

ULOGA I ZNAČAJ ANTIMONOPOLSKE POLITIKE U SAVREMENIM USLOVIMA POSLOVANJA

Milan Mihajlović¹, Nedžad Imamović², Nebojša Dragović³

Pregledni rad
UDK: 346.545/.546
339.13.025

Apstrakt

Postojanje nekonkurentnih tržišnih struktura ima veoma nepovoljne posledice po ekonomsku efikasnost, pa time i na društveno blagostanje. Savremena ekonomska analiza identifikuje različite efekte nekonkurentnih tržišnih struktura. Nekonkurentne tržišne strukture imaju značajne posledice i na proizvodnu efikasnost, odnosno faktorsku produktivnost, pa, na taj način, i na društveno blagostanje. Dobra antimonopolska politika mora da bude dobro uravnotežena i fleksibilna, kako bi u najvećoj meri umanjila negativne efekte nekonkurentnih tržišnih struktura.

Ključne reči: antimonopolska politika, tržišne strukture, konkurencija.

JEL: D42, M21.

Uvod

Konkurencija predstavlja veoma dinamičan ekonomski proces, na koji utiču brojni parametri od globalnih ekonomskih tokova, preko broja proizvođača i kupaca, strukture ponude, načina proizvodne produkcije, nivoa tehnoloških procesa, strukture radne snage, do organizacije prodaje i kulture na analiziranom tržištu. U uslovima globalnih tržišnih uslova i stalno rastuće konkurencije, nivo spremnosti zemalja da se uspešno pozicioniraju u takvim uslovima će presudno uticati na uspešnost njihovih ekonomija.

Konkurencija je preduslov uspešnog funkcionisanja slobodnog tržišta. Bez konkurencije nema tržišne prinude, pa stoga ni ishod tržišnog takmičenja nije dostizanje maksimalnog nivoa ekonomskog blagostanja društva.

U ekonomskom smislu pod konkurencijom se u tradicionalnom shvatanju podrazumevala savršena ili idealna konkurencija. Model savršene konkurencije

¹ Docent, dr Milan Mihajlović, Vojna akademija, Ulica Pavla Jurišića Šturma br. 33, Beograd, Srbija, Telefon +381 64 302 19 51, E-mail: milan.mih83@gmail.com

² Docent, dr Nedžad Imamović, Računovodstveni centar Ministarstva odbrane, Ulica Gardijska br. 7, Beograd, Srbija, E-mail: nedžad.imamovic@mod.gov.rs

³ Docent, dr Nebojša Dragović, Vojna akademija, Ulica Pavla Jurišića Šturma br. 33, Beograd, Srbija, email: nebojsadragovic@gmail.com

počiva na brojnim pretpostavkama, a pre svega na: postojanju velikog tržišta sa velikim brojem prodavaca i kupaca na kome prodavci prodaju homogene ili identične proizvode o kojima potrošači imaju potpune informacije uz postojanje

potpune mobilnosti svih faktora proizvodnje. Praksa je međutim pokazala da je nemoguće obezbediti idealne uslove na kojima je počivala teorija savršene ili idealne konkurencije i da samo tržište nije u stanju da svojim mehanizmima automatski svim učesnicima na tržištu obezbedi obezbedi ravnopravne uslove i maksimizaciju interesa. Zato je bilo neophodno da se donesu posebna pravila kojima bi se intervenisalo na tržištu.

Treba obratiti pažnju da zaštita konkurencije ne znači nužno zaštitu konkurenata, to je poželjno sa stanovišta društva. Jedini cilj antimonopolske politike treba da bude maksimizacija ekonomske efikasnosti, pa time i maksimizacija ekonomskog blagostanja potrošača. Ovakvo definisanje cilja antimonopolske politike je nasleđe čikaške škole⁴. Uključivanje drugih ciljeva među ciljeve antimonopolske politike neminovno dovodi do njenog rasplinjavanja i razvodnjavanja u toj meri da ona postaje nedelotvorna.

Svrha ovog rada je ukazivanje na svrhu i značaj antimonopolske politike, njene ciljeve i institucije za njeno sprovođenje, kao i mehanizme uspostavljanja ravnoteže na tržištu kao i o posledicama do koje mogu dovesti nekonkurentne tržišne strukture.

Ekonomske osnove antimonopolske politike

Antimonopolska politika predstavlja sredstvo kojim se omogućava tržišnom mehanizmu da svojim nesmetanim i efikasnim funkcionisanjem obezbedi ekonomsku efikasnost i na taj način maksimizaciju društvenog blagostanja.(Petković, Kostić, 2014) Međutim, iako je ekonomska efikasnost nesporni cilj antimonopolske politike, još uvek ne postoji saglasnost o tome da li antimonopolska politika treba da obezbedi postizanje još nekih ciljeva. Jedno od stanovišta je da ekonomska efikasnost treba da bude jedini cilj antimonopolske politike i da ovu politiku ne treba opterećivati drugim ciljevima. Načelno posmatrano, druge ciljeve treba postizati nekim drugim politikama. Ovakav stav je realan, naročito kada se uzmu u obzir sugestije iz oblasti teorije državne intervencije da za svaki pojedinačni ekonomski cilj treba koristiti bar jednu ekonomsku politiku.

