

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA NOVI SAD

EKONOMIKA EVROPSKE UNIJE

POLITIKA KONKURENCIJE



- **Konkurencija na slobodnom tržištu pruža najšire poslovne mogućnosti za sve učesnike i obezbeđuje najbolju alokaciju resursa. Na ovaj način, konkurencija poboljšava efikasnost upotrebe faktora proizvodnje.**

- **Evropska unija ima sopstvena pravila za ponašanje na tržištu. Ona se odnose na:**
 - 1. Ograničenje konkurencije,**
 - 2. Zloupotrebu dominantnih položaja**
 - 3. Državnu pomoć.**

Značaj politike konkurencije još više je istaknut Programom jedinstvenog tržišta, koji je završen 1992. godine.

- Politika konkurencije **predstavlja spoj dva suprotna podsticaja**>
 1. **Zalaganje za koncentraciju poslovanja**, koja dovodi do racionalizacije proizvodnje i ostvaruje koristi od ekonomije obima.
 2. **Politika protiv trustova koja sprečava monopolizaciju**, i kroz povećavanje konkurencije, istovremeno povećava blagostanje. Politika konkurencije ne štiti pojedinačne konkurente, već sam proces konkurencije.

- Jedan od najuočljivijih početnih efekata međunarodne ekonomske integracije jeste **poboljšanje efikasnosti u upotrebi faktora** zahvaljujući povećanoj konkurenciji na širem tržištu.

- Konkurentnost preduzeća ima dva aspekta: **nacionalni i međunarodni**. U oba slučaja, **konkurentno preduzeće je ono koje može da stvara profit, a da nije zaštićeno i/ili subvencionisano**. Roba i usluge jedne zemlje su međunarodno konkurentne ako mogu da podnesu konkurenciju na svetskom tržištu, a da istovremeno građani te zemlje zadržavaju isti ili povećavaju svoj prosečni životni standard.

Postoje tri koncepta konkurentnosti.

Konkurentnost troškova se odnosi na razliku (tj. profit) između prodajne cene robe i troškova za njenu proizvodnju.

Preduzeće ima proizvod koji je **cenovno konkurentan**, ako takav proizvod može da parira proizvodima drugih preduzeća po svim karakteristikama, uključujući i cenu.

Relativna rentabilnost postoji u slučaju diskriminacije cena (npr. na domaćem i stranom tržištu). Tada različite marže profita na tim pojedinačnim tržištima ukazuju na relativnu rentabilnost.

Dok je konkurencija u robi manje ili više globalna, **konkurencija u mnogim uslugama je lokalnog karaktera.**

Veliki deo konkurentske delatnosti u industrijskim proizvodima uključuje komponentu cene, dok konkurencija u mnogim uslugama ima prvenstveno necenovnu dimenziju. Reputacija i prošlo iskustvo u oblasti usluga često igraju presudnu ulogu pri donošenju odluke o izboru dobavljača izvesnih vrsta usluga

Konkurentnost robe i usluga jedne zemlje može se povećati obezvređivanjem domaće valute i/ili smanjenjem zarada. Međutim, najzdraviji način za povećanje konkurentnosti jeste **povećanje produktivnosti.**

- Konkurentnost se ne vezuje samo za udeo na tržištu, već, budući da je dinamična pojava, i za relativan rast produktivnosti, inovacije, istraživanje i razvoj, veličinu i kvalitet akcijskog kapitala, mobilnost resursa, operativnu kontrolu, uspeh u izmeštanju nerazvijenih sektora poslovanja, obrazovanje rukovodstva, obučavanje radne snage, podsticaje i slično.

Uticao konkurencije nije ograničen samo na cene i troškove. **Konkurencija takođe donosi i druge povoljne efekte.** Ona podstiče tehnički napredak, proširuje potrošačev izbor, poboljšava kvalitet robe i usluga, a takođe i racionalizuje organizaciju preduzeća.

Inovacije ne menjaju samo način proizvodnje robe i usluga, već i naše vrednosti i način na koji živimo.

INOVACIJE

- pronalazak (otkriće nečeg novog),
- inovacija (komercijalna upotreba pronalaska) i
- širenje.

