



Munich Personal RePEc Archive

## **Institutional Aspect of Antitrust Policy**

Begović, Boris and Bukvić, Rajko

Faculty of Law, University of Belgrade, Geographical Institute  
"Jovan Cvijić" SASA

1998

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/81796/>  
MPRA Paper No. 81796, posted 06 Oct 2017 07:56 UTC

## ***INSTITUCIONALNI ASPEKTI ANTIMONOPOLSKE POLITIKE***

**Apstrakt.** U članku se razmatra aktuelna antimonopolska politika u SR Jugoslaviji. Istražene su tržišne strukture u jugoslovenskoj privredi, uzimajući u obzir stepen koncentracije i uslove ulaska. Pošto su posmatrane tržišne strukture daleko od konkurentnih, naglašena je relevantnost antimonopolske politike. Razmotren je institucionalni aspekt aktuelne antimonopolske politike (i savezne i srpske), posebno u odnosu na primenjene procedure i kriterijume. Pokazano je da savezna antimonopolska politika virtuelno ne postoji. Srpska antimonopolska politika zasnovana je na tzv. Antimonopolskoj uredbi usmerenoj na administrativnu kontrolu cena. Zaključuje se da ni savezna, ni srpska antimonopolska politika nisu primenljive i usklađene sa savremenom antimonopolskom politikom Evropske unije. Na kraju daju se uputstva za primenljivu antimonopolsku politiku.

**Ključne reči:** antimonopolska politika, actual antitrust acts, tržišne strukture, administrativna kontrola cena

### ***Uvod***

Cilj ovog rada je da, polazeći od postojećih tržišnih struktura u jugoslovenskoj privredi, razmotri i oceni institucionalne aspekte antimonopolske politike u našoj zemlji. Shodno tome, prvo će se razmotriti postojeće tržišne strukture u našoj privredi. Potom će se razmotriti postojeća pravna regulativa i njena primena, kako na saveznom, tako i na republičkom nivou. Konačno, u formi zaključka, daju se smernice za vođenje prikladne antimonopolističke politike.

### ***Tržišne strukture u privredi Srbije i Jugoslavije***

Pri istraživanju tržišnih struktura potrebno je razmotriti dva ključna elementa: koncentraciju ponude i slobodu ulaska novih konkurenata. Kao indikator koncentracije ponude u ovom radu se koristi koeficijent K4, koji pokazuje procenat učešća četiri najveća proizvođača u ukupnom prihodu posmatranog sektora.

U empirijskim istraživanjima kod nas bila je uobičajena podela tržišta prema stepenu koncentracije na sledećih pet klasa: 1) veoma visoko koncentrisana tržišta (stepen koncentracije 100%, odnosno četiri najveća proizvođača u potpunosti pokrivaju datu ponudu); 2) visoko koncentrisana tržišta (stepen koncentracije iznosi između 75 i 99%); 3) srednje koncentrisana tržišta (između 50 i 75%); 4) nisko koncentrisana tržišta (između 25 i 50%), i 5) veoma nisko koncentrisana tržišta (stepen koncentracije je manji od 25%).

---

\* Facticis, Beograd.

\*\* Republički zavod za razvoj, Beograd.

Tabela 1. Stepen koncentracije ponude u industriji 1987–1996.

Stepen koncentracije	1987.	1988.	1990.	1991.	1992.	1994.	1996.
Veoma visok (100%)	26,0	24,9	33,3	25,7	23,7	26,4	21,5
Visok (75–99,9%)	28,8	26,6	38,2	40,1	39,9	36,8	33,7
Srednji (50–74,9%)	26,0	28,2	19,4	21,0	22,5	23,6	23,8
Nizak (25–49,9%)	18,1	19,2	7,9	12,0	11,6	12,6	17,4
Vrlo nizak (do 25%)	1,1	1,1	1,2	1,2	2,3	0,6	3,5

\*) Za 1987. i 1988. godinu rezultati preuzet i od: N. Horvatin, Tržna koncentracija u industriji SFRJ u letih 1987 in 1988, Ljubljana, 1989, str. 21, i odnose se na industriju SFRJ. Za ostale godine preračun na osnovu podataka SKD, odnosno Službe za platni promet, za Srbiju.

