

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Patterns of Competition in the Commodity Markets in Yugoslavia

Bukvić, Rajko and Hinić, Branko

1995

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/118631/>
MPRA Paper No. 118631, posted 21 Sep 2023 13:57 UTC

OBLICI KONKURENCIJE NA ROBNIM TRŽIŠTIMA U JUGOSLAVIJI

Rajko Bukvić i Branko Hinić **

* Republički zavod za razvoj
11000 Beograd, Kneza Miloša 101

Vođenje efikasne ekonomske politike tržišne provenijencije pretpostavlja njeno neautokratsko (sa)učestvovanje u ekonomskim tokovima. U takvim uslovima, definisanje ciljeva i mehanizama njihove realizacije pretpostavlja poznavanje tržišnih specifičnosti, odnosno modaliteta tržišnog ponašanja ekonomskih subjekata. Evolutivnost tržišta pored saznanja o stanju tržišnih odnosa zahteva poznavanje i njegove dinamike, odnosno faktora koji podstiču formiranje novih modaliteta tržišnog ponašanja. U tom smislu, nosioci ekonomske vlasti su u mogućnosti da, u većoj ili manjoj meri, modifikuju tržište u željenom pravcu. Takav uticaj, pre svega, imaju dugoročne (razvojne i privredno-sistemske) mere. Opšta tržišna problematika je, u našim uslovima, relativno dobro istražena. Međutim, istraživanja konkretnih tržišnih struktura su znatno ređa. Upravo zbog toga, u ovom radu se ograničavamo na istraživanje tržišne strukture odnosno na identifikovanje modaliteta tržišnih odnosa i ponašanja privrednih subjekata.

Stvaranje uslova za izgradnju novog tržišnog ambijenta zasnovanog na *nesmetanoj* konkurenciji je jedan od (implicitno postavljenih) ciljeva procesa tranzicije. Skoro da je neosporno da poslovanje u takvim uslovima podiže efikasnost nacionalne privrede, kao i svakog pojedinačnog privrednog subjekta¹. Ostvarenje ovog cilja je, s obzirom na dosadašnja iskustva i aktuelna privredna kretanja u zemlji, veoma težak zadatak. Naime, opredeljenje ka izgradnji tržišne privrede u FNRJ je preovladalo već na prelazu u 1950-te godine. Međutim, bez izgradnje odgovarajućih tržišnih institucija, očekivani pozitivni efekti ovakve orijentacije nisu došli do praktičnog izražaja. Usled toga, sagledavanje tržišnih struktura je, dugi niz godina, bilo zanemarivano. Štaviše, u određenim periodima se, često i nepromišljeno, išlo na veštačku koncentraciju i centralizaciju proizvodnje². Time se naša privreda faktički udaljavala od modernih tržišnih privreda.

¹ Nesmetana konkurencija među preduzećima navodi se kao jedan od nekoliko osnovnih uslova (pretpostavki), čije ispunjenje tržišnu privredu čini (relativno) efikasnom. Ostali uslovi su: slobodna inicijativa, koja se nalazi u osnovi preduzetništva; samostalnost preduzeća u poslovanju, što je, uz ostalo, i preduslov motivisanosti; saradnja unutar preduzeća; i ekonomska politika, jer je samo tržište (pa i tržište potpune konkurencije) vrlo nesavršeno. (Videti: B. Horvat, "Tržišna transformacija državnog preduzeća", *Ekonomika*, br. 9, 1991, str. 5-6.)

² Upravo u odnosu prema problemima integracije ogledaju se izrazite oscilacije zvanične politike prema tretiranju položaja preduzeća na tržištu, i time prema samoj problematici tržišta i tržišnih struktura. U tom smislu, na primer, bila je ogromna razlika u osnovnoj usmerenosti ekonomske politike u periodu nakon

Teorijski posmatrano, veza između konkurencije i efikasnosti se može oceniti na osnovu odnosa između veličine (privrednih subjekata) i njihove efikasnosti. Empirijska podloga neophodna za verifikaciju i sagledavanje ove međuzavisnosti u našim uslovima data je u Tabeli 1.

Konkurencija se zasniva na prisustvu mnoštva tržišnih subjekata: što je veći njihov broj to je, u principu, veća i konkurencija. Problem je ovim, međutim, rešen samo načelno. Naime, pitanje je koji je broj subjekata neophodan za optimalno funkcionisanje posmatranog tržišnog segmenta.