Relevantnost ovako jasno definisanog cilja, odnosno pozicije da jedino ekonomska efikasnost treba da bude cilj antimonopolske politike jasno se pokazuje u dovoljno komplikovanim slučajevima u kojima dolazi do konflikta alokativne i proizvodne efikasnosti. Ipak, ponekad se susreću i stavovi da antimonopolska politika treba da, pored postizanja ekonomske efikasnosti, ima i neke druge ciljeve. Na primer, jedan od ciljeva antimonopolske politike koju sprovodi Evropska komisija je sprečavanje nastanka, odnosno postojanja bilo kakvih barijera u prometu robe između tržišta

⁴ Ona je opredeljujuće uticala na formiranje antimonopolske politike u svetu u poslednjih dvadesetak godina.

zemalja članica Evropske unije.(Zirojević-Fatić, Jelisavac-Trošić, 2009) Ovakav cilj antimonopolske politike veoma je specifičan, orijentisan je ka očuvanju jedne, pre svega, političke vrednosti (jedinственог tržišta unutar EU, odnosno ekonomska integracija Unije) i ponekad može da bude u konfliktu sa ciljem unapređenja ekonomske efikasnosti.

Pored toga, ponekad se kao cilj antimonopolske politike navodi i zaštita malih preduzeća, odnosno podsticanje sitnog biznisa. Ovakav cilj antimonopolske politike jednostavno nije prikladan. Ne zalazeći u pitanje da li je takav cilj u skladu sa opštim društvenim interesom (ostaje nejasno zbog čega bi zaštita malih preduzeća bio društveni interes), potrebno je uočiti da antimonopolska politika ne raspolaže mehanizmima za zaštitu malih preduzeća, odnosno sitnog biznisa. Takvim merama raspolaže fiskalna politika (oslobađanje od poreza ili subvencionisanje), a antimonopolska politika jednostavno ne može da bude delotvorna. Nadalje, zaštita malih i srednjih preduzeća konfliktan je cilju promocije konkurencije, odnosno ekonomske efikasnosti.

Ekonomska efikasnost podrazumeva da neefikasna preduzeća, bila ona mala i ne, propadaju, odnosno da padnu u stečaj i budu likvidirana. Dakle, zaštita malih preduzeća protivreči osnovnom cilju antimonopolske politike, a to je pospešivanje ekonomske efikasnosti putem jačanja konkurencije. Pravednost, može da bude cilj antimonopolske politike, ali ga je nemoguće precizno operativno definisati, sam po sebi je neoperativan i može da dovede do velike konfuzije, a time i neizvesnosti u primeni antimonopolske politike. Štaviše, pravednost, prema najčešćem operativnom tumačenju predstavlja smanjenje ekonomskih nejednakosti, što direktno ugrožava postizanje ekonomske efikasnosti, što znači da bi uključivanje pravednosti u ciljeve antimonopolske politike neminovno dovelo do konflikta ciljeva unutar ove politike.(Dragišić, 2005)

Shodno svemu navedenom, treba da postoji samo jedan cilj antimonopolske politike, a to je promocija ekonomske efikasnosti. Jedino se na taj način mogu precizno definisati operativni ciljevi antimonopolske politike i donositi konzistentne odluke u složenim situacijama. Antimonopolska politika namenjena je zaštititi konkurencije, a ne zaštititi konkurenata. Dakle, štiti se sam proces konkurencije, a ne učesnici u tom procesu. Želja preduzeća da unište svoje konkurente na tržištu sasvim je legitimna i ona to mogu da urade pod uslovom da se u tome služe isključivo dozvoljenim (legalnim) sredstvima. Upravo je ta želja učesnika tržišne utakmice, u uslovima konkurencije na slobodnom tržištu, dovela do značajnog ekonomskog napretka, odnosno upravo je slobodno tržište dovelo do skokovitog rasta ekonomske efikasnosti. Nestanak preduzeća, odnosno njihov izlazak iz grane, predstavlja veoma efikasan način za ponovnu, efikasniju upotrebu resursa koja su ta preduzeća angažovala. Međutim, u određenim situacijama, uništavanje konkurencije, podrazumeva i uništavanje konkurenata, ali i obrnuto, uništavanje konkurenata podrazumeva uništavanje konkurencije.(Tmušić, 2012) Zbog toga se i može govoriti o svojevrsnom paradoksu antimonopolske politike.

Savremena antimonopolska politika treba da bude uravnotežena. S jedne strane, ona mora da bude dovoljno oštra (striktna) i dosledna da bi sprečila nastanak nekonkurentnih tržišnih struktura i predupredila gubitak ekonomske efikasnosti, odnosno umanjeno društvenog blagostanja na toj osnovi. S druge strane, ona ne sme da bude isuviše striktna i kruta da ne bi sprečavala preduzetničku inicijativu usmerenu ka povećanju efikasnosti i prisvajanju ekonomskog profita na toj osnovi. (Tmušić, 2012) Antimonopolska politika ne sme da kažnjava preduzetne i uspešne; one koji nalaze načina da budu efikasniji od drugih i uživaju profit usled te efikasnosti. To je pokretačka snaga savremene privrede. Uravnoteženost antimonopolske politike podrazumeva mnogo znanja i osećaja – u mnogim situacijama vođenje uravnotežene antimonopolske politike predstavlja pravu umetnost.