Zapaža se veliki stepen koncentracije ponude, sa visokim učešćem prve, i naročito druge klase iz gornje klasifikacije. Koliko je ovakav stepen koncentracije veliki možda se najbolje može videti iz upoređenja sa nekom od privreda razvijenih zemalja. Prema dostupnim podacima za privredu SAD<sup>1</sup> može se načiniti zanimljivo poređenje, sa prilagođenom klasifikacijom na grupe, u odnosu na koeficijent K4.

Očigledno je da su ma kakva poređenja sa američkom privredom i u ovom pogledu praktično lišena smisla, pa zato u tom smislu gornji grafikon i ne zahteva neke posebne komentare. Znatno su relevantnija poređenja sa situacijom u bivšoj Jugoslaviji, u kojoj je privreda Srbije, kao najveća, činila nešto manje od polovine ukupnog potencijala. Kao što se vidi, u odnosu na stanje u SFRJ u 1988. godini značajno se povećalo učešće prve grupe (vrednost i koeficijenta K4 veće od 80). Ostale promene nisu bile tako izražene, izuzev možda pada učešća treće grupe (vrednosti koeficijenta K4 između 40 i 60) u 1992, mada je kasniji porast doveo ovo učešće u 1996. skoro na nivo koji je postojao u SFRJ u 1988. godini, a nešto manje i treće grupe (vrednosti koeficijenta koncentracije između 40 i 60), Učešće druge grupe (K4 između 60 i 80) se nasuprot tome u 1996. godini smanjilo.

Ako se vratimo na gore istaknutu, kod nas uobičajenu, klasifikaciju, takođe se mogu zapaziti određene promene tokom posmatranog perioda. One se ogledaju (videti tabelu 1) u znatno većem učešću druge klase (klase s visokom koncentracijom), i manjem učešću treće i četvrte klase (klasa sa srednjom i niskom koncentracijom). Učešće prve klase (sa stepenom koncentracije 100%), kako se vidi, nalazi se u tendenciji opadanja (u 1990. godini ono je, naravno, veće nego u 1987. i 1988. ali je to razumljivo, s obzirom da se posmatraju različite privrede), tako da ni porast u 1994. nije promenio opšti trend.

Četiri proizvođača pokrivaju, dakle, u potpunosti ostvareni prihod u oko jednoj četvrtini svih grupacija. U pitanju je izrazito visok stepen koncentracije, pogotovu ako se uzme u obzir i visoko učešće grupacija koje pripadaju drugoj klasi (75–99,9%), na koju otpada više od jedne trećine ukupnog broja industrijskih grupacija. To su, dakle, grupacije kod kojih je broj proizvođača veći od četiri, ali sa malim brojem izrazito velikih proizvođača, i u kojima bi se, najpre, mogle tražiti oligopolske strukture.

U teorijskom pogledu, veoma visoko koncentrisana tržišta (prva klasa iz gornje klasifikacije) mogu biti iiii čisto monopolska (kada se u datoj proizvodnji nalazi samo jedan proizvođač), iii u nekom od oblika oligopola (kada tržište deli nekoliko proizvođača). Samo jedan proizvođač postoji u 20 (u 1990. godini), odnosno nešto manjem broju grupacija u potonjim godinama. Grupacija u kojima su registrovana dva proizvođača ima takođe mnogo, i u njima se preduzeća nalaze u teorijskoj poziciji klasičnog duopola, ukoliko su približno iste snage, iii pak jedno od njih toliko dominira pa je praktično u monopolskom položaju (tzv. parcijalni monopol).

<sup>1</sup> F. M. Scherer and D. Ross, Industrial Market Structure and Economic Performance, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990.

Preostale situacije iz klase visoko koncentrisanih tržišta u najvećem broju slučajeva spadaju u tip tržišta koji je u literaturi poznat kao dominantna firma, na kojem vodeća, najjača firma ima dominantan položaj na tržištu, sa učešćem koje se najčešće određuje kao veće od četrdeset procenata. Uzimajući u obzir čiste monopole i napred navedene slučajeve duopola, postojanje dominantne firme može se identifikovati u više od osamdeset grupacija. Naravno, s obzirom da je kriterijum koji se uobičajeno primenjuje u klasifikovanju tržišta u našoj literaturi veoma blag<sup>2</sup>, dominantne firme se mogu pojaviti i na tržištima koja bi se kod nas tretirala kao srednje koncentrisana.