Neoklasični model perfektne konkurentnog tržišta se zasniva na pretpostavci da se ponašanje pojedinačnog proizvođača-prodavca marginalno odražava na tržišne varijable - cenu, ponudu, broj ostalih prodavača i njihovu ponudu itd. Dakle, pretpostavlja se da su proizvođači-prodavci relativno beznačajne veličine spram ukupnog tržišta, da je proizvod svakog prodavača perfektan supstitut drugih i da je ulazak i izlazak sa parcijalnog tržišta rezultat kretanja profita. Takve tržišne pojave su bile retkost čak i u liberalnom kapitalizmu. Stvarna tržišta karakteriše veći ili manji stepen odstupanja od navedenog perfektne konkurentnog modela. Uzroci odstupanja nisu isključivo netržišni. Naime, razvoj tržišta odnosno njegova evolucija je dovela do odstupanja od modela perfektne konkurencije. Na promenu oblika konkurencije i na samo tumačenje pojma konkurencije presudan uticaj imaju:

- 1) ekonomija obima: tehničko-tehnološki progres zahteva promene u organizaciji privrede i koordinaciji privrednih subjekata usmerene na povećanje stepena njene integrisanosti (manufaktura, linijska, grupna i kontinuirana proizvodnja);
- 2) prostorni faktori: kod niza proizvoda postoje lokalna ili regionalna tržišta koje od ostatka tržišta odvaja relativna visina troškova fizičke distribucije (transport);
- 3) marketing: proces diversifikacije proizvodnje u cilju što potpunijeg zadovoljavanja potreba dovodi do 'drobljenja' jedinstvenog na niz separativnih tržišta;
- 4) strateška samodovoljnost: zaštita i stimulisanje vitalne proizvodne strukture od spoljne konkurencije je posebno izrazita kod komparativno malih i srednjih zemalja;
- 5) zaštita investicija (ili *hedging*): dugoročno investiranje u nove tehnološke procese (proizvode) zahteva zaštitu u vidu patenata i tajnosti tehnološkog procesa te ograničava mogućnost ulaska u granu.

Pored navedenih opštih (*tržišnih*) činilaca povećanje stepena koncentracije ponude je uzrokovano i nizom neekonomskih faktora: pojedinačni (i/ili grupni) interesi privrednih subjekata i državni voluntarizam.

Koncentracija proizvodnje je, usled tehnološki određenih minimuma, znatno izraženija kod relativno manjih tržišta. To znači da se pri oceni nivoa konkurentnosti tržišne strukture ovih privreda moraju imati daleko blaži kriterijumi. Međutim, za razliku od ovog kriterijuma na značaju dobijaju pokazatelji spoljnoekonomske otvorenosti nacionalnog tržišta.

prihvaćene decentralizacije i napuštanja centralizovane privrede komandnog tipa, tokom 1950-tih godina, kada se težilo izgradnji automatizovane privrede, privrede slobodne konkurencije, i u periodu nakon 1960. godine, kada se ekonomska politika usmerila na stimulisanje velikih monopoloidnih organizacija forsirajući integracione procese. (Videti: B. Horvat, "Integriranost jugoslavenske privrede i samoupavno planiranje", *Ekonomist*, br. 2, 1969, str. 392.) Nešto je drugačija situacija stvorena izgradnjom tzv. dogovorne ekonomije, kada je realizovano opredeljenje za razbijanje privrednih organizacija na svoje delove, ali su i tada proizvođači stimulirani (zakonskom regulativom, ali i na druge načine) da osnivaju razne formalne i neformalne oblike monopolskih, odnosno kartelnih, organizacija (kao što su, recimo, poslovne zajednice), i da se, uz ostalo, dogovaraju čak i o cenama, čime je faktički ostvarivana koncentracija.

Tabela 1. Poslovanje malih, srednjih i velikih preduzeća u privredi Srbije i u najznačajnijim industrijskim granama