U slučaju male, otvorene privrede, u kakve spada privreda Srbije, odnosno u slučaju privrede koju karakteriše malo domaće tržište, kao i u slučaju zemlje na relativno niskom nivou razvoja savremenih ekonomskih institucija (takođe slučaj Srbije), ponekad se postavlja pitanje da li je antimonopolska politika uopšte i potrebna. Naime, izvesno je da se konkurencija na ovakvom tržištu može obezbediti iz uvoza, putem drastične liberalizacija spoljnotrgovinskih tokova, odnosno otklanjanja barijera uvozu. Tim pre što se navedena liberalizacija može ostvariti veoma brzo, dok je za izgradnju antimonopolskih institucija potrebno poprilično vreme. Nesporno je da je u navedenim situacijama liberalizacija spoljnotrgovinskih tokova ključni metod obezbeđivanja konkurencije na domaćem tržištu, odnosno ključni način za brzo razbijanje nekonkurentnih tržišnih struktura. Međutim, ovaj način uticaja na domaće tržišne strukture ima nekoliko slabosti. Prvo, značajan broj proizvoda ima visoko učešće transportnih troškova u ukupnoj vrednosti, čime neminovno rast transportnih troškova umanjuje konkurentnost tih proizvoda iz uvoza. Drugo, usled visokih transportnih troškova, pojedini proizvodi spadaju u tzv. nerazmenjive proizvode, tako da uklanjanje barijera uvozu jednostavno nema nikakve efekte na strukturu domaćeg tržišta tih proizvoda. Treće, pojedine barijere uvozu nisu vezane za spoljnotrgovinske i carinske režime, već su posledica objektivnih okolnosti, tako da se ne mogu ukloniti liberalizacijom spoljnotrgovinskih tokova.

Konačno, pri razmatranju mogućnosti radikalne liberalizacije spoljnotrgovinskih tokova, treba voditi računa o interesnim grupama koje su protiv te liberalizacije, odnosno lobijima domaćih proizvođača koji žele snažnu carinsku zaštitu i necarinske barijere uvozu. Njihova velika politička snaga, odnosno dobra organizovanost može da potkopa napore usmerene ka liberalizaciji spoljnotrgovinskih tokova. Takođe, jedna od sugestija vezana za vođenje antimonopolske politike, naročito u zemljama relativno niskog nivoa razvijenosti institucija tržišne privrede jeste uklanjanje barijera ulasku i izlasku preduzeća iz grane. (Begović i dr., 2002) Uklanjanje barijera ulasku predstavlja ključni element uklanjanja nekonkurentnih tržišnih struktura. Međutim, barijere ulasku su složene i samo deo tih barijera čine administrativne barijere koje se mogu ukloniti relativno lako. Veliki broj barijera je objektivno uslovljen i ne može se ukloniti u relativno kratkom roku. Zbog toga je potrebno sagledati broj i karakter barijera ulasku i izlasku, kako bi se definisao ovaj segment antimonopolske politike.

To, naravno, ne znači da ne treba pod hitno ukloniti sve one barijere ulasku i izlasku koje se mogu relativno lako i brzo ukloniti, a koje su i uspostavljene protivno opštedruštvenom interesu.

Pretpostavke savršene konkurencije

Osnovna razmatranja mikroekonomske teorije zasnivaju se na pretpostavci o postojanju savršenog tržišta, odnosno savršene konkurencije. Savršena konkurencija zasniva se na nekoliko pretpostavki(Lončar, Milošević, 2013):

- veliki broj prodavaca i kupaca;
- parametarski karakter cene;
- slobodan ulazak i izlazak iz grane.

Veliki broj prodavaca (proizvođača) predstavlja uslov za postojanje disperzovane, odnosno atomizovane ponude, a u slučaju kupaca i tražnje. Naravno, u teorijskim modelima, pretpostavka o atomizovanoj ponudi zasniva se na tome da broj privrednih subjekata (preduzeća) teži beskonačnosti.

Parametarski karakter cene označava da je cena egzogena za svakog učesnika na tržištu, odnosno za svakog proizvođača (preduzeće). Drugim rečima, ni jedan proizvođač bilo kojom svojom akcijom, a nezavisno od drugih proizvođača, ne može da utiče na prodajnu cenu svog proizvoda. Naravno, ukoliko bi postojao beskonačno veliki broj proizvođača, odnosno ukoliko bi obim proizvodnje svakog pojedinačnog proizvođača bio beskonačno mali, sledi da je cena egzogena za svakog proizvođača. Međutim, za postojanje parametarskog karaktera cene nije neophodno da se dostignu navedene teorijske veličine u pogledu broja proizvođača, odnosno veličine njihove pojedinačne proizvodnje. Cena postaje parametarska veličina i pri daleko manjem broju proizvođača u zavisnosti od ispunjenosti poslednje pretpostavke o slobodnom ulasku i izlasku iz grane.

Konačno, ključna karakteristika, odnosno pretpostavka savršene konkurencije, jeste puna sloboda ulaska i izlaska iz grane, što znači da ne postoje barijere ulasku i izlasku. Slobodan ulazak u granu omogućava da povoljni uslovi privređivanja (rast tražnje iznad ponude, na primer, odnosno stvaranje ekonomskog profita) privlače nove proizvođače u posmatranu granu, te oni započinju proizvodnju, uvećavaju ponudu i dovode do uspostavljanja nove konkurentne ravnoteže u toj grani.(Begović, 2002) Takođe, ukoliko se jave nepovoljni uslovi privređivanja u određenoj grani (pad tražnje ispod ponude, na primer, odnosno stvaranje finansijskih gubitaka preduzeća u toj grani), slobodan izlazak omogućava da se resursi dosad uposleni u ovoj grani, prebace u neku drugu, prosperitetnu granu, pa da se time i poveća ekonomska efikasnost upotrebe tih resursa. U grani iz koje su izašli dolazi do uspostavljanja nove konkurentne ravnoteže, budući da je usled izlaska proizvođača došlo do obaranja agregatne ponude.