Navedeni tipovi tržišta (čisti monopol, uključujući i duopolne situacije, i dominantne firme) ubrajaju se, teorijski, u nekonkurentna tržišta, odnosno u tržišta nedelotvorne konkurencije. u strožim razmatranjima njima bi trebalo pridružiti i tzv. čvrsti oligopol, u kojem četiri vodeće firme pokrivaju više od 60% tržišnog učešća, ali među njima nema dominantne firme. Ovakva situacija postoji dalje u preko 30 industrijskih grupacija.

Na osnovu gornjeg kriterijuma (stepen koncentracije proizvodnje) dobija se da tržišta nedelotvorne konkurencije obuhvataju čak 140 industrijskih grupacija, iii oko 80% od njihovog ukupnog broja. U preostalim grupacijama (svega 33, iii oko 20%) postoji jedan od oblika efektivne konkurencije – labavi oligopol, monopolistička konkurencija iii potpuna konkurencija.

Uočenoj koncentraciji ponude u domaćoj privredi treba pridodati nalaze o barijerama ulasku novih konkurenata koje se u najvećem broju grana jugoslavenske privrede mogu označiti kao brojne i veoma značajne.<sup>3</sup>

### ***Antimonopolska politika - stanje regulative i pravci prilagođavanja***

Nužnost izgradnje i razvoja konkurentne privrede, posebno s obzirom na uočenu nekonkurentnu strukturu tržišta u našoj zemlji, zahteva da se posebna pažnja posveti antimonopolskoj regulativi. Sadašnje stanje u toj oblasti kod nas, međutim, nije zadovoljavajuće, i to kako prema usmerenosti odgovarajućih propisa, tako i uzimajući u obzir doslednost u njihovim rešenjima i dubinu njihovog zahvata. Sve to upućuje na nužnost prilagođavanja antimonopolske regulative, njenog osavremenjavanja i konačnog stavljanja u funkciju izgradnje otvorene, konkurentne i na tržišnim kriterijumima zasnovane privrede. Ali ne samo to – nužnost ovakvog prilagođavanja antimonopolske regulative proističe i iz potrebe harmonizovanja privredno-pravnih propisa naše zemlje sa odgovarajućim propisima Evropske unije, a što je jasno izloženo u tzv. Beloj knjizi o pripremanju pridruženih zemalja centralne i istočne Evrope za integraciju u interno tržište Evropske unije, od 3. maja 1995. godine. U toj knjizi je, u okviru tzv. prvog talasa prilagođavanja, eksplicitno navedena i konkurencija, što je potpuno razumljivo jer pravo konkurencije predstavlja jedan od stožera pravnog sistema Unije.

Trenutno antimonopolsku regulativu u Srbij i u Jugoslaviji čine Antimonopolski zakon na saveznom<sup>4</sup> i tzv. Antimonopolska uredba na republičkom nivou<sup>5</sup>. Pri tome, treba naglasiti da

---

<sup>2</sup> Tako se napr. u Americi često koristi sledeća Kejsenova podela: 1) koncentrisana tržišta (koeficijent koncentracije iznosi 50% ili više), 2) umereno koncentrisana tržišta (koeficijent koncentracije iznosi između 25 i 50%), i 3) nekoncentrisana tržišta (koeficijent koncentracije je manji od 25%).

<sup>3</sup> B.Begovic i R. Bukvic: Competition policy in FR Yugoslavia: facts and fallacies, USAID Conference "Challenges and Opportunities for the Transition in FR Yugoslavia, Belgrade, November 1997.

<sup>4</sup> Antimonopolski zakon, Službeni list SRJ, br. 29, 1996.

<sup>5</sup> Uredba o merama za sprečavanje i otklanjanje poremećaja na tržištu izazvanih zloupotrebom monopolskog položaja, Službeni glasnik RS, br. 8, 1995, sa izmenama i dopunama: br. 42, 1995 i

se Zakon još uvek ne primenjuje, i da je, relativno nedavno, doneta uredba kojom se predviđa obrazovanje Antimonopolske komisije<sup>6</sup>. Zbog svega navedenog, o odredbama Zakona mora se govoriti uslovno, jer njegovi efekti treba da uslede nakon određenog perioda primenjivanja, a posebno treba sačekati da se vide rezultati rada Antimonopolske komisije.