	Veličin preduzeća *	Broj preduzeća	Poslovni rezultat (mln din)	Finansijski rezultat (mln din)	Neto dobit (mln din)	Gubitak (mln din)	Neto dobit u ukupnom prihodu, u %	Neto zara-de po zaposlenom	Broj zaposlenih, u 000
Privreda	ukupn	6065	136	-206	-332	430	-5.	16	169
	mala	5482	31	-	8	20	0.	10	11
	srednja	530	59	-68	-76	117	-3.	13	78
	velika	52	45	-137	-264	292	-8.	19	79
Metaloprerada	mala	135	1	-	-	-	2.	9	-
	srednja	23	6	-4	-3	4	-5.	13	4
	velika	2	10	1	-1	1	-1.	17	4
Saobraćaj. sredstva	mala	8	-	-	-	-	-21.	12	-
	srednja	5	-	-1	-1	1	-5.	12	2
	velika	2	4	-	-5	5	-5.	11	5
Električne mašine i aparati	mala	87	-	-	-	-	2.	10	-
	srednja	12	9	-7	-1	2	-2.	15	2
	velika	1	4	-4	-2	2	-4.	14	1
Proizvod. hemijskih proizvoda	mala	9	-	-	-	-	3.	8	-
	srednja	3	-	-8	-9	11	-43.	17	-
	velika	1	-1	-16	-23	23	-26.	17	2
Prerada hemijskih proizvoda	mala	67	-	-	-	-	3.	7	-
	srednja	8	6	-2	1	-	2.	23	1
	velika	1	21	-13	-	6	-0.	31	1
Gotovi tekstilni proizvodi	mala	77	-	-	-	-	0.	6	-
	srednja	19	2	-	-1	2	-3.	7	6
	velika	1	4	-1	-1	1	-2.	11	3
Prehrambeni proizvodi	mala	70	-	-	-	-	2.	10	-
	srednja	21	3	-6	-6	8	-4.	18	3
	velika	7	23	-14	-	6	-0.	26	5
Piće	mala	17	-	-	-	-	0.	6	-
	srednja	2	1	-1	-	-	-3.	20	-
	velika	1	9	-5	1	-	2.	24	1

Izvor: završni računi za 1994. godinu.

* Veličina preduzeća je određena prema sledećim kriterijumima: (1) mala: a) do 50 zaposlenih, i b) ukupan prihod < 8000*277 (prosečna bruto zarada u 1994. godini), i v) poslovna aktiva < 6000*277; (2) velika: a) preko 250 zaposlenih, i b) ukupan prihod > 40000*277, i v) poslovna aktiva > 30000*277; i (3) srednja: ostala.

Za istraživanje i klasifikaciju nesavršenih tržišta postoji veći broj kriterijuma. Jedan od najvažnijih i najranije korišćenih je broj proizvođača u datoj grani, odnosno proizvodnji datog proizvoda, kao i broj kupaca tog proizvoda³. Pokazalo se, međutim, da implicitna pretpostavka koja je u osnovi odgovarajuće klasifikacije (naime, da broj učesnika na tržištu jednoznačno određuje i njihovu ekonomsku moć) ne mora da bude, i najčešće nije, tačna, tako da je pored broja učesnika neophodno uzimati u obzir i druge pokazatelje koji pružaju

³ Odgovarajuća klasifikacija sa devet tržišnih stanja, u rasponu od potpune konkurencije do bilateralnog monopola, (H. von Stackelberg, *Marktform und Gleichgewicht*, Wien - Berlin, 1934) predstavljala je veliki doprinos ekonomskoj teoriji, i dugo je smatrana za najpotpuniju i najadekvatniju realnim tržišnim situacijama.

informacije o stvarnoj ekonomskoj snazi preduzeća na tržištu. Kao takav pokazatelj koristi se pokazatelj stepena koncentracije ponude, koji se izražava učešćem preduzeća u *outputu* (najčešće ukupnoj proizvodnji) odgovarajućeg proizvoda, odnosno grupacije, ili odgovarajućeg sektora na čijem nivou se radi analiza. Aproximativno istu informaciju pruža i učešće preduzeća u prihodu od prodaje ostvarenom u odgovarajućem privrednom sektoru (grani, odnosno grupaciji)⁴. U ovakvim analizama stepena koncentracije kao osnova se koriste tzv. K_n pokazatelji, pri čemu se za n najčešće uzima 4 ili 8, dakle posmatra se učešće 4 ili 8 najvećih proizvođača u ukupnom *outputu* u datom sektoru.

Kao empirijsku podlogu u ovoj analizi pokušali smo da damo jedan nov, malo modifikovan pristup. Naime, koristili smo uporedo podatke o učešću jednog, dva, četiri i šest najvećih preduzeća u prihodu od prodaje grupacije kao celine⁵. Dakle, radi se o pokazateljima K_1 , K_2 , K_4 i K_6 . Na taj način omogućili smo sa jedne strane prevladavanje nedostataka svojstvenih koeficijentu K_4 , koji kako je poznato u sumarnom izrazu ne omogućava uvid u strukturu najvećih proizvođača, a sa druge strane obuhvatili smo više od uobičajenih četiri proizvođača, čime smo omogućili određena sagledavanja koja se u okvirima samo četiri proizvođača ne mogu dobiti.

U analizi smo obuhvatili grupacije iz industrije, poljoprivrede i šumarstva, dakle robna tržišta u našoj privredi, koja čini ukupno 185 grupacija, na osnovu podataka iz završnih računa za 1994. godinu. Analiza je faktički rađena iterativno, da bi se omogućilo "finije" sagledavanje tzv. prelaznih stanja, odnosno onih oblika tržišta koji ne odgovaraju nekom od standardno definisanih oblika.