Postojanje slobodnog ulaska i izlaska iz grane ključni je preduslov uspostavljanja ravnoteže na konkurentnom tržištu. Pri tome, barijere izlasku, iako specifične po svojoj sadržini, predstavljaju samo posebnu vrstu barijerama ulasku. Preduzetnik, odnosno investitor koji se suočava sa barijerama izlasku, ne želi da investira (uđe) u određenu granu, budući da će njegova sredstva (kapital), ukoliko dođe do nepovoljnih poslovnih rezultata, ostati zarobljena u toj grani. Stoga se često barijere izlasku tretiraju kao specifične barijere ulasku.(Milovanović, 2011)

Mehanizmi uspostavljanja ravnoteže

U uslovima savršene konkurencije, u kojima je cena sa stanovišta proizvođača parametarska veličina, granični prihodi jednaki su ceni proizvoda. Naime, budući da proizvođač ne može da utiče na cenu obimom proizvodnje koju plasira na tržište, ma koliki bio obim te proizvodnje, cena je uvek ista. Shodno tome, kriva graničnih prihoda proizvođača poklapa se sa krivom tražnje za dodatnim proizvodom. Ravnoteža na tržištu pri savršenoj konkurenciji ima nekoliko veoma bitnih elemenata.(Samjuelson, Nordhaus, 2009) Prvo, ravnotežna cena jednaka je graničnim troškovima što je dovoljan uslov za maksimizaciju blagostanja. Drugo, ravnoteža pri savršenoj konkurenciji dovodi do nultog ekonomskog profita, tj. niti jedan od proizvođača ne prisvaja ekonomski profit (Ovaj nalaz važi pri pretpostavci da svi proizvođači raspolazu sa istovetnom tehnologijom. Granični, odnosno prosečni troškovi koji se razmatraju obuhvataju i cenu (troškove) kapitala, tako da preduzeće prisvaja isključivo prihod kojim pokriva troškove pribavljanja kapitala). Treće, svaka promena uslova agregatne tražnje dovodi do automatskog prilagođavanja i definisanja novog ravnotežnog obima proizvodnje. Ključni preduslov koji to omogućava je potpuno slobodan ulazak i izlazak preduzeća iz posmatrane grane.

Upravo se ovde vidi značaj slobodnog ulaska i izlaska iz grane kao mehanizma koji omogućava prilagođavanje konkurentne ravnoteže novonastalim okolnostima. Dakle, ravnoteža na tržištu pri savršenoj konkurenciji dovodi do efikasne (optimalne) alokacije raspoloživih resursa, čime se maksimizuje društveno blagostanje. Shodno tome, ne postoji potreba za državnom intervencijom u vidu antimonopolske politike. Promene nastaju ukoliko se napuste pretpostavke savršene konkurencije, odnosno ukoliko se analizira ravnoteža pri nekonkurentnoj tržišnoj strukturi.

Najekstremniji slučaj nekonkurentne tržišne strukture jeste monopol, koga odlikuju tri osnove karakteristike(Petković, Kostić, 2011):

- postojanje samo jednog proizvođača;
- visoke barijere ulasku i izlasku;
- nepostojanje bliskih supstituta

U uslovima monopola, agregatna kriva tražnje postaje individualna kriva tražnje, odnosno kriva tražnje sa kojom se suočava monopolista. Drugim rečima, što je veća količina proizvoda koju monopolista ponudi na tržištu, biće niža cena tog proizvoda, odnosno potrošači će biti spremni da plate nižu cenu da uživaju u dodatnoj jedinici

tog proizvoda. Zbog toga je granični prihod uvek niži od tržišne cene posmatranog proizvoda i to je zbog toga što prodajom jedne dodatne jedinice proizvoda opada cena svih jedinica tog istog proizvoda. Kada je ravnotežna cena iznad graničnih troškova tada dolazi do situacije poznate kao tržišna moć. (Komazec, Ristić, 2011)

Tržišna moć postoji pri svakom odstupanju cene od graničnih troškova, tj. pri svakom odstupanju od uslova savršene konkurencije. Čim indeks tržišne moći ima pozitivnu vrednost, radi se o nekonkurentnim tržišnim uslovima, odnosno strukturama. Shodno tome, svako odstupanje od uslova savršene konkurencije samo po sebi dovodi do gubitka blagostanja. Do gubitka blagostanja neminovno dolazi pri bilo kojoj tržišnoj strukturi koja odstupa od savršenog tržišta. Monopol predstavlja samo ekstremnu nekonkurentnu tržišnu strukturu, tj. tržišnu strukturu koja generiše maksimalnu tržišnu moć i, posledično, najveći mogući gubitak blagostanja, kao i najveći mogući iznos ekonomskog profita koji prisvaja proizvođač. Međutim, svaka nekonkurentna tržišna struktura neminovno stvara tržišnu moć, i time dolazi do gubitka društvenog blagostanja. Postoje blaži slučajevi od monopola, a to su oligopoli i monopolistička konkurencija. (Komazec, Ristić, 2011) U ovim slučajevima odstupanje krive graničnih troškova od krive tražnje je nešto manje nego u slučaju monopola. Ovde je i dalje ravnotežna cena viša od one ostvarene u uslovima savršene konkurencije, indeks tržišne moći je niži od onog u slučaju monopola, ali tržišna moć i dalje postoji. Bez obzira što je monopol zamenjen drugom, blažom formom nekonkurentne tržišne strukture, i dalje postoji gubitak blagostanja, jedino što je on nešto manji u odnosu na gubitak blagostanja u slučaju monopola.

