

ULOGA DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE

Ledić, Matea

Graduate thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:228:416693>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-07**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University Department of Professional Studies](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Specijalistički diplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

MATEA LEDIĆ

ZAVRŠNI RAD

**ULOGA DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE
STRUKTURE I KONKURENCIJE**

Split, rujan 2023.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Specijalistički diplomski stručni studij Menadžment trgovine i turizma

Predmet: Poslovna ekonomija

ZAVRŠNI RAD

Kandidat: Matea Ledić

Naslov rada: Uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije

Mentorica: dr. sc. Marina Lolić Čipčić, prof. struč. stud.

Split, rujan 2023.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. KONCEPTUALNI OKVIR STRUKTURE TRŽIŠTA I KONKURENCIJE	3
2.1. Definicija tržišne strukture i vrste tržišnih struktura.....	3
2.2. Čimbenici koji utječu na strukturu tržišta	6
2.3. Definicija konkurencije i vrste konkurencije.....	9
3. TEORIJSKA GLEDIŠTA O ULOZI DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE	16
3.1. Teorija tržišnog neuspjeha i argumenti za državnu intervenciju.....	19
3.2. Teorija javnog izbora i granice državne intervencije	21
3.3. Institucionalna ekonomija i uloga državnih institucija u oblikovanju tržišne strukture konkurencije	23
4. UČINAK DRŽAVNE INTERVENCIJE NA STRUKTURU TRŽIŠTA I KONKURENCIJU.....	27
4.1. Učinci antimonopolske regulative i politike tržišnog natjecanja na strukturu tržišta i konkurenciju	27
4.2. Učinci privatizacije i deregulacije na strukturu tržišta i konkurenciju.....	32
5. ULOGA DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE – ANALIZA MODELA PRIVATIZACIJE.....	38
5.1. Prikaz modela privatizacije.....	38
5.2. Model privatizacije u Republici Hrvatskoj	41
5.3. Rasprava.....	43
6. ZAKLJUČAK	47
POPIS LITERATURE.....	49

ULOGA DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE

SAŽETAK

Ovaj završni rad istražuje ulogu države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije. U radu se predstavlja konceptualni okvir tržišne strukture i konkurencije, uključujući različite vrste tržišnih struktura kao što su savršena konkurencija, monopolistička konkurencija, oligopol i monopol. Također, ispituju se različite teorijske perspektive o ulozi države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije kao i učinak državne intervencije na strukturu tržišta i konkurenciju. U radu je otkriveno kako država ima složenu i višestruku ulogu u održavanju pravednog i konkurentnog tržišta. Putem regulatornih okvira, antimonopolskih politika i zakona o tržišnom natjecanju, država ima moć spriječiti monopolističke prakse, promicati učinkovitost tržišta i zaštititi interese potrošača. Praktični dio rada istražuje ključnu ulogu države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije kroz privatizaciju. Različiti modeli privatizacije mogu imati dalekosežne posljedice na tržišnu dinamiku, uključujući koncentraciju tržišta, ulazne prepreke i ukupnu konkurentnost industrije. Odabir modela privatizacije treba uskladiti sa specifičnim ciljevima i kontekstom države, uzimajući u obzir čimbenike kao što su metode vrednovanja imovine i potencijalne distorzije uzrokovane niskim cijenama ili koncentracijom vlasništva. Analizirajući primjer Republike Hrvatske, nedostatak konkretnih strateških ciljeva, politički utjecaj, nedovoljan naglasak na tržišne mehanizme, odsutnost transparentnosti i povjerenja te česte promjene zakonske regulative su glavni čimbenici neuspjeha privatizacije. Kombinacija ovih elemenata ozbiljno je ograničila uspješnost privatizacije i usporila ekonomski napredak zemlje. Sveukupno, država igra ključnu ulogu u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije. Uz pažljivo uvažavanje javnog interesa, transparentnost i prilagodljivost, država može učinkovito upravljati složenošću tržišta i stvoriti uvjete za živo i konkurentno gospodarstvo.

Ključne riječi: tržište, tržišna struktura, uloga države, konkurencija, privatizacija

THE ROLE OF THE STATE IN SHAPING THE MARKET STRUCTURE AND COMPETITION

ABSTRACT

This thesis investigates the role of the state in shaping market structure and competition. The thesis at hand presents a conceptual framework of market structure and competition, including different types of market structures such as perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, and monopoly. Also, different theoretical perspectives on the role of the state in shaping market structure and competition are examined, as well as the effect of state intervention on market structure and competition. The thesis revealed that the state has a complex and multiple role in maintaining a fair and competitive market. Through regulatory frameworks, antitrust policies, and competition laws, the state has the power to prevent monopolistic practices, promote market efficiency, and protect consumer interests. This role should be driven by transparency, accountability, and the public interest. The practical part of the work investigates the key role of the state in shaping market structure and competition through privatization. Different models of privatization can have far-reaching consequences for market dynamics, including market concentration, entry barriers, and overall industry competitiveness. The state must balance its goals of promoting efficiency, innovation, and responsibility with the need to encourage fair market competition and prevent the creation of monopolistic structures. The choice of privatization model should be aligned with the specific goals and context of the state, taking into account factors such as asset valuation methods and potential distortions caused by low prices or concentration of ownership. Analyzing the example of the Republic of Croatia, the lack of specific strategic goals, political influence, insufficient emphasis on market mechanisms, lack of transparency and trust, along with frequent changes in legal regulations, are the main factors behind the failure of privatization. The combination of these elements significantly constrained the success of privatization and slowed down the country's economic progress. Overall, the state plays a key role in shaping market structure and competition. With careful consideration of the public interest, transparency, and adaptability, the state can effectively manage the complexity of the market and create the conditions for a vibrant and competitive economy.

Keywords: market, market structure, role of the state, competition, privatization

1. UVOD

Uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije predmet je brojnih i važnih rasprava u području ekonomije. U suvremenom svijetu ekonomije, tržište i konkurencija ne samo da imaju ključnu ulogu u oblikovanju gospodarskog razvoja, već su i temeljni pokretači inovacija te osiguravaju učinkovitu alokaciju resursa. U idealnom scenariju, tržište djeluje kao mehanizam koji omogućava slobodnu interakciju između ponude i potražnje, potičući tako ekonomske aktivnosti, razvoj novih proizvoda i usluga te stvarajući poticajno okruženje za ulaganja. No, tržište nije uvijek samoregulirajući entitet. Na putu prema postizanju ravnoteže, suočava se s brojnim izazovima i problemima koji mogu ozbiljno ugroziti njegovu poželjnu strukturu i zdravu konkurenciju. Monopoli, oligopoli, asimetrične informacije, vanjskih učinci i nedostatak javnih dobara samo su neki od čimbenika koji mogu narušiti tržišni balans.

U takvim situacijama, država se pozicionira kao ključni igrač s odgovornošću da intervenira i očuva konkurenciju te osigura poštenu i pravednu tržišnu strukturu. Njezina uloga nije samo da reagira na postojeće probleme, već i da proaktivno oblikuje tržišne uvjete kako bi se spriječile nepravilnosti i potaknula konkurencija. Upravo u tom smislu, država se nameće se kao ključni regulator i intervencionist. Kroz različite ekonomske politike, zakonodavstvo i institucionalne mehanizme, država može usmjeravati tržišne snage prema željenim ciljevima, poput održavanja pravedne konkurencije, sprječavanja koncentracije moći, poticanja inovacija te osiguravanja pristupa javnim dobrima.

Ovaj rad, stoga, analizira kako država utječe na tržišne uvjete i konkurenciju te kako njezine intervencije oblikuju ekonomske tokove. U tom smislu, rad se temelji na konceptualnom okviru strukture tržišta i konkurencije, razmatrajući različite definicije tržišne strukture, vrste tržišnih struktura te čimbenike koji utječu na njihovu dinamiku.

Rad je strukturiran kroz šest poglavlja. Nakon uvodnog dijela, drugim su poglavljem prezentirana teorijska gledišta o ulozi države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije. Teorija tržišnog neuspjeha postavlja osnove za razumijevanje razloga za intervenciju države, dok se teorija javnog izbora bavi granicama takve intervencije. Institucionalna ekonomija nadopunjuje ove perspektive, istražujući kako državne institucije mogu oblikovati tržišne uvjete i poticati zdravu konkurenciju.

Sljedeći, treći dio rada prezentira konkretne učinke državne intervencije na strukturu tržišta i konkurenciju. Točnije, analizira učinke antimonopolske regulative i politike tržišnog natjecanja, kao i utjecaj privatizacije i deregulacije na tržišnu strukturu. Kroz ove primjere, rad prikazuje kako različiti pristupi državne intervencije mogu imati različite posljedice na tržišnu dinamiku i konkurenciju. Nadalje, peto poglavlje fokusira se na analizu jednog konkretnog aspekta uloge države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije - modela pristupa privatizaciji. Kroz prikaz općeg modela privatizacije i primjer modela privatizacije u Republici Hrvatskoj, rad istražuje kako država može utjecati na promjene u tržišnoj strukturi i konkurenciji kroz svoje politike. U zaključku se navode ključni nalazi i zaključna razmatranja ovog rada. Rad naglašava kako različite intervencije države imaju različite učinke na tržišnu strukturu i konkurenciju te ističe važnost promišljenih i usklađenih intervencija kako bi se postigla željena ravnoteža na tržištu.

2. KONCEPTUALNI OKVIR STRUKTURE TRŽIŠTA I KONKURENCIJE

Tržište se može definirati kao mjesto ili institucija gdje se susreću kupci i prodavači robe ili proizvoda. Tržište je izvorno bila fizička lokacija; međutim, tržište je i mreža trgovaca povezanih telefonom i računalom, koji slijede zajednička pravila i konvencije trgovanja. Tržišta olakšavaju trgovinu robom na različitim tržištima - na robnom tržištu, tržištima kapitala, burzama, tržištima rada ili na deviznim tržištima. Tržišta također postoje za robu, usluge ili imovinu za buduću isporuku, odnosno trgovinu.¹ Drugim riječima, tržište je medij za razmjenu između kupaca i prodavača. Neka su tržišta fizički smještena na jednom mjestu; druga povezuju kupce i prodavače telefonom, faksom i e-poštom, posebno u slučaju financijskih tržišta. Tržišta za robu i usluge nazivaju se tržištima proizvoda, za rad i kapital, tržištima faktora. Postoji veza između tržišta faktora i tržišta proizvoda u tome što potražnja za faktorom proizlazi iz potražnje za njegovim proizvodom. Trgovci na tržištu nastoje stvoriti ravnotežu između potražnje i ponude po određenoj cijeni, međutim, postojanje mnogih tržišnih nesavršenosti, npr. monopol i asimetrične informacije, iskrivljuju tržišta. Tržišta su također klasificirana prema tome jesu li *fixprice* ili *flexprice*. U *fixprice* modelu, cijena proizvoda ili usluge je unaprijed određena i ostaje nepromijenjena tijekom vremena ili u različitim situacijama. To znači da svi kupci plaćaju istu cijenu za isti proizvod ili uslugu, bez obzira na okolnosti. S druge strane, u *flexprice* modelu cijena proizvoda ili usluge može varirati ovisno o različitim faktorima kao što su potražnja, ponuda, sezonske promjene, promocije ili drugi tržišni uvjeti. Fleksibilne cijene omogućuju prodavateljima prilagodbu cijena kako bi bolje odgovarale trenutnim uvjetima na tržištu i postigli ciljeve kao što su maksimizacija profita ili povećanje prodaje.²

2.1. Definicija tržišne strukture i vrste tržišnih struktura

Kad bi neka benzinska postaja podigla cijenu benzina za 20 %, vidjela bi veliki pad u količini prodanog benzina. Njezini kupci brzo bi se prebacili na kupnju benzina na drugim benzinskim postajama. Nasuprot tome, ako lokalno vodovodno poduzeće povisi cijenu vode za 20 %, vidjet će samo mali pad u količini vode koju prodaje. Ljudi bi mogli rjeđe zalijevati svoje travnjake i kupovati tuševe s manjom potrošnjom vode, ali bi im bilo teško znatno smanjiti potrošnju vode i

¹ Hashimzade, N., Myles, G. i Black, J. (2017), *A Dictionary of Economics*. Oxford: Oxford University Press, str. 767.

² Rutherford, D. (2002), *Dictionary of Economics*. London: Routledge, str. 368.

malo je vjerojatno da će pronaći drugog opskrbljivača. Razlika između tržišta benzina i tržišta vode je očita: mnoga poduzeća opskrbljuju lokalno tržište benzinom, ali samo jedno poduzeće opskrbljuje vodom. Kao što se može očekivati, ova razlika u strukturi tržišta oblikuje odluke o cijenama i proizvodnji poduzeća koja posluju na tim tržištima.³ Dakle, tržišna struktura ima važne učinke na ponudu dobara. Koliko će neka osoba platiti za proizvod djelomično ovisi o tome koliko ga poduzeća nudi na prodaju. Primjerice, u SAD-u, međugradske telefonske usluge nisu postale jeftine sve dok konkurentska poduzeća nisu prekinule monopolsku kontrolu AT&T-a nad tim tržištem. AOL (američki web portal i pružatelj online usluga) ne bi smanjio svoje cijene pristupa internetu da gomila drugih pružatelja usluga nije ponudila ponude sniženih cijena. U svakom od ovih slučajeva, broj poduzeća na tržištu je imao značajan utjecaj na cijenu.⁴

S prethodnim u vezi, u stvarnom svijetu postoji nevjerovatan niz različitih tržišta. Prema tome, mogu se promatrati iznimno različiti obrasci ponašanja proizvođača na različitim tržištima: na nekim su tržištima proizvođači iznimno konkurentni; u drugima, čini se da nekako koordiniraju svoje akcije kako bi izbjegli međusobno natjecanje. *Vice versa*, neka su tržišta monopoli na kojima uopće nema konkurencije. Kako bi razvili načela i predvidjeli tržišta i kako će se proizvođači ponašati na njima, ekonomisti su razvili četiri glavna modela tržišne strukture: *savršena konkurencija*, *monopol*, *oligopol* i *monopolistička konkurencija*. Drugi su duopol i monopson. Ovaj sustav tržišnih struktura temelji se na dvije dimenzije:

1. broj proizvođača na tržištu (jedan, nekoliko ili više) te
2. jesu li ponuđena dobra identična (homogena) ili različita (heterogena).⁵

Dakle, koncept tržišne strukture je alat za pružanje određenog okvira teorijama koje istražuju tržišne situacije. Tri najčešća elementa tržišne strukture su: broj, veličinu i distribucija veličine prodavača i kupaca, stupanj diferencijacije proizvoda i uvjeti ulaska na tržište.⁶ Okruženje ili „mjesto konkurencije poduzeću“ naziva se „tržišna struktura“. Tržišna struktura je okruženje u kojem poduzeće dobiva kompetitivnu „disciplinu“ ili kroz koje pravilo tržišnog natjecanja postaje učinkovito. Stoga se može reći da tržišna struktura uključuje važan, mali broj strateških čimbenika

³ Mankiw, G. (2009), *Essentials of Economics*. Boston: Cengage Learning, str. 255.

⁴ Schiller, B. R. (2005), *Essentials of Economics*. New York: McGraw Hill, str. 131.

⁵ Krugman, P. i Wells, R. (2009), *Economics*. Bedford: Worth Publishers, str. 356

⁶ Uzonwanne, C. i Azikiwe, N. (2018), *Economics Study Material*. Anambra: Amaka Dreams Ltd, str. 113.

okruženja koji utječu na sve osnovne odluke poduzeća. Pojam tržišne strukture uključen je u širi pojam okruženja poduzeća. Okruženje poduzeća može se promatrati u tri preklapajuća dijela:

1. opće okruženje ili institucionalno okruženje (institucionalno okruženje)
2. ekonomski osnovni uvjeti (osnovni uvjeti) i
3. specifično okruženje koje tako izravno čuje za poduzeće da utječe na sve važne odluke (struktura tržišta).⁷

Vrijedi napomenuti kako su još od 1950-ih uloženi napor da se uspostavi standard za definiranje tržišne strukture. Cilj ovih nastojanja je identificirati sve relevantne značajke dane tržišne strukture. Analiza tržišne strukture ima za cilj pokazati sličnost teorijski objašnjenih tržišnih struktura u pojedinom sektoru. Utvrđivanje karakteristika tržišne strukture ima značajnu važnost kako u mikroekonomiji tako i u provedbi makroekonomskih politika. Nadalje, neučinkovitost tržišta i povezani rizici mogu imati negativan učinak na društveno blagostanje. Na primjer, tržišna koncentracija može dovesti do povećanja profita.⁸ Struktura tržišta može se definirati i kao broj poduzeća na tržištu i raspodjela tržišnih udjela među njima. Dvije uobičajene mjere koje se koriste u opisivanju strukture tržišta su koncentracijski omjer poduzeća i Hirschman-Herfindahlov indeks (HHI). Omjer koncentracije pet poduzeća, na primjer, pokazuje ukupne tržišne udjele pet najvećih poduzeća kao udio u cijelom tržištu. HHI indeks funkcionira zbrajanjem kvadrata proporcionalnih udjela svih poduzeća. Ako je N poduzeća, najveći mogući HHI indeks približava se maksimumu 1 budući da najveće poduzeće ima gotovo svu prodaju i ostale minimalne iznose, te najmanje $1/N$ ako sva poduzeća imaju jednake tržišne udjele.⁹

Polazna točka obrazloženja na kojoj se temelji analiza tržišne strukture temelji se na pojmu „troškova pogreške“. Takvi troškovi mogu biti dvojaki: pogreška koja uključuje označavanje stvarno konkurentnog sniženja cijena kao predatorskog (lažno pozitivna pogreška) i pogreška koja uključuje neuspjeh da se identificira stvarno predatorsko sniženje cijene (lažno negativna pogreška). Mnoge strukturne značajke utječu na te troškove pogreške. Relevantne strukturne karakteristike mogu se grupirati u tri osnovne kategorije:

⁷ Ibidem., str. 113.