Iz navedenog skupa robnih grupacija, u prvoj iteraciji su izdvojeni oblici tržišne konkurencije koji su jednoznačno određeni: a) monopoli - $K_1 = 100\%$; b) duopoli - $K_2 = 100\%$, ali su proizvođači približno ravnopravni; i v) konkurencija - $K_4 < 40\%$. Preostalih 100 grupacija je, zatim, grupisano prema sličnosti strukture, na osnovu odgovarajućih koeficijenata, primenom metoda klaster analize. Sa stanovišta potreba teorijske interpretacije zadovoljili smo se sa 9 grupa. Njih možemo svrstati u četiri dodatna teorijska oblika konkurencije: kvazi monopol, kvazi duopol, oligopol i kvazi oligopol. Pored toga, evidentirano je i postojanje pet prelaznih oblika: kvazi duopol na prelazu u kvazi monopol, oligopol na prelazu u kvazi monopol, oligopol na prelazu u kvazi duopol, kvazi oligopol na prelazu u oligopol i slobodna konkurencija na prelazu u kvazi oligopol. Dakle, ukupno smo identifikovali dvanaest tipova tržišnih struktura.

U teorijskom pogledu visoko koncentrisana tržišta mogu biti ili čisto monopolska (kada se u datoj proizvodnji nalazi samo jedan proizvođač), ili u nekom od oblika oligopola (kada tržište deli nekoliko proizvođača). Prema odgovarajućim podacima samo jedan proizvođač (dakle, potencijalno čisti monopol) postoji u 26 grupacija. U šest grupacija su registrovane čiste duopolske strukture (dva približno ravnopravna proizvođača). Kvazi monopolska konkurencija (teorijski poznata pod imenom dominantna firma) postoji u osam grupacija. Prosečno učešće vodećeg proizvođača u ovoj grupi je 93,7%, pri čemu je celokupna proizvodnja pokrivena sa četiri proizvođača u 99,2% slučajeva. Kvazi (labavi) duopol je prisutan u dvanaest grupacija. Karakteriše ga relativno visoko učešće dva ravnopravna

⁴ Time se čini implicitna pretpostavka da svaka grupacija (odnosno grana) i svako preduzeće imaju homogenu proizvodnju, što naravno u stvarnosti nije i ne može biti tačno. Takva pretpostavka je, međutim, nužna zbog nepostojanja odgovarajućih podataka neophodnih za analize na nižim nivoima agregiranosti proizvodnje, i u osnovi može da zadovolji potrebe analize.

⁵ Za razliku od dosadašnjih radova (videti: "Mini stabilizacioni program - mere ekonomske politike do kraja 1993. godine", *Industrija*, broj 1/2 1993.; R.Bukvić i Hinić B.: "Mnogo ili malo monopola", *Ekonomika politika*, broj 2155, 19. juli 1993; R.Bukvić: "Tržišne strukture u industriji Srbije i problemi tranzicije", *Zbornik Zastoji u jugoslovenskoj tranziciji*, Institut društvenih nauka, Beograd, 1995) u kojima smo koristili ukupan prihod, ovoga puta smo se opredelili za prihod od prodaje roba na domaćem tržištu, kao veličinu koja realnije pokazuje položaj preduzeća na tržištu roba. Za kompleksnu procenu položaja na tržištu verovatno bi bilo najbolje koristiti obe veličine, ali bi to otvorilo određene probleme metodološkog karaktera, u koje ovom prilikom nismo hteli da zalazimo.

proizvođača. Njihovo prosečno učešće je 91,8%, a učešće većeg proizvođača 55,1%. Pored toga, identifikovana je i grupa u prelazu sa kvazi duopolskog na kvazi monopolski oblik konkurencije. U odnosu na kvazi duopol nju karakteriše relativno visoko učešće vodećeg proizvođača (78,7%). Oligopolske strukture postoje u petnaest grupacija. Prosečno učešće četiri vodeća (relativno ravnopravna) proizvođača je 98,5%.