Antimonopolski zakon najpre definiše pojmove monopolskog i dominantnog položaja na tržištu, i to na sledeći način: monopolski položaj na tržištu irna privredni subjekt koji u trgovini, odnosno proizvodnji određene robe ili u vršenju usluga na jedinstvenom tržištu nema konkurenciju (član 2, stav 1), a dominantni položaj na tržištu ima privredni subjekt koji u trgovini, odnosno proizvodnji određene robe ili u vršenju usluga nema znatniju konkurenciju (član 2, stav 2.), kao i najčešće oblike zloupotrebe monopolskog i drugog dominantnog položaja (član 3) i zaključivanja monopolističkih sporazuma, kojima se narušava konkurencija (član 4). Zakon je propisao osnivanje antimonopolske komisije, koja utvrđuje postojanje dominantnog položaja privrednog subjekta na tržištu i postojanje monopolističkog sporazuma (član s, stav 2), kao i mere zaštite od zloupotrebe monopolskog, odnosno dominantnog položaja, i kaznene mere za slučaj da se utvrdi postojanje tih zloupotreba, uključujući i rešenje o privremenoj zabrani obavljanja prometa određenom robom.

Zakonom su bliže precizirani postupci kojima se narušava konkurencija i izazivaju poremećaji na tržištu radi sticanja materijalne koristi i drugih pogodnosti, a na štetu drugih privrednih subjekata i potrošača, i to su: povećanje cena iznad prosečnog rasta cena na domaćem tržištu ili iznad odgovarajućih svetskih cena; povećanje marže i troškova trgovine pri uvozu roba za koje je smanjna carina, druge uvozne dažbine i porez na promet iii za domaću robu koja je oslobođena poreza na promet; obustavljanje ili ograničavanje proizvodnje i prometa; primena nejednakih uslova prilikom zaključivanja istih poslova sa različitim privrednim subjektima; uslovljavanje prihvatanja dodatnih obaveza u ugovoru sa drugim privrednim subjektima u vezi sa predmetom ugovora.

Pod monopolističkim sporazumom se, prema Antimonopolskom zakonu, podrazumeva sporazum o: podeli i zatvaranju tržišta; neposrednom ili posrednom utvrđivanju cena; obustavi ili ograničavanju obima proizvodnje, odnosno prodaje; prodaji robe isključivo ili pretežno određenom kupcu ili preko njega; prodaji robe samo na određenom delu tržišta; odricanju, sprečavanju ili ograničavanju prave prodaje i kupovine, uvoza i izvoza; uvozu i izvozu robe isključivo iii pretežno preko određenog privrednog subjekta.

Nasuprot Zakonu, republička Uredba o merama za sprečavanje i otklanjanje poremećaja na tržištu izazvanih zloupotrebom monopolskog položaja, iako doneta kao privremena, na osnovu Zakona o merama za otklanjanje i ublažavanje posledica primene sankcija međunarodnih organizacija, primenjuje se već više od dve godine, pa se o rezultatima njene primene može govoriti znatno određenije. Uredbom su takođe definisani monopolski i dominantni položaj na tržištu, s tim što je postojanje dominantnog položaja ovde dato znatno određenije: pored nepostojanja znatnije konkurencije da bi se govorilo o dominantnom položaju na tržištu potrebno je da udeo ovog proizvođača za određenu robu na tržištu bude veće od 40%. Treba naglasiti da je ovo rešenje blisko teorijskim razmatranjima problema, i da je naravno po prirodi značajno operativnije od uopštenog rešenja iz saveznog Zakona. Pored monopolskog i dominantnog položaja, Uredbom se definiše i špekulacija, i to kao sticanje neosnovane imovinske koristi izazivanjem poremećaja u snabdevanju tržišta iii neopravdanim povećanjem cena.

Kao zloupotreba monopolskog i dominantnog položaja u Uredbi su određeni brojni akti

---

34, 1996.

