

Prof. dr Aleksandar Filipović*
Prof. dr Milorad Bejatović**
Doc. dr Vuk Raičević***

UDK: 347.741
BIBLID: 0352.3713(2008)25,51-61

KONKURENCIJA: POJAM, VRSTE I PRAVNA ZAŠTITA

REZIME: Konkurencija predstavlja jednu od najkorisnijih pojava u privrednom životu. Njene prednosti su višestruke i prosto se ne može zamisliti normalno odvijanje privrednog prometa, funkcionisanje tržišta i privrede uopšte, razvoj jednog društva i kvalitetno zadovoljenje potreba društvenog života bez postojanja konkurencije. Ona je ekonomski fenomen, predmet proučavanja ekonomske nauke, ali s obzirom da pravo određuje okvir u kom se ekonomska delatnost odvija i ekonomske pojave manifestuju, predmet je i pravnog regulisanja. Pravnim rešenjima se obezbeđuje da konkurencija zaživi, opstane i proizvede svoje pozitivne efekte.

Pravna teorija daje veoma malo definicija konkurencije. Uglavnom je određuje kao neograničeno nadmetanje subjekata u privredi, koje funkcioniše na bazi lične slobode i ustanove individualne svojine, kako to čini Darvaš dr Ernest, ili rivalstvo radi osvajanja klijentele kako je definiše Roubier Paul.

Ekonomski teoretičari vrše različite klasifikacije konkurencije, polazeći pri tom od nekih karakteristika ove pojave kao kriterijuma klasifikacije. Ne smatrajući da je ova klasifikacija potpuna, može se reći da su ovo neke od njenih vrsta:

- a. savršena konkurencija,
- b. nesavršena konkurencija,
- c. lojalna konkurencija,
- d. nelojalna konkurencija,
- e. apsolutna konkurencija,
- f. relativna konkurencija,
- g. bilateralna konkurencija,
- h. unilateralna konkurencija,
- i. domaća konkurencija,
- j. međunarodna konkurencija,
- k. dopustiva konkurencija,
- l. nedopustiva konkurencija,
- m. jednostavna konkurencija,
- n. složena konkurencija,
- o. cenovna konkurencija,
- p. konkurencija unutar grane,
- r. konkurencija među granama.

* Advokat u Loznici.

** Vanredni profesor na Pravnom fakultetu Univerziteta Privredna akademija.

*** Docent na Pravnom fakultetu Univerziteta Privredna akademija.

S obzirom da konkurencija predstavlja opšte-društveno dobro, ona se štiti imperativnim pravnim normama. Te norme čine posebnu granu prava, pravo zaštite konkurencije, čije su osnovne komponente kartelno i antimonopolsko pravo.

Ključne reči: konkurencija, privreda, tržište, pravo, država, intervencija, proizvođač, potrošač, ponuda, potražnja, proizvodnja, robe, usluge, kapital, kartel, monopol, cene, zakon, svojina, tranzicija

Pojam konkurencije

Konkurencija predstavlja jednu od najkorisnijih pojava u privrednom životu. Njene prednosti su višestruke i prosto se ne može zamisliti normalno odvijanje privrednog prometa, funkcionisanje tržišta i privrede uopšte, razvoj jednog društva i kvalitetno zadovoljenje potreba društvenog života bez postojanja konkurencije. Ona je ekonomski fenomen, predmet proučavanja ekonomske nauke, ali s obzirom da pravo određuje okvir u kom se ekonomska delatnost odvija i ekonomske pojave manifestuju, predmet je i pravnog regulisanja. Pravnim rešenjima se obezbeđuje da konkurencija zaživi, opstane i proizvede svoje pozitivne efekte.