⁸ Ukav, I. (2017), Market Structures and Concentration Measuring Techniques. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics Sociology*, 19 (4), str. 2.

⁹ Hashimzade, N., Myles, G. i Black, J., op. cit., str. 771.

1. čimbenici koji ukazuju na kratkoročnu monopolsku moć,
2. uvjeti ulaska na tržište,
3. dinamični učinci konkurenata ili novih sudionika na troškove proizvodnje i kvalitetu proizvoda koji se nude potrošačima.¹⁰

Doduše, zadatak zaključivanja nevidljivih dugoročnih tržišnih ishoda iz vidljivih kratkoročnih tržišnih uvjeta je težak. Pretpostavka napravljena prema ovoj vrsti rezoniranja je da trenutna tržišna moć navodnog predatora daje nižu granicu moći koja bi uslijedila nakon izvršenja uspješnog predatorskog smanjenja cijene. Kratkoročna monopolska moć može se mjeriti predatorovim tržišnim udjelom i elastičnošću potražnje za njegovim proizvodom. Uvjeti ulaska moraju se procijeniti na temelju čimbenika kao što su kapitalni zahtjevi, lojalnost potrošača, krivulje učenja, redoslijed ulaska i kvaliteta informacija o rizicima ulaska. Dinamika tržišta uzima u obzir trendove na tržištu, izvore inovacija i tehnološkog napretka i niz drugih razmatranja koja se tiču odnosa između cijena i promjena u ponudi ili potražnji.¹¹

Dakle, tržište je mjesto ili institucija gdje se susreću kupci i prodavači, bilo fizičko ili virtualno. Tržišta omogućuju trgovinu različitim dobrima, uslugama i imovinom putem raznih vrsta tržišta poput robnih tržišta, tržišta kapitala, burzi, tržišta rada i deviznih tržišta. Postoje razne strukture tržišta koje oblikuju ponašanje poduzeća, kao što su savršena konkurencija, monopol, oligopol i monopolistička konkurencija. Struktura tržišta ima značajan utjecaj na cijene i ponudu roba. Analiza tržišne strukture ima za cilj prepoznati karakteristike tržišta i njihovu ulogu u tržišnom natjecanju. Razumijevanje tržišne strukture ključno je za donošenje odluka i provedbu ekonomskih politika. Također je važno uzeti u obzir troškove pogrešaka u analizi tržišne strukture i odrediti relevantne karakteristike tržišta. Ukratko, proučavanje tržišne strukture pomaže razumjeti konkurenciju, prednosti i rizike na tržištu te pridonosi društvenom blagostanju.

2.2. Čimbenici koji utječu na strukturu tržišta

Među čimbenicima koji utječu na strukturu tržišta mogu se izdvojiti različite barijere, odnosno, prepreke. To mogu biti zakoni, institucije ili prakse koje otežavaju ili onemogućuju novim poduzećima ulazak na neka tržišta ili novim radnicima da se natječu za određene oblike

¹⁰ Norman, G. i Jacques-François Thisse, J-F. (2001), *Market structure and competition policy: Game-theoretic approaches*. Cambridge: Cambridge University Press, str. 87.

¹¹ Ibidem, str. 87-88.

zapošljavanja. Prepreke ulasku mogu imati različite oblike. Zakon može dodijeliti monopolska prava postojećim poduzećima ili nametnuti kvalifikacije za licence za nove operatere koji su opstruktivno administrirani kako bi se otežao novi ulazak na tržište. Postojeća poduzeća mogu imati monopolsku kontrolu nad osnovnim inputima, lokacijama ili tehničkim znanjem i iskustvom, zaštićenim patentima ili poslovnom tajnom. Ako je kapital potreban za nove pogone vrlo velik, to ograničava broj mogućih sudionika. Osim toga, strah od ratova cijena postojećih poduzeća može odvratiti neka nova poduzeća od pokušaja ulaska u industriju. Na nekim se tržištima čisti „gangsterizam“ koristi kako bi se obeshrabrio ulazak. Prepreke ulasku često su veće za strana poduzeća ili pojedince nego za domaća.¹²

Detaljnije, iako su razlike u troškovima najvažniji čimbenik iza tržišnih struktura, prepreke ulasku također mogu spriječiti učinkovito tržišno natjecanje. Prepreke ulasku čimbenici su koji novim poduzećima otežavaju ulazak u industriju. Kada su prepreke visoke, industrija može imati malo poduzeća i ograničen pritisak da se natječu. Ekonomija razmjera djeluje kao jedna od uobičajenih vrsta prepreka ulasku, ali postoje i druge, uključujući zakonska ograničenja, visoke troškove ulaska, oglašavanje i diferencijaciju proizvoda. Glede *pravni ograničenja*, vlade ponekad ograničavaju konkurenciju u određenim industrijama. Važna pravna ograničenja uključuju patente, ograničenja ulaska te vanjskotrgovinske carine i kvote. Patent se dodjeljuje izumitelju kako bi se omogućila privremena isključiva uporaba (ili monopol) proizvoda ili procesa koji je patentiran. Na primjer, farmaceutska poduzeća često dobivaju vrijedne patente za nove lijekove u koje su uložila stotine milijuna dolara za istraživanje i razvoj. Patenti su jedan od rijetkih oblika monopola odobrenih od strane vlade koje ekonomisti općenito odobravaju. Vlade odobravaju patentne monopole kako bi potaknule inventivnu aktivnost. Bez mogućnosti monopolske patentne zaštite, poduzeće ili jedini izumitelj možda neće htjeti posvetiti vrijeme i resurse istraživanju i razvoju. Privremeno visoka monopolska cijena i rezultirajuća neučinkovitost cijena je koju društvo plaća za izum. Vlade također nameću ograničenja ulaska u mnoge industrije. Tipično, komunalije, kao što su telefon, distribucija električne energije i voda, dobivaju monopol franšize za određeno područje. U tim slučajevima, poduzeće dobiva ekskluzivno pravo pružanja usluge, a zauzvrat

¹² Hashimzade, N., Myles, G. i Black, J., op. cit., str. 367.

poduzeće pristaje ograničiti svoje cijene i pružati univerzalnu uslugu u svojoj regiji čak i kada neki kupci mogu biti neprofitabilni.¹³

Osim zakonski nametnutih prepreka ulasku, postoje i *ekonomske prepreke*. U nekim industrijama cijena ulaska jednostavno može biti vrlo visoka. Primjerice, u industriji komercijalnih zrakoplova visoki troškovi projektiranja i testiranja novih zrakoplova obeshrabuju potencijalne sudionike na tržištu. Vjerojatno je da samo dvije kompanije - Boeing i Airbus - mogu priuštiti 10 do 20 milijardi dolara koliko će koštati razvoj sljedeće generacije zrakoplova. Osim toga, poduzeća stvaraju nematerijalne oblike ulaganja, a takva ulaganja mogu biti vrlo skupa za svakog potencijalnog novog sudionika. Ovdje se može razmotriti softverska industrija. Nakon što program za proračunske tablice (kao što je Excel) ili program za obradu teksta (kao što je Microsoft Word) postigne široku prihvatljivost, potencijalni konkurenti teško se probijaju na tržište. Korisnici, nakon što su naučili jedan program, nerado prelaze na drugi. Posljedično, kako bi „natjerali“ ljude da isprobaju novi program, svaki potencijalni sudionik morat će pokrenuti veliku promotivnu kampanju, što bi bilo skupo i moglo bi rezultirati neuspjehom u proizvodnji profitabilnog proizvoda.¹⁴

Nadalje, ponekad je moguće da poduzeća stvore prepreke ulasku potencijalnih suparnika korištenjem *oglašavanja i diferencijacije proizvoda*. Oglašavanje može stvoriti svijest o proizvodu i lojalnost poznatim markama. Na primjer, Pepsi i Coca-Cola troše stotine milijuna dolara godišnje na reklamiranje svojih robnih marki, što potencijalnim konkurentima čini vrlo skupim ulazak na tržište. Osim toga, diferencijacija proizvoda može nametnuti prepreku ulasku i povećati tržišnu snagu proizvođača. U mnogim industrijama - kao što su žitarice za doručak, automobili, kućanski aparati i cigarete - uobičajeno je da mali broj proizvođača proizvodi široku lepezu različitih marki, modela i proizvoda. Međutim, ogroman broj diferenciranih proizvoda također služi obeshrabrivanju potencijalnih konkurenata. Zahtjevi za svaki od pojedinačnih diferenciranih proizvoda bit će toliko mali da neće moći podržati veliki broj poduzeća koja posluju uz minimalne prosječne jedinične troškove.¹⁵

¹³ Samuelson, P. A. i Nordhaus, W. D. (2010), *Economics*. New York: McGraw-Hill, str. 175.

¹⁴ Ibidem, str. 175-176.

¹⁵ Ibidem, str. 176.

2.3. Definicija konkurencije i vrste konkurencije

Konkurencija se može definirati kao stanje tržišta u kojem se nekoliko dobavljača roba ili usluga bore jedni s drugima u svrhu privlačenja kupaca. Glavne vrste konkurencije su savršena, nesavršena, duopolistička, monopolistička i oligopolistička. Adam Smith i Marshall analizirali su savršenu konkurenciju, Cournot je predstavio model duopola, a Chamberlin je iznio teoriju monopolističke konkurencije. Konkurencija je, međutim, često kritizirana od strane socijalista i idealista zbog nepravedne raspodjele prihoda i obeshrabrivanja suradnje.¹⁶

Detaljnije, koncept konkurencije je u meritumu cijele neoklasične teorije proizvodnje, razmjene i distribucije. Konkurencija osigurava da potrošači dobiju vrijednost za novac. Osim toga, konkurencija „tjera“ proizvođače na niže troškove i tako stvara konačnu korist tržišnog sustava. Ostvarivanjem ovih prednosti, konkurencija stvara najbolje od svih ekonomskih rezultata, tj. Pareto optimalnost. U neoklasičnoj teoriji, konkurencija je više nego korisna - ona je kamen mudrosti same teorije. Kad vlada konkurencija, funkcioniranje ekonomije približava se „savršenstvu; u suprotnom, moraju se poduzeti svi potrebni koraci uspostavljanja istog. U ekonomskoj struci i u tisku, istinitost ovih argumenata smatra se samorazumljivom. Ni financijska kriza s kraja 2000-ih nije potkopala vjeru u čari konkurencije. Naprotiv, glavni prijedlozi za sprječavanje ponovnog izbijanja krize uključivali su korake kako bi financijska tržišta postala konkurentnija.¹⁷ Osim toga, sami utemeljitelji ekonomije na konkurenciju su gledali kao na tapiseriju agresivnog komercijalnog ponašanja koje je stvaralo čisti profit i to špekulacijama o budućim cijenama, osmišljavanjem novih metoda proizvodnje i inspiriranjem novih linija proizvoda za bolju uslugu potrošačima. Točna odluka koje će se radnje traženja profita poduzeti bila je odgovornost poduzetnika, na čijoj je prosudbi i vještinama prikupljanja informacija počivao cijeli kapital poduzeća. Njegova stručnost prepoznata je kao ključna u rješavanju neizvjesnosti koja, između ostalog, prekriva ugovore na terminskim tržištima, prijeti usvajanju novih proizvodnih metoda i ugrožava lansiranje novih proizvoda.¹⁸

¹⁶ Rutherford, D., op. cit., str. 122.

¹⁷ Moudud, J. K., Bina, C. i Mason, P. L. (2012), *Theories of Competition: Challenges to the Orthodoxy*. Oxon: Routledge, str. 13.

¹⁸ Machovec, F. (1995), *Perfect Competition and the Transformation of Economics (Foundations of the Market Economy)*. Oxon: Routledge, str. 136.

Potruga za profitom zajednički je nazivnik poslovnih poduzeća. Međutim, nemaju sva poduzeća jednaku priliku za ostvarivanjem dobiti. Milijuni poduzeća vrlo su mala i potpuno prepuštena milosti i nemilosti tržišta. Mali pad tržišne cijene njihovih proizvoda često znači financijsku propast. Čak i kada takva poduzeća ostvaruju profit, uvijek moraju biti u potrazi za novom konkurencijom, novim proizvodima ili promjenama u tehnologiji. S druge strane, veća poduzeća ne moraju toliko naporno raditi da bi održala svoju poziciju. Ogromne korporacije često imaju moć povisiti cijene, promijeniti ukus potrošača (putem oglašavanja) ili čak spriječiti konkurente da uzmu dio profita. Takva moćna poduzeća mogu zaštititi i ovjekovječiti svoje profite. Većina poduzeća iz stvarnog svijeta spada u spektar koji se proteže od nemoćnih do moćnih. Na jedan kraj spektra mogu se staviti savršeno konkurentna poduzeća - koja nemaju moć nad cijenom robe koju proizvode. Savršeno konkurentno poduzeće mora uzeti bilo koju cijenu za svoju robu koju tržište nudi; to je uzeta cijena. Tržište koje se u potpunosti sastoji od konkurentskih poduzeća - i bez ikoga tko dominira na strani potražnje - naziva se (savršeno) konkurentnim tržištem. Na savršeno konkurentnom tržištu niti jedan proizvođač ili potrošač nema kontrolu nad cijenom ili količinom proizvoda.¹⁹ Dakle, u ekonomskoj teoriji, kada vrijede uvjeti savršene konkurencije na tržištu, poduzeća proizvode najpoželjniju robu i usluge uz minimalne troškove, a resursi se koriste na najučinkovitiji način. Iz tog razloga, budući da poduzeća također zarađuju normalnu dobit, potrošači mogu kupiti robu i usluge koje žele po minimalnoj cijeni. U tom smislu, tržište savršene konkurencije smatra se najučinkovitijom tržišnom strukturom. Međutim, u sektorima u kojima postoji nedostatak konkurencije i visok omjer koncentracije, nerazmjerni sustav cijena i pogrešna raspodjela resursa uzrokuju štetu potrošačima.²⁰

Detaljnije, savršeno konkurentno tržište je ono na kojem nijedno poduzeće nije dovoljno veliko da utječe na tržišnu cijenu. Prema ovoj strogoj definiciji, međutim, malo je tržišta savršeno konkurentno. Primjerice, zrakoplovi, aluminij, automobili, računalni softver, žitarice za doručak, žvakaće gume, cigarete, distribucija električne energije, hladnjaci i pšenica. Koliko ih se prodaje na savršeno konkurentnim tržištima? Svakako ne zrakoplovi, aluminij ili automobili. Do Drugog svjetskog rata, u SAD-u je postojalo je samo jedno poduzeće za proizvodnju aluminija - Alcoa. Čak i danas četiri najveća američka poduzeća proizvode tri četvrtine ukupne proizvodnje aluminija

¹⁹ Schiller, B. R., op. cit., str. 130.

²⁰ Ukav, I., op. cit., str. 2.

u SAD-u. Svjetskim tržištem komercijalnih zrakoplova dominiraju samo dva poduzeća, Boeing i Airbus. U automobilskoj industriji, također, pet vodećih proizvođača automobila (uključujući Toyota i Hondu) imaju gotovo 80 posto američkog tržišta automobila i lakih kamiona. Industrija softverske opreme pokazuje brze inovacije, ali za većinu pojedinačnih softverskih aplikacija, od poreznog računovodstva do igara, nekoliko poduzeća ima većinu prodaje.²¹

Nesavršena konkurencija prevladava u industriji kad god pojedinačni prodavači mogu utjecati na cijenu svoje proizvodnje. Glavne vrste nesavršene konkurencije su monopol, oligopol i monopolistička konkurencija. Nesavršena konkurencija ne znači da poduzeće ima apsolutnu kontrolu nad cijenom svog proizvoda. Uzmimo tržište cole, gdje Coca-Cola i Pepsi zajedno imaju najveći udio na tržištu, a nesavršena konkurencija očito prevladava. Ako je prosječna cijena gaziranih pića drugih proizvođača na tržištu 75 centi, Pepsi bi mogao postaviti cijenu limenke na 70 ili 80 centi i još uvijek ostati održivo poduzeće. Poduzeće je teško moglo postaviti cijenu na 40 dolara ili 5 centi po limenci jer bi po tim cijenama propalo. Dakle, nesavršeni konkurent ima određenu, ali ne i potpunu diskreciju nad svojim cijenama. Štoviše, količina diskrecije u pogledu cijene razlikovat će se od industrije do industrije. U nekim nesavršeno konkurentnim industrijama stupanj monopolske moći je vrlo mali. U maloprodaji računala, na primjer, više od nekoliko postotaka razlike u cijeni obično će imati značajan učinak na prodaju poduzeća. Nasuprot tome, na tržištu računalnih operativnih sustava, Microsoft ima virtualni monopol i veliku diskreciju u pogledu cijene svog Windows softvera.²²

U savršenoj konkurenciji postoji veliki broj malih poduzeća koja pasivno preuzimaju cijene. Ulazne barijere su jednake nuli tako da ravnoteža uključuje situaciju u kojoj je horizontalna krivulja potražnje reprezentativnog poduzeća tangencijalna na minimalnu točku njegove krivulje prosječnog ukupnog troška (ATC). S druge strane, nesavršena konkurencija je ili monopolističke ili oligopolističke vrste u kojoj prvu situaciju karakterizira veliki broj poduzeća (model „velike grupe“), dok je u drugoj situaciji broj poduzeća malen (model „male grupe“). U obje situacije postoji diferencijacija proizvoda unutar industrije i stoga se svako poduzeće suočava s krivuljom potražnje koja pada prema dolje. Model „male grupe“ smatra se situacijom oligopolističke konkurencije. U obje situacije poduzeća imaju tržišnu moć i stoga određuju cijene iznad točke

²¹ Samuelson, P. A. i Nordhaus, W. D., op. cit, str. 169.