<sup>6</sup> Uredba o obrazovanju Antimonopolske komisije, Službeni list SRJ, br.44, 1997.

i radnje (stvaranje veštačkih nestašica, obustava ili smanjenje obima proizvodnje, sporazumevanje o cenama, otežavanje ili onemogućavanje kupovine robe, nametanje nejednakih uslova kupcima i dr.), koji se svi po odredbama ove Uredbe smatraju ništavnim. Uredbom je predviđeno da Vlada Republike Srbije obrazuje Komisiju koja će utvrditi privredne subjekte koji imaju monopolski, odnosno dominantan položaj na tržištu. Ova Komisija je obrazovana veoma brzo<sup>7</sup>, da bi posle oko pola godine (verovatno kao rezultat rada ove komisije) došlo do izmena i dopuna Uredbe.

Ovim izmenama i dopunama predviđeno je da Komisija pored do tada predviđenih zadataka prati i cene proizvoda i usluga koji su dati u Spisku odštampanom uz Uredbu, dok je za svako povećanje cena proizvoda i usluga sa tog spiska odgovarajući privredni subjekat dužan da pribavi saglasnost ministarstva nadležnog za poslove trgovine<sup>8</sup>, a od dopuna Uredbe iz avgusta 1996. godine ovom obavezom obuhvaćeno je i obavezno osiguranje motornih vozila.

U kritičkom sagledavanju i razmatranju postojeće antimonopolističke regulative kod nas najpre treba istaći njene generalne nedostatke. Oni su dvojakog karaktera: 1) u postojećoj regulativi se ne pravi razlika između regulacije prirodnih monopola i zaštite (odnosno razvijanja) konkurencije na konkurentskim tržištima, što je našlo konkretnog izraza u obavezi traženja saglasnosti za povećanje cena, koja važi i za prirodne monopole (komunalne usluge, npr.) i za proizvođače na konkurentskim tržištima, i 2) postojeća regulativa uopšte ne tretira problem (horizontalnih) integracija, kojima se u antimonopolskoj politici razvijenih zemalja poklanja izuzetno velika pažnja, budući da se njima direktno smanjuje konkurencija. Dok se gore navedeno ipak odnosi na sam domen antimonopolističke regulative, jedan drugi krupan problem od znatno je šireg uticaja i značaja, a tiče se (podele) nadležnosti u okviru federacije. Iako je taj problem stariji od ove države, ipak ne znači da ga novim propisima treba produbljivati, kao što se to čini ovim zakonom i uredbom.

Iako su i pomenuti problemi sasvim dovoljni da u potpunosti diskredituju postojeću antimonopolističku regulativu, ovde će ipak biti dat nešto detaljniji osvrt na njene karakteristike, iz razloga što se time daju i pravci nove, adekvatne regulative, usklađene sa potrebama stvaranja moderne, adekvatne regulative usklađene sa potrebama stvaranja moderne tržišne privrede i usaglašavanja sa odgovarajućom regulativom u evropskim zemljama.

Republička uredba svedena je, kao što je rečeno, na neposrednu kontrolu cena, i to na njen lošiji oblik (davanje saglasnosti pojedinačnim preduzećima), što, s jedne strane,

---

<sup>7</sup> Odluka o imenovanju Komisije za određivanje privrednih subjekata koji imaju monopolski, odnosno dominantni položaj na tržištu, Službeni glasnik RS, br. 9, 1995.

<sup>8</sup> Spiskom je obuhvaćen veliki broj proizvoda i usluga: proizvodnja i distribucija električne energije i proizvodnja uglja; prerada uglja, proizvodnja nafte i gasa i naftnih derivata, proizvodi crne metalurgije i proizvodnje i prerade obojenih metala; prerada nemetalnih minerala, deo proizvoda metaloprerađivačke delatnosti, mašingradnje i proizvodnje saobraćajnih sredstava; proizvodnja električnih mašina i aparata: proizvodnja baznih i prerada hemijskih proizvoda; proizvodnja građevinskog materijala; proizvodnja rezane građe; proizvodnja i prerada papira: proizvodnja tekstilnih prediva i tkanina; prerada kaučuka; proizvodnja prehrambenih proizvoda; proizvodnja pica, proizvodnja stočne hrane, proizvodnja i prerada duvana, kao i određena proizvodnja iz drugih privrednih oblasti (poljoprivreda i ribarstvo, šumarstvo, saobraćaj i veze i stambeno komunalne delatnosti i uređenje naselja i prostora). Obavezom traženja saglasnosti za povećanje cena obuhvaćeno je ukupno oko 45% svih proizvoda i usluga koje se prate u kretanju cena na malo, odnosno oko 55% svih proizvoda u industriji. Treba, međutim, istaći da Komisija nije odredila privredne subjekte koji imaju monopolski, odnosno dominantni položaj na tržištu, što joj je bio zadatak iz Odluke kojom je ona imenovana, već su ovim izmenama i dopunama Uredbe određene privredne grane, odnosno grupacije čija preduzeća moraju da za povećanje cena traže pomenutu saglasnost.