U savremenim okolnostima i na postojećem nivou razvoja društveno-ekonomskih odnosa, te neujednačenog stepena razvoja, pravna intervencija u okviru šire državne intervencije u privredi je neophodna kako bi se konkurencija zaštitila. Svaka država, pa tako i naša, donosi čitav niz propisa kojima obezbeđuje formalnu ravnopravnost subjekata na tržištu, eliminišući opasnost od nastanka monopola ili pak njegovog iskorišćavanja u onim oblastima u kojima je neophodan. Kako se ne bi ugrozilo efikasno odvijanje ekonomskih aktivnosti i funkcionisanje osnovnih ekonomskih zakonitosti, neophodno je imati u vidu stavove ekonomske nauke. Pravna rešenja u ovoj oblasti mogu dati pun efekat samo ako su usklađena sa ekonomskim postulatima.

Tržište predstavlja nezamenljiv ambijent u kome se može pojaviti konkurencija. Ona je i nastala nakon što je nastalo tržište. Iako je osnovni, tržište nije i jedini uslov za postojanje konkurencije. Potrebno je da se na jednom tržištu pojave najmanje dva subjekta koji nude istu ili sličnu robu, tj. uslugu istim mušterijama. Neophodni uslovi za postojanje konkurencije su i obezbeđenje pravne jednakosti, odnosno jednakosti pred sudovima i drugim državnim organima koji primenjuju pravo, za sve subjekte koji se na tržištu pojavljuju, kao i autonomija volje, odnosno sloboda odlučivanja da li će se privredna delatnost obavljati, na koji način, u kojim uslovima i dr.

„Konkurencija se smatra sistemom u kome svi privredno-pravni subjekti nastupaju svojom privrednom inicijativom tako da među njima nastaje privredno takmičenje.”¹

Konkurencija se različito definiše. Neki je određuju kao utakmicu među tržišnim subjektima iste ili slične interesne sfere, u kojoj svako maksimalno nastoji da ostvari svoje interese i pretekne druge konkurente bez obzira na posledice koje će to po njih imati.

Takođe, prisutno je i stanovište da konkurencija predstavlja privredno-pravni režim u kome je svima priznata sloboda privredne inicijative. Ovo gledište se naziva još i subjektivnim.

U objektivnom smislu pod konkurencijom se smatra onaj privredno-pravni režim u kome je obezbeđena prisutnost više međusobno nezavisnih konkurenata.

Neki smatraju da je neprihvatljivo jednoznačno određivanje konkurencije, već ga različito određuju zavisno na kom se polju javlja.

¹ Varga, S., *Pravo konkurencije*, Novi Sad, 2006., str. 15.

Pravna teorija daje veoma malo definicija konkurencije. Uglavnom je određuje kao neograničeno nadmetanje subjekata u privredi, koje funkcioniše na bazi lične slobode i ustanove individualne svojine, kako to čini Darvaš dr Ernest, ili rivalstvo radi osvajanja klijentele, kako je definiše Roubier Paul. Svaka od ovih definicija ima uglavnom ujednačen stav o pojmu konkurencije.

Vrste konkurencije, savršena i nesavršena konkurencija

Ekonomski teoretičari vrše različite klasifikacije konkurencije, polazeći pri tom od nekih karakteristika ove pojave kao kriterijuma klasifikacije. Ne smatrajući da je ova klasifikacija potpuna, može se reći da su ovo neke od njenih vrsta:

1. savršena konkurencija,
2. nesavršena konkurencija,
3. lojalna konkurencija,
4. nelojalna konkurencija,
5. apsolutna konkurencija,
6. relativna konkurencija,
7. bilateralna konkurencija,
8. unilateralna konkurencija,
9. domaća konkurencija,
10. međunarodna konkurencija,
11. dopustiva konkurencija,
12. nedopustiva konkurencija,
13. jednostavna konkurencija,
14. složena konkurencija,
15. cenovna konkurencija,
16. konkurencija unutar grane,
17. konkurencija među granama.