²² Ibidem, str. 170.

minimalnog troška na ATC krivulji. Ova ravnotežna cijena i razina proizvodnje određena je tangencijom krivulje potražnje koja se spušta na točku lijevo od ATC krivulje.²³

Nadalje, *monopolistička konkurencija* predstavlja tržište na kojem se svako poduzeće suočava s krivuljom potražnje koja se spušta prema dolje i djeluje kao monopol u određivanju cijena. Međutim, postoje mnoga poduzeća koja prodaju različite verzije istog proizvoda uz mnogo potencijalnih sudionika. Ako se ostvari monopolski profit, nova poduzeća će ući na tržište. To uzrokuje pomicanje krivulje potražnje svakog poduzeća prema dolje i pad dobiti. Ulazak će prestati kada se eliminira sav monopolski profit. U ravnoteži će sva poduzeća imati cijene iznad graničnih troškova, ali će ostvarivati samo normalnu dobit. Modeli monopolističke konkurencije često se koriste kada je broj poduzeća u industriji predmet interesa.²⁴ Drugim riječima, monopolistička konkurencija je ono stanje tržišta u kojem postoji mnogo prodavača bilo koje robe, ali roba svakog prodavača se na bilo koji način razlikuje od robe drugih prodavača. Stoga je diferencijacija proizvoda glavna kvaliteta monopolističke konkurencije. Glavne karakteristike su:²⁵

1. veliki broj poduzeća i kupaca,
2. diferencijacija proizvoda,
3. sloboda ulaska i izlaska poduzeća,
4. prodajni trošak,
5. kontrola cijena,
6. ograničena pokretljivost,
7. nesavršeno znanje,
8. ne cjenovna konkurencija.

S druge strane, *monopol* predstavlja situaciju u kojoj jedan prodavač ima potpunom kontrolom nad industrijom (sama riječ dolazi od grčkih riječi *mono* za „jedan“ i *polist* za „prodavač“). Monopolist je jedino poduzeće koje proizvodi u svojoj industriji, a ne postoji industrija koja proizvodi blisku zamjenu. Štoviše, monopolist mora sve prodati po istoj cijeni - nema diskriminacije u cijeni. Pravi monopoli danas su rijetki. Većina monopola opstaje zbog nekog oblika državne regulacije ili

²³ Moudud, J. K., Bina, C. i Mason, P. L.. op. cit., str. 48.

²⁴ Hashimzade, N., Myles, G. i Black, J., op. cit., str. 792.

²⁵ Msbrijuniversity (n.d.), Note on the monopolistic competition. Dostupno na: <https://msbrijuniversity.ac.in/assets/uploads/newsupdate/Monopolistic.pdf> (pristup: 15.05.2023).

zaštite. Na primjer, farmaceutsko poduzeće koje otkrije novi čudesni lijek može dobiti patent koji mu daje monopolsku kontrolu nad tim lijekom nekoliko godina. Drugi važan primjer monopola je franšizno lokalno komunalno poduzeće, kao što je poduzeće koje opskrbljuje kućanstvo vodom. U takvim slučajevima zaista postoji jedan prodavač usluge bez bliskih zamjena.²⁶

Dakle, poduzeće ima monopol ako je jedini prodavač svog proizvoda i ako njegov proizvod nema bliskih supstituta. Ovakvo poduzeće postaje jedini prodavač na svom tržištu jer druga poduzeća ne mogu ući na tržište i natjecati se s njim. Najjednostavniji način za nastanak monopola je da jedno poduzeće posjeduje ključni resurs. Na primjer, tržište vode u malom gradu. Ako deseci gradskih stanovnika imaju bunare koji rade, konkurentski model opisuje ponašanje prodavača. Kao rezultat natjecanja među dobavljačima vode, cijena galona je jednaka graničnom trošku pumpanja dodatnog galona. Ali ako u gradu postoji samo jedan bunar i vodu je nemoguće dobiti nigdje drugdje, onda vlasnik bunara ima monopol nad vodom. Nije iznenađujuće da monopolist ima mnogo veću tržišnu moć od bilo kojeg pojedinačnog poduzeća na konkurentnom tržištu. U slučaju potrebe kao što je voda, monopolist bi mogao zahtijevati prilično visoku cijenu, čak i ako je granični trošak pumpanja dodatnog galona nizak. Ključna razlika između konkurentskog poduzeća i monopola je sposobnost monopola da utječe na cijenu svoje proizvodnje. Konkurentno poduzeće je malo u odnosu na tržište na kojem posluje i stoga nema moć utjecati na cijenu svoje proizvodnje. Uzima cijenu koju zadaju tržišni uvjeti. Nasuprot tome, budući da je poduzeće koje ima monopol jedini proizvođač na svom tržištu, isto može promijeniti cijenu svoje robe prilagođavanjem količine koju isporučuje tržištu.²⁷

Postoji nekoliko bitnih razlika između monopola i savršene konkurencije u vezi s procesom formiranja cijena i postizanja ravnoteže poduzeća. U potpunoj konkurenciji, poduzeća nemaju mogućnost samostalno određivati cijene, već prihvaćaju cijenu kao već postojeću. S druge strane, monopolistička poduzeća imaju mogućnost provođenja vlastite politike cijena za svoje proizvode. U slučaju čistog monopola, poduzeće predstavlja cijelu industriju, pa krivulja potražnje koju poduzeće susreće na tržištu ima isti oblik kao i agregatna potražnja u slučaju potpune konkurencije. Krivulja potražnje u monopolu ima negativan nagib. Budući da je krivulja potražnje s kojom se

²⁶ Samuelson, P. A. i Nordhaus, W. D., op. cit., str. 171.

²⁷ Mankiw, G. (2009) Essentials of Economics. Boston: Cengage Learning, str. 279

pojedinačno poduzeće suočava istovremeno i krivulja prosječnog prihoda, u slučaju monopola prosječni prihod poduzeća opada s povećanjem prodaje.²⁸

Konačno, *oligopol* predstavlja tržišnu strukturu u kojoj postoji mali broj prodavača, od kojih su barem neke pojedinačne odluke o cijeni ili količini važne drugima.²⁹ To je, zapravo, tržišna situacija sa samo nekoliko prodavača gdje svaki predviđa reakcije drugih. Svako poduzeće ima dovoljno velik udio na tržištu da treba uzeti u obzir individualne reakcije drugih na promjene u cijeni ili outputu. Ravnoteža stoga ovisi o tome kako svaki oligopolist predviđa reakcije drugih. Ovo je u suprotnosti s monopolističkom konkurencijom, u kojoj svako poduzeće svoju krivulju potražnje smatra silaznom, ali nijedno poduzeće ne osjeća potrebu uzeti u obzir individualne reakcije drugih.³⁰ Sam pojam oligopol znači „malo prodavača“. Takav broj može biti malen i uključivati dva prodavača ili velik kao deset ili petnaest prodavača. Bitna značajka oligopola je da svako pojedinačno poduzeće može utjecati na tržišnu cijenu. U zrakoplovnoj industriji, odluka jednog zračnog prijevoznika da snizi cijene karata može pokrenuti rat cijenama koji snižava cijene karata koje naplaćuju svi njegovi konkurenti. Oligopolističke industrije uobičajene su u gospodarstvima, posebice u sektoru proizvodnje, transporta i komunikacija. Na primjer, postoji samo nekoliko proizvođača automobila, iako automobilska industrija prodaje mnogo različitih modela. Isto vrijedi i za tržište kućanskih aparata: trgovine su pune mnogo različitih modela hladnjaka i perilica posuđa, a sve ih proizvodi nekoliko poduzeća.³¹ Drugim riječima, oligopol se odnosi na tržište na kojem nekoliko proizvođača prodaje homogen proizvod „mnogom“ kupcima. Međutim, ova terminologija dovodi u zabludu jer se neki aspekti oligopola pojavljuju čak i kada postoje dva prodavača i jedan kupac. Teorija jezgre je vrlo prikladna za analizu onih situacija koje se tretiraju u teoriji oligopola, ne samo zbog novih rezultata, već i zato što prisiljava na rigorozno ispitivanje nekoliko često zanemarenih aspekata oligopola. Na primjer, s temeljnom teorijom potrebno je u svakom slučaju dokazati hoće li ili neće postojati grupna racionalnost (Paretova optimalnost) i hoće li ili neće postojati cjenovna diskriminacija. Nepostojanje cjenovne diskriminacije često se uzima zdravo za gotovo, ali ne bi trebalo biti tako, jer prodavač može

²⁸ Matic, P. (1999), Monopolska diskriminacija cijena. *Ekonomski misao i praksa*, 8 (1), str. 91.

²⁹ Brian, N. (2004), *A Comprehensive Dictionary of Economics*. Chandigarh: Abhishek Publishers, str. 132.

³⁰ Black, J. (2003), *A dictionary of economics*. Oxford: Oxford University Press, str. 2789.

³¹ Samuelson, P. A. i Nordhaus, W. D., op. cit., str. 171.

maksimizirati svoj povrat naplaćujući svakom kupcu najvišu cijenu koju bi on bio spreman platiti, umjesto da potpuno ostane bez dobra.³²

Dakle, konkurencija se odnosi na stanje tržišta u kojem se više dobavljača natječe za privlačenje kupaca. Postoje različite vrste konkurencije, uključujući savršenu, nesavršenu, duopolističku, monopolističku i oligopolističku konkurenciju. Savršena konkurencija teži optimalnom iskorištavanju resursa i minimalnim troškovima, dok nesavršena konkurencija može rezultirati nepravednom raspodjelom prihoda. Tržište savršene konkurencije smatra se najučinkovitijom strukturom tržišta, dok nedostatak konkurencije može dovesti do štetnih posljedica za potrošače. Monopolistička konkurencija, oligopol i monopol su primjeri nesavršene konkurencije, gdje poduzeća imaju određenu moć nad cijenama. Monopolistička konkurencija je situacija u kojoj postoji više dobavljača na tržištu koji nude slične, ali ne identične proizvode ili usluge. Monopol je najekstremniji oblik nesavršene konkurencije u kojem postoji samo jedan dobavljač ili proizvođač koji kontrolira cjelokupno tržište. Monopoli imaju znatnu moć nad cijenama i ograničavaju konkurenciju. Oligopol je oblik tržišne strukture u kojem samo nekoliko velikih dobavljača dominira na tržištu. Ovi dobavljači imaju znatan udio u ukupnoj ponudi i mogućnost utjecaja na cijene. Karakteristika oligopola je da postoji visoka međuovisnost između konkurenata, što znači da odluke jednog dobavljača mogu utjecati na poslovanje drugih. Sva tri oblika nesavršene konkurencije - monopolistička konkurencija, oligopol i monopol - imaju određeni utjecaj na tržišnu dinamiku i krajnji rezultat.

³² Telser, L. G. (1971), *Competition, Collusion, and Game Theory*. London: Palgrave Macmillan UK, str. 119.

3. TEORIJSKA GLEDIŠTA O ULOZI DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE

U ekonomskom smislu, državna intervencija u gospodarstvu obično spada u tri kategorije: ispravljanje tržišnih nedostataka, redistribucija dohotka i postizanje neekonomskih ciljeva. U nekim se slučajevima neekonomski ciljevi mogu promatrati kao podskup prve dvije kategorije, no često ih je lakše smatrati zasebnom vrstom cilja. Ekonomisti općenito mogu ocrtati optimalni oblik intervencije u svakoj kategoriji, barem načelno. Glede prve kategorije, tržišni nedostaci nastaju kada slobodno tržište ne raspoređuje učinkovito resurse ili ne uspijeva proizvesti željene rezultate. Primjeri tržišnih neuspjeha uključuju eksternalije (kao što su onečišćenje ili učinci prelijevanja), monopole, asimetriju informacija i javna dobra. U tim slučajevima, državna intervencija ima za cilj riješiti neučinkovitosti i poboljšati ekonomske rezultate. Ekonomisti mogu ponuditi teorijske modele i okvire za usmjeravanje kreatora politike u određivanju najučinkovitijih intervencija za ispravljanje tih tržišnih neuspjeha. S druge strane, redistribucija dohotka se odnosi na aktivnosti kojima država pokušava pravednije raspodijeliti dohodak među različitim slojevima društva. U mnogim društvima postoji nejednakost u raspodjeli bogatstva i dohotka, gdje neki pojedinci ili skupine imaju znatno više nego drugi. Država može intervenirati kako bi smanjila ovu nejednakost kroz različite politike. To uključuje progresivno oporezivanje, gdje viši dohodak podliježe većim poreznim stopama, te socijalne programe kao što su potpora za siromašne obitelji, programi javne zdravstvene zaštite i obrazovanja, kako bi se osiguralo da najranjiviji slojevi društva imaju pristup osnovnim uslugama i sredstvima za dostojanstven život. Nadalje, a glede postizanja neekonomskih ciljeva, država intervenira u gospodarstvo kako bi postigla ciljeve koji nisu čisto ekonomske prirode. To može uključivati ciljeve kao što su zaštita okoliša, promicanje kulturnih vrijednosti, očuvanje nacionalne sigurnosti ili poticanje istraživanja i razvoja. Na primjer, država može uvesti zakone i regulacije kojima se postavljaju standardi zaštite okoliša, kao i poticaje za razvoj obnovljive energije kako bi se smanjila emisija stakleničkih plinova. Također, država može ulagati u umjetnost, kulturu i obrazovanje kako bi promicala kulturno nasljeđe i intelektualni napredak društva.³³

³³ Deardorff, A. V. (2000), *The Economics of Government Market Intervention and Its International Dimension*, Research seminar in international economics, Discussion Paper br. 455, str. 3.

Na svojoj najosnovnijoj razini, tržišta služe kao mehanizam za raspodjelu resursa. Kada su pravilno regulirana i konkurentna, tržišta imaju potencijal maksimizirati blagostanje potrošača i doprinijeti ukupnom blagostanju promicanjem gospodarskog rasta. Na tržištima koja dobro funkcioniraju, poduzeća uspijevaju zadovoljavajući zahtjeve potrošača djelotvornije i učinkovitije od svojih konkurenata. Ova učinkovita konkurencija koristi potrošačima kroz veće mogućnosti, niže cijene i višu kvalitetu proizvoda i usluga. Osim toga, konkurencija potiče poduzeća da poboljšaju svoju učinkovitost i potiču inovacije, čime se pokreće rast produktivnosti u cijelom gospodarstvu. Međutim, ako se ne kontroliraju, tržišta možda neće uvijek proizvesti optimalne rezultate za potrošače, poduzeća ili državu. Kako bi to riješila, država uspostavlja zakonske i institucionalne okvire koji upravljaju radom tržišta i poduzeća. Ovi okviri uključuju pravila i propise koji diktiraju odgovarajuće ponašanje poduzeća i pojedinaca, kao i institucija odgovornih za njihovo provođenje. Tržišta, stoga, nisu neovisna o državnoj intervenciji. Točnije, država ima legitimnu ulogu u interveniranju i oblikovanju tržišta kroz uspostavu regulatornih okvira.³⁴

Teorijska istraživanja ekonomije državne regulacije razvila su se iz različitih perspektiva. Na jednom kraju spektra su normativna ili preskriptivna teorijska istraživanja koja se fokusiraju na to kada treba uvesti regulaciju i koji bi bio optimalan oblik regulacije. S druge strane je pozitivno ili deskriptivno istraživanje, koje ispituje ekonomske, političke, pravne i birokratske sile koje dovode do državne regulacije i utječu na ponašanje i učinak regulatornih institucija. Normativno istraživanje državne regulative može se grubo kategorizirati u dvije grane. Prva grana identificira „tržišne neuspjehe“, što su nesavršenosti koje uzrokuju da neregulirana tržišta rade suboptimalno u usporedbi s funkcijom socijalne skrbi (obično zbroj potrošačkog i proizvođačkog viška). Primjeri tržišnih neuspjeha uključuju prirodne monopole, eksternalije, javna dobra i informacijske neuspjehe. Druga grana ove literature nastoji razviti „optimalne“ politike za rješavanje ovih tržišnih nesavršenosti. Nedavna istraživanja o poticajnim svojstvima različitih regulatornih mehanizama dodatno su unaprijedila ovo područje, eksplicitno modelirajući informacijsku strukturu regulatornog okruženja i stratešku interakciju između regulatora i onih koji su regulirani. Povijesno gledano, pozitivne teorije temeljile su se na normativnim razlozima za optimalnu intervenciju, uz pretpostavku da regulatori imaju za cilj maksimizirati društvenu dobrobit unutar određenih ograničenja. U ovoj paradigmi, empirijska analiza regulatornih učinaka služi i kao test

³⁴ OFT (2009), *Government: in markets: why competition matters – a guide for policy makers*. London: Office of Fair Trading, str. 1.

da li regulatorne institucije uspješno postižu svoje ciljeve maksimiziranja blagostanja i sredstvo za kvantificiranje troškova i koristi regulacije. Međutim, ekonomisti su se udaljili od ovog pojednostavljenog modela prema bogatijim pozitivnim teorijama koje objašnjavaju složene interakcije između interesnih skupina uključenih u regulaciju. Te teorije prepoznaju da regulacija i regulatorni procesi odgovaraju na zamršenu dinamiku suprotstavljenih interesa. Pozitivne teorije političke ekonomije regulacije pružaju okvir za predviđanje, mjerenje i procjenu prirode i posljedica regulacije.³⁵