Shodno svemu navedenom, svako odstupanje krive graničnih prihoda od krive tražnje neminovno dovodi do uspostavljanja tržišne moći, a ona neminovno dovodi do alokativnog gubitka blagostanja i prisvajanja ekonomskog profita (profita iznad troškova pribavljanja kapitala). U takvim uslovima ključno je pitanje održivosti ovakve nekonkurentne tržišne strukture. Ukoliko postoji slobodan ulazak novih preduzeća u granu, odnosno ukoliko ne postoje barijere ulasku i izlasku, postojanje tržišne moći, odnosno prisvajanje ekonomskog profita, privući će nove konkurente koji će, samim svojim ulaskom, povećati broj privrednih subjekata na strani ponude, povećati obim ponude, što će dovesti do opadanja i konačno nestanka tržišne moći, odnosno do rasipanja ekonomskog profita. Dakle, ukoliko nema barijera ulasku i izlasku, nekonkurentne tržišne strukture nisu održive, odnosno neminovno dolazi do njihovog pretvaranja u konkurentnu strukturu. Zbog toga su barijere ulasku i izlasku od ključne važnosti za sagledavanje određene tržišne strukture, odnosno njihovo postojanje predstavlja potreban uslov za svrstavanje određenog tržišta u tržišta sa nekonkurentnom strukturom. Sve nekonkurentne tržišne strukture istim mehanizmom dovode do alokativnog gubitka blagostanja, a od vrste nekonkurentne tržišne strukture (monopol, oligopol, monopolistička konkurencija, različite forme dominantnog preduzeća itd) zavisi samo konkretan iznos gubitka blagostanja. (Mate, 2012)

Posledice nekonkurentskih tržišnih struktura

Identifikovani gubitak blagostanja (kao i njegova prateća preraspodela) predstavlja samo jednu posledicu postojanja tržišne moći, odnosno posledicu nekonkurentnih tržišnih struktura.

Sledeća posledica nekonkurentnih tržišnih struktura, naročito monopola, jeste statička proizvodna neefikasnost, poznata kao X-neefikasnost. (Samjuelson, Nordhaus, 2009) Radi se o tome da nepostojanje konkurencije uklanja podsticaje za kontrolu, odnosno obaranje troškova proizvodnje, tako da ovi troškovi nekontrolisano rastu. Naime, ukupni troškovi proizvodnje mogu se podeliti na egzogene – one na koje proizvođač ne može da utiče i endogene – one na koje proizvođač može da utiče. Ukoliko nema konkurencije, ne postoji pretnja konkurenata, tako da dolazi do nekontrolisanog rasta endogenih troškova, odnosno do rasta ukupnih troškova, što dovodi do proizvodne neefikasnosti. Na taj način se za proizvodnju jedne jedinice proizvoda koristi više resursa nego što je za to nužno – time se uvećavaju oportunitetni troškovi angažovanih resursa. Svi nepotrebno angažovani resursi mogli bi da se alternativno iskoriste u proizvodnji nekog drugog proizvoda, što znači da statička proizvodna neefikasnost neminovno umanjuje efikasnost upotrebe resursa, pa time i društveno blagostanje.

Ne postoji jedinstveno gledanje savremene ekonomske teorije na fenomen X-neefikasnosti. Kao argument protiv mogućnosti da takva vrsta neefikasnosti postoji, navodi se da je cilj svakog preduzeća maksimizacija profita i da rast troškova, bez obzira na karakter tržišne strukture, ugrožava postizanje tog cilja. Međutim i najžešći protivnici koncepcije X-neefikasnosti prihvataju neke od argumenata koji idu u prilog postojanja statičke proizvodne neefikasnosti, odnosno X-neefikasnosti. U uslovima razdvojenosti vlasništva i upravljanja, ciljevi menadžera ne moraju da budu istovetni ciljevima vlasnika (tj. maksimizaciji profita) i, u uslovima asimetrije informacija, tj. neefikasne kontrole menadžera, javlja se agencijski problem, tako da menadžeri mogu da uvećavaju troškove poslovanja, odnosno umanjuju napor koji ulažu u obavljanje svog posla. (Samjuelson, Nordhaus, 2009) No, pravo je pitanje da li je agencijski problem izraženiji u uslovima monopola. Nedvosmisleno jeste, budući da u uslovima monopola ne postoji drugo (referentno) preduzeće na osnovu čijih troškova bi se procenjivali troškovi posmatranog preduzeća, odnosno efikasnost rada njegovih menadžera. Dakle, izvesno je da nekonkurentne tržišne strukture, naročito monopol, dovode do statičke proizvodne neefikasnosti i na taj način dovode i do umanjenja društvenog blagostanja.