Tabela 2. Pokazatelji koncentracije po izabranim grupama

Tip tržišta		HH*	K1	K2	K4	K6
Kvazi monopol	Prosek	0.88	93.	97.	99.	99.
	Koef. varijac.	7.67	3.	2.	1.	1.
	Minimum	0.79	88.	92.	95.	96.
	Maksimum	0.98	99.	99.	100.	100.
Kvazi duopol u prelazu u kvazi monopol	Prosek	0.65	78.	93.	98.	99.
	Koef. varijac.	9.23	5.	4.	1.	0.
	Minimum	0.56	69.	87.	95.	98.
	Maksimum	0.74	85.	99.	100.	100.
Kvazi duopol	Prosek	0.44	55.	91.	98.	99.
	Koef. varijac.	8.19	5.	4.	1.	0.
	Minimum	0.40	51.	85.	96.	98.
	Maksimum	0.50	61.	99.	99.	100.
Oligopol u prelazu u kvazi duopol	Prosek	0.48	66.	82.	95.	99.
	Koef. varijac.	8.42	6.	4.	3.	0.
	Minimum	0.42	60.	77.	91.	98.
	Maksimum	0.54	72.	88.	100.	100.
Oligopol	Prosek	0.33	46.	75.	95.	98.
	Koef. varijac.	7.15	11.	6.	2.	1.
	Minimum	0.28	35.	69.	91.	95.
	Maksimum	0.38	56.	82.	100.	100.
Oligopol u prelazu u kvazi monopol	Prosek	0.41	62.	72.	83.	90.
	Koef. varijac.	13.75	8.	5.	2.	2.
	Minimum	0.34	56.	67.	81.	88.
	Maksimum	0.50	70.	77.	87.	93.
Kvazi oligopol u prelazu u oligopol	Prosek	0.24	39.	61.	83.	92.
	Koef. varijac.	11.34	16.	5.	7.	6.
	Minimum	0.19	28.	51.	74.	81.
	Maksimum	0.30	52.	67.	95.	99.
Kvazi oligopol	Prosek	0.16	31.	49.	69.	81.
	Koef. varijac.	11.35	16.	7.	5.	8.
	Minimum	0.14	22.	42.	63.	70.
	Maksimum	0.21	40.	57.	78.	93.
Konkurencija u prelazu u kvazi oligopol	Prosek	0.12	29.	40.	55.	64.
	Koef. varijac.	11.18	12.	5.	5.	8.
	Minimum	0.11	25.	36.	50.	57.
	Maksimum	0.15	38.	43.	60.	72.
Čist duopol	Prosek	0.75	79.	100.	100.	100.
	Koef. varijac.	27.40	26.	0.	0.	0.
	Minimum	0.50	50.	100.	100.	100.
	Maksimum	0.99	99.	100.	100.	100.
Čisto monopol	Prosek	1.00	100.	100.	100.	100.
	Koef. varijac.	0.04	0.	0.	0.	0.
	Minimum	0.99	99.	100.	100.	100.
	Maksimum	1.00	100.	100.	100.	100.

- Hirschmann-Herfindahlov koeficijent.

Pored toga, evidentirana su i dva prelazna stanja: ka kvazi monopolu i ka kvazi duopolu. Ka kvazi monopolu se razvija oligopolska konkurencija u četiri grupacije. Njega karakteriše relativno visoko učešće jednog proizvođača, ali i prisustvo nekolicine slabijih konkurenata. Prelaz od oligopola ka kvazi duopolu se javlja u osam slučajeva. Učešće dva proizvođača je izuzetno visoko (prosek oko 88%), ali je praćeno prisustvom nekolicine nebeznačajnih konkurenata.

Tabela 3. Tržišne strukture u privredi Srbije

Konkurencija	Kvazi oligopol	Oligopol	Kvazi duopol	Kvazi mon.	Duopol	Monopol
Liveni, kovani i presovani proizv.; metalni instalacioni mater.; alat; <i>ekseri, vijci i ostala žičana roba</i> ; metalne građev. i druge konstrukcije; <i>roba za široku potrošnju; ostale mašine i uređaji (bez polj.); oprema za profesionalne i naučne svrhe; delovi i pribor za motorna vozila; električne mašine</i> ; sastavni delovi elektro aparata; <i>komunikacioni aparati i uređaji; merna oprema; ostali elektro aparati; kablovi i provodnici</i> ; nepomenuti elektro proiz.; <i>hemikalije (bez poljop.); boje i lakovi</i> ; ambalaža od plastičnih masa; <i>ostala prerada plastičnih masa</i> ; kamen i pesak; cigla i crep; prefabrikati; rezana građa; ambalaža od drveta; <i>građev. elementi</i> ; celuloza i papir; papirna ambalaža; ostala prerada papira; trikotažna odeća; <i>odeća; kožna obuća</i> ; ostala prerada kaučuka; mlevenje i ljušćenje žitarica; hleb i peciva	Valjani, vučeni i kovani čelik; magnezit i glina; <i>mašine za obradu metala i drveta; poljopr. mašine</i> ; rečna brodogradnja; rashladni aparati; <i>hemikal. za poljopr.; plastične mase; sredstva za pranje i kozmetički preparati</i> ; vuneno predivo i tkanina; trikotažna tkanina; krupna koža; <i>kožna i krznena konfekcija</i> ; testenine; <i>ostala prehr. proizvodnja</i> ; pivo; alkohol i piće; voćni sadni materijal	Prerada aluminijuma; kvarcni pesak; građev. tehnička keramika; elektroinst. mater.; kreč; cement; furnir i ploče; kudeljno predivo; svilene tkanine; teška konfekcija; prekrivači za pod; prerada i konzervisanje ribe; keks; kolači; <i>muzički instrumenti</i>	Prerada ostalih obojenih metala; opravka šinskih vozila; ostala saobraćajna sredstva; gumice za vozila; skrob; alkohol biljnog porekla <i>učila i fiskulturna oprema</i>	Sirovi čelik; ravno staklo; porculan i keramika za domaćinstvo; azbestni proizvodi pomorskog porekla <i>brodogradnja; sijalice i luminiscentne cevovinski destilati; šibice</i>	Ruda i koncentrat bakra i ostalih obojenih metala; ostala so; tkanine od tvrdih i likastih vlakana; duvan; lov i uzgoj divljači	Električna energija; nafta; gas i derivati; uglj; ferole-gure boksit; bakar; olovo; cink azbest; ambalažno staklo; traktori; aparati za pranje; gips; bitumenski materijal za puteve i krovove; impregnacija drveta; predivo i konac od prirodne i veštačke svile; uzgoj šuma
		Ruda i koncentrat olova i cinka; ostala prerada nemetalnih minerala; motori; bicikli; azbestno cementni proizvodi; kakao proizvodi; mineralna voda; lozni sadni materijal				