Nadalje, politička priroda tržišne strukture očita je iz nekoliko razloga. Prvo, svim tržištima upravljaju zakoni, što znači da je struktura tržišta oblikovana političkim odlukama u vezi s korištenjem moći od strane sudionika na tržištu. Odluke koje donesu ili ne donesu politički akteri utječu na to kako se moć vrši unutar tržišta. Drugi razlog zašto je tržišna struktura politička jest taj što koncentracija moći na tržištu ima implikacije na građane. Sve veća veličina i koncentracija poduzeća može potkopati demokratsko samoupravljanje vršenjem nerazmjernog utjecaja na vladine aktere, kao što priznaju zagovornici reforme financiranja kampanja. Nadalje, sama korporativna struktura je političko pitanje jer određuje koje su radnje dopuštene ili ograničene, učinkovito namećući oblik privatnog upravljanja koji nije odgovoran javnosti. Na konkurentnim tržištima, mogućnost izbora između različitih kupaca i prodavača djeluje kao provjera moći bilo kojeg pojedinačnog aktera. Međutim, na visoko koncentriranim tržištima, nekoliko dominantnih poduzeća može prikupiti dovoljno moći da obuzda i kontrolira radnje drugih. S obzirom na to da je tržišna struktura inherentno politička, pravna pravila kao što su antimonopolski propisi ili doktrine javne namjene mogu oblikovati i potencijalno redistribuirati ekonomsku moć kada ona predstavlja prijetnju političkom sustavu. Ova perspektiva, koju dijele povijesne ličnosti poput Thomasa Jeffersona, Woodrowa Wilsona i Louisa Brandeisa, prepoznaje međusobnu povezanost decentralizirane ekonomske moći i demokratskog samoupravljanja. Ideja je da monopolizacija u jednom području, bilo političkom ili gospodarskom, ima tendenciju rezultirati monopolizacijom u drugom. Nažalost, ovo razumijevanje odnosa između ekonomske i političke moći s vremenom je oslabilo u znanosti. Odvajanje između proučavanja ekonomske moći i političke moći stvorilo je, vjerojatno pod utjecajem ideoloških čimbenika, nepotrebnu podjelu koja je ograničila eksplicitnu regulaciju i gospodarstva i političkog sustava. Stoga je ključno prepoznati da se regulacija jednog

³⁵ Joskow, P. L. i Rose, N. L. (1989), *The Effects of Economic Regulation*. U: R. Schmalensee i R.D. Willig (Ur.), *Handbook of Industrial Organization, Volume II*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers, str. 1451-1452.

područja mora razumjeti u smislu njegovog utjecaja na drugo, priznajući zamršenu vezu između ekonomske i političke dinamike.³⁶

3.1. Teorija tržišnog neuspjeha i argumenti za državnu intervenciju

Tržišna učinkovitost, dugogodišnje načelo u ekonomiji, tvrdi da slobodna konkurencija koristi javnosti i omogućuje učinkovitu raspodjelu resursa kroz nevidljivu ruku tržišta. Ova perspektiva zagovara pristup vlade „bez ruku“. Te su ideje kasnije sažete u prvom temeljnom teoremu ekonomije blagostanja, koji kaže da je, pod određenim uvjetima, konkurentna ekonomija uvijek Pareto učinkovita. Drugim riječima, nijedan alternativni mehanizam ne može poboljšati ukupnu dobrobit bez štete po nečiju situaciju. Međutim, ovi uvjeti zahtijevaju savršeno tržišno okruženje, koje karakterizira čista i savršena konkurencija među sudionicima koji određuju cijene, potpuna informacija i nula transakcijskih troškova. Unatoč tome, tržišta u stvarnom svijetu često ne ispunjavaju ove kriterije, čineći teorem nepraktičnim. Ti se nedostaci nazivaju tržišnim neuspjesima, što ukazuje na to da tržište nije uvijek optimalno sredstvo raspodjele resursa. To implicira da alternativne opcije mogu biti superiornije, opravdavajući vladinu intervenciju u cilju promicanja općeg blagostanja.³⁷ Drugim riječima, klasična ekonomska teorija tvrdi da će konkurentna tržišta, kada je prisutna savršena konkurencija, rezultirati optimalnom raspodjelom resursa u društvu. Međutim, važno je napomenuti da tržišni sustav, u stvarnosti, nije i nikada se nije smatrao savršenim. Postoje situacije u kojima tržišni sustav ne uspijeva postići učinkovitost u raspodjeli resursa, a koje se obično nazivaju „tržišni neuspjesi“.³⁸

Klasični tržišni neuspjesi obuhvaćaju nekoliko kategorija: javna dobra, eksternalije, prirodne monopole i informacijsku asimetriju:

1. Javna dobra: tržišta redovito ne uspijevaju osigurati javna dobra zbog nedostatka mogućnosti isključivanja. Kako se pojedinci ne mogu isključiti iz korištenja javnih dobara, za njih postaje racionalno da budu „slobodni jahači“, koji imaju koristi, a ne doprinose.

³⁶ Teachout, Z. i Khan, L. (2014), Market Structure and Political Law: A Taxonomy of Power, *Duke Journal of Constitutional Law & Public Policy*, 9, str. 37-38.

³⁷ Golovics, J. (2018), *Market versus Government: A Review*. U: Földi, P., Borbély, A., Kápolnai, Z., Zsarnóczky, M. B., Bálint, C., Fodor-Borsos, E., Gerencsér, I., Gódor, A. K., Gubacsi, F., Nyíró, A., Szeberényi, A. (Ur.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók IV. Téli Konferenciája: Konferenciakötet*. Budapest: Doktoranduszok Országos Szövetsége. 564-565.

³⁸ Joseph, R. A. i Johnston, R. (1985), Market failure and government support for science and technology: economic theory versus political practice. *Prometheus*, 3(1), str. 139.

Posljedično, javna dobra se ne stvaraju u tržišnom okruženju, unatoč potencijalnim dobrobitima za sve.

2. Eksternalije: eksternalije predstavljaju pozitivne ili negativne učinke na pojedince koji nisu uračunati u mehanizam cijena. Ti se utjecaji događaju bez pristanka pogođenih i iskrivljuju optimalnu raspodjelu resursa. Samointeresni akteri koji stvaraju eksternalije zanemaruju društvene troškove i koristi svojih postupaka, što rezultira neučinkovitim intenzitetom eksternalija. Posljedično, pasivni pojedinci doživljavaju više ili manje negativnih ili pozitivnih eksternalija nego što bi bilo optimalno na ukupnoj razini.
3. Prirodni monopol: određene aktivnosti uključuju znatne fiksne troškove, poput infrastrukture u mrežnim industrijama. Kao rezultat toga, krivulja varijabilnih troškova opada u relevantnom rasponu potražnje, što ukazuje da bi jedinični troškovi bili niži ako bi se proizvodnja povećala. Ovo sugerira da je jedna tvrtka koja posluje u takvoj industriji isplativija od konkurencije. Međutim, monopoli dovode do gubitaka blagostanja (gubitak mrtvog tereta).
4. Informacijska asimetrija: Unatoč pretpostavkama neoklasične ekonomije, ekonomski akteri ne posjeduju potpune informacije o svijetu. Dobivanje informacija nije trenutno niti besplatno. Umjesto da se bave robom za pretraživanje, pojedinci se često susreću s robom za iskustvo ili robom nakon iskustva, gdje dobavljači posjeduju više informacija o njihovim proizvodima ili uslugama. Ovaj nesrazmjer u informacijama dovodi do pogrešne raspodjele resursa.³⁹

Kao rezultat potonjeg, vlade interveniraju kako bi utjecale na razinu proizvodnje ili potrošnje. Poduzeća i potrošači, vođeni vlastitim interesom, prirodno ne ispravljaju ovu pogrešnu raspodjelu resursa, stvarajući ulogu za državnu intervenciju. Na primjer, potrošnja duhana predstavlja tržišni neuspjeh koji vlada pokušava riješiti uvođenjem neizravnih poreza kako bi smanjila potrošnju. Osim rješavanja tržišnih nedostataka, državna intervencija služi i u druge svrhe:⁴⁰

³⁹ Golovics, J., op. cit., str. 565-566.

⁴⁰ Savemyexams (2023), *Reasons For Government Intervention In Markets*. Dostupno na: <https://www.savemyexams.co.uk/dp/economics/sl/22/revision-notes/2-microeconomics/2-7-role-of-government-in-microeconomics/2-7-1-reasons-for-government-intervention-in-markets/> (pristup: 15.06.2023).

1. Stvaranje državnog prihoda: vladama su potrebna sredstva za pružanje osnovnih usluga i javnih dobara. Oni ostvaruju prihod kroz intervencije kao što su oporezivanje, privatizacija, prodaja licenci (npr. 5G licence) i prodaja robe ili usluga.
2. Promicanje pravednosti: pravednost je subjektivan koncept pod utjecajem društvenih uvjerenja. Vlade imaju za cilj smanjiti jaz u bogatstvu između bogatih i siromašnih, ali opseg ovog promicanja ovisi o društvenoj i vladinoj percepciji pravednosti. Mjere za promicanje jednakosti uključuju zakone koji štite radnike (npr. zakoni o minimalnoj plaći, zdravstveni i sigurnosni propisi) i sprječavanje monopola koji dovode do viših cijena. Zakoni o zaštiti okoliša također doprinose pravednosti sprječavanjem štete za okoliš.
3. Potpora poduzećima: u globalnom gospodarstvu vlade često odlučuju podržati ključne industrije kako bi održale njihovu konkurentnost. Mjere za potporu poduzećima uključuju davanje subvencija ili poreznih olakšica i ograničavanje inozemne konkurencije sve dok se nova poduzeća dobro ne etabliraju i ne budu sposobne za međunarodno natjecanje.
4. Podrška siromašnijim kućanstvima: siromaštvo ima višestruke negativne učinke na pojedince i gospodarstvo. Državna intervencija kroz politike redistribucije, kao što su progresivne porezne strukture i socijalne isplate, ima za cilj smanjiti siromaštvo.

Kako bi intervenirale na tržištima, vlade obično koriste četiri metode: neizravno oporezivanje, subvencije, maksimalne cijene (plafoni cijena) i minimalne cijene (donje cijene). Ove se intervencije koriste za rješavanje tržišnih nedostataka i postizanje specifičnih gospodarskih i društvenih ciljeva.⁴¹

3.2. Teorija javnog izbora i granice državne intervencije

Teorija javnog izbora pojavila se kao odgovor na nekoliko neriješenih pitanja unutar standardne ekonomske teorije. Jedno od tih pitanja odnosilo se na ograničenja ekonomije blagostanja, posebice na nemogućnost formuliranja agregirane utilitarne funkcije blagostanja. Osim toga, postojala je neizvjesnost oko uloge države u gospodarstvu. Velika depresija 1930-ih dodatno je potaknula skepticizam i nezadovoljstvo funkcioniranjem tržišta, što je dovelo do razvoja teorije javnog izbora. Tijekom tog vremena pojavile su se ideje koje su sugerirale da bi država

⁴¹ Savemyexams (2023), *Reasons For Government Intervention In Markets*. Dostupno na: <https://www.savemyexams.co.uk/dp/economics/sl/22/revision-notes/2-microeconomics/2-7-role-of-government-in-microeconomics/2-7-1-reasons-for-government-intervention-in-markets/> (pristup: 15.06.2023).

potencijalno mogla zamijeniti sustav cijena i raspodijeliti dobra i usluge jednako učinkovito, ako ne i više, od tržišta. To je dovelo do modela tržišnog socijalizma, gdje je država prikazana kao alternativa tržištu. Nadalje, prepoznavanje tržišnih nedostataka, posebice vanjskih učinaka, pružilo je inherentne razloge za nužnost državne intervencije. Kada su postojale razlike između privatnih i društvenih troškova ili između privatne i društvene korisnosti, to je upućivalo na to da tržišta nisu učinkovito raspoređivala resurse i da postizanje Pareto optimalnosti nije bilo moguće. U takvim je slučajevima vladina ekonomska politika, kroz sustave poreza i subvencija, imala za cilj riješiti i ukloniti jaz između komunalnih i privatnih troškova ili komunalne i privatne korisnosti.⁴²

Pristup, odnosno, teorija javnog izbora smatra državu „prirodnim pojavom“, što odražava ideju da se političke institucije i akteri, poput države, promatraju kao rezultat djelovanja i interakcija racionalnih pojedinaca koji nastoje ostvariti vlastite interese. Točnije, državne službenike smatra glavnim akterima unutar države i sugerira da je njihov cilj maksimiziranje vlastite korisnosti. Kao rezultat toga, to može dovesti do favoriziranja države prema određenim skupinama i neučinkovito visokih razina proizvodnje i ponude, što rezultira rastom državnog sektora.⁴³ Značajan dio rječnika i analitičkih okvira korištenih u teoriji javnog izbora može se pratiti do klasične ekonomske analize monopolističkog ponašanja. Naime, prema klasičnoj teoriji, kada se oskudna dobra raspodjeljuju na tržištu, ravnotežna cijena je određena razinom potrošačke potražnje, koja se smanjuje kako cijene rastu (predstavljena krivuljom potražnje koja pada prema dolje), i ponudom dobara, koja raste kako cijene rastu (predstavljeno uzlaznom krivuljom ponude). U ovom okviru, pretpostavlja se da proizvođači ne mogu razlikovati kupce na temelju cijene, što znači da će se sva roba prodavati po istoj tržišnoj cijeni, čak i ako neki proizvođači cijene robu više nego što to odražava tržišna cijena, a drugi je cijene manje. Razlika između cijene koju bi potrošači bili spremni platiti i tržišne cijene naziva se potrošački višak. Slično, razlika između rezervirane proizvođačke cijene i tržišne cijene naziva se proizvođački višak.⁴⁴

⁴² Volejníková, J. i Kuba, O. (2020). An Economic Analysis of Public Choice: Theoretical Methodological Interconnections. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*, 28 (3), str. 3.

⁴³ Karnik A. (2011), *Theories of state intervention*. University of Bombay, Department of Economics Working paper br. 96/11, str. 9-10.

⁴⁴ Stephan, P. B. (1995). Barbarians Inside the Gate: Public Choice Theory and International Economic Law. *American University International Law Review*, 10 (2), str. 746.

Prema pristalicama ove teorije, tržišna distribucija resursa smatra se društveno optimalnom. Stoga tvrde da bi se država trebala ograničiti na minimalnu ulogu jer tržište može učinkovito funkcionirati bez značajne državne intervencije. Ovi znanstvenici vjeruju da je minimalna država najpoželjniji oblik vladavine. Da bi se postigla ova optimalna razina, teoretičari javnog izbora zagovaraju politike koje, primjerice, privatiziraju programe socijalne skrbi i ograničavaju uplitanje vlade. Jedno od primarnih rješenja koje predlažu znanstvenici javnog izbora za ograničavanje moći vlade su ustavna ograničenja. Uspostavom ustavnih odredbi za kontrolu državnih rashoda, prihoda i duga, cilj im je stvoriti manju političku sferu koja potiče bolje ekonomske, odnosno, tržišne rezultate. Ovaj pristup nastoji obuzdati aktivnosti traženja rente i korupciju uz promicanje učinkovitosti.⁴⁵

3.3. Institucionalna ekonomija i uloga državnih institucija u oblikovanju tržišne strukture konkurencije

Istraživanja unutar polja komparativne političke ekonomije tradicionalno su usmjerena na proučavanje razlika između različitih država, odnosno, tržišta. U prethodnom su pristupu države i tržišta ispitivani kao odvojeni entiteti uključeni u konkurentsku borbu za resurse unutar fiksnog ekonomskog okvira. Državna uprava, društvena udruženja i tržišne transakcije smatrani su posebnim oblicima društvenih odnosa koji su se borili za prevlast. Ako se razmatrao teritorijalni aspekt odnosa između države i tržišta, pretpostavljalo se da je prvenstveno ograničen na specifični nacionalni ekonomski kontekst. Glavno pitanje bilo je određivanje optimalne razine državne intervencije u nacionalnom gospodarstvu. Iako je ova istraživačka tradicija pružila dragocjene uvide u podrijetlo različitih nacionalnih modela kapitalizma, imala je ograničenja u ispitivanju međusobnog utjecaja između država i tržišta, kako na domaćem tako i na međunarodnom planu.⁴⁶

U konkurentskom svijetu, karteli i radnje dominantnih poduzeća rezultiraju ometanjem konkurentskog procesa. Stoga je važno učinkovito upravljati politikom tržišnog natjecanja povremenim redefiniranjem vlasničkih prava kako bi se osiguralo da pritisak konkurencije ostane učinkovit. Jedno ograničenje Nove institucionalne ekonomije je to što se usredotočuje na prednosti

⁴⁵ Demirbasa, D. i Demirbasa, S. (2011), Role of the State in Developing Countries: Public Choice versus Schumpeterian Approach. *Business and Economics Research Journal*, 2 (1). str. 28.

⁴⁶ Riain, S. Ó. (2000). States and Markets in an Era of Globalization. *Annual Review of Sociology*, 26 (1), str. 189-190.

učinkovitosti netržišnog upravljanja dok zanemaruje negativne posljedice odnosa autoriteta koji mogu dovesti do antikonkurentskih ishoda. Ti ishodi proizlaze iz smanjenja broja igrača (horizontalna integracija) ili smanjenja veličine konkurentskih tržišta (vertikalna integracija). Ovaj učinak može biti još značajniji kada tržištima nedostaje transparentnost i savršena konkurencija, jer može stvoriti informacijsku neučinkovitost zbog strateške manipulacije informacijama. To se događa kada vertikalno integrirana dominantna tvrtka strateški manipulira informacijama regulatorima kako bi zaštitila svoje protukonkurentne profite.⁴⁷

Nadalje, politika tržišnog natjecanja obuhvaća različite mjere kao što su regulacija i antimonopolska politika. Može se promatrati kao odgovor na inherentne nedostatke u pravima vlasništva, stvarajući kompromis između prava vlasnika i kolektivnog interesa održavanja vjerodostojnosti na konkurentnim tržištima i izbjegavanja neučinkovitosti. U tom smislu, dizajn antimonopolskih mehanizama uključuje značajne kompromise u dva različita područja:⁴⁸

1. Prvo, kada se radi o pružanju javnih dobara kao što su kvaliteta, pouzdanost i znanje, konkurenti često moraju koordinirati svoje napore. Ova koordinacija može uključivati izradu standarda, dijeljenje vrijednih informacija kako bi se osigurala sigurnost ili spriječili tržišni neuspjesi. Međutim, suradnja među konkurentima može potencijalno dovesti do tajnog dogovora, omogućujući im izvlačenje prekomjerne dobiti. Upravljanje ovom dilemom je izazovno jer ti profiti mogu financirati pružanje javnih dobara, ali također mogu proizaći iz nepravedne dominacije.
2. Drugo, na tržištima koja karakteriziraju fiksni troškovi i sve veći prinosi, postoji velika vjerojatnost zatvaranja tržišta, što kratkoročno omogućuje traženje rente, a dugoročno koči inovacije. Kako bi se riješio ovaj problem, postaje neophodno „razbiti“ integrirane tvrtke. Međutim, te radnje mogu imati negativne posljedice na poticaje za ulaganja i učinkovitost transakcija.

