

UDK: 346.545/.546(497.11)(049.32)

Osvrt

Rad je primljen/ Received: 14.01.2023;

Korigovan/revised: 11.02.2023.

Prihvaćen/ Accepted: 20.02.2023.

Milan Stanković

POLITIKA ZAŠTITE KONKURENCIJE I EFIKASNOST TRŽIŠTA

Ova monografija je nastala kao rezultat interesovanja autora za ulogu i značaj politike konkurencije kao dela ekonomske politike čija je uloga da regulacijom procesa konkurencije, u sprezi sa drugim komplementarnim ciljevima, ostvari efikasnost funkcionisanja privrede i društva. Poznavanje principa funkcionisanja ekonomske politike u oblasti zaštite konkurencije u savremenim uslovima razvoja postaje neophodnost. Politika konkurencije obuhvata pravila i mehanizme institucionalnog delovanja kojima se obezbeđuje zaštita konkurencije na tržištu, odnosno zaštita (ex post ili preventivna) strukture tržišta koju odlikuje konkurencija, putem sankcionisanja kartela i zloupotrebe dominantnog položaja, kontrole koncentracija, kao i pravila o ograničavanju i kontroli državne pomoći učesnicima na tržištu.

Zakonodavni okvir zaštite konkurencije u Srbiji je razvijen, a ključne institucije za sprovođenje politike zaštite konkurencije su uspostavljene. Međutim, nedovoljno razvijeni kapaciteti za obavljanje poslova iz nadležnosti institucije za zaštitu konkurencije uslovljavaju ograničenja u praksi primene ovih pravila.

Sprovođenjem politike konkurencije obezbeđuje se unapređenje ekonomske efikasnosti tržišnih aktera i optimizacija alokacije resursa, čime se deluje blagotvorno na privredni rast i produktivnost učesnika na tržištu. Takmičenje ponuđača na tržištu generalno utiče

na formiranje nižih cena, kvalitetnijih i raznovrsnijih dobara i usluga za potrošače, kao i na povećanje proizvodnje odnosno stvaranje održivih radnih mesta. Pritom, funkcionalna konkurencija je garant uspešnih evropskih integracija, ne samo u pogledu ispunjenja formalnih uslova, već i uspešnog delovanja Srbije kao buduće države članice.

Pored tržišnih mehanizama, za dugoročno postojanje konkurencije je potrebno i uspešno institucionalno delovanje zaštite konkurencije kako bi se obezbedila jednaka pravila na tržištu, odnosno onemogućili potezi tržišnih aktera usmerenih ka narušavanju konkurencije. Istovremeno, treba izbegavati politike koje mogu imati štetan efekat po konkurenciju. Stoga je način na koji se politika kreira i sprovodi ključan faktor za postojanje konkurencije kao motora privrednog razvoja i za ispunjenje visokih standarda Evropske Unije.

Monografija pruža uvid u postojeće stanje pomenute politike u Srbiji i daje preporuke za dalja poboljšanja u svetlu daljeg procesa pristupanja EU. Predmetna problematika je strukturirana u pet poglavlja: 1) Konkurencija i ekonomska efikasnost, 2) Osnove politike zaštite konkurencije, 3) Institucionalni okvir i instrumenti zaštite konkurencije na tržištu EU i Republike Srbije, 4) Osnove sistema državne pomoći u EU i Republici Srbiji, i 5) Izazovi i ograničenja u daljem razvoju politike konkurencije u Republici Srbiji i zemljama Zapadnog Balkana.

Monografija je namenjena studentima na višim godinama studija, kreatorima ekonomske politike kao i naučnoj i stručnoj javnosti koja se bavi politikom konkurencije kao veoma važnim segmentom ekonomske politike.