Nastavak tabele 3.

	Prerada bakra i legura bakra; ostalo staklo; metalna ambalaža; kotrljajući ležajevi; <i>energetske mašine i uređaji; građev. i rudarske mašine</i> ; šinska vozila; kamioni i specijalna vozila; termički aparati; <i>ostali aparati za domaćinstvo; lekovi i farmaceut-ske sirovine</i> ; predmeti od pruća; pamučne tkanine; čarape; poza-manterija; sitna koža i krzno; osvežavajuća pića; ribarstvo na rekama	Nepomenuti obojeni metali; <i>ostali nemetalni minerali</i> ; vatrootalni materijal; uglje-nografitni proiz. putnički automobili; veštačka i sintetička vlakna; kudeljno i laneno vlakno; predivo i konac pamučnog tipa; sintetičko krep predivo i konac; bonbone i slatkiši; ostala alkoholna pića; nakit		
Ostali metalni repromaterijal; <i>ostali hemijski proizvodi; nameštaj</i> ; drvena galanterija; rublje; <i>rublje za domaćinstvo; nepomenuti tekstilni proiz.;</i> <i>kožna galanterija; vino</i>	<i>Radio i TV prijemnici i elektro-akustični aparati</i> ; akumulatori; trikotažno rublje; rakija od voća			

Napomena: kurzivom su označene grupacije koje imaju komparativno visok nivo diversifikacije proizvodne strukture.

Tabela 4. Osnovna ekonomsko-finansijska obeležja posmatranih grupa, ukupan uzorak = 100,0

	Broj	Poslovni prihod	Poslovni rezultat	Gubitak	Zaposleni
Konkurencija	79.	52.	109.	29.	52.
Kvazi monopol	0.	1.	0.	0.	0.
Kvazi duopol u kvazi monopol	0.	2.	1.	0.	5.
Kvazi duopol	0.	1.	3.	0.	2.
Oligopol u kvazi duopol	0.	1.	6.	1.	1.
Oligopol	1.	2.	12.	0.	3.
Oligopol u kvazi monopol	0.	0.	2.	0.	0.
Kvazi oligopol u oligopol	4.	4.	24.	3.	7.
Kvazi oligopol	5.	7.	39.	10.	8.
Konkurencija u kvazi oligopol	6.	4.	17.	0.	6.
Duopl	0.	0.	0.	1.	2.
Monopol	0.	21.	-118.	52.	11.

Ovi tipovi tržišta (monopolske i duopolne situacije, i dominantna firma, kao i prelazni oblici koje smo napred identifikovali) teorijski se ubrajaju u nekonkurentna tržišta, odnosno u tržišta *neefektivne konkurencije*. Dakle, na osnovu uvida u učešće pojedinih preduzeća u prihodu od prodaje grupacije kao tržišta neefektivne konkurencije izdvojeno je 86 parcijalnih tržišta. Pored ovoga, znatan broj u Tabeli 3. označenih nehomogenih grupacija⁶ ima objektivno veći stepen koncentracije nego što pokazuju odgovarajuće vrednosti korišćenih koeficijenata što implicira njihovo približavanje ili prelazak u niži tip

⁶ Homogenost grupacija je ocenjena na osnovu diversifikacije proizvoda i tehno-ekonomskih karakteristika proizvodnje.

konkurencije. Na preostalim parcijalnim tržištima (65 grupacija) postoji jedan od oblika efektivne konkurencije - labavi oligopol (kvazi oligopol i prelaz od kvazi oligopola ka oligopolu), monopolistička konkurencija (prelaz od slobodne konkurencije ka kvazi oligopolu) ili slobodna konkurencija.