Svakako, država ima ključnu ulogu u uspostavljanju potrebnih temelja za poštena i otvorena konkurentna tržišta. U svojoj srži, vlada je odgovorna za održavanje „vladavine zakona“, uspostavljanje vlasničkih prava, osiguravanje provedbe ugovora i stvaranje institucija koje

⁴⁷ Brousseau, É. i Nicita, A. (2010). How to design institutional frameworks for markets. *Revue d'économie industrielle*, 129, str. 95.

⁴⁸ Ibidem., str. 95-96.

olakšavaju ispravno funkcioniranje tržišta. To uključuje provedbu okvira za zakone o tržišnom natjecanju i potrošačima koji upravljaju ponašanjem poduzeća i pojedinaца koji djeluju na tržištima. Zakon o tržišnom natjecanju osmišljen je kako bi spriječio poduzeća da se uključe u praksu protiv tržišnog natjecanja i zabranjuje dominantnim poduzećima da iskorištavaju svoju tržišnu moć za manipuliranje ishodima. Na primjer, sprječava poduzeća da ograniče ulazak na tržište ili naplaćuju pretjerano visoke cijene. Osim toga, zakon o tržišnom natjecanju postavlja ograničenja na spajanja koja bi mogla značajno smanjiti konkurenciju na određenom tržištu. Zakon o zaštiti potrošača, s druge strane, ima za cilj zaštititi potrošače od lažnih aktivnosti, prijevara i drugih zlouporaba. Njime se definiraju prava potrošača u njihovoj interakciji s poduzećima i nastoji se osigurati fer i pošten odnos poduzeća prema klijentima. Bez okvira koji osiguravaju zakoni o tržišnom natjecanju i zaštiti potrošača, potrošači bi bili ranjivi na iskorištavanje od stranog poduzeća i moglo bi doći do potencijalnog gubitka povjerenja u tržišta, što bi dovelo do smanjenog sudjelovanja potrošača.⁴⁹

Zaključno, teorijska stajališta o ulozi države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije razlikuju se i predmet su stalne rasprave. Različite ekonomske škole nude različite perspektive o optimalnoj razini državne intervencije na tržištima. Jedna je perspektiva teorija javnog izbora ekonomije, koja zagovara minimalnu državnu intervenciju na tržištu. Zagovornici vjeruju da će tržišni mehanizam, prepušten sam sebi, prirodno dovesti do učinkovitih rezultata i promicati konkurenciju. Prema tom stajalištu, uloga države trebala bi biti ograničena na provedbu vlasničkih prava i ugovora, sprječavanje prijevara i održavanje stabilnog makroekonomskog okruženja. S druge strane, intervencionističke perspektive tvrde da država ima ključnu ulogu u oblikovanju tržišne strukture i osiguravanju poštenog tržišnog natjecanja. Zagovornici intervencionističkih politika vjeruju da tržišta nisu sama po sebi učinkovita ili pravedna i zahtijevaju državnu intervenciju kako bi se ispravili tržišni neuspjesi i promicala konkurencija. Tvrde da bi država trebala regulirati monopole i spriječiti prakse protiv tržišnog natjecanja kako bi osigurala jednake uvjete za sve sudionike na tržištu. Osim toga, neke ekonomske teorije, kao što su industrijska organizacija i evolucijska ekonomija, priznaju da su tržišna struktura i konkurencija oblikovani složenom međugrom različitih čimbenika, uključujući tehnološke promjene, ponašanje poduzeća i vladine politike. Te teorije naglašavaju važnost razumijevanja dinamičke prirode tržišta i

⁴⁹ OFT, op. cit, str. 11.

usvajanja fleksibilnijeg pristupa državnoj intervenciji koja se prilagođava promjenjivim okolnostima.

Općenito, uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije složeno je i nijansirano pitanje. Optimalna razina državne intervencije ovisi o nizu čimbenika, uključujući specifični tržišni kontekst, prisutnost tržišnih nedostataka i šire društvene i ekonomske ciljeve. Uspostavljanje prave ravnoteže između državne intervencije i tržišnih sila stalan je izazov i za kreatore politike i za ekonomiste.

4. UČINAK DRŽAVNE INTERVENCIJE NA STRUKTURU TRŽIŠTA I KONKURENCIJU

Na učinke regulacije, bilo da se radi o ekonomskoj ili socijalnoj regulaciji, vjerojatno će utjecati različiti čimbenici. Ti čimbenici uključuju motivaciju za regulaciju, prirodu regulatornih instrumenata i strukturu regulatornog procesa, ekonomske karakteristike industrije te pravno i političko okruženje u kojem se regulacija odvija. Zbog značajnih varijacija u ovim ekonomskim i institucionalnim karakteristikama, očekivani učinci regulacije vjerojatno će se razlikovati među industrijama i tijekom vremena.⁵⁰ U sklopu ovog poglavlja, raspravljat se o učincima antimonopolske regulative, politike tržišnog natjecanja, privatizacije i deregulacije na strukturu tržišta i konkurenciju.

4.1. Učinci antimonopolske regulative i politike tržišnog natjecanja na strukturu tržišta i konkurenciju

Općenito, antimonopolski zakoni obuhvaćaju ključne elemente koji se nalaze u zakonima o tržišnom natjecanju velikih gospodarstava. To uključuje zabranu „monopolskih sporazuma“, što se odnosi na tajne radnje između konkurenata kao što su sporazumi o namještanju cijena, kao i sporazumi između trgovačkih partnera koji imaju antikonkurentne učinke. Također zabranjuju zlouporabu dominantnog tržišnog položaja, ciljajući na specifične vrste antikonkurentskog ponašanja tvrtki koje posjeduju mogućnost kontrole cijena ili proizvodnje na dobro definiranom relevantnom tržištu. Osim toga, zakoni zabranjuju tzv. „koncentracije“, koje se obično odnose na spajanja i akvizicije, koje bi potencijalno mogle naštetiti konkurenciji na relevantnom tržištu. Nadalje, nalažu da koncentracije koje ispunjavaju određene pragove moraju biti podvrgnute pregledu od strane nadležnih tijela prije nego što se mogu dovršiti.⁵¹

Drugim riječima, ovakvim zakonima se utvrđuju radnje i postupci trgovačkih društava kojima se zlouporabom monopolskog ili vladajućeg položaja, kao i sklapanjem monopolističkih sporazuma, narušava tržišno natjecanje i stvaraju poremećaji na jedinstvenom tržištu. Ovo ukazuje na to da su temeljne kategorije obuhvaćene zakonima: monopolističko ponašanje (zlouporaba monopolskog

⁵⁰ Joskow, P. L. i Rose, N. L., op. cit., str. 1451.

⁵¹ Harris, H. S., Wang, P. J., Cohen, M. A., Zhang, Y. i Evrard, S. J. (2011), *Anti-Monopoly Law and Practice in China*. Oxford: Oxford University Press, str. 1.

ili dominantnog položaja), pojam tržišne moći (monopolistički ili dominantni položaj) te kartelni sporazumi ili otvoreno dogovaranje (monopolistički sporazumi). Stoga se zakoni fokusiraju isključivo na kažnjavanje monopolističkog ponašanja, a ne na stvaranje stvarnog monopolističkog tržišta ili bilo kakvih oblika nekonkurentnih tržišnih struktura.⁵²

Razvoj antimonopolske regulative može se svrstati u pet konceptualnih faza:⁵³

1. U kasnom 19. stoljeću uspostavljeni su presedani za zakonska ograničenja monopolističkog ponašanja na tržištima, što je prikazano donošenjem Shermanova zakona u Sjedinjenim Američkim Državama 1890. godine.
2. U razdoblju između 1900. i 1950. godine Sjedinjene Američke Države igrale su značajnu ulogu u oblikovanju antimonopolskih zakona diljem svijeta, uvođenjem zakona kao što su Claytonov zakon (1914.), Zakon o saveznoj trgovačkoj komisiji (1914.) i Robinson-Nutmanov zakon (1936.).
3. Između 1950. i 1970. antimonopolsko zakonodavstvo razvijeno je u Europi i diljem svijeta, uključujući donošenje zakona o tržišnom natjecanju u zapadnoj Europi i Japanu, uspostavu Rimske konvencije za provedbu jedinstvene politike tržišnog natjecanja EU-a i globalno usvajanje strogih zakona o tržišnom natjecanju prema američkom modelu.
4. Od 1970. do 1990. došlo je do pomaka prema liberalizaciji zakona o tržišnom natjecanju nakon liberalizacije ekonomskih modela, što je uključivalo napuštanje društvenih i političkih ciljeva u antimonopolskim politikama ako su onemogućavali ekonomsku učinkovitost, usvajanje popustljivijeg stava prema spajanjima i akvizicijama i provedbu obavijesti procedure za sporazume.
5. Od 1990. godine formira se međunarodni sustav regulacije tržišnog natjecanja, obilježen razvojem tržišnog natjecanja i antimonopolske politike u brojnim zemljama, globalizacijom svjetskih gospodarskih odnosa, uspostavom složenih pravila međunarodne trgovine stvaranjem Svjetske trgovinske organizacije 1995. godine, prestankom korištenja

⁵² Begović, B. i Bukvić, R. (1998), *Antimonopolska politika: predlog rešenja*. MPRA Paper 81534, str. 1.

⁵³ Borscheva, N. L., Fedorova, Y. V., Kirikutsa, E. G., Islamova, G. I. i Fedorov, E. A. (2021), *The Impact of Antimonopoly Regulation on Innovative Entrepreneurship in the Context of the Epidemiological Crisis: on the Example of Foreign Developed Countries and Russia*. Research Square Platform LLC, str. 3-4.

dekoncentracije oligopolističkih tržišta kao alata antimonopolske politike te uspostavom nadnacionalnih tijela u Europskoj uniji.

Prve dvije faze uključivale su aktivne i stroge intervencije na tržištu kako bi se spriječile udruge poput trustova, tajnih dogovora ili sporazuma usmjerenih na monopolizaciju, s fokusom na zaštitu prava malih vlasnika od prijetnji koje predstavljaju trustovi i monopoli. Treća faza svjedočila je usvajanju antimonopolskog zakonodavstva u Njemačkoj i Japanu 1947. godine, potaknuto potrebom da se spriječe zlouporabe tržišta od strane dominantnih tvrtki u tim zemljama zbog njihovih poslijeratnih militariziranih gospodarstava i visoke tržišne koncentracije. Četvrta faza, koja obuhvaća 1970-e i 1980-e, svjedoči o promjeni pristupa prema liberalizaciji antimonopolske regulative, pod utjecajem uspona velikih multinacionalnih kompanija koje su se učinkovito natjecale na globalnim tržištima. Peta faza antimonopolske regulative nastavila je trend liberalizacije antimonopolske politike, koji koincidira s integracijskim procesima u globalnom gospodarstvu, obilježen sveobuhvatnim i novim ekonomskim i pravnim pristupom samoj antimonopolskoj regulativi. Tijekom četvrte i pete faze došlo je do prijelaza s prohibitivnog pristupa na onaj usmjeren na promicanje razumnog ponašanja.⁵⁴

Antimonopolska politika predstavlja sredstvo kojim tržišni mehanizam svojim nesmetanim i učinkovitim djelovanjem omogućuje ekonomsku učinkovitost i maksimiziranje društvenog blagostanja. Međutim, unatoč tome što je ekonomska učinkovitost neosporan cilj antimonopolske politike, još uvijek nema konsenzusa o tome treba li antimonopolska politika težiti dodatnim ciljevima. Jedno stajalište je da ekonomska učinkovitost treba biti jedini cilj antimonopolske politike i da se ta politika ne smije opterećivati drugim ciljevima. U principu, kroz različite politike treba težiti drugim ciljevima. Ova perspektiva je realistična, posebice kada se uzmu u obzir sugestije iz područja teorije državne intervencije da svaki pojedinačni ekonomski cilj treba rješavati barem jednom ekonomskom politikom. Relevantnost tako jasno definiranog cilja, naime da ekonomska učinkovitost treba biti jedini cilj antimonopolske politike, postaje očigledna u dovoljno složenim slučajevima gdje dolazi do sukoba između alokativne i proizvodne

⁵⁴ Ibidem., str. 4.

učinkovitosti. No, ponekad se javljaju i mišljenja da bi antimonopolska politika trebala imati i druge ciljeve uz postizanje ekonomske učinkovitosti.⁵⁵

Osim toga, antimonopolska politika obično je usmjerena na sprječavanje nedoličnog ponašanja, a ne na podvrgavanje poduzeća regulatornim kontrolama. Antimonopolska pravila obuhvaćaju i potencijalne koristi, poput promicanja tržišnog natjecanja, i potencijalne troškove, poput smanjenja tržišnog natjecanja i inovacija te povećanja privatnog sektora i pravosudnih troškova. Pogreške u osmišljavanju i provedbi pravila o provedbi, osobito onih koje obeshrabruju ponašanje koje potiče tržišno natjecanje, mogu imati značajne negativne posljedice. Stoga antimonopolska pravila moraju uzeti u obzir te koristi i troškove. Zbog transakcijskih troškova očito je da antimonopolska pravila nisu prikladna za „popravljanje“ svih tržišnih nesavršenosti. Pravila koja su dovoljno „fleksibilna“ da se prilagode svakoj teoriji „tržišne moći“ stavljaju veliki teret na sudove da pretraže goleme količine ekonomskih podataka, shvate složene i često ezoterične teorije i na kraju naprave razliku između zakonite konkurencije i nezakonitih radnji. Rizik od pogrešaka je značajan. S druge strane, relativno jasna i jednostavna antimonopolska pravila mogu omogućiti nekažnjeno određeno ponašanje protiv tržišnog natjecanja. Učinkovito pravilo je ono koje na najmanju moguću mjeru smanjuje kombinirane neuspjehe u rješavanju protukonkurentskog ponašanja, intervencije koje izazivaju ili obeshrabruju pro-konkurentno ponašanje i troškove povezane s razumijevanjem i poštivanjem pravila te sudjelovanjem u parnici.⁵⁶

Jedan od ciljeva antimonopolske politike koju provodi Europska komisija jest spriječiti nastanak ili postojanje bilo kakvih prepreka kretanju robe između tržišta zemalja članica Europske unije. Ovaj cilj antimonopolske politike vrlo je specifičan, usmjeren na očuvanje primarno političke vrijednosti (jedinstvenog tržišta unutar EU, odnosno ekonomske integracije Unije) i ponekad može biti u sukobu s ciljem povećanja gospodarske učinkovitosti. Nadalje, zaštita malog gospodarstva ili promicanje malog poduzetništva ponekad se navodi kao cilj antimonopolske politike. Međutim, ovaj cilj jednostavno nije primjeren. Ne ulazeći u pitanje je li takav cilj u skladu s općim društvenim interesom (ostaje nejasno zašto bi zaštita malih poduzeća bila društveni interes), potrebno je priznati da antimonopolska politika ne posjeduje mehanizme za zaštitu malih poduzeća

⁵⁵ Mihajlović, M., Imamović, N. i Dragović, N. (2017). Uloga i značaj antimonopolske politike u savremenim uslovima poslovanja. *Oditor*, 3(2), str. 87

⁵⁶ Muris, T. J. (2003), Improving the Economic Foundations of Competition Policy. *The George Mason Law Review*, 21(3), str. 22.

ili promicanje malih. Takve mjere spadaju u djelokrug fiskalne politike (porezne olakšice ili subvencije), a antimonopolska politika u tom smislu jednostavno ne može biti učinkovita. Štoviše, zaštita malih i srednjih poduzeća u sukobu je s ciljem promicanja tržišnog natjecanja i ekonomske učinkovitosti.⁵⁷

Detaljnije, u slučaju Europske unije politika zaštite tržišnog natjecanja služi kao alat za postizanje strateških ciljeva gospodarstva EU-a, uključujući održivi gospodarski rast, širenje sektora inovacija i učinkovitu alokaciju resursa. Jedna od posebnosti njegove provedbe u zemljama EU-a jest da antimonopolsku regulativu provode i Europska komisija i nacionalna antimonopolska tijela. U usporedbi s drugim metodama državnog utjecaja na realni sektor gospodarstva, antimonopolska regulacija nije preventivne prirode, već uključuje određivanje mjera odgovornosti tržišnih sudionika koji se ponašaju protivno tržišnom natjecanju.⁵⁸

Kako bi se utvrdila priroda tih postupaka, primjenjuju se članci 101. i 102. Ugovora o Europskoj uniji, koji daju sveobuhvatan popis pojedinačnih i zajedničkih postupaka koji predstavljaju protutržišno ponašanje. Riječ je o zlouporabama vladajućeg položaja u raznim oblicima, kao što su predatorsko određivanje cijena i cjenovna diskriminacija, izravni utjecaj na cijene i uvjete prometa roba na tržištu te sklapanje nezakonitih protukonkurencijskih sporazuma s proizvođačima putem strukovnih udruga. Međutim, važno je napomenuti da slične radnje nisu zabranjene ako je proizvod inovativan. Nadalje, svaka država EU ima svoje nacionalno antimonopolsko zakonodavstvo koje je usklađeno s odredbama Ugovora o Europskoj uniji. Kršenje antimonopolskog zakonodavstva mogu istraživati i Komisija EU-a i nacionalna antimonopolska tijela, a nadležnost se utvrđuje na temelju zemljopisnih granica tržišta na kojem se kršenje dogodilo. Ako je tržište prekogranično, slučaj vodi Europska komisija. Dakle, moderna antimonopolska regulativa u zemljama EU-a sveobuhvatno definira različite vrste individualnog i kolektivnog antikonkurentskog ponašanja sudionika na tržištu, omogućujući istrage kršenja kako na nacionalnim tako i na prekograničnim tržištima.⁵⁹

⁵⁷ Mihajlović, M. et al., op. cit., str. 87-88.