I. KONKURENCIJA I EKONOMSKA EFIKASNOST

Država kroz istoriju, služila ne samo za regulisanje tržišta, već i kao veoma pouzdan investitor, koji je gotovo uvek kada se to od nje zahtevalo, preuzimala veliki rizik ulažući u nove tehnologije i ideje (Dašić, 2020).

U prvom poglavlju se analizira efikasnost i konkurencija. Cilj ovog poglavlja jeste da, polazeći od brojnih teorijskih stavova, ukaže na neophodnost uslova konkurencije za efikasno funkcionisanje privrede i društva. Stanje konkurencije predstavlja složen skup uticajnih faktora koji se mogu grupisati u četiri kategorije: tržišna struktura (monopoli, oligopoli, potpuna konkurencija), preferencije potrošača koji se izražavaju visinom elastičnosti tražnje (neelastična, nisko elastična, srednje elastična i veoma elastična), stepen otvorenosti privrede (prisustvo stranih prodavaca, uvoznika) i tržišni pritisci (od strane potrošača, domaćih i stranih konkurenata) da se inoviraju proizvodi i smanje troškovi proizvodnje. Ovo poglavlje obuhvata i teorijsko-metodološke aspekte formiranja cena na savremenim tržištima. Tržište predstavlja sveukupnost odnosa ponude i tražnje. Ono je opšti ambijent za ekonomske transakcije.

II. OSNOVE POLITIKE ZAŠTITE KONKURENCIJE

Amerika je u 19 veku krenula punom parom u ekonomski razvoj, stvarajući primer “kapitalizma” koji će mnoge druge države početi da slede. Dugo je percipirana kao zemlja sa slobodnim tržištem, u potpunosti oslobođena ekonomskog protekcionizma, gde preduzetnički duh ima glavnu ulogu u ekonomskom razvoju zemlje,

ali mnogoburni primeri dokazuju da to nije u potpunosti tačno (Dašić, 2020, 35).

U ovom poglavlju prikazane su osnove politike zaštite konkurencije kao važnog segmenta ekonomske politike. Zasnovanost ekonomske politike na relevantnim teorijskim doprinosima je neophodnost. Cilj ovog poglavlja je da ukaže na važnost koncipiranja ciljeva politike konkurencije i delatnosti institucija koje sprovode mere primenom odgovarajućih instrumenata. Tržište je izuzetno složen i uređen sistem odnosa koji produkuje normalne uslove za ispoljavanje inventivnosti, kreativnosti i uspešnosti učesnika uz poštovanje pravila ponašanja (dobri poslovni običaji, poslovni moral, korektnost prema poslovnim partnerima i kupcima). Ti odnosi se i zakonski uređuju, a neželjene pojave se sankcionišu. Pospešivanje konkurencije i suzbijanje monopola jedno je od bitnih obeležja delovanja savremene države. Osnov za to delovanje je u antimonopolskom zakonodavstvu koje predviđa postojanje posebnih tela koja prate, kontrolišu i sankcionišu zloupotrebu dominantnog položaja i aktivnosti koje narušavaju uslove slobodne konkurencije.

Međutim, pojedini autori (Dašić, 2016) navode, da se danas u svetu za sve i svašta lobira, na svim nivoima savremene političke i ekonomske organizacije društva, na lokalnom, gradskom, pokrajinskom, nacionalnom, federalnom, konfederalnom, regionalnom i globalnom planu. Za lobističku industriju kriza ne postoji. U izveštaju za 2009-u, Centerfor Responsive Politics objavio je da u SAD deluje između 90 i 120 hiljada kompanija i uticajnih grupa na politička tela: kompanije za odnose sa javnošću, grupe za strategiju, grupe za kampanje, konsultanske kompanije islično. Prema sasvim opreznim procenama na svakog člana Kongresa dolazi između 150 i 160 raznih lobističkih aktivista koji nastoje da utiču na njihove odluke prema nalogu svojih klijenata, a samo na pitanjima finansijske reforme u vašingtonskim hodnicima radi veliki broj lobista.