Ovde datu klasifikaciju tržišnih struktura treba, naravno, uzimati sa određenom dozom ograničenja, pošto nismo obuhvatili eventualne uticaje strane konkurencije, i stepena zaštite koji domaća proizvodnja uživa po osnovu spoljnotrgovinskih i drugih ograničenja.

Analiza stepena koncentracije tržišta, i stepena njegove monopolisanosti ima za cilj da identifikuje delove tržišta na kojima se pojavljuju (potencijalni) monopolisti i oligopolisti, i da time ukaže ekonomskoj politici na područja u kojima je potrebno sprovoditi antimonopolističke mere, odnosno sprečavati monopolsko ponašanje odgovarajućih preduzeća. Pri tome se pretpostavlja da se ova preduzeća sa šireg društvenog aspekta ponašaju neracionalno, naime da ostvaruju monopolsku dobit zahvaljujući odsustvu konkurencije, a što im omogućava da cene formiraju i drže na višem nivou nego što bi bilo moguće u uslovima postojanja konkurencije, da su u stanju da kontrolišu ponudu i time uravnotežuju ponudu i tražnju na za njih povoljnijem nivou, i dr. Takođe, smatra se da takvim svojim ponašanjem ova preduzeća posredno onemogućavaju optimalan razvoj cele privrede. Analize ovakvog tipa, međutim, u našim uslovima uglavnom nisu bile rađene, pa se i ne može dati odgovor na pitanja da li su takve pretpostavke doista realne, i da li se u privredi nešto takvo zaista i dešava. S obzirom na veoma veliki stepen koncentracije tržišta, dakle na veoma veliki stepen njegove (potencijalne) monopolizacije, značaj nepostojanja takvih analiza se višestruko uvećava⁷.

U takvim uslovima usmerenost ekonomske politike na centralizaciju u dominantnim sektorima mora se oceniti kao u najmanju ruku problematična, bez obzira na motive kojima je to obrazlagano. To je, naime, neopravdano čak i kada bi se prihvatila želja vladajućih struktura da se u ovom sektoru sačuva svojinski *status quo*, odnosno da se ne dozvoli prodor privatne svojine⁸.

U okviru teme koja je predmet razmatranja u ovom tekstu moramo se dotaći i još jednog problema koji ovde nije detaljnije razmatran. Radi se, naime, o postavljanju barijera za ulazak novih konkurenata u postojeće proizvodnje, a što se u određenim teorijskim razmatranjima tretira kao jedna od najvažnijih karakteristika mogućnosti da tržišta postanu i ostanu konkurentna⁹. Bez detaljnijeg zadržavanja na ovim pitanjima trebalo bi ovde barem pomenuti nestalnost, pa čak i direktno pogrešnu usmerenost naše ekonomske politike, koja se ogleda, pored ostalog, u čestom menjanju uslova poslovanja, što je njena višegodišnja karakteristika, u direktnom podizanju visokih barijera (kao što je bilo određivanje visokih taksa - firmarina), u suzbijanju potencijalne ili stvarne spoljne konkurencije (određivanje visokih akciza, ili najnoviji slučaj - nedavno uvođenje visokih uvoznih dažbina).

U pogledu uloge ekonomske politike u procesu formiranja oblika konkurencije postoje dva pristupa. Prvi pretpostavlja strogu neutralnost. Autonomno formiranje tržišnih oblika je, međutim, sve više dovodilo do formiranja netržišnih oblika konkurencije. Koncentrisana i nekontrolisana ekonomska moć se vrlo uspešno suprotstavljala delovanju tržišnih zakona i ograničavala praktične domete ekonomske politike. Drugi, polazeći od navedenih iskustava,

⁷ Primenom faktorske analize na skupu petnaest pokazatelja finansijskog poslovanja i na podacima iz završnog računa za 1993. godinu pokazali smo da postoji značajna razlika u ponašanju između preduzeća, odnosno grupacija, kod kojih je stepen koncentracije visok, i preduzeća, odnosno grupacija, kod kojih je stepen koncentracije manji. (Videti: Republički zavod za razvoj, *Analiza stepena monopolisanosti tržišta industrijskih i neindustrijskih sektora privrede Srbije*, Beograd, juli 1994.)