⁵⁸ Smirnova, O. O. (2019), Antimonopoly regulation of food markets in the EU. *Economics: Yesterday, Today and Tomorrow*, 9(1B), str. 859.

⁵⁹ Ibidem., str. 859.

S druge strane, politika i pravo tržišnog natjecanja, kako se odražava u zakonodavstvu tržišnog natjecanja brojnih zemalja, dijele zajedničke ciljeve, koji uključuju:⁶⁰

1. zabranu restriktivne poslovne prakse,
2. kontrolu monopola i koncentracije ekonomske moći,
3. reguliranje spajanja i akvizicija,
4. povećanje učinkovitosti proizvodnje i distribucije dobara i usluga,
5. osiguravanje povoljnih uvjeta za slobodnu trgovinu, te
6. promicanje inovacija.

Zakon o tržišnom natjecanju igra ključnu ulogu u zaštiti tržišnog procesa i služi kao značajan zakon o zaštiti potrošača. Njegov primarni cilj je spriječiti poslovne prakse koje nepravедno uskraćuju potrošačima prednosti konkurencije, što dovodi do viših cijena lošijih proizvoda i usluga. Osim toga, neki zakoni o tržišnom natjecanju također se bave nepoštenom trgovinskom praksom koja dovodi u zabludu ili obmanjuje potrošače, zajedno s odredbama koje se odnose na sigurnost proizvoda, informacije o proizvodu i djela nesavjesnog ili krajnje nepoštenog ponašanja.⁶¹

4.2. Učinci privatizacije i deregulacije na strukturu tržišta i konkurenciju

Privatizacija i deregulacija su različite i neovisne pojave koje se mogu pojaviti odvojeno ili istovremeno. Moguće je da vlada provede program privatizacije uz zadržavanje reguliranih sektora i javnih monopola. Alternativno, vlada može odlučiti privatizirati javni monopol bez uvođenja konkurencije, učinkovito ga zamjenjujući privatnim monopolom. Do zabune između ta dva pojma dolazi jer se u mnogim slučajevima, kada se privatizacije prikazuju na političkoj razini, naglašava pozitivan aspekt poticanja konkurencije. U praksi se privatizacije često podudaraju s mjerama deregulacije. Međutim, sama privatizacija nije dovoljna za promicanje konkurencije; također moraju postojati mehanizmi za njegovu zaštitu. To je cilj deregulacije - stvoriti okruženje koje podržava i štiti konkurenciju.⁶²

⁶⁰ Qaqaya, H. i Lipimile, G. (2008), *The effects of anti-competitive business practices on developing countries and their development prospects. United Nations Conference on Trade and Development*. New York and Geneva: United Nations, str. 85.

⁶¹ Ibidem., str. 85-86.

⁶² González-Gómez, F., Ortega Almón, M. A., Sánchez, Á. i Gonzáles, F. (2003), Privatization, deregulation and competition: evidence from Spain. *Revista de Economía del Rosario*, str. 2.

Međutim, u mnogim je zemljama deregulacija popraćena privatizacijom. Na primjer, u Japanu je nacionalni komunikacijski prijevoznik (NTT) djelomično privatiziran kao dio šireg programa liberalizacije međugradskih i lokalnih komunikacija. Slično, u Ujedinjenom Kraljevstvu, djelomična liberalizacija telekomunikacija, koja je uključivala licenciranje manjeg konkurenta dominantnom operateru (British Telecom), bila je popraćena privatizacijom dominantnog dobavljača. Slični slučajevi mogu se vidjeti u privatizaciji Australian Airlinesa i planiranoj privatizaciji i fragmentaciji zračnih luka i lučkih vlasti na Novom Zelandu. Općenito, odluku o privatizaciji pokreću dva čimbenika: očekivanje veće proizvodne učinkovitosti i uvjerenje da će privatno poduzeće vjerojatnije poslovati na konkurentan način. Opće je poznato da bi prijenos kontrole s javnog na privatni sektor trebao, u načelu, pridonijeti troškovnoj učinkovitosti poduzeća podvrgavajući ga nadzoru dioničara i tržišta kapitala. Međutim, odnos između privatizacije i konkurentskog okruženja više je kontroverzan i predmet rasprave.⁶³

Privatizacija se odnosi na proces uvođenja tržišne dinamike u poslovanje poduzeća. To se može postići kroz tri opcije: promjenama vlasništva, promjenama organizacijske strukture i promjenama poslovanja. Ove opcije predstavljaju različite perspektive u smislu strukture ili djelovanja. Sa sadržajne perspektive, isti se koncept može izraziti kao privatizacija vlasništva, privatizacija upravljanja i privatizacija poduzetničkih disciplina.⁶⁴ Trenutačno postoji opsežna mikroekonomska literatura koja se bavi pitanjem zašto je vlasništvo važno. Ovo se pitanje može preoblikovati kao ispitivanje načina na koji državna intervencija iskrivljuje proces donošenja odluka u tvrtki. Da bi se potonje analiziralo, moguće je pogledati komponente problema optimizacije: cilj i ograničenja te kako na njih utječu različite vlasničke strukture. Unutar mikroekonomske literature, teorijski je utvrđeno da u uvjetima savršene konkurencije, odsutnosti informacijskih problema i potpunih ugovora, vlasništvo ne utječe značajno na uspješnost poduzeća. Drugim riječima, tvrtke bi pokazivale slične rezultate bez obzira na njihovu vlasničku strukturu. Izvorni argumenti u korist javnog vlasništva nastali su kao odgovor na, u trećem dijelu spomenuti, argument tržišnog neuspjeha. U situacijama u kojima nema konkurentskih uvjeta, koje obično karakterizira smanjenje prosječnih troškova unutar relevantnog raspona potražnje određenog tržišta, opravdanje učinkovitosti postojanja više tvrtki je oslabljeno. Mogućnost da

⁶³ Pera, A. (n.d.), *Deregulation and Privatisation in an Economy-Wide Context*, str. 180.

⁶⁴ Ramanadham, V. (1993), *Constraints and Impacts of Privatisation*. London: Routledge, str. 2.

privatni vlasnici iskorištavaju monopolsku moć dovela je do potrebe za javnim vlasništvom u sektorima koji se smatraju „prirodnim monopolima“. Ovaj argument za javno vlasništvo podržali su istaknuti znanstvenici, uključujući dobitnike Nobelove nagrade Lewisa, Meadea i Allaisa, koji su 1940-ih izrazili svoje mišljenje o nacionalizaciji industrija s takvim karakteristikama. Ovo gledište, koje priznaje tržišne neuspjehe i uzima u obzir društvene granične troškove, naziva se društvenim gledištem.⁶⁵

Privatizacija može poboljšati unutarnju učinkovitost kroz profitno orijentirano ponašanje privatnih subjekata. Potencijalno poboljšanje alokativne učinkovitosti kao rezultat privatizacije ovisi o strukturi poticaja, uključujući regulatorni okvir i razinu konkurencije s kojom se poduzeće suočava. Možda će biti potrebno provesti politiku tržišnog natjecanja kako bi se spriječila zloraba jakih, često monopolističkih položaja od strane privatiziranih tvrtki. Empirijske studije pokazuju da poduzeća u javnom vlasništvu obično imaju uži tržišni fokus u konkurentskim okruženjima, iako ni privatne tvrtke ne postižu uvijek bolje rezultate u sektorima s elementima prirodnog monopola. Međutim, glavna prepreka konkurenciji u mnogim uslužnim sektorima nije sama razina javnog vlasništva, već propisi koje nameću vlade o ulasku i poslovanju u tim sektorima. S druge strane, za mrežne usluge kao što su telekomunikacije ili opskrba energijom, sama privatizacija nije dovoljna za stvaranje konkurentnog tržišta. Ako novo privatizirano poduzeće zadrži svoj monopolski položaj, privatizacija samo prenosi tržišne rente s javnih na privatne subjekte. Međutim, negativni učinci monopolizacije mogu se ublažiti regulacijom. Na tržišne strukture također se može utjecati da se potakne veća konkurencija. U mnogim mrežnim uslugama isporuka konačnog proizvoda potrošačima uključuje različite gospodarske aktivnosti, poput proizvodnje, prijenosa i distribucije električne energije. Razdvajanje ovih aktivnosti putem vlasništva ili upravljanja omogućuje tržišno natjecanje u nekim područjima uz zadržavanje jakih monopolističkih elemenata u osnovnim mrežnim ili infrastrukturnim uslugama. Ako vlasništvo ili upravljanje nisu razdvojeni, već je konkurencija uvedena na druge načine, ključno je omogućiti novim sudionicima da se povežu na postojeće mreže pod pravednim i jednakim uvjetima.⁶⁶

⁶⁵ Sheshinski, E. (2003), Privatization and Its Benefits: Theory and Evidence. CESifo Economic Studies, 49 (3), str. 434.

⁶⁶ Høj, L., Kato, T. i Pilat, D. (1995), Deregulation and privatisation in the service sector. *OECD Economic Studies*, 25 (11), str. 40.

Mnogi ekonomisti tvrde da privatizacija donosi najveće koristi u smislu poboljšanja ekonomske učinkovitosti kada se tvrtke prodaju na konkurentnim tržištima. Ova se perspektiva usklađuje s fokusom neoklasične ekonomije na tržišno natjecanje proizvoda, a ne na vlasništvo. Sve veći broj istraživanja o privatizaciji u razvijenim i zemljama u razvoju podupire ovo stajalište. Na primjer, u Ujedinjenom Kraljevstvu su primijećeni značajni dobiti u produktivnosti u British Gasu, ali uglavnom nakon uvođenja značajne konkurencije, koja se dogodila nekoliko godina nakon privatizacije. Slično tome, istraživanja o privatizacijama u telekomunikacijama i proizvodnji električne energije u zemljama u razvoju pokazala su da sama privatizacija ima ograničene očite učinke na gospodarski učinak. Izvedba ima tendenciju reagirati na vlasničke promjene samo kada se također provodi konkurencija ili učinkovita državna regulacija. U nedostatku učinkovite konkurencije na tržištima proizvoda, priroda državne regulacije nakon privatizacije postaje ključna. U Ujedinjenom Kraljevstvu je privatizacija prirodnih monopola dovela do uspostave regulatornih ureda na razini industrije, koji djeluju kvazi neovisno o vladinim odjelima. Dok se državna regulacija suočava s primjedbama jer može iskriviti cijene, rezultate, zapošljavanje, ulaganja i kvalitetu usluga, ekonomisti je smatraju „drugim najboljim“ rješenjem u usporedbi s konkurencijom. Ipak, ti su regulatorni uredi odigrali značajnu ulogu u poticanju povećanja učinkovitosti u privatiziranim monopolističkim industrijama u Ujedinjenom Kraljevstvu.⁶⁷

Kritičari konvencionalne ekonomske analize, međutim, tvrde da politike privatizacije stvaraju prilike za privatnu akumulaciju i profit dok uzrokuju veće uništenje proizvodnih snaga i društvenu regresiju. Procesi privatizacije često rezultiraju gubitkom radnih mjesta kroz zatvaranje djelatnosti i težnju za većom produktivnošću radne snage, što dovodi do pritiska na smanjenje plaća. Nadalje, privatizacije mogu pridonijeti konsolidaciji moćnih konglomerata koji imaju utjecaj na politiku, komunikaciju i kulturu. Oni također mogu oblikovati društveni način razmišljanja koji favorizira tržište i gleda na državu kao na tegobnu, birokratsku i sklonu korupciji. Općenito, konkurencija i deregulacija imaju značajniji utjecaj na ekonomske rezultate od dihotomije javno-privatno. Ako privatizacija državnih poduzeća ima za cilj poboljšati učinkovitost poslovnog sustava, povećanje konkurencije je nužan uvjet.⁶⁸

⁶⁷ Hodge, G. A. i Hodge, G. A. (2006), *Privatisation And Market Development: Global Movements in Public Policy Ideas. Monash Studies in Global Movements*. Cheltenham: Edward Elgar, str. 29.

⁶⁸ González-Gómez, F. et al., op. cit., str. 3-4.

Nadalje, postoji argument da je konkurencija ključni čimbenik, spuštajući vlasništvo na nižu razinu u hijerarhiji propisa. Iako je istina da se značajna povećanja učinkovitosti mogu postići uvođenjem konkurencije i promicanjem tržišne konkurentnosti putem politika deregulacije, postoje dva važna razmatranja koja treba uzeti u obzir. Prvo, postojanje tvrtke u javnom vlasništvu, često subvencionirane, može odvratiti druge tvrtke od ulaska na tržište, čak i kada to postane zakonski moguće. To onemogućuje uvođenje prave konkurencije. Istinska konkurencija ne podrazumijeva samo slobodan ulazak na tržište, već i slobodu izlaska. Održavanje javnih poduzeća na tržištu, s obzirom na ranije raspravljene argumente, potkopalo bi vjerodostojnost slobodnog izlaska kao obveze tih poduzeća. Međutim, taj argument još uvijek ima ekonomsku vrijednost. Uvođenje konkurencije, ako je izvedivo, moglo bi biti alternativa privatizaciji kada privatizacija nije moguća. Postoji i model nepotpunog ugovaranja koji ispituje uvjete pod kojima javno vlasništvo nadmašuje privatno vlasništvo. Ovaj model uzima u obzir nedovršenost ugovora, posebice u smislu neugovorne kvalitete. Kada je konkurencija ograničena u smislu izbora potrošača, a poticaji za smanjenje troškova mogu rezultirati smanjenjem kvalitete koja se ne može ugovoriti, postoji razlog za javno vlasništvo. To se naziva „pravim opsegom vlade“.⁶⁹ Ukratko, mikroekonomska perspektiva daje sljedeće provjerljive implikacije:⁷⁰

1. Implikacija 1: poduzeća u javnom vlasništvu ne nadmašuju poduzeća u privatnom vlasništvu u pogledu profitabilnosti i učinkovitosti u konkurentskim okruženjima, a mogu čak i biti lošija.
2. Implikacija 2: značajna povećanja učinkovitosti mogu se očekivati od promjena vlasničke strukture u konkurentnim sektorima.
3. Implikacija 3: povećanje profitabilnosti ne znači nužno povećanje učinkovitosti, osim u konkurentskom okruženju.
4. Implikacija 4: očekuje se da će potpuno privatizirane tvrtke imati bolje rezultate od djelomično privatiziranih tvrtki pod istim uvjetima.

Sveukupno, antimonopolska regulativa i politika tržišnog natjecanja ključni su za poticanje konkurentnog tržišnog okruženja i sprječavanje zlouporabe tržišne moći. Ove mjere pomažu u promicanju poštenog tržišnog natjecanja i sprječavaju monopole ili oligopole da dominiraju

⁶⁹ Sheshinski, E., op. cit., str. 443-444.

⁷⁰ Ibidem., str. 444.

tržištem. Poticanjem raznolike i dinamične tržišne strukture, antimonopolska regulativa i politika tržišnog natjecanja mogu poboljšati izbor potrošača i potaknuti inovacije. Potrošači imaju koristi od ovih politika kroz niže cijene, poboljšanu kvalitetu proizvoda i povećanu inovativnost. Antimonopolska regulativa i politika tržišnog natjecanja imaju za cilj stvoriti jednake uvjete za tvrtke, potičući ih da teže učinkovitosti, produktivnosti i zadovoljstvu kupaca. Provedba antimonopolskih propisa i politika tržišnog natjecanja pomaže u sprječavanju antikonkurentskih praksi poput namještanja cijena, tajnih dogovora i predatorskog ponašanja. Antimonopolska regulativa i politika tržišnog natjecanja također promiču ulazak na tržište uklanjanjem prepreka ulasku i osiguravanjem pravednog tržišnog natjecanja među postojećim i novim igračima. Ove politike pridonose konkurentnijem i učinkovitijem tržištu, što u konačnici koristi i potrošačima i tvrtkama. Provedba antimonopolskih propisa i politika tržišnog natjecanja zahtijeva ravnotežu između dopuštanja tržišnog natjecanja i sprječavanja antikonkurentskog ponašanja. S druge strane, privatizacija i deregulacija imaju značajne učinke na strukturu tržišta i konkurenciju. Ove mjere uvode konkurenciju, povećavaju učinkovitost, promiču inovacije i diverzificiraju vlasništvo unutar tržišta. Iako mogu donijeti koristi kao što su poboljšana produktivnost i povećana ulaganja, potrebno ih je pažljivo razmotriti i pratiti kako bi se uspostavila ravnoteža između tržišnog natjecanja i potrebe za regulacijom kako bi se spriječile moguće negativne posljedice kao što je monopolističko ponašanje ili smanjeni pristup osnovnim uslugama. Općenito, ako se učinkovito provode, privatizacija i deregulacija mogu pridonijeti dinamičnijem i konkurentnijem tržišnom okruženju.

5. ULOGA DRŽAVE U OBLIKOVANJU TRŽIŠNE STRUKTURE I KONKURENCIJE – ANALIZA MODELA PRIVATIZACIJE

Tema privatizacije i uloge države u oblikovanju tržišnih struktura i konkurencije ključno je područje proučavanja u području ekonomije i javnih politika. Privatizacija se, kako je već spomenuto, odnosi na prijenos vlasništva, kontrole ili upravljanja javnom imovinom ili uslugama s vlade na privatni sektor. Često se vidi kao sredstvo za promicanje učinkovitosti, poboljšanje pružanja usluga i poticanje konkurencije u prethodno monopolističkim industrijama. Stoga su, u ovom praktičnom dijelu, analizirani neki od modela privatizacije kao i njihove implikacije na strukturu tržišta i konkurenciju. U tom kontekstu obuhvaćena su tri modela: britanski model izravne prodaje imovine, standby model ugovaranja usluga te model inoviranja kroz osnivanje neprofitnih organizacija. Također, prikazan je se i model privatizacije u Republici Hrvatskoj.

