

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA NOVI SAD

EKONOMIJA EVROPSKE UNIJE





POLITIKA KONKURENCIJE EVROPSKE UNIJE



KONKURENCIJA

- **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.

- 1. 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.



KONCEPTI KONKURENTNOSTI

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.



KONKURENTNOST



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.

Uticaj 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 KAO IZVOR KONKURENTSKE PREDNOSTI

Faze razvoja inovacije:

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

Ako kompanije 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:
 1. **rastuće inovacije** - svaka pojedinačna inovacija je mala, ali je zato njihov kumulativni efekat velik;
 2. **radikalne inovacije** - nepovezani (prekinuti) događaji, kao što je razvoj novog (plastičnog) materijala ili novog izvora energije;
 3. **promene tehnološkog sistema** utiču na privredni sektor i industrije unutar njega; to su u devetnaestom veku bile promene vezane za hemijsku industriju; i
 4. **tehnološka revolucija** menja celokupnu tehnoekonomsku paradigmu.



INTRAINDUSTRISKA 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 diferenciranim 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, učešća 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 EVROPSKA UNIJA - RETROSPEKTIVA

- 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 zagantovano slobodno kretanje roba, ljudi, usluga i kapitala. Upravo ova odredba trebalo je da ukine nekarinske barijere na unutrašnju trgovinu i obezbedi veoma liberalna pravila konkurencije za stanovnike EU.
- Sloboda kretanja roba razrađuje se u članovima 9-37.

- 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.