U ovom poglavlju se razmatra i identifikuje i merenje tržišne moći. U analizima strategije povećanja tržišnog učešća polazi se od raspoloživih podataka sa relevantnog tržišta koje može da se tretira kao geografski prostor, ali i kao tržište određenog proizvoda ili usluge.

III. INSTITUCIONALNI OKVIR I INSTRUMENTI ZAŠTITE KONKURENCIJE NA TRŽIŠTU EU I REPUBLIKE SRBIJE

U trećem poglavlju je predstavljena politika EU u oblasti zaštite konkurencije. Polazeći od intencija evropske integracije, posebno se analizira ekonomska zasnovanost pravnih regulativa i predviđenih procedura zaštite konkurencije. Povezano sa tim, u ovom delu su analizirane metode i sredstva zaštite konkurencije na tržištu EU. Konkurencija nije moguća bez slobodnog tržišta, jer joj preko mehanizma cena pripada efikasna raspodela (alokacija) roba i usluga. Ograničenja konkurencije koja mogu da nastanu zauzimanjem monopolskih i oligopolskih pozicija, dogovorenim cenama, ili državnim intervencijama, treba suzbijati. Pravilo o konkurenciji EZ dozvoljava izuzetke samo ako je reč o obezbeđivanju roba i usluga od velikog javnog interesa. Evropska komisija ima na raspolaganju instrumente konkurentske politike, koji se sastoje od zabrane kartela, kontrole fuzionisanja i kontrole državnih subvencija. Ostvarenje zajedničkog tržišta je najvažniji cilj EU. Tom cilju su podređena sva nastojanja kako bi se obezbedila sloboda ekonomskih transakcija. Bez zajedničkog tržišta ne bi bilo ni evropske integracije. Nužna posledica integracije je ujednačavanje ekonomskih politika zemalja članica. Takođe, u ovom poglavlju

analiziraju se metode i sredstva zaštite konkurencije na tržištu Srbije. Posebno su prikazani oblici i sredstva povrede konkurencije i načini zaštite prema Zakonu o zaštiti konkurencije Republike Srbije.

IV. OSNOVE SISTEMA DRŽAVNE POMOĆI U EU I REPUBLICI SRBIJI

U okviru ovog poglavlja se analizira razvoj i primena regulisanja državne pomoći saglasno pravu i praktičnoj primeni u Evropskoj uniji (EU) i Republici Srbiji. Sistem državne pomoći obuhvata inventar, monitoring, međunarodno izveštavanje i kontrolu državne pomoći kroz za to osposobljene institucije. Posebna pažnja se posvećuje državnom intervencionizmu u oblasti regionalnog razvoja. Ovaj vid državne pomoći dobija sve veći značaj zbog izraženog dejstva na konkurenciju i slobodnu trgovinu. On je regulisan pozitivnim propisima EU i multilateralnim Sporazumom o subvencijama Svetske trgovinske organizacije 1994. god. Sadržaj, pristup i primena sistema državne pomoći značajan je kako u EU, tako i u zemljama koje nameravaju da pristupe EU. Posebno se ukazuje na relevantnost sistema državne pomoći za Republiku Srbiju u kontekstu pregovora o pridruživanja EU.

V. IZAZOVI POLITIKE KONKURENCIJE U REPUBLICI SRBIJI I DRUGIM ZEMLJAMA ZAPADNOG BALKANA

Ideja koja podupire temelj Evropske unije je jedinstveno, integrisano i konkurentno tržište. Budućnost čitavog regiona Zapadnog Balkana (Albanija, Bosna i Hercegovina, Kosovo*, Crna Gora, Severna Makedonija i Srbija) je u Evropskoj uniji. Cilj ovog poglavlja je da istraži multiplikativne efekte usklađivanja sa propisima Evropske