5.1. Prikaz modela privatizacije

Britanski model: najčešći oblik privatizacije u Ujedinjenom Kraljevstvu uključuje izravnu prodaju državne imovine. Postoje dvije glavne metode određivanja cijena: ponude dionica s fiksnom cijenom i ponude dionica. Ponude s fiksnom cijenom pružaju javnosti dionice s jedinstvenom cijenom, dok ponude za nadmetanje omogućuju tržišnim silama da odrede cijenu dionice. Prodaja imovine slijedi postupke privatnog sektora, kao što je izrada prospekta, identificiranje osiguravatelja i izdavanja kuća te odabir burzovnih posrednika. Utvrđivanje fer tržišne vrijednosti za ponude s fiksnom cijenom ili minimalnih ponuda za ponude može biti izazovno i skupo, osobito kada su tržišne vrijednosti imovine nepoznate u vladinom okruženju. U Velikoj Britaniji, ponude s fiksnom cijenom često podcjenjuju imovinu jer osiguravatelji, koji su također glavni ponuditelji, imaju opciju kupiti neprodane dionice po sniženim cijenama. Ovaj ugrađeni poticaj osiguravateljima da ne licitiraju dovodi do niže cijene imovine. Međutim, prednost ove metode je dostupnost stručnjaka koji su upoznati s procesom, što državnim tijelima olakšava pronalaženje pomoći za privatizaciju. Osim toga, ako amortizirana imovina ima veću tržišnu vrijednost, prodaja može stvoriti dodatne prihode. Štoviše, ovom se metodom može postići vladin cilj širenja vlasništva nad imovinom. S druge strane, ovaj pristup može biti skup i možda neće postojati tržište za imovinu koja se prodaje. Nadalje, nema jamstva da će imovina biti pošteno procijenjena, što može uzrokovati gubitak neto vrijednosti za zajednicu. Neki tvrde da je britanski

model za široko rasprostranjeno vlasništvo nad imovinom kratkoročan i da bi prihodi mogli biti samo računovodstvena iluzija. Primjeri ovog pristupa uključuju meksičku privatizaciju svoje nacionalne telefonske agencije Telemex i aukciju Bancomera, druge najveće meksičke banke. U SAD-u, prodaja državne imovine prvenstveno se provodi u dolarima, a ne u dionicama. Primjeri, također, uključuju dražbu Trumanovog aneksa u Key Westu od strane mornarice i prodaju bivše škole u gotovini neprofitnoj korporaciji u Stamfordu, Connecticut, za 2 milijuna dolara.⁷¹

Standby model: ugovaranje je izravna metoda koja se obično koristi u zapadnim društvima za postizanje privatizacije. Vlade uspostavljaju ugovorne odnose s vanjskim poduzećima za pružanje potrebnih usluga, pri čemu privatna poduzeća opskrbljuju osoblje i obavljaju potrebne zadatke za unaprijed određenu naknadu. Imovinu potrebna za ugovorene usluge može osigurati ili država ili privatno poduzeće. Prednosti ugovaranja izvana uključuju utvrđene postupke za ugovaranje rutinskih usluga, čime se smanjuje potreba za uključivanjem zakonodavca. Ugovorni odnosi mogu se poništiti ili revidirati, pružajući fleksibilnost i manji rizik za vladu. Ako se ugovaranje pokaže neučinkovitim ili skupljim, vlada može promijeniti dobavljača ili nastaviti pružati uslugu. Ugovaranje se također može implementirati relativno brzo u usporedbi s prodajom imovine, što omogućuje brzo širenje usluga, ako je potrebno. U SAD-u, financiranje oslobođeno poreza može igrati ulogu u aranžmanima ugovaranja, gdje vladine jedinice izdaju obveznice oslobođene saveznog poreza na dohodak za stjecanje ili obnovu objekata iznajmljenih privatnim tvrtkama. Međutim, savezni zakoni i propisi, kao što je Zakon o poreznoj reformi iz 1986., ograničili su korištenje financiranja oslobođenog poreza za privatne aktivnosti. Nedostaci vanjskog ugovaranja uključuju mogućnost nepostojanja voljnih dobavljača ili mogućnost da vlada odbije dostupne dobavljače. Ugovaranje određenih usluga možda nije isplativo, a država zadržava odgovornost za ugovorene usluge, što zahtijeva skupo praćenje izvođača. Ugovaranje ne prikuplja kapital i ne može smanjiti javne rashode. Političko odlučivanje pri dodjeli ugovora može dovesti do lošeg učinka usluge ili nedovršenih zadataka. Primjeri ugovorenih usluga uključuju održavanje javnih parkova, odvoz smeća, masovni prijevoz, održavanje voznog parka, upravljanje zabavnim objektima i naplatu poreza na imovinu. Na nacionalnoj razini, oružje se često povjerava vanjskim

⁷¹ Chang, S. Y. i Jones, R. A. (2006), *Approaches to privatization: Established models and a U.S. innovation*. U: E. E. Otenyo i N. S. Lind (Ur.), *Comparative public administration: the essential readings*. Amsterdam: Elsevier, str. 490-492.

tvrtkama, a Ministarstvo obrane čak dopušta civilnim tvrtkama da upravljaju vojnim aerodromima.⁷²

Model inovacije: nedavni pristup privatizaciji u Sjedinjenim Državama uključuje osnivanje neprofitne organizacije koja preuzima vladinu funkciju. Za razliku od tradicionalne privatizacije, gdje su uključeni profitni subjekti, ova metoda prenosi funkciju na novi subjekt koji nadzire ciljane skupina građana/kupaca umjesto vlade. Vlada ostaje aktivno uključena tijekom cijelog procesa prijenosa i sklapa ugovor s neprofitnim subjektom za pružanje potrebnih usluga. U ovom pristupu, imovina se ne prodaje subjektu, već se prenosi na odgovornu skupinu građana/kupaca. Obrazloženje iza ovog prijenosa je rješavanje skrivenih troškova i subvencija povezanih s državnim funkcijama, čime se omogućuje odgovornija raspodjela i povrat troškova. Prijenosom funkcija na zasebno tijelo, resursi se mogu učinkovitije rasporediti za dobrobit općeg građanstva. Kako bi se olakšao prijelaz, može se upotrijebiti mehanizam prijenosa kao što je trošak plus naplata. Državno osoblje koje će postati zaposlenici novog subjekta zapošljava se na početku ugovornog razdoblja, koristeći državnu imovinu za pružanje usluga. Vladi se naplaćuje po principu trošak plus, postupnim prijenosom imovine na novi subjekt sve dok vlada ne potpiše vlasništvo nad neto dugotrajnom imovinom na temelju dogovorene fer tržišne vrijednosti. Prednosti ovog pristupa uključuju niže troškove povezane s gotovinom u usporedbi s drugim metodama i mogućnost nastavka željene usluge kada je vlada prekine. Također je prikladan kada nema voljnih kupaca za prodaju imovine ili kada su primarni kupci državne usluge druga državna tijela. Osim toga, ako vlada preferira da uslugu obavlja neprofitna organizacija, ova bi metoda mogla biti najbolji izbor. Nedostaci uključuju potrebu za posebnim zakonodavnim naporima i činjenicu da možda neće rezultirati dobiti za državu, što ga čini neprikladnim za ciljeve stvaranja kapitala. Primjer ovog pristupa je privatizacija usluge mrežne baze podataka za cijelu državu u zapadnoj državi. Državna agencija koja pruža uslugu suočila se s padom zbog zastarjelog softvera i birokratskih procesa. Pretplatnici izvan države bili su voljni prijeći na privatnog konkurenta ako je kontrola ostala u rukama vlade. Kako bi agencija opstala i zadržala pretplatnike, donesena je odluka o privatizaciji. Novoosnovana neprofitna organizacija postigla je uštedu od 12% u

⁷² Ibidem., str. 493-495.

troškovima osoblja i raspodjeli troškova državnih službi u prvoj godini rada, uz očekivani smanjeni proračun koji će se zadržati dok subjekt ne postane samodostatan.⁷³

5.2. Model privatizacije u Republici Hrvatskoj

Politička i gospodarska situacija u Hrvatskoj do kasnih 1980-ih bila je vrlo slična onoj u drugim državama s centralno planiranim gospodarstvima. Unatoč pokušajima reforme kroz „novi socijalizam“, postalo je jasno da je za sveobuhvatni napredak zemlje nužan svjež politički i ekonomski sustav. To je podrazumijevalo neizbježan prelazak s planskog na tržišno gospodarstvo. Komponente ovog novog sustava uključivale su:

1. otvoreno tržišno gospodarstvo,
2. prevladavajuće privatno vlasništvo,
3. ekonomsku stabilizaciju i
4. gospodarsko restrukturiranje.

U sklopu navedenog, privatizacija se smatrala međusobno povezanim i vitalnim čimbenikom tranzicijskog procesa.⁷⁴ Točnije, hrvatski privatizacijski model prošao je kroz dvije glavne faze - privatizaciju i pretvorbu, a oba su procesa bila složena i suočavala se s raznim izazovima.⁷⁵ Iz analitičke perspektive, hrvatski model pretvorbe i privatizacije proveden je u skladu s promjenjivim uvjetima u okruženju, a praktična provedba modela bila je dodatno otežana ratnim okolnostima.⁷⁶ Ovi rezultati proizlaze iz primjene modela, a pretpostavlja se da je latinoamerički pristup koji uključuje protekcionističke države i obiteljska poslovna carstva poslužio kao referenca. Kada tvrtka postane dio obiteljskog poslovnog carstva, drugi poduzetnici, menadžeri, građani, javnost i tržište kapitala gube interes za nju. Uglednije hrvatske tvrtke nisu se mogle samostalno održati na hrvatskom tržištu kapitala, pa su se udružile u obiteljske poslovne klanove, u kojima se neslaganje ne tolerira.⁷⁷

⁷³ Ibidem., str. 496-498.

⁷⁴ Bendeković, J. (2000), Privatizacija u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 51 (1-2), str. 55.

⁷⁵ Družić, I. (1998), Tržišno restrukturiranje i privatizacija hrvatskog gospodarstva. U: V. Barić, A. Bogunović. M. Crkvenac, V. Čavrak, I. Družić, J. Gelo, P. Grahovac, R. Jovančević, Z. Kovačević Z., Ž. Pašalić, Ž. Skala i M. Škreb (Ur.), *Hrvatsko gospodarstvo*. Zagreb: Politička kultura, str. 119.

⁷⁶ Gregurek, M. (2001), Stupanj i učinci privatizacije u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 52 (1-2), str. 170-171.

⁷⁷ Ibidem, str. 170-171.

Nadalje, ti su se procesi morali baviti trima različitim kategorijama ciljeva: ekonomskim, političkim i društvenim. Privatizacijski pristup u Hrvatskoj pretežno je naginjao metodologiji za pojedine slučajeve, a također je imao značajnu socijalnu dimenziju. Ilustracije radi, to je podrazumijevalo podjelu dionica društvenim skupinama koje su najviše stradale tijekom rata, kao što su branitelji, prognanici i izbjeglice. Cijela je inicijativa pokrenuta uvođenjem i provedbom Zakona o pretvorbi društvenih poduzeća 1991. godine, nakon čega je uslijedio Zakon o privatizaciji 1995. godine. Ključna početna faza u ovoj shemi privatizacije uključivala je pretvaranje bivših društvenih poduzeća u poduzeća u državnom vlasništvu, što je rezultiralo značajnim državnim utjecajem na komunalnu imovinu. Usprkos širokoj pokrivenosti poduzeća pod okriljem pretvorbe i privatizacije, ukupni napredak Hrvatske u tom nastojanju bio je izrazito slab. Čak i od 2009. godine napredak postignut u procesu privatizacije ostao je znatno ograničen. Udio privatnog sektora u zaposlenosti iznosi oko 70%, a njegov doprinos BDP-u kreće se od 70% do 80%, što je znatno niže u usporedbi s razvijenijim tranzicijskim zemljama.⁷⁸

Detaljnije, postoji nekoliko ključnih karakteristika modela privatizacije u Republici Hrvatskoj:⁷⁹

1. Vlasnička transformacija i proces privatizacije: proces vlasničke transformacije započeo je 1991. godine s privatizacijom 3600 društvenih poduzeća. Vrijednost tih poduzeća bila je procijenjena na oko 20 milijardi dolara. Ova faza nije obuhvatila ključne proizvodne grane i javna poduzeća. Također, vrijednost nacionalnog proizvodnog kapitala nije bila uključena u taj iznos. Proces je pratila Agencija za restrukturiranje i razvoj, a prikupljena sredstva uplaćivana su Fondu za razvoj.
2. Razlozi za pretvorbu: glavni razlozi za pretvorbu bili su ekonomska stagnacija i općenito nazadovanje. Pretvorba je bila potrebna kako bi se društvena vlasništva transformirala u jasna vlasnička prava, što je trebalo potaknuti učinkovito gospodarenje i povećanje vrijednosti imovine.
3. Različite varijante: hrvatski model privatizacije imao je četiri glavne varijante pretvorbe: otkup poduzeća, dokapitalizacija, pretvaranje duga u ulog te prijenos dionica državnim fondovima. Ove varijante su omogućavale različite pristupe privatizaciji, uključujući i stimulacije za određene načine plaćanja.

⁷⁸ Crnković, B., Požega, Ž. i Briševac, J. (2010), Privatizacija, državno vlasništvo i poslovni rezultat poduzeća. *Ekonomski vjesnik*, XXIII (2), 340.

⁷⁹ Družić, I., op. cit. Str. 197-208.

4. Prioritet privatnog vlasništva: iako su postojale razne varijante pretvorbe, naglašen je prioritet privatnog vlasništva kao osnovnog načela transformacije. Privatizacija nije imala isključivo ekonomske ciljeve, već je imala i društvene ciljeve, poput ostvarivanja socijalne pravde.
5. Stabilizacijska funkcija privatizacije: tijekom privatizacije, primarna funkcija prikupljenih sredstava postala je stabilizacija državnih financija, dok je razvojna funkcija postala sekundarna. Stara devizna štednja i različite metode plaćanja dionica doprinijele su ovom stabilizacijskom aspektu.
6. Sporost i financijski tijek: Financijski tijek privatizacije pokazao je realna kretanja koja su ukazivala na stabilizacijski karakter ovog procesa. Upućuje se na to da su sporost privatizacije i usporavanje procesa plaćanja možda bili povezani s visokom štednjom u privatnom sektoru i potrebom za organizacijom kako bi se spriječile malverzacije.

Konačno, mogu se istaknuti sljedeća obilježja privatizacije: nedostaju joj jasno definirani strateški ciljevi, moć donošenja odluka je koncentrirana i centralizirana, politika igra značajnu ulogu u odlukama, zanemaruju se tržišni mehanizmi, zakonska regulativa se mijenja što dovodi do povećanog institucionalnog rizika, tempo privatizacije ovisi o subjektivnim procjenama političkih čimbenika, a usporavanje proizlazi iz nepostojanja mikroekonomske analize portfelja. To se više doživljava kao tehnički problem nego strukturalni, karakteriziran nedostatkom transparentnosti u procesu i izaziva sumnju u zakonitost.⁸⁰

5.3. Rasprava

Implikacije različitih modela privatizacije na strukturu tržišta i konkurenciju su različite i zahtijevaju dublje ispitivanje. Britanski model izravne prodaje imovine, primjerice, ima za cilj uvesti konkurenciju prijenosom vlasništva na privatne subjekte. To potencijalno može dovesti do povećane učinkovitosti tržišta jer privatne tvrtke nastoje nadmašiti svoje konkurente. Međutim, točna procjena imovine koja se prodaje i osiguravanje pravednosti u procesu privatizacije mogu biti izazovni. Ovo otvara važna pitanja o ulozi države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije. Država mora imati regulatornu ulogu kako bi osigurala transparentnost i spriječila svako protu konkurencijsko ponašanje tijekom procesa privatizacije. Dodatno, država bi trebala

⁸⁰ Gregurek, M., op .cit., str. 170-171.

razmotriti moguće implikacije na tržišnu koncentraciju i monopolsku moć pri prijenosu vlasništva na privatne subjekte.

Standby model ugovaranja usluga, s druge strane, potiče konkurenciju među pružateljima usluga. Iznajmljivanjem usluga privatnim subjektima, vlada nastoji poboljšati učinkovitost i kvalitetu tržišnim natjecanjem. Međutim, postoji zabrinutost u pogledu odabira dobavljača i mogućnosti neadekvatnog pružanja usluga. Uloga države postaje ključna u reguliranju i nadzoru ugovorenih usluga kako bi se osigurala poštena konkurencija i tržišna učinkovitost. To može uključivati postavljanje jasnih standarda izvedbe, praćenje kvalitete usluge i uspostavljanje mehanizama za rješavanje sporova između vlade i privatnih izvođača. Osim toga, država bi trebala osigurati da proces ugovaranja ostane transparentan i otvoren za sve kvalificirane ponuditelje, njegujući konkurentno okruženje. Model inovacije kroz osnivanje neprofitnih organizacija jedinstven je pristup privatizaciji. Prijenosom državnih funkcija na neprofitne subjekte država nastoji postići veću odgovornost i povrat troškova. Iako ovaj model možda ne promiče izravno tržišno natjecanje, on dopušta inovacije i fleksibilnost u pružanju usluga. Uključivanje države u proces prijenosa i određivanje fer tržišne vrijednosti imovine koja se prenosi može utjecati na strukturu tržišta i konkurenciju. Vlada mora pažljivo razmotriti implikacije ovog modela na dinamiku tržišta i osigurati da neprofitne organizacije rade na transparentan i odgovoran način. Osim toga, država bi trebala nadzirati učinak tih organizacija kako bi osigurala ispunjavanje svoje namjene i učinkovito pružanje usluga.