povećava troškove administriranja, a s druge omogućava nadležnom državnom organu da se diskriminatorski odnosi prema pojedinačnim proizvođačima. Uopšteno posmatrano, naravno, čak i ako do ovog ne bi dolazilo, veoma su diskutabilni efekti kontrole cena, i na samo kretanje cena, a posebno na potrebu razvijanja konkurencije.

Opređenje da se antimonopolska regulativa koristi kao zamena za kontrolu cena, međutim, nema uporište u empirijskim saznanjima o uticaju tržišnih struktura na kretanje cena, i na međusobne odnose cena u privredi. Empirijske analize, iako ne tako česte i iscrpne, pokazale su, naime, da takav uticaj nije postojao, i to kako u privredi bivše Jugoslavije<sup>9</sup>, tako i u najnovijem periodu<sup>10</sup>. Pri tome je posebno čudno što je pomenuta Analiza Republičkog zavoda za razvoj korišćena od strane Republičke Antimonopolske komisije, tako da je potpuno nejasno kako se došlo do jedne takve mere kao što je kontrola cena.

Nedoslednosti u pravljenju spiska proizvoda i usluga koji su obuhvaćeni obavezom traženja saglasnosti za promene cena predstavljaju dalji veoma krupan nedostatak antimonopolske regulative, koji je potpuno nezavisan od pomenutog opšteg konceptualnog pitanja da li se u ovom domenu treba primenjivati kontrola cena. Na ovom spisku se, naime, nalazi i proizvodnja stočne hrane, npr., kod koje se koeficijent koncentracije ponude kretao na nivou od oko 40%, i u kojoj je registrovano oko 100 proizvođača, tako da se ova proizvodnja u našim uslovima mora smatrati kao izrazito konkurentna. Nasuprot tome, na drugom polu se nalazi npr. proizvodnja nameštaja od drveta, koja je u bivšoj Jugoslaviji (prema stanju iz 1988. godine) bila najkonkurentnija industrija (sa koeficijentom koncentracije od 19%, i sa skoro 140 proizvođača), ali kod koje je u uslovima nove Jugoslavije došlo do velikog porasta koncentrisanosti ponude (koeficijent K4 bio je u 1992. preko 62%, da bi tek u poslednjoj posmatranoj, 1996. godini opao na 52%), iako se i broj proizvođača značajno povećao (1992. bilo ih je 190, a 1996. čak 276, prema broju organizacija koje su podnele završne račune). Pri tome, na najvećeg proizvođača otpadalo je skoro 50% ukupne domaće ponude (tačnije, 49% u 1992), tako da bi se on mogao označiti kao dominantan proizvođač, pored ostalog i prema kriterijumu iz Uredbe. U okviru ove proizvodnje na prvog (najvećeg) proizvođača dolazilo je u 1995. godini: kod proizvodnje spavaćih soba 95,9%; kod regala 35,2%; kod tapaciranih fotelja 58,9%, kod dvoseda, troseda i sl. 68,7% ukupne proizvodnje<sup>11</sup>. Međutim, za razliku od proizvodnje stočne hrane, koja je obuhvaćena obavezom traženja saglasnosti za promene cena, proizvodnja nameštaja od drveta nema takvu obavezu.

Najzad, treba naglasiti da uvođenje kontrole cena kao mere antimonopolske politike u vidu traženja saglasnosti na cene, a čiji zahtev mora prema Uredbi biti rešen u roku od 15 dana, rezultira sa bar tri jasne (i nepovoljne) posledice:

- Značajno se povećavaju transakcioni (administrativni) troškovi svake (zahtevane) promene cena;

- Uz pretpostavku da nadležno Ministarstvo ne primenjuje diskriminatorski pristup prema proizvođačima istog proizvoda, time se proizvođači motivišu da se eksplicitno ili implicitno dogovaraju o cenama (da bi obezbedio saglasnost na tražene cene sa kojima podnosi odgovarajući zahtev, proizvođač će radi efikasnosti u postupku – radi što bržeg dobijanja saglasnosti – tražiti cenu koja je već odobrena drugom proizvođaču, ili koju je drugi proizvođač zahtevao od ministarstva);

- Proizvođači su zbog procedure odlučivanja o cenama (rok iz Uredbe je 15 dana) praktično prinuđeni da manipulišu ponudom, u očekivanju dobijanja saglasnosti na tražene

<sup>9</sup> Videti npr. J. Prašnikar. Teorija i praksa organizacije udruženog rada, Zagreb, 1983, str. 61.