unije u oblasti politike konkurencije u zemljama Zapadnog Balkana. Pored toga, se ističu specifična pitanja, izazovi u ovoj oblasti i empirijski trendovi. Upoređivanjem odabranih ekonomskih pokazatelja koji se odnose na nadležna tela u oblasti konkurencije (broj zaposlenih, godišnji budžet, broj zabranjenih sporazuma, broj zloupotreba dominantnog položaja, broj obaveštavanja o koncentracijama, broj datih mišljenja), u ovom poglavlju se daje pouzdana osnova za komparativnu analizu u ovoj oblasti. U procesu pristupanja Republike Srbije i ostalih zemalja Zapadnog Balkana Evropskoj uniji jedan od najosetljivijih i najsloženijih ekonomskih zadataka odnosi se upravo na izgradnju moderne strukture tržišta. Izvesno je da bi odnos prema tržištu i razvoju konkurencije trebalo da ima presudnu ulogu u budućem privrednom razvoju i uključivanju navedenih zemalja u tokove na jedinstvenom tržištu Evropske unije.

Zaključak

Konkurencija kao proces poslovne borbe između učesnika na tržištu igra centralnu ulogu u podsticanju ekonomskog rasta i razvoja. Punom primenom zakona sprečava se neefikasnost učesnika na tržištu. Time se obezbeđuje ekonomski napredak i dobrobit društva, a naročito korist za potrošače. Konkurencija podstiče učesnike na tržištu da poboljšaju svoje proizvode i smanje troškove, što vodi ka povećanju produktivnosti i inovativnosti, a u krajnjoj instanci, doprinosi bržem ekonomskom rastu i poboljšanju celokupnog privrednog ambijenta. Sa druge strane, konkurencija za potrošače obezbeđuje širi asortiman proizvoda u ponudi po nižim cenama. Potrošači u Republici Srbiji veliki deo svog dohotka troše na osnovne životne namirnice. Ukoliko bi konkurencija na tržištu bila narušena, sprečena ili ograničena, proizvodi usluge kojima se zadovoljavaju osnovne potrebe stanovništva bili bi skuplji i nepristupačniji, što bi uzrokovalo smanjenje životnog standarda stanovništva.

Konkurencija, takođe, može pomoći i malim proizvođačima da zarađuju više. Ako tržište nije monopolizovano ili kartelizovano i ako je ono otvoreno i konkurentno, onda će biti i više mogućnosti za male proizvođače. Šire gledano, kada imamo konkurentno tržište, onda na takvom tržištu postoji i snažan makroekonomski rast. Taj rast povećava zaposlenost i zarade, čime se stvara povoljniji makroekonomski ambijent, ne samo za velike kompanije, nego i za mala i srednja preduzeća. Na taj način konkurencija može imati i šire ekonomske efekte na opšte društveno blagostanje. Cilj politike konkurencije je dostizanje veće ekonomske efikasnosti kako bi se povećalo blagostanje potrošača i obezbedilo povećanje njihove koristi. To se postiže sprovođenjem zakona i što širem promovisanju pravila konkurencije. Time se obezbeđuje slobodno i otvoreno tržište. Propisi kojima se smanjuju ili ukidaju barijere ulaska na tržište, kao i transparentna pravila u postupcima javnih nabavki, samo su neki od primera koji mogu biti podstaknuti reformama u okviru politike zaštite konkurencije i na taj način proizvesti efekte sinergije koji služe za povećanje produktivnosti zemlje i podsticanje ekonomskog rasta.

Literatura

1. Dašić, D. (2020) Preduzetnička država. *Glasnik za društvene nauke*, br. God. 12, br. 12, 15-40
2. Dašić D., Ratković M. (2016) „Lobiranje i/ili korupcija, *Glasnik za društvene nauke*. br 8, 273-286.



Kako citirati ovaj članak/how to cite this article:

Stanković, M (2023) Politika zaštite konkurencije i efikasnost privrede. *Horizonti menadžmenta*. II(1), 147-155.