Merger Boom.// *Journal of Economic Issues*, 2001, 35, pp. 825-84.
13. **Pryor, F.** News from the Monopoly Front: Changes in Industrial Concentration, 1992-1997.// *Review of Industrial Organization*, 20, pp. 183-185.
14. **Stigler, G.** Monopoly and Oligopoly by Merger.// *The American Economic Review*, 1950, 40, pp. 23-34.
15. **White, L.** Aggregate Concentration in the Global Economy: Issues and Evidence.// *NYU Working Paper*, 2003, EC-03-13, pp. 35.