Dosadašnja analiza nekonkurentnih tržišnih struktura zasnivala se, između ostalog, i na pretpostavci o konstantnim prinosima. Ukoliko se ova pretpostavka napusti i pretpostavi postojanje rastućih prinosa, odnosno opadajućih troškova, dolazimo do situacije u kojoj otklanjanje jedne vrste neefikasnosti upotrebe resursa može da dovede do stvaranja druge. Rastući prinosi, odnosno opadajući troškovi, javljaju se ukoliko sa rastom obima proizvodnje dolazi do opadanja prosečnih troškova, tj. troškova po jedinici proizvoda. U takvoj situaciji, integracija dva ili više preduzeća

dovodi do značajnog povećanja obima proizvodnje, i na taj način, obaranja prosečnih troškova, čime se uvećava proizvodna efikasnost. Međutim, istovremeno, takva integracija dovodi i do stvaranja tržišne moći i alokativnog gubitka blagostanja. (Lončar, Milošević, 2013)

Dobra antimonopolska politika mora da vodi računa o svim ovim promenama, odnosno da definiše uravnotežen odnos prema promenama tržišnih struktura. Navedena hipotetička integracija dovela je do stvaranja tržišne moći i do alokativnog gubitka blagostanja. Ukoliko bi antimonopolska politika bila takva da apriori sprečava svaku promenu koja dovodi do stvaranja tržišne moći, otvorio bi se prostor za pogrešne odluke, tj. odluke kojima bi se sprečilo daleko značajnije uvećavanje proizvodne efikasnosti i, shodno tome, rasta društvenog blagostanja. Dakle, striktna antimonopolska politika može da bude kontraproduktivna sa stanovišta društvenog interesa. (Lončar, Milošević, 2013)

Ekstremni slučaj u kome stvaranje nekonkurentnih tržišnih struktura predstavlja preduslov za unapređenje proizvodne efikasnosti je slučaj prirodnog monopola. U tom slučaju sa stanovišta društva opravdano je da celokupan iznos proizvodnje koji se može realizovati na tržištu proizvode samo jedan proizvođač. Naime, funkcija troškova je takva da su prosečni troškovi jednog proizvođača pri svakom obimu proizvodnje koji se može realizovati na tržištu niži od prosečnih troškova dva ili više preduzeća. Prirodni monopol je tehnološki uslovljen fenomen i susreće se uglavnom u slučaju tzv. mrežnih grana, tj. infrastrukturnih delatnosti (elektroenergetika, prenos gasa, delovi telekomunikacija, vodosnabdevanje, železnica itd.). Antimonopolska politika treba da obezbedi sprečavanje razdvajanja jednog preduzeća na više ukoliko se radi o prirodnom monopolu, odnosno da obezbedi takvo razdvajanje ukoliko se ne radi o prirodnom monopolu, već je prirodni monopol samo izgovor za održavanje nekonkurentne tržišne strukture.

U slučaju stvarnog prirodnog monopola, potrebno je, vantržišnim merama, obezbediti postizanje alokativne i proizvodne efikasnosti, ali to već ne spada u oblast antimonopolske politike, nego ekonomske regulacije. Dugoročno posmatrano, sa stanovišta društva je daleko značajnije obezbediti dinamičku proizvodnu efikasnost nego statičku. Dinamička proizvodna efikasnost je vezana za porast efikasnosti upotrebe resursa unapređivanjem procesa proizvodnje, odnosno korišćenje tehničkog progresa, a direktno je vezana za istraživanje i razvoj novih tehnologija. Odnos nekonkurentnih tržišnih struktura (monopola) i dinamičke proizvodne efikasnosti je pomalo kontroverzan. S jedne strane, motiv bilo koje privredne (proizvodne) aktivnosti je maksimizacija profita, a profit se maksimizuje ukoliko se uspostavi monopol. Dakle, svaki privredni subjekt na strani ponude želi da postane monopolista. Istraživanje i razvoj, odnosno stvaranje i primena tehničkog progresa mu to, putem dodeljivanja patenta, i omogućavaju (bar na određeno vreme). (Gould, Ferguson, 1984)

Drugim rečima, mogućnost da se postane monopolista predstavlja veoma snažan podsticaj svakom proizvođaču da unapređuje svoju efikasnost, što i dovodi do

dinamičke ekonomske efikasnosti. S druge strane, u uslovima monopola ne postoje podsticaji za istraživanje i razvoj, odnosno za ulaganja u tehnički progres. Nema konkurenata koje treba eliminisati, tako da se makisimizacija profita zasniva na klasičnom monopolističkom ponašanju. Ključna komponenta za pomirenje navedenih efekata leži u trajanju monopola. Naime, teorijski je moguće definisati optimalnu dužinu trajanja monopola koji je proizvod tehničkog progressa, tako da se makimizuju podsticaji za istraživanje i razvoj, koji dovode do dinamičke proizvodne efikasnosti, a minimizuju negativne strane monopola, kako po pitanju dinamičke proizvodne neefikasnosti, tako i po pitanju ostalih oblika ekonomske neefikasnosti.

Konačno, državna intervencija predstavlja veoma čest način nastajanja monopola, odnosno nekonkurentnih tržišnih struktura. To se pre svega odnosi na uspostavljanje administrativnih barijera ulasku, odnosno direktne državne zabrane ulasku u određenu granu. Budući da monopol stvara značajan ekonomski profit, svi potencijalni monopolisti su spremni da ulože značajna sredstva kako bi obezbedili da se upravo u njihovoj grani uspostave administrativne barijere ulasku (odnosno zabrana ulaska), kao i da upravo oni, pošto se uspostave te barijere, ostanu jedini na tržištu i uživaju u monopolskom profitu. To se može obezbediti putem uticaja na donosiocje odluka, pre svega na zakonodavnu i izvršnu vlast. Uticaj na donosiocje odluka, odnosno lobiranje, kako se te aktivnosti sve češće nazivaju, pretpostavlja upotrebu realnih resursa, dakle resursa koji imaju oportunitetne troškove upotrebe. Pri njihovoj upotrebi za lobiranje ne stvara se dodatna vrednost već se samo utiče na preraspodelu već stvorene vrednosti, a svi ti resursi mogu alternativno da se upotrebe za stvaranje nove vrednosti. Budući da se u slučaju monopola, odnosno nekonkurentnih tržišnih struktura, radi o preraspodeli rente, ponašanje donosilaca odluka, odnosno zakonodavne i izvršne vlasti naziva se traganjem za rentom. (Samjuelson, Nordhaus, 2009) Procenjuje se da se znatan deo monopolskih profita rasipa na navedeni način, odnosno da se iz monopolskog profita „troše” sredstva, u cilju namirivanja troškova dobijanja monopolске pozicije na tržištu. Shodno svemu navedenom, izvesno je da nekonkurentne tržišne strukture umanjuju ekonomsku efikasnost, odnosno društveno blagostanje.