<sup>10</sup> Analiza stepena monopolisanosti tržišta industrijskih i neindustrijskih sektora privrede Srbije, Republički zavod za razvoj, Beograd, 1994.

<sup>11</sup> Podaci Saveznog zavoda za statistiku o fizickom obimu proizvodnje u SR Jugoslavije.

cene. A upravo su stvaranje vetačkih nestašica, obustava ili smanjenje obima proizvodnje, prodaje robe ili vršenja usluga tipični za zloupotrebe monopolskog i dominantnog položaja, i kao takvi definisani i u Uredbi.

### ***Zaključak***

Postojeća antimonopolistička regulativa u Srbiji, odnosno Jugoslaviji, potpuno je neadekvatna, kako sa stanovišta potreba koje zemlji nameće izgradnja moderne, tržišne privrede, tako i sa stanovišta usaglašavanja sa odgovarajućom regulativom u zemljama Evropske unije. Imajući u vidu da su, pored toga, njome produbljeni (već postojeći) problemi oko podele nadležnosti u okviru federacije, nameće se potreba njenog što hitnijeg stavljanja van snage postojeće i pristupanja izgradnji savremene, adekvatne antimonopolističke regulative, sa odgovarajućom institucionalnom infrastrukturom, koja će garantovati njeno sprovođenje.

Precizno definisanje procedura i kriterijuma donošenja odluka predstavlja okosnicu takve regulative. Bogato iskustvo razvijenih zemalja pruža solidnu osnovu za definisanje prikladne antimonopolističke regulative.

### ***Literatura***

- Analiza stepena monopolisanosti tržišta industrijskih i neindustrijskih sektora privrede Srbije, Republički zavod za razvoj, Beograd, 1994.
- Begovic, B. i R. Bukvic. Competition policy in FR Yugoslavia: facts and fallacies, USAID Conference "Challenges and Opportunities for the Transition in FR Yugoslavia, Belgrade, November 1997.
- Horvatin, N. Tržna koncentracija v industriji SFRJ v letih 1987 in 1988, Ljubljana, 1989.
- Odluka o imenovanju Komisije za određivanje privrednih subjekata koji imaju monopolski, odnosno dominantni položaj na tržištu, Službeni glasnik RS, br. 9, 1995.
- Prašnikar, J. Teorija i praksa organizacije udruženog rada, Zagreb, 1983.
- Scherer, F. M. and D. Ross. Industrial Market Structure and Economic Performance, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990.
- Uredba o merama za sprečavanje i otklanjanje poremećaja na tržištu izazvanih zloupotrebom monopolskog položaja, Službeni glasnik RS, br. 8, 1995, sa izmenama i dopunama: br. 42, 1995 i 34, 1996.
- Uredba o obrazovanju Antimonopolske komisije, Službeni list SRJ, br.44, 1997.

**Boris BEGOVIĆ i Rajko BUKVIĆ**

### ***INSTITUTIONAL ASPECT OF ANTITRUST POLICY***

**Abstract.** English Abstract: The paper deals with the actual antitrust policy in FR Yugoslavia. Market structures of Yugoslav economy are examined, taking into account both concentration ratio and entry conditions. Since observed market structures are far from



competitive, the relevance of antitrust policy is stressed. The institutional aspect of the actual antitrust policy (both Federal and Serbian) is examined, particularly regarding applied procedures and criteria. It is demonstrated that federal antitrust policy virtually does not exist. Serbian antitrust policy is based on the Decree focused to administrative price control. It is found that both Federal and Serbian antitrust policy are not appropriate and not consistent with modern approach in the EU. Guidelines for appropriate antitrust policy are outlined.

**Keywords:** antitrust policy, aktuelno zakonodavstvo, market structures, administrative price control