Ako firme inoviraju (tj. ostvaruju svoje tehnološke sposobnosti za razvoj, proizvodnju i prodaju roba i usluga) i zbog novih okolnosti (integracija) uvode nove tehnologije i nove robe/usluge, kako bi sačuvale ili unapredile svoj položaj na tržištu, onda **može doći do povećanja efikasnosti**

Inovacija menja skup faktora koji se koriste u proizvodnji i/ili potrošnji robe i usluga. Obično inovacija donosi smanjenje neophodne količine faktora za proizvodnju robe ili usluge



- **Inovacije konstantno menjaju način kombinovanja faktora u procesu proizvodnje**, tj. tehnologija. Ove promene mogu se kretati od beznačajnih do revolucionarnih i imati sledeća četiri nivoa
- **rastuće inovacije** - svaka pojedinačna inovacija je mala, ali je zato njihov kumulativni efekat velik;
- **radikalne inovacije** - nepovezani (prekinuti) događaji, kao što je razvoj novog (plastičnog) materijala ili novog izvora energije;
- **promene tehnološkog sistema** utiču na privredni sektor i industrije unutar njega; to su u devetnaestom veku bile promene vezane za hemijsku industriju; i
- **tehnološka revolucija** menja celokupnu tehnoeкономsku paradigmu.



INTRAINDUSTRIJSKA TRGOVINA

- Konkurencija preduzeća iz partnerskih zemalja nije istisnula iz poslovanja preduzeća u zemljama EU. Umesto toga, mnoga od njih su, dugo godina, neprestano povećavala svoje poslove. Ona su se specijalizovala za određene linije proizvodnje koje zadovoljavaju različite vidove potražnje u celoj EU. Stoga, dolazi do trgovine u ovim diferenciranim proizvodima. U teoriji, ova pojava poznata je kao **intraindustrijska trgovina**. U principu, diferencijacija proizvoda nastoji da dominira specijalizacijom proizvoda u unutrašnjoj trgovini EU.
- Snažne reklamne kampanje stvaraju svest o 'razlikama' među, u osnovi, veoma sličnim ili istim proizvodima (na primer, automobili, sapuni ili televizijski aparati). Pored toga, veliki deo intraindustrijske trgovine odnosi se na razmenu delova i komponenti.


Kako se dohodak potrošača povećava, oni više nisu zadovoljni sa identičnim ili standardizovanim proizvodima, već traže i plaćaju različite varijante istog osnovnog dobra, obično prilagođenog njihovim individualnim potrebama.

Intraindustrijska trgovina odnosi se na trgovinu diferenciranim proizvodima. Ovo nastaje onda kada jedna zemlja istovremeno izvozi i uvozi proizvode (gotove ili polugotove) koji za potrošače predstavljaju bliske supstitute. Diferencijacija proizvoda počinje kada se dodaju različite karakteristike osnovnom dobru ili komponenti. Sve ovo još više ističe snažna reklamna kampanja. Dakle, koristi od trgovine diferenciranom robom mogu se ostvariti kroz povećanje potrošačevog izbora.

Jedna od najistaknutijih osobina liberalizacije trgovine u EU bio je porast intraindustrijske trgovine praćen skromnim troškovima prilagođavanja

Utvrđeno je da **podsticaji za intraindustrijsku trgovinu** potiču od relativnog nivoa dohotka po glavi stanovnika i veličine zemlje, diferencijacije proizvoda, učesća u projektima regionalne integracije, zajedničkih granica, kao i sličnog jezika i kulture.

Negativan uticaj na ovaj vid trgovine dolazi od standardizacije (smanjenja izbora više potrošača), udaljenosti između država (što povećava trošak informacije/usluge neophodne za trgovinu diferenciranim proizvodima) i trgovinskih barijera koje redukuju sve tokove razmene



POLITIKA KONKURENCIJE I EU

- Prema Ugovoru iz Rima ne bi trebalo da postoje barijere na unutrašnju trgovinu.
- Sloboda kretanja robe, usluga, ljudi i kapitala (četiri vrste sloboda) sadržana je u članu 3 Rimskog ugovora.
- EU ne toleriše nikakvu diskriminaciju na osnovu nacionalnosti (član 6).
- Unutrašnje tržište Unije definisano je u članu 7a Ugovora kao oblast bez unutrašnjih granica u okviru koje je zagarantovano slobodno kretanje roba, ljudi, usluga i kapitala. Upravo ova odredba trebalo je da ukine nacionalne barijere na unutrašnju trgovinu i obezbedi veoma liberalna pravila konkurencije za stanovnike EU.
- Sloboda kretanja roba razrađuje se u članovima 9-37.
- Slobodno kretanje ljudi, usluga i kapitala regulisano je članovima 48-73.
- Odredbe o nacionalnom porezu ne smeju diskriminisati robu koja potiču iz ostalih država članica EU (članovi 95-99).
- Uz to, član 130 zahteva kako od Unije, tako i od zemalja članica da obezbede neophodne uslove za konkurentnost evropske industrije. Ovo se odnosi na nacionalnost koja pripada EU.

- Dva člana Ugovora iz Rima određuju postupke *preduzeća*:
- Član 85 odnosi se na ograničenje konkurencije, dok
- član 86 zabranjuje zloupotrebu dominantnog položaja preduzeća.