Upravo ti nepoželjni efekti predstavljaju osnovni razlog za vođenje antimonopolске politike. Međutim, izvesno je da promene tržišnih struktura u određenom broju slučajeva imaju efekte suprotnog smera – dok se jedan oblik ekonomske efikasnosti uvećava, drugi opada. Zbog toga je potrebno da antimonopolска politika bude fleksibilna, kako bi njena primena omogućila maksimizaciju društvenog blagostanja. Pri tome, fleksibilnost je samo potreban, ali ne i dovoljan uslov za takvu maksimizaciju. Za to je potrebno znanje, odnosno kompetentnost onih koji formulišu i sprovode antimonopolску politiku.

Zaključak

Zaključak je da je antimonopolска politika i te kako potrebna i to iz više razloga. S obzirom da je Republika Srbija nasledila socijalističke nekonkurentne tržišne strukture (raspad zemlje i ono što ga je pratilo samo su ih pojačali) i antikonkurentan

način ponašanja koji odgovara takvim strukturama, to još više pojačava potrebu da se uspostavi i sprovede što efikasnija i što strožija antimonopolska politika. Pored svega ovoga, postoje grane u čijem slučaju (usled visokih transportnih troškova, na primer) slobodan uvoz jednostavno ne pomaže – ne može da se stvori delotvorna uvozna konkurencija. Uklanjanje barijera ulasku može da bude lepa politička parola. Ali, pri sprovođenju te parole javljaju se mnoge teškoće, zbog kojih često ponestaje političke rešenosti da se u tom poslu istraje.

Potrebna je usredsređena, zakonom sputana i administrativno ne toliko zahtevna antimonopolska politika. Dakle, politika usredsređena na najznačajnija narušavanja konkurencije na domaćem tržištu je zapravo ona koja čini najveću štetu na planu ekonomske efikasnosti i blagostanja potrošača. Mogućnost zloupotrebe antimonopolske politike, kako od strane države tako i od strane konkurenata, takvih je razmera da je potrebno uspostaviti zakonsku zabranu takvoj zloupotrebi. Neke osnovne ekonomske slobode treba da budu zaštićene zakonom.

Konačno, antimonopolska politika treba da bude relativno jednostavna za primenu, budući da su domaći administrativni kapaciteti prilično ograničeni. Ona treba da određene nivoa da omogući fleksibilnost tj, sprovođenje različitih vrsta antimonopolskih politika. Antimonopolsko zakonodavstvo treba da obezbedi pravni osnov za širok opseg sprovođenja različitih politika. Sa druge strane, treba da postoje određena pravna ograničenja u pogledu sprovođenja antimonopolske politike, kako bi se minimizovale mogućnosti zloupotrebe njenog sprovođenja i smanjila neizvesnost za sve strane koje u tome učestvuju. Imajući u vidu postojeće tržišne strukture i tržišnu praksu u Srbiji, kao i veoma ograničene resurse koji su na raspolaganju za primenu antimonopolske politike, glavni prioriteti antimonopolske politike treba da budu: borba protiv kartela i sprečavanje njihovog nastajanja; poboljšanje i pospešivanje privatizacije i ekonomskog restrukturiranja; povećanje ekonomske slobode preduzeća i privatnih preduzetnika; smanjenje neizvesnosti svih privrednih subjekata, naročito preduzeća; izbegavanje kontrole cena kao mehanizma antimonopolske politike; uticaj na druge ekonomske politike relevantne za konkurenciju.

Jedini cilj antimonopolske politike treba da bude ekonomska efikasnost. Veštačka zaštita neefikasnih proizvođača mora se izbeći po svaku cenu. Takođe, ono što svakako antimonopolska politika treba da kontroliše jesu razne integracije preduzeća koje mogu biti motivisane upravo stvaranjem dominantnog položaja na tržištu i samim tim ostvarivanjem profita što je suprotno antimonopolskom zakonu. U skladu sa ovim, ono što je svako preduzeće u obavezi da uradi je da zatraži odobrenje za planiranu integraciju, a Komisija za zaštitu konkurencije će u roku od 30 dana dati mišljenje o tome da li odobrava integraciju ili ne. Može da se desi da Komisija daje mišljenje da treba da sprovede još neka ispitivanja posle kojih integracija može biti odobrena, uslovno odobrena ili zabranjena.

Osim kontrole integracija, antimonopolska politika treba da se bavi i problemom stvaranja nekonkurentnih tržišnih struktura, ali samo u slučaju kada to čine preduzeća

koja su već obezbedila dominantan položaj na tržištu. Treba da bude zabranjena samo zloupotreba dominantnog položaja, a ne i sam dominantni položaj. U skladu sa tim Komisija za zaštitu konkurencije treba da pažljivije prati ponašanje preduzeća koja imaju dominantan položaj na tržištu u odnosu na ponašanje ostalih preduzeća na tržištu.