Ovom podelom nisu iscrpljene sve vrste konkurencije, kao što ni svaka od njih nema isti značaj. Neke od njih su više teorijska tvorevina, dok druge odražavaju suštinske karakteristike konkurencije te imaju veliki praktični značaj.

Osnovne karakteristike savršene konkurencije, odnosno tržišta na kome se javlja su: brojnost učesnika, homogenost roba i usluga, potpuna informisanost tržišnih subjekata, potpuna sloboda ulaska i izlaska iz privredne grane...

Pod brojnošću subjekata se podrazumeva postojanje velikog broja proizvođačkih i potrošačkih jedinica sa manjom tržišnom moći, pri čemu ne postoji znanje unutar ponuđača ili unutar potraživača jednih za namere i planove drugih, te odsustvo bilo kakvog dogovora pre susretanja na tržištu, na kome se one (ponuda i potražnja) prvi put sučeljavaju, gde se pri tome i formiraju jedinstvene cene za robe i usluge. Ekonomska sloboda dozvoljava da ponuđač odstupi od cene formirane na tržištu. Ali pri tom u slučaju njenog povećanja rizikuje da sa tržišta bude odstranjen, jer se kupci tad opredeljuju da nabave robu kod drugih ponuđača koji im je nude po nižoj ceni.

Homogenost roba i usluga znači da su one iste vrste, kvaliteta, namene, svojstava, tako da je kupcu svejedno od koga i gde će je kupiti.

Potpuna informisanost tržišnih subjekata je bitna odlika savršene konkurencije. Ona se odnosi kako na potrošače tako i na ponuđače, koji moraju biti u potpunosti upoznati sa stanjem i kretanjem cena, stanjem u drugim granama privrede i dr. Bez ovoga

svako učešće na tržištu je u velikoj meri nemoguće, jer onemogućava ispunjenje osnovnih razloga njegovog postojanja.

Svaki ponuđač ima mogućnost da u cilju maksimizacije profita, pređe iz jedne privredne grane ili delatnosti u drugu, gde postoje veće šanse za njegov poslovni uspeh.

Inflacija, potrošačke predrasude, ratna opasnost, velike krize i sl. onemogućavaju savršenu konkurenciju. U velikoj meri je sputavaju državna intervencija u privredi, kartelni sporazumi, barijere između ponuđača i potrošača, bilo da se radi o objektivnim, kao što su geografska udaljenost, prirodne nepogode i sl. bilo da su subjektivne prirode, kao verska, nacionalna mržnja i sl.

Usled atomiziranosti ponude i potražnje dolazi do depersonalizacije tržišnih subjekata, što se kosi sa zahtevom za potpunom informisanošću, naročito u informatičkoj eri u kojoj živimo, kada usled preopterećenosti informacijama pojedinac više nije u stanju da se sa njima izbori.

Ekonomski teoretičari uglavnom smatraju da savršena konkurencija nikada i nigde nije postojala, niti će postajati, jer neki od njenih bitnih elemenata je uvek nedostajao.

Nesavršena konkurencija postoji kada nije ispunjen neki od uslova za postojanje savršene. Najočigledniji primer je u slučaju kada tržišni subjekti nisu atomizirani, već je udeo pojedinih nezanemarljiv u meri da mogu uticati na cene svojom aktivnošću. Takođe je mogućnost prelaska sa jedne privredne delatnosti na drugu ograničena, kao i sama transparentnost tržišta. Ovaj oblik konkurencije veoma pogoduje ostvarivanju parcijalnih interesa, ali ne i opštih. Step en rizika je preterano izražen i dugotrajan. Nesavršenu konkurenciju odlikuje i pojava hiperprodukcije, odnosno nemogućnosti apsorpcije ponude od strane potražnje. Radi se o veoma opasnoj ponudi koja za posledicu ima pojavu nezaposlenosti u nesnošljivom obimu, inflaciju u ogromnim razmerama, pad proizvodnje... Ovakva kriza se ne može prevazići sama od sebe delovanjem tržišnih mehanizama. Neophodna je državna intervencija, kao što je i bio primer prilikom najveće ekonomske krize iz 1929. god. u SAD. Osnovne odlike nesavršene konkurencije se mogu odrediti kao:

1. koncentracija i centralizacija kapitala,
2. međusobno dogovaranje i sporazumevanje između konkurenata,
3. državna intervencija.