- *Vlade* takođe mogu ugroziti proces konkurencije. To se dešava u slučaju **državne pomoći (subvencija)**. Ovo pitanje uređeno je članom 92. Državna pomoć koja prelazi određeni nivo mora se prijaviti Komisiji koja ispituje zakonitost i kompatibilnost te pomoći sa ciljevima EU.

Postoje barem dva razloga za spoljašnje otvaranje EU u cilju jačanja konkurencije:

Prvo, unutrašnja trgovina EU je uglavnom trgovina diferenciranim proizvodima (intraindustrija).

Drugo, deo unutrašnje trgovine odvija se između filijala jedne transnacionalne korporacije.

Potreban je konkurentski pritisak izvan EU da ublaži ovu oligopolističku strukturu i poveća konkurentnost kako tradicionalnih industrija, tako i novih koje se razvijaju

Kako bi izvršio svoju dužnost čuvara Ugovora iz Rima, Savet ministara je izdao Uredbu br. 17/62 (1962). **Komisija ima pravo za zatraži relevantne informacije od svih preduzeća, njihovih udruženja i država članica.**

Sve dok ne dobije tražene informacije, Komisija može da odredi dnevnu novčanu kaznu u iznosu do 1 000 ekija.

Komisija takođe ima ovlašćenje da ispita slučaj, što uključuje, između ostalog, i 'prepade' (nenajavljene posete) u prostorije umešanih strana.

Inspektori mogu da provere knjige, račune, poslovne izveštaje, da načine kopije dokumenata i da zahtevaju davanje informacija. Međutim, **sve ovo se može sprovesti samo uz odobrenje preduzeća koje se posećuje, jer inspektorima nije dozvoljeno da upotrebe silu.** Budući da dobavljene informacije mogu da sadrže poslovne tajne, Komisija ih može upotrebiti isključivo u cilju ispitivanja datog slučaja. **Ako se utvrdi da je došlo do kršenja pravila, Komisija može kazniti krivca/krivce.** Maksimalna kazna iznosi 10 posto od ukupnog godišnjeg prometa datog preduzeća.

OGRANIČENJE KONKURENCIJE

- Član 85 Ugovora iz Rima zabranjuje 'kao nekompatibilne (nesaglasne) sa zajedničkim tržištem' sve eksplicitne i implicitne, kao i horizontalne i vertikalne sporazume (tajne dogovore) između preduzeća, koji mogu imati negativan uticaj na unutrašnju trgovinu EU 'i čiji je predmet ili cilj sprečavanje, ograničenje ili iskrivljavanje konkurencije na zajedničkom tržištu', osim ako ne postoji odobrenje Komisije EU.

Privatne prakse koje ograničavaju konkurenciju prema ovom članu uključuju:

- direktno ili indirektno određivanje cena i ostalih uslova razmene;
- ograničenje ili kontrolu proizvodnje, tržišta, tehničkog razvoja, ili ulaganja;
- deljenje tržišta;
- primenu nejednakih uslova u jednakim transakcijama sa različitim klijentima; i
- spajanje ugovora koji nisu povezani sa transakcijama.




- Već duže vreme uočava se, barem u manjim zemljama evropskog kontinenta, da postoji izvesna potreba za koncentracijom poslovanja. Stoga **član 85 (3) utvrđuje izuzetke od opštih pravila konkurencije.**
- Njegova primena često se zasniva na političkom kompromisu. Otuda potencijalna opasnost (nesigurnost) koja potiče od nedostatka transparentnosti.
- **Dogovor, odluka ili praksa mogu biti proglašeni saglasnim sa zajedničkim tržištem, ako doprinose poboljšanju proizvodnje ili distribucije robe, ili promovisanju ekonomskog ili tehničkog napretka, 'istovremeno omogućavajući potrošačima fer udeo u dobiti koja sledi'.**



- Kontrola **fuzionisanja i akvizicije preduzeća unutar EU** ima sedam faza, koje se često preklapaju. To su:
 1. diskusije pre notifikacije (praksa kojom se učesnici na tržištu obavezuju da sporazume koji bi mogli da ograniče konkurenciju na unutrašnjem tržištu prethodno prijave Komisiji, prim.prev.),
 2. notifikacija,
 3. ispitivanje (istraga),
 4. pregovori,
 5. odluka,
 6. politička procena i
 7. sudska kontrola.