Zakon o zaštiti konkurencije koji je osnovni zakon koji reguliše ovu oblast, treba jasno da razgraniči definicije koje se odnose na kratkoročno sticanje profita, s jedne strane, i zloupotrebe usmerene na stvaranje nekonkurentnih tržišnih struktura, s druge strane, kao i da spreči njihovo nastajanje. Naravno ovo prvo se odnosi na zloupotrebu kojom se iskorišćava položaj potrošača (to je sticanje ekonomskog profita na kratak rok) a ovo drugo na zloupotrebu kojom se ograničava ili isključuje konkurencija (to je održavanje, jačanje i unapređenje dominantnog položaja).

Na osnovu svega rečenog, generalni zaključak bio bi da bar što se koncepcije nove antimonopolske politike tiče, Republika Srbija je na dobrom putu da uskladi koncept zakonodavstva sa konceptom zemljama Evropske Unije. Ta koncepcija je u svojim osnovnim načelima i pravnom terminologijom u potpunosti u skladu sa antimonopolskom politikom EU-a, odnosno Evropske komisije. Svakako da postoji prostor za unapređivanje kako antimonopolskog zakonodavstva tako i konkurentnih odnosa između tržišnih učesnika. Nadamo se da će vreme koje predstoji pokazati da je trenutna koncepcija antimonopolske politike u Republici Srbiji na dobrim osnovama i da će ove probleme rešavati na najbolji mogući način.

Literatura

1. Begović, B., Bukvić, B. Antimonopolska politika u SR Jugoslaviji, Centar za liberalno-demokratske studije, Beograd, 2009.
2. Božić, M., Golubović, S., Božić-Miljković, I., Ekonomska politika, Ekonomski fakultet u Nišu., Niš, 2013.
3. Veselinović P., Ekonomija, Univerzitet Singidunum, Beograd 2011.
4. Gould J. P., Ferguson C. E., Microeconomic Theory, Illinois, Théorie microéconomique, Pariz, 1984.
5. Dragišić D., i dr., Osnovi ekonomije, Ekonomski fakultet u Beogradu, 2005.
6. Đuričin D., Lončar D. i Rajić V., "Merenje koncentracije tržišta: primer sektora sa tržišta motornih vozila RS", Ekonomika preduzeća, 2008, str 41-60.
7. Zirojević-Fatić, M., Jelisavac-Trošić, S. Antimonopolska politika i harmonizacija zakonodavstva Srbije sa pravom EU na polju konkurencije, Revizija za evropsko pravo, 2009.
8. Lončar, D., Milošević, S. Karakteristike antimonopolske politike i efekti njene primene u Srbiji. Ekonomika preduzeća, 2013.
9. Komazec S., Ristić Ž., Makroekonomija – makroekonomske teorije i makroekonomska analiza, EtnoStil, Beograd, 2011.

10. Meta, M., Mikroekonomska analiza, Internacionalni Univerzitet u Novom Pazaru, 2015.
11. Milovanović M., Mikroekonomska analiza, CID Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2011.
12. Petrović M., Funkcije države u savremenoj tržišnoj privredi, Ekonomska misao, Beograd, 2001.
13. Petković, M., Kostić, L. Antimonopolska politika Republike Srbije. Ekonomski vidici, 2014.
14. Ratković, M., Grubić, G., i Tasić., Dobri odnosi sa kupcima kao faktor konkurentne prednosti, Beograd, 2011, str.11.
15. Samjuelson T., Nordhaus V., Ekonomija., Univerzitet Jejl, 2009.
16. Savić, LJ., Tržišne strukture u Jugoslovenskoj industriji, Ekonomski institut, Beograd, 2000.
17. Tmušić, M. Monopoli u Srbiji - normativno suzbijanje i dometi antimonopolske politike., Godišnjak Fakulteta političkih nauka, 2012.
18. Hanić H., Proces istraživanja tržišta, Beogradska bankarska akademija, Beograd, 2008.

THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF ANTI-MONOPOLY POLICY IN CONTEMPORARY BUSINESS CONDITIONS

Milan Mihajlović⁵, Nedžad Imamović⁶, Nebojša Dragović⁷

Abstract

The existence of non-competitive market structures has unfavorable consequences for economic efficiency, and thus social welfare. Contemporary economic analysis identifies different effects of non-competitive market structures. Non-competitive market structures have significant consequences on production efficiency, i.e. factor productivity, and in this way social welfare. Good anti-monopoly policy has to be well balanced and flexible, in order to minimize the negative effects of non-competitive market structures.

Key words: anti-monopoly policy, market structures, competitiveness.

Datum dolaska (Date received): 30.07.2017

Datum prihvatanja (Date accepted): 12.08.2017

⁵ Milan Mihajlović Ph.D., Assistant Professor, University of Defence, Military Academy, Pavla Jurišića Šturma street no. 33, Belgrade, Serbia, Phone: +381 64 302 19 51, E-mail: milan.mih83@gmail.com

⁶ Nedžad Imamović Ph.D., Assistant Professor Ministry of Defence, Accounting centre, Gardijska street no. 7, Belgrade, Serbia, E-mail: nedžad.imamovic@mod.gov.rs

⁷ Nebojša Dragović Ph.D., Assistant Professor, University of Defence, Military Academy, Pavla Jurišića Šturma street no. 33, Belgrade, Serbia, email: nebojsadragovic@gmail.com