Usled tehničko tehnološkog razvoja i prevelike težnje za uspehom u konkurentskoj borbi dolazi do koncentracije i centralizacije kapitala. Kao i u svakoj oblasti na tržištu se pojavljuju oni koji zahvaljujući svojoj organizaciji, racionalnosti poslovanja, uspešnom iskorišćenju ukazanih prilika, talentu i sl. uspevaju da ostvare odlične rezultate u tržišnoj utakmici. Oni ostvaruju dodatni profit. Investiranjem takvog profita oni obezbeđuju stalno povećanje svog kapitala i to u progresivnoj stopi. Sve ovo im omogućava veće bogatstvo i sticanje ogromne moći koja dovodi i do njihovog osamostaljenja i mogućnosti samostalnog postupanja na tržištu. Oni koji ne naprave pozitivan rezultat ili duže vreme se ne odmiču od pukog proseka uglavnom bivaju odstranjeni iz konkurentске borbe delovanjem nemilosrdnog tržišnog mehanizma.

Sticanjem velikog profita, stvara se mogućnost ulaganja u nove tehnologije, koje su skupe i zahtevaju velika sredstva, te nisu dostupne svakom proizvođaču. Nove tehnologije omogućavaju znatno produktivniju proizvodnju, a pri tome kvalitetnije proizvode u većim količinama i na jednostavniji način. Cene ovih proizvoda se na tržištu pojavljuju u manjem iznosu, ugrožavajući direktno druge ponuđače koji ne mogu da se istim prilagode jer koriste stare tehnologije koje imaju skup proizvodni proces. Snižavanjem cena

kako bi se one prilagodile onim nižim dobivenim zahvaljujući novim tehnologijama, dovedena bi bilo u pitanje ekonomska isplativost i uopšte ostvarenje profita.

Svi ovi procesi dovode do smanjenja broja tržišnih subjekata, pogotovo na strani ponude, s jedne, i povećanju moći preostalih subjekata sa druge strane. Danas se umesto inokosnih, porodičnih, ortačkih privrednih subjekata prvenstveno javljaju velika preduzeća i kompanije u formi akcionarskih društava, te holdinzi, koncerni i sl. „Akcionarska društva predstavljaju najznačajniji pravni oblik prikupljanja i koncentracije finansijskih sredstava.”² Kod akcionarskih društava postoji mogućnost ulaganja i malih novčanih iznosa, a da se ostvare veliki rezultati. Rizik je ovde znatno manji, jer svaki ulog, ma koliko on bio, ne predstavlja celokupnu imovinu ulagača, a ulagač (akcionar) odgovara samo do visine svog uloga. Prihod od dividende znatno biva veći od kamate, prilikom depoziranja novčanih sredstava kod banaka.

U savremenim uslovima na tržištu redovno dolazi do fuzije privrednih subjekata, odnosno njihovog sjedinjavanja. Na ovaj način se stvara ekonomski jači i tržišno stabilniji privredni subjekt. Postoje dva oblika fuzije, a to su spajanje, pri kom umesto dva ili više postojećih subjekata nastaje novi, dok stari svoj subjektivitet gube, prenoseći mu pri tom svoju imovinu, a drugi oblik je pripajanje jednog ili više privrednih subjekata nekom drugom, pri čemu njihov subjektivitet prestaje, a onaj kome se pripajaju nastavlja da egzistira.

Zavisno od toga da li se odvija u u okviru iste privredne grane ili ne, fuzija može biti horizontalna, vertikalna i konglomeratska.