Prednost ovog postupka EU u poređenju sa prethodnim i ostalim jurisdikcijama (nadležnostima) je u tome što je on:

- brz (većina slučajeva rešava se u roku od mesec dana),
 - fleksibilan (budući da diskusije pre procesa notifikacije rešavaju pitanje neophodnih informacija za donošenje odluke), i
 - ima 'sve na jednom mestu' (Komisija je jedino telo koje je zaduženo za primanje notifikacija, ispitivanje i odluku).
- 

- **Komisija može da odobri fuziju preduzeća**, da je pročisti postavljajući određene uslove, ili da je spreči. Iako je postupak EU pojednostavljen, on ima bar jednu slabost: nedostatak transparentnosti. Komisija ima prilično neograničen manevarski prostor u procesu donošenja odluka.
- Izuzeća od pravila konkurencije EU moguća su po članu 85 (3) Ugovora iz Rima.
- **Da bi se odobrilo izuzimanje, određeno preduzeće mora pokazati da prednosti koje proizlaze iz dogovora prevazilaze efekte koji su štetni po konkurenciju.** Preduzeća moraju dokazati Komisiji da poslovni dogovor unapređuje proizvodnju i/ili distribuciju robe i da pomaže tehnološki napredak. Osim toga, potrebno je da se jedan 'fer udeo' dobiti koja sledi iz određenog posla, prenese na potrošače.
- Pravila konkurencije ne odnose se samo na pismene i primenljive dogovore između preduzeća, već i na prećutne sporazume (kao što su združene prakse).

- Ako struktura tržišta ostaje konkurentna, **merdžeri i akvizicije treba da donesu barem dve koristi od efikasnosti. Jedna se odnosi na upravljanje, dok je druga povezana sa smanjenjem transakcionih troškova.**
- Uzimajući u obzir znatan broj merdžera i akvizicija, stepen koncentracije u EU je porastao. To može *povećati* konkurenciju na unutrašnjem tržištu EU i u inostranstvu kroz racionalizaciju proizvodnje i ekonomije obima. U isto vreme, povećana koncentracija preduzeća može *ograničiti* konkurenciju.
- Ako jedno preduzeće ima ili postigne dominantan položaj na tržištu, ono može u značajnoj meri uticati na konkurenciju.



Dominantan položaj na tržištu može se obezbediti na sledećih pet načina:

- Preduzeća mogu posedovati veštine inoviranja ne samo za proizvode (robe/usluge), već i za oblast rukovođenja i planiranja
- Dominantan položaj na tržištu može se postići putem merdžera i akvizicija preduzeća.
- Preduzeće može postići ili čuvati svoj dominantan položaj kroz prakse anti-konkurentnog poslovanja.
- Dominantan položaj može se osvojiti kroz konkurentnu i riskantnu politiku utvrđivanja cena
- Još jedan način putem kojeg preduzeća počinju da dominiraju tržištem može biti kada im državne vlasti dodele takvu licencu. Primeri se mogu naći u 'prirodnim' monopolima kao što su komunalne usluge (snabdevanje vodom, gasom, električnom energijom, zatim poštanske usluge, železnički transport ili usluge lokalne telefonije).

- Član 86 Ugovora iz Rima odnosi se na pitanje dominantnog položaja na tržištu. **On ne zabranjuje posedovanje dominantnog položaja (monopol ili monopson) *ex ante*, već njegovu zloupotrebu.** Ovaj član ima samo *ex post* efekat. Da bi utvrdila da li je došlo do narušavanja tržišta EU, Komisija posmatra tri faktora:
 - postojanje dominantnog položaja;
 - njegova zloupotreba (u domenu određivanja cena ili kontrole proizvodnje i distribucije); i
 - negativan uticaj na razmenu između zemalja članica.



DRŽAVNA POMOĆ

Član 92 Ugovora iz Rima zabranjuje svaku **pomoć koja deformiše ili pretila da deformiše konkurenciju među zemljama članicama.**

Ovo znači da se član 92 ne odnosi na pomoć koja se daje kao podrška preduzećima ili za proizvodnju robe i usluga koje ne ulaze u unutrašnju trgovinu EU (lokalna potrošnja), kao ni na pomoć za izvoz izvan EU.

Član 92 potvrđuje da se pomoć, koja je kompatibilna sa Rimskim ugovorom, **daje pojedincima na nediskriminatornoj osnovi u socijalne svrhe, kao i ugroženim regionima.** Pomoć koja se *može* smatrati saglasnom (kompatibilnom) sa Ugovorom **dodeljuje se za projekte koji su od interesa za EU, kao i pomoć koja se daje za regionalni razvoj onih 'područja gde je životni standard izuzetno nizak.**

Savet ministara (na osnovu Predloga Komisije) ima diskreciono pravo da donese odluku o tome **da i druge vrste pomoći mogu biti saglasne sa pravilima EU.** To uključuje pomoć malim i srednjim preduzećima, održanje energije, zaštitu životne sredine, promovisanje nacionalne kulture ili ublažavanje ozbiljnih poremećaja u nacionalnoj privredi.

