

**ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**  
**Бакалавърска програма**  
**Специалност “Маркетинг и комуникации”**

## **Курсова работа**

**НА ТЕМА:**

**Политика на конкуренция, Единен пазар и търговия на ЕС**

Изготвил:

Проверил:

## УВОД

Конкуренцията е основен елемент на отворената пазарна икономика. Въпреки това икономистите считат, че конкуренцията в нейната най-чиста форма (когато всички компании се конкурират за перфектни заместващи продукти и където нито една фирма не може да засегне цените) не може да съществува в реалния свят. Въпреки че има дебат относно нейните заслуги и недостатъци, конкуренцията в пазарната икономика обикновено се приема, че има повече ползи, отколкото недостатъци<sup>1</sup>. Основните ѝ предимства са по-ниски цени, по-добри продукти, по-широк избор и по-ефективно производство, отколкото би било постигнато при други споразумения като монополната ситуация<sup>2</sup>. Неокласическата икономическа теорията, преобладаващата теория в икономиката, също твърди, че конкуренцията увеличава социалното благосъстояние.

Политиката на ЕС в областта на конкуренцията е заложена в Римския договор през 1957 г., който създава системата на свободна конкуренция в единния пазар като една от целите. Член 3, параграф 3 от Договора за Европейския съюз (ДЕС) посочва, че ЕС ще създаде вътрешен пазар, основан на силно конкурентна социална пазарна икономика. Правилата за конкуренция на този пазар се съдържат в членове 101-109 от Договора за функционирането на ЕС (ДФЕС).

Понятието за вътрешен пазар се основава на принципа, че участниците на пазара трябва да работят при възможно най-голяма икономическа свобода, без да бъдат поставяни каквито и да са пречки пред конкуренцията. Целта на европейската политика в областта на конкуренцията е да улесни правилното функциониране на единния пазар. По същество тя гарантира, че предприятията имат възможност за конкуренция при равни условия на пазарите на всички държави-членки. Ефективната конкуренция не е цел сама по себе, а по-скоро е двигател на ефективния вътрешен пазар.

Фирмите могат да се конкурират помежду си чрез намаляване на цените или чрез предлагане на по-добро качество и разнообразие от стоки и услуги за привличане на по-голяма клиентска база. Ефективната конкуренция означава, че компаниите действат независимо от останалите, но са обект на пазарен натиск, създаден от техните конкуренти. Европейската комисия твърди, че конкурентните пазари създават натиск за намаляване на цените, насърчават качеството на стоките и услугите, разширяват потребителския избор и стимулират иновациите. Икономическите данни показват, че конкуренцията увеличава производителността или

---

<sup>1</sup> Cini, M., and McGowan, L. (2009), "Competition policy in the European Union", 2nd edition, Palgrave MacMillan, Basingstoke.

<sup>2</sup> Whish, R. (2012) "Competition Law", 7th edition, Oxford University Press, Oxford