Kod horizontalne se radi o integraciji konkurenata, dakle iz iste privredne delatnosti, vertikalna predstavlja povezivanje subjekata koji su istom proizvodno-uslužnom lancu, a konglomerat je fuzija subjekata iz potpuno različite privredne delatnosti.

Integracija se ne odnosi samo na domaće, već i na svetsko tržište. Kao rezultat koncentracije i centralizacije kapitala na globalnom nivou, javljaju se multinacionalne kompanije. One svojim delovanjem prevazilaze okvire jedne države, otvarajući filijale širom sveta, investiranjem kapitala, izvozom tehnologija. Njihova ekonomska moć je ogromna, a stvara podlogu i za političku. Politička moć istih je neupitna, a u nerazvijenim zemljama često i presudna.

Jedno od obeležja nesavršene konkurencije je i sporazumevanje konkurenata o poslovanju. Njihovi sporazumi se nazivaju kartelima. Kartel u pravnom smislu nije nov privredno-pravni subjekt, već predstavlja način pravno neformalnog povezivanja u cilju koordinacije postojećeg kapitala privrednih subjekata članova kartela radi postizanja određenog ekonomskog cilja. Privredni subjekti se sporazumevaju o pitanjima kao što su cena proizvoda, usluga, kvalitet, podela tržišta, zajednički projekti i dr. Kartel svojim članovima ne donosi ekstraprofit, ali im obezbeđuje sigurnost, koja je u savremenim tržišnim uslovima preko potrebna. Kartel poseduje posebne mehanizme, nekad i protivpravne, delovanja na svoje članove da se drže sporazuma. U principu štetno deluje na interese kupaca, jer diže cene i često obara kvalitet.

Iako su često pravno zabranjeni, karteli neformalno funkcionišu, a tržišnoj privredi nanose štetu. Oni sistemi koji pravno zabranjuju karteke propisuju ih često kao krivično delo. U SAD istraga u vezi sa ovim krivičnim delom je u nadležnosti FBI, što govori koliko mu se pridaje značaj.

Umesto pisanih ugovora, različite interesne grupe na tržištu koriste usmene sporazume, koji suštinski predstavljaju karteke, a prisutni su u svim granama.

² Golubović, D., *Pravni položaj akcionarskog društva*, Novi Sad 1992., str. 149.

Državna intervencija u privredi

Jedan od načina kojim se ugrožava savršena konkurencija je državna intervencija u privredi. Oduvek je država preduzimala mere kojima se posredno ili neposredno delovalo na privredu i tržišne odnose. Značajan deo javnih rashoda je takvog karaktera da proizvodi efekte na privrednu delatnost, a tu spadaju i mere administrativnog karaktera, zakonski propisi i dr. Intenzitet državne intervencije se razlikuje od jednog do drugog sistema društveno-ekonomskih odnosa, a svoj maksimum dostiže u socijalističkim privredama, dok je uloga države u ovoj oblasti najmanja u periodu liberalnog kapitalizma. Moglo bi se reći da ovi sistemi predstavljaju u čistom obliku relikv prošlosti, jer danas država putem javne potrošnje pokušava obezbediti ravnomeran razvoj između različitih delova države, pospešiti zapošljavanje, onemogućiti stvaranje monopola, zaštititi potrošače, omogućiti slobodan protok roba i kapitala i određene mere koje obezbeđuju socijalne transfere. Dakle, intervencija postoji, ali ne u toliko velikoj meri koja bi dovela u pitanje delovanje tržišnih zakonitosti. Shvatanje uloge države u ekonomskoj oblasti je danas drugačije nego li ono u doba liberalnog kapitalizma, kada je svaki oblik mešanja bio nedopušten. Država dobiva zadatke po pitanjima uspostavljanja odgovarajućih socijalnih odnosa, pospešivanja razvoja, podsticanja zapošljavanja i obezbeđivanja optimalnih odnosa u oblasti spoljnotrgovinske razmene. Svoje ciljeve u ekonomskoj oblasti ostvaruje prvenstveno putem fiskalne politike i budžetske politike.