⁸ Privatizacija je etapa u procesu izgradnje tržišne privrede odnosno demonopolizacije, ali je moguća i liberalizacija bez privatizacije, koja bi naravno, mogla da zahvati i ovaj, energetski sektor. (Videti: P. Starr, "Limits of Privatization", *Prospects for Privatization*, ed. by S. H. Hanke, APS, New York, 1987, pp. 125-126.)

⁹ Teorija kontestabilnih tržišta, nastala sredinom 1970-tih godina, čak samu strukturu na odgovarajućem tržištu smatra sekundarnom, a kao primarno tretira omogućavanje slobodnog ulaska na tržište.

se zasniva na (naizgled) paradoksalnoj pretpostavci da se konkurencija mora štititi eksternim (odnosno netržišnim) metodama. Proklamovani cilj uplitanja ekonomske politike je da se izazivanjem promena u strukturi tržišta i ponašanju privrednih subjekata obezbedi viši nivo ekonomske efikasnosti i *pravednija* raspodela dohotka. U praktičnoj primeni ovaj put vodi ka, postepeno sve značajnije i dugoročno besciljnije, jačanju administrativnog uplitanja u tržišne tokove.

Rezultati analize ukazuju na globalno visok stepen koncentracije koji je objektivno, verovatno zbog prirode korišćenih podataka, i umanjen. Postavlja se pitanje kako bi ekonomska politika u takvim uslovima trebalo da se postavi. Ako se prihvati opšta orijentacija na stvaranje konkurentskih uslova koji povećavaju efikasnost potrebno je odrediti odgovarajući instrumentarijum, sektorski diferenciran, i dinamički ga razraditi kako bi mogao da bude optimalno primenjivan. Kada to kažemo imamo u vidu da je u određenim sektorima, zbog uticaja već navedenih faktora, praktično nemoguće ili bar ekonomski necelishodno usitnjavati pojedinačne tržišne potencijale. Tipičan primer je proizvodnja saobraćajnih sredstava. U takvim sektorima, s obzirom na obim nacionalnog tržišta, pozitivni efekti konkurencije ne proističu iz broja domaćih konkurenata već iz pritiska efektivne ili potencijalne spoljne konkurencije i iz nužnosti sopstvenog angažmana na svetskom tržištu (izvozna orijentacija). Upravo u ovim sektorima ekonomska politika ima posebnu odgovornost, jer se formiranje tržišne strukture ne može prepustiti delovanju isključivo tržišnih zakona. Državna regulativa je nužna ali strogo kontrolisana i usmerena na stvaranje ili simuliranje konkurentskih uslova. U sektorima u kojima nema posebnih ograničenja u smislu ekonomije obima, neophodni su stabilni uslovi privređivanja kao pretpostavka za privlačenje i uključivanje potencijalnih ulagača-proizvođača u odgovarajuću proizvodnju.

L i t e r a t u r a

1. Andrijašević, Jovan.- *Tržište i tržišne strukture u privredi Jugoslavije*, Institut društvenih nauka, Beograd, 1975.
2. R.Bukvić i Hinić B.: "Mnogo ili malo monopola", *Ekonomska politika*, broj 2155, 19. juli 1993.
3. R.Bukvić: "Tržišne strukture u industriji Srbije i problemi tranzicije", Zbornik *Zastoji u jugoslovenskoj tranziciji*, Institut društvenih nauka, Beograd, 1995.
4. Drutter, Izak.- "Tržišni aspekti koncentracije", u: Drutter, Izak; Dubravčić, Dinko; Žuljić, Stanko.- *Problemi privredne koncentracije*, Ekonomski institut, Zagreb, 1964.
5. Kaysen, C.; Turner, D. F.- *Antitrust Policy*, Harvard, 1959.
6. Scherer, Frederic M.- *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Rand McNally & Company, Chicago, 1971.
7. Stackelberg, Heinrich von.- *Marktform und Gleichgewicht*, Wien - Berlin, 1934.
8. Turner, D. F.- *Antitrust Policy - an Economic and Legal Analysis*, Harvard, 1969.
9. Horvat, Branko.- "Integriranost jugoslavenske privrede i samoupravno planiranje", *Ekonomist*, br. 2, 1969.
10. Horvat, Branko.- "Tržišna transformacija državnog preduzeća", *Ekonomika*, br. 9, 1991.
11. "Mini stabilizacioni program - mere ekonomske politike do kraja 1993. godine", *Industrija*, broj 1/2 1993.
12. *Analiza stepena monopolisanosti tržišta industrijskih i neindustrijskih sektora privrede Srbije*, Republički zavod za razvoj, Beograd, 1994.