U primjeru Republike Hrvatske, može se zaključiti kako privatizacija u Hrvatskoj nije uspjela iz više razloga, koji su duboko ukorijenjeni u političkom, ekonomskom i društvenom kontekstu. Nedostatak jasno definiranih strateških ciljeva doveo je do nedovoljne usmjerenosti procesa privatizacije prema dugoročnom ekonomskom razvoju zemlje. Koncentracija moći i centralizirane odluke su omogućile političkim elitama da imaju značajan utjecaj na proces privatizacije, što je često rezultiralo nepoželjnim ishodima i gubitkom povjerenja u postupak. Uključenost politike u donošenje odluka o privatizaciji dodatno je otežala proces, stvarajući prostor za političku korupciju i nepotizam. Nedovoljan naglasak na tržišne mehanizme ograničio je sposobnost poduzeća da se prilagode novim uvjetima i konkurenciji, što je usporilo ekonomski napredak. Česte promjene zakonske regulative stvarale su nesigurnost za investitore i poslovnu zajednicu, povećavajući institucionalni rizik i smanjujući povjerenje u sustav. Varijabilan tempo privatizacije, koji je bio

podložan subjektivnim procjenama političkih faktora, rezultirao je neujednačenim rezultatima i frustracijom među poduzetnicima i građanima. Nedostatak mikroekonomske analize portfelja značio je da se privatizacija nije temeljila na temeljitim ekonomskim analizama, čime je propuštena prilika za efikasnu alokaciju resursa. Naposljetku, nedostatak transparentnosti u procesu privatizacije i sumnje u zakonitost stvorili su ozračje nepovjerenja među građanima i poslovnom zajednicom. Ovaj nedostatak povjerenja dodatno je umanjio uspješnost privatizacije, jer su mnogi subjekti bili skeptični prema tijeku procesa i ishodima. Sve navedene komponente zajedno su stvorile ozbiljne prepreke za uspješnu privatizaciju u Hrvatskoj. Nedostatak strateškog fokusa, politički utjecaj, nedostatak tržišnih mehanizama, nesigurnost zbog čestih promjena zakonske regulative, subjektivne političke procjene, odsutnost mikroekonomske analize te nedostatak transparentnosti sve su to faktori koji su doprinijeli neuspjehu privatizacije i ograničenom napretku ekonomije.

U kontekstu teme rada, uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije kroz privatizaciju postaje još kritičnija. Modeli privatizacije mogu imati dalekosežne posljedice na tržišnu dinamiku, uključujući koncentraciju tržišta, prepreke ulasku i ukupnu konkurentnost industrija. Država mora uravnotežiti svoje ciljeve promicanja učinkovitosti, inovativnosti i odgovornosti s potrebom poticanja pravednog tržišnog natjecanja i sprječavanja stvaranja monopolističkih struktura. To zahtijeva učinkovitu regulaciju i nadzor tijekom procesa privatizacije i izvan njega. Nadalje, odabir modela privatizacije treba uskladiti sa specifičnim ciljevima i kontekstom države. Britanski model izravne prodaje imovine može biti prikladan za širenje vlasništva i generiranje prihoda, osobito u slučajevima kada postoji tržišna potražnja za imovinom koja se prodaje. Međutim, potrebno je pažljivo razmotriti metode vrednovanja i potencijalne distorzije uzrokovane niskim cijenama ili koncentracijom vlasništva. Standby model ugovaranja usluga može poboljšati učinkovitost i kvalitetu ako se učinkovito provodi, ali država treba osigurati pošteno tržišno natjecanje i odgovarajuće zaštitne mjere protiv dominacije dobavljača ili tržišnih neuspjeha. Model inovacije putem neprofitnih organizacija može biti prikladan za usluge koje su prikladnije za pristup vođen misijom, ali zahtijeva jasne smjernice, učinkovito praćenje i sposobnost prilagodbe promjenjivim okolnostima.

Zaključno, uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije putem privatizacije višestruka je i zahtijeva pažljivo razmatranje različitih čimbenika. Regulatorna i nadzorna uloga

države ključna je u osiguravanju pravednog tržišnog natjecanja, učinkovitosti i odgovornosti u privatiziranim sektorima. Odabir modela privatizacije trebao bi biti usklađen sa specifičnim ciljevima i kontekstom države, uzimajući u obzir čimbenike kao što su tržišni uvjeti, potencijalne distorzije i željeni ishodi privatizacije. Usvajanjem uravnoteženog pristupa koji potiče tržišno natjecanje dok se bavi društvenim i ekonomskim ciljevima, država može učinkovito oblikovati tržišnu strukturu i natjecanje kako bi promicala gospodarski rast i društvenu dobrobit.

6. ZAKLJUČAK

Uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije je složena i višestruka. Iako postoje argumenti u korist i intervencionističkog i *laissez-faire* pristupa, jasno je da država igra ključnu ulogu u održavanju pravednog i konkurentnog tržišta. Putem regulatornih okvira, antimonopolskih politika i zakona o tržišnom natjecanju, država ima moć spriječiti monopolističke prakse, promicati učinkovitost tržišta i štititi interese potrošača. Postavljanjem pravila i standarda država može osigurati jednake uvjete za sve sudionike na tržištu, potičući time zdravu konkurenciju i inovativnost. Štoviše, uloga države nadilazi puku regulaciju. Može aktivno promicati tržišno natjecanje ulaganjem u razvoj infrastrukture, poticanjem istraživanja i razvoja te podupiranjem malih i srednjih poduzeća. Omogućavanjem pristupa obrazovanju, zdravstvenoj zaštiti i drugim javnim uslugama, država također može pridonijeti stvaranju okruženja pogodnog za tržišno natjecanje i gospodarski rast.

Međutim, važno je uspostaviti ravnotežu između državne intervencije i dopuštanja tržišnim snagama da slobodno djeluju. Pretjerano opterećujuća regulativa ili pretjerana državna kontrola mogu ugušiti inovacije, spriječiti poduzetništvo i ograničiti ulazak na tržište. Država bi trebala težiti stvaranju okruženja koje potiče natjecanje, a istovremeno osigurava da ono ne ometa gospodarski rast i slobodu pojedinca. Nadalje, uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije trebala bi biti vođena transparentnošću, odgovornošću i javnim interesom. Procesi donošenja politika trebali bi uključivati doprinose različitih dionika, uključujući poduzeća, potrošače i stručnjake, kako bi se osiguralo da su odluke temeljene na dobrim informacijama i odražavaju potrebe društva u cjelini. U globalnom gospodarstvu koje se brzo mijenja, uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije mora biti prilagodljiva i osjetljiva. Trebao bi kontinuirano procjenjivati učinkovitost svojih politika i propisa, uzimajući u obzir tehnološki napredak, tržišne trendove u nastajanju i promjene preferencija potrošača. Fleksibilnost i spremnost na prilagodbu strategija ključni su za državu kako bi se učinkovito suočila s novim izazovima i promicala zdravu konkurenciju.

U praktičnom dijelu rada učeno je kako uloga države u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije putem privatizacije postaje još kritičnija. Modeli privatizacije mogu imati dalekosežne posljedice na tržišnu dinamiku, uključujući koncentraciju tržišta, prepreke ulasku i ukupnu konkurentnost

industrije. Država mora uravnotežiti svoje ciljeve promicanja učinkovitosti, inovativnosti i odgovornosti s potrebom poticanja poštenog tržišnog natjecanja i sprječavanja stvaranja monopolističkih struktura. To zahtijeva učinkovitu regulaciju i nadzor tijekom i nakon procesa privatizacije. Nadalje, izbor modela privatizacije trebao bi biti usklađen sa specifičnim ciljevima i državnim kontekstom. Britanski model izravne prodaje imovine može biti prikladan za širenje vlasništva i generiranje prihoda, posebno u slučajevima kada postoji tržišna potražnja za imovinom koja se prodaje. Međutim, potrebno je pažljivo razmotriti metode vrednovanja i potencijalne distorzije uzrokovane niskim cijenama ili koncentracijom vlasništva. Standby model ugovaranja usluga može poboljšati učinkovitost i kvalitetu ako se učinkovito provodi, ali država mora osigurati pošteno tržišno natjecanje i odgovarajuće zaštitne mjere protiv dominacije dobavljača ili tržišnih neuspjeha. Model inovacije putem neprofitnih organizacija može biti prikladan za usluge koje su više pogodne za pristupe vođene misijom, ali zahtijeva jasne smjernice, učinkovito praćenje i sposobnost prilagodbe promjenjivim okolnostima. S druge strane, privatizacija u Hrvatskoj nije uspjela iz nekoliko ključnih razloga. Nedostatak jasno definiranih ciljeva, politički utjecaj, nedovoljna fokusiranost na tržišne mehanizme i česte zakonske promjene su destabilizirali proces. Nedostatak transparentnosti i povjerenja dodatno su otežali situaciju. Svi ovi faktori zajedno su ozbiljno ograničili uspješnost privatizacije i usporili ekonomski napredak zemlje.

Sveukupno, država ima ključnu ulogu u oblikovanju tržišne strukture i konkurencije. Donošenjem i provedbom odgovarajućih propisa, promicanjem poštenog tržišnog natjecanja i pružanjem potrebne potpore, država može poticati okruženje koje koristi i poduzećima i potrošačima. Međutim, važno je uspostaviti ravnotežu i osigurati da državna intervencija ne guši inovacije ili sprječava gospodarski rast. Uz pažljivo razmatranje javnog interesa, transparentnosti i prilagodljivosti, država može učinkovito upravljati složenošću tržišta i stvoriti uvjete za živo i konkurentno gospodarstvo.

POPIS LITERATURE

1. Begović, B. i Bukvić, R. (1998), *Antimonopolska politika: predlog rešenja*. MPRA Paper 81534.
2. Bendeković, J. (2000), Privatizacija u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 51 (1-2), str. 55-90.
3. Black, J. (2003), *A dictionary of economics*. Oxford: Oxford University Press.
4. Borscheva, N. L., Fedorova, Y. V., Kirikutsa, E. G., Islamova, G. I. i Fedorov, E. A. (2021), *The Impact of Antimonopoly Regulation on Innovative Entrepreneurship in the Context of the Epidemiological Crisis: on the Example of Foreign Developed Countries and Russia*. Research Square Platform LLC
5. Brousseau, É. i Nicita, A. (2010). How to design institutional frameworks for markets. *Revue d'économie industrielle*, 129, str. 87-118.
6. Brian, N. (2004), *A Comprehensive Dictionary of Economics*. Chandigarh: Abhishek Publishers.
7. Chang, S. Y. i Jones, R. A. (2006), Approaches to privatization: Established models and a U.S. innovation. U: E. E. Otenyo i N. S. Lind (Ur.), *Comparative public administration: the essential readings* (str. 489-500). Amsterdam: Elsevier.
8. Crnković, B., Požega, Ž. i Briševac, J. (2010), Privatizacija, državno vlasništvo i poslovni rezultat poduzeća. *Ekonomski vjesnik*, XXIII (2), str. 333-350.
9. Deardorff, A. V. (2000). *The Economics of Government Market Intervention and Its International Dimension, Research seminar in international economics*, Discussion Paper br. 455.
10. Demirbasa, D. i Demirbasa, S. (2011), Role of the State in Developing Countries: Public Choice versus Schumpeterian Approach. *Business and Economics Research Journal*, 2 (1). str. 15-30.
11. Družić, I. (1998), Tržišno restrukturiranje i privatizacija hrvatskog gospodarstva. U: V. Barić, A. Bogunović, M. Crkvenac, V. Čavrak, I. Družić, J. Gelo, P. Grahovac, R. Jovančević, Z. Kovačević Z., Ž. Pašalić, Ž. Skala i M. Škreb (Ur.), *Hrvatsko gospodarstvo* (str. 109-134). Zagreb: Politička kultura.
12. Golovics, J. (2018), Market versus Government: A Review. U: Földi, P., Borbély, A., Kápolnai, Z., Zsarnóczky, M. B., Bálint, C., Fodor-Borsos, E., Gerencsér, I., Gódor, A. K.,

- Gubacsi, F., Nyíró, A., Szeberényi, A. (Ur.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók IV. Téli Konferenciája: Konferenciakötet* (str. 564-572). Budapest: Doktoranduszok Országos Szövetsége.
13. González-Gómez, F., Ortega Almón, M. A., Sánchez, Á. i Gonzáles, F. (2003), Privatization, deregulation and competition: evidence from Spain. *Revista de Economía del Rosario*.
 14. Gregurek, M. (2001), Stupanj i učinci privatizacije u Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 52 (1-2), str. 155-188.
 15. Harris, H. S., Wang, P. J., Cohen, M. A., Zhang, Y. i Evrard, S. J. (2011), *Anti-Monopoly Law and Practice in China*. Oxford: Oxford University Press.
 16. Hashimzade, N., Myles, G. i Black, J. (2017), *A Dictionary of Economics*. Oxford: Oxford University Press.
 17. Hodge, G. A. i Hodge, G. A. (2006), *Privatisation And Market Development: Global Movements in Public Policy Ideas. Monash Studies in Global Movements*. Cheltenham: Edward Elgar.
 18. Høj, L., Kato, T. i Pilat, D. (1995). Deregulation and privatisation in the service sector. *OECD Economic Studies*, 25 (11), str. 40.
 19. Joseph, R. A. i Johnston, R. (1985), Market failure and government support for science and technology: economic theory versus political practice. *Prometheus*, 3(1), str. 138-155.
 20. Joskow, P. L. i Rose, N. L. (1989), The Effects of Economic Regulation. U: R. Schmalensee i R.D. Willig (Ur.), *Handbook of Industrial Organization, Volume II* (str. 1450-1489). Amsterdam: Elsevier Science Publishers.
 21. Karnik A. (2011), *Theories of state intervention*. University of Bombay, Department of Economics Working paper br. 96/11.
 22. Krugman, P. i Wells, R. (2009), *Economics*. Bedford: Worth Publishers.
 23. Mankiw, G. (2009), *Essentials of Economics*. Boston: Cengage Learning.
 24. Machovec, F. (1995), *Perfect Competition and the Transformation of Economics (Foundations of the Market Economy)*. Oxon: Routledge,
 25. Matić, P. (1999), Monopolska diskriminacija cijena. *Ekonomska misao i praksa*, 8 (1), str. 91-110.
 26. Mihajlović, M., Imamović, N. i Dragović, N. (2017). Uloga i značaj antimonopolske politike u savremenim uslovima poslovanja. *Oditor*, 3(2), str. 87-99.

27. Moudud, J. K., Bina, C. i Mason, P. L. (2012), *Theories of Competition: Challenges to the Orthodoxy*. Oxon: Routledge,
28. Msbrijuniversity (n.d.), *Note on the monopolistic competition*. Dostupno na: <https://msbrijuniversity.ac.in/assets/uploads/newsupdate/Monopolistic.pdf> (pristup: 15.05.2023).
29. Muris, T. J. (2003), Improving the Economic Foundations of Competition Policy. *The George Mason Law Review*, 21(3).
30. Norman, G. i Jacques-François Thisse, J-F. (2001), *Market structure and competition policy: Game-theoretic approaches*. Cambridge: Cambridge University Press.
31. OFT (2009), *Government: in markets: why competition matters – a guide for policy makers*. London: Office of Fair Trading.
32. Qaqaya, H. i Lipimile, G. (2008), *The effects of anti-competitive business practices on developing countries and their development prospects*. United Nations Conference on Trade and Development. New York and Geneva: United Nations, str. 85-86.
33. Pera, A. (n.d.). *Deregulation and Privatisation in an Economy-Wide Context*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/economy/reform/35381774.pdf> (pristup: 01.07.2023).
34. Ramanadham, V. (1993), *Constraints and Impacts of Privatisation*. London: Routledge.
35. Riain, S. Ó. (2000). States and Markets in an Era of Globalization. *Annual Review of Sociology*, 26 (1), str. 187-213.
36. Rutherford, D. (2002), *Dictionary of Economics*. London: Routledge.
37. Samuelson, P. A. i Nordhaus, W. D. (2010), *Economics*. New York: McGraw-Hill.
38. Savemyexams (2023). *Reasons For Government Intervention In Markets*. Dostupno na: <https://www.savemyexams.co.uk/dp/economics/sl/22/revision-notes/2-microeconomics/2-7-role-of-government-in-microeconomics/2-7-1-reasons-for-government-intervention-in-markets/> (pristup: 15.06.2023).
39. Schiller, B. R. (2005), *Essentials of Economics*. New York: McGraw Hill.
40. Sheshinski, E. (2003), Privatization and Its Benefits: Theory and Evidence. *CESifo Economic Studies*, 49 (3), str. 429-459.
41. Smirnova, O. O. (2019), Antimonopoly regulation of food markets in the EU. *Economics: Yesterday, Today and Tomorrow*, 9(1B).

42. Stephan, P. B. (1995). Barbarians Inside the Gate: Public Choice Theory and International Economic Law. *American University International Law Review*, 10 (2), str. 745-767.
43. Teachout, Z. i Khan, L. (2014), Market Structure and Political Law: A Taxonomy of Power, *Duke Journal of Constitutional Law & Public Policy*, 9, str. 37-74.
44. Telser, L. G. (1971), *Competition, Collusion, and Game Theory*. London: Palgrave Macmillan UK.
45. Uzonwanne, C. i Azikiwe, N. (2018), *Economics Study Material*. Anambra: Amaka Dreams Ltd.
46. Volejníková, J. i Kuba, O. (2020), *An Economic Analysis of Public Choice: Theoretical Methodological Interconnections*. Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration, 28 (3).