Mere državne intervencije mogu biti višestruke, te se i dele po različitim kriterijumima. One mogu biti makroekonomske i mikroekonomske. Makroekonomskim se utiče na opšta privredna kretanja i odnose, a mikroekonomskim na ekonomski položaj pojedinih preduzeća ili pak domaćinstava.

Država direktno utiče na privredne odnose putem kontrole cena i državne svojine u privredi.

Po pitanju kontrole cena država može da odredi maksimalne, minimalne i fiksne cene. Ove mere se ocenjuju kao neefikasan i nepopularan način intervencije, ali država ipak za njima ponekad posegne. Ovu meru države u savremenim uslovima primenjuju kao krajnju, ali u situaciji poremećenih ekonomskih odnosa i kriza ipak neophodnu, pod uslovom da je na kratak rok, a uz primenu i drugih mera, npr. subvencija, premija i drugih transfera za oštećene kako bi se negativni efekti što više umanjili. Tržišni zakoni se ne mogu supstituisati državnim dekretima, a da to ne prođe bez negativnih efekata. U ovim slučajevima se kao neminovnost javlja nestašica robe, pogoršanje kvaliteta, crne berze, ekonomski gubici i slično. Ipak svaka država kao svoj prioritetni zadatak postavlja socijalni mir. Intervencijom u oblasti cena se narušava konkurencija na tržištu, a neki od tržišnih subjekata neće "preživeti" ovakve mere, ili će iz njih izaći znatno slabiji. Uopšteno govoreći, država bi trebala ostati neutralna u pogledu svog odnosa prema pojedinim tržišnim subjektima, tako da obezbedi ispunjenje svojih osnovnih ciljeva koji su u opštem interesu, ali da ni na koji način ne povredi ravnopravnost ekonomskih tj. tržišnih subjekata. Konkurencija mora biti održana čak i u slučaju cenovne državne intervencije, a naročito primene mera kojim se negativni efekti intervencije neutrališu ili minimiziraju. Nije redak slučaj u praksi da država odstupa od svoje neutralne pozicije, te usled politički i drugih neekonomskih motiva posegne za intervencijom. Ovakvi slučajevi u savremenim uslovima ne bi se smeli prihvatiti. Jedna od mera intervencije koja još uvek postoji, a usled nejednakog nivoa razvijenosti još mora da egzistira, iako sve više gubi značaj, je zaštita domaće proizvodnje putem carina. Na ovaj način se remeti ravnopravnost između domaćih i stranih ponuđača. No, proces ekonomskih integracija, oličen u

EU, Svetskoj trgovinskoj organizaciji, CEFTI i slično, sve više vodi ka napuštanju ove mere intervencije, kao nespojive procesima globalizacije.

Drugi način intervencije se ostvaruje kroz sektor državne svojine u privredi. On nastaje putem investiranja države ili nacionalizacije.

U organizacionom obliku se državna svojina javlja kao javno preduzeće. Zastupljeno je u onim granama gde profit nije toliko veliki, pa samim tim ni atraktivan za privatni kapital, a koje su od suštinskog značaja za funkcionisanje privrede. Takav slučaj je sa komunalnim delatnostima, železnicom, gradskim prevozom... Ovakva preduzeća neretko trpe gubitke u svom poslovanju, ali njih nadoknađuje država iz svog budžeta. Javna preduzeća se često javljaju i u onim oblastima koje predstavljaju ključne tačke reprodukcije. Ona ovde predstavljaju monopol, jer država iz različitih razloga onemogućava konkurenciju u tim oblastima. Takav je slučaj sa elektroprivredom, telekomunikacijama, energetskektorom i sl. Javna preduzeća u ovim oblastima nisu retkost, ona donose državi veliki profit, a poseduju monopolni položaj. Ovakvih preduzeća ima itekako i kod nas. Uglavnom se ide na privatizaciju istih, ali to predstavlja komplikovan proces sa kojim se ne žuri. Ipak ni naša zemlja se neće u potpunosti odreći javnih preduzeća u strateškim oblastima. U našoj zemlji je postojećim zakonom o obligacionim odnosima, ali i drugim antimonopolnim propisima, zabranjeno iskorišćavanje monopolnog položaja, ako on negde već postoji.

Država indirektno putem fiskalne, budžetske, carinske, monetarne i kreditne politike deluje na tržište, a samim tim i na konkurenciju. Njima se, u stvari, deluje na ponudu i tražnju, a posredno na cene.

Na ponudu se deluje podsticanjem izvoza, kroz oslobađanje od poreza, premijama i sl. On se takođe može i destimulisati, kada je to potrebno radi zaštite deficitarnih resursa. To se može učiniti putem uvođenja kontingenata, izvoznim dozvolama, ili pak zabranama.

Kada želi uticati na tražnju država preduzima mere smanjenja poreza, kamatnih stopa, kreditiranjem, a ako nema sredstava nekad i emisijom novca, dok u slučaju opasnosti od inflacije preduzima suprotne mere.

Među teoretičarima postoji mišljenje da je država merama fiskalne politike doprinela koncentraciji i centralizaciji kapitala, koja se ogleda u gašenju porodičnih i inokosnih preduzeća, i stvaranju akcionarskih društava, jer su prihodi od kapitala bili nisko oporezovani, ili to nisu bili uopšte, pod izgovorom izbegavanja dvostrukog oporezivanja, dividendi i dobiti preduzeća. Sa druge strane porez na imovinu, nasleđe i dohodak su bili visoko opterećeni, tako da su vlasnici svoju imovinu ulagali u akcionarsko društvo, a zatvarali inokosna i porodična preduzeća.

Svaka država u određenoj meri vrši privredno planiranje. Ciljevi koje ovako nastoji postići su puna zaposlenost, stabilnost cena, privredni rast, poboljšanje platnog bilansa, uravnoteženje razvoja pojedinih grana, optimalno zadovoljenje javnih potreba i slično. Merama budžetske politike država ostvaruje mnogobrojne ciljeve, od fiskalnih, do ektrafiskalnih, tj. ekonomskih, socijalnih i sl.

Mere državne intervencije nisu imanentne samoj konkurenciji. One remete ili preuređuju odnose uspostavljene čisto tržišnim faktorima. Ipak ove mere u savremenim okolnostima nikako ne onemogućavaju delovanje tržišnih zakonitosti u daleko najvećem broju ekonomskih oblasti, a i tamo gde se preduzimaju više koriguju nego li što eliminišu tržišne mehanizme i efekte.

Ostale vrste konkurencije

„Lojalna konkurencija na našem jeziku označava poštenu utakmicu. Poštena utakmica je takmičenje između takmičara koji se u poslovnom prometu pridržavaju načela poštenja i savesnosti.”³

Neophodni uslovi postojanja lojalne konkurencije su:

1. ravnopravnost tržišnih subjekata koja uglavnom podrazumeva formalnu, pravnu ravnopravnost, kao i jednak tretman od strane države;
2. jednakost tržišnih subjekata, odnosno jednake uslove privređivanja;
3. samostalnost u donošenju odluka, odnosno odsustvo kartela, neformalnih pritisa, nedozvoljenih sredstava uticaja i slično.

Jedino će u ambijentu u kome su zadovoljeni gore navedeni uslovi biti omogućeno postojanje povoljne ponude proizašle iz povećane produktivnosti, kvaliteta rada, troškova proizvodnje, te prilagođenosti potrebama proizvođača. Svaka druga ponuda predstavlja veštačku smesu, koja nije u interesu običnih građana, ili tražnje uopšte. Lojalna konkurencija predstavlja najprihvatljiviji način tržišne borbe.

Slobodna konkurencija predstavlja motor privrednog života. Osnovne kategorije na kojima ona počiva su privatna svojina i lična svojina. Ove vrednosti nisu apsolutne, već se u određenoj meri uspostavljaju određena ograničenja uglavnom u opštem interesu, ili kao posledica ideoloških proklamacija. Uglavnom se u civilizovanom društvu daje prilika svakome da se bori dozvoljenim sredstvima za postizanje svojih ciljeva i zadovoljenje svojih potreba. Konkurencija, odnosno nadmetanje, je najbolji instrument da sve što je kvalitetno bude tako i tretirano. Sve ovo se može primeniti i u privrednom prometu. Nadmetanje je način opstanka na tržištu. Dakle, svako ima priliku i šansu da se pojavi i bori za svoj uspeh. Koliko će u tome uspeti, zavisi od njegove sposobnosti, talenta i kvaliteta njegove ponude.

Sve gore navedeno je moguće ukoliko se poštuju pravila konkurencije. Ali nije redak slučaj da se pojedini subjekti ponašaju protivno moralu koji treba da vlada na polju konkurencije. To se u ekonomskoj nauci naziva nelojalna konkurencija. Ona se definiše kao nastupanje i delovanje na tržištu suprotno normama poslovnog morala. Ona kao takva predstavlja nesavesno a u većini slučajeva pravno strogo zabranjeno ponašanje, koje se manifestuje u proizvodnji i prometu roba i usluga na tržištu.

Nedopuštena konkurencija je vrsta konkurencije koja se u prometu ne dopušta, koja se zabranjuje. Nedopuštena je ona konkurencija koja je protivna pravnim propisima, ugovorima, poslovnom moralu, a u okviru njega naročito poslovnim običajima. Neki od manifestnih oblika nedopuštene konkurencije su špekulacija, nelojalna konkurencija, monopoli i dr.

Špekulacija predstavlja iskorišćavanje određenih nepovoljnih stanja na tržištu radi sticanja neosnovane imovinske koristi, izazivanje poremećaja na tržištu i neopravdano povećanje cena.

Monopoli nastaju monopolističkim delovanjem ili sporazumevanjem. Predstavlja ju veoma opasnu pojavu, jer se monopolistički položaj veoma često na najgori način zloupotrebljava.

Horizontalna konkurencija je konkurencija koja se javlja između ponuđača koji nude robu i usluge iste vrste i namene, kao i između potrošača koji traže iste robe i usluge.

³ Boban, LJ., *Ekonomija tržišta*, Zagreb 1989., str. 181.

Ona se dakle javlja u okviru iste privredne delatnosti. Pobjednik u ovom nadmetanju je onaj koji ima niže troškove u odnosu na cenu koja se za sve proizvode i usluge unutar grane formira na približno istom nivou na jednom tržištu.

Vertikalna konkurencija je ona koja se javlja između privrednih grana. Konkurenti su ovde direktno privredne grane koje visinom svojih profita u određenim vremenskim periodima konkurišu jedne drugima na tržištu kapitala u pogledu „primamljivosti” za investiranje. Dakle konkurenti nisu subjekti koji vrše privrednu delatnost u okviru te grane. Visina profita nije jedini faktor koji opredeljuje ulaganje kapitala u neku od grana privrede. Bez investiranja, tj. priliva kapitala ni jedna grana ne može da se ubrzano razvija, te se privlačenje investicija javlja kao velika potreba. Kretanje kapitala iz jedne grane u drugu zavisi prvenstveno od profita u njoj, ali i drugih faktora kao što su radna snaga, troškovi otpočinjanja delatnosti i sl.

Cenovna konkurencija predstavlja jedan od najznačajnijih oblika konkurencije. „Konkurencija cenama je osnovni vid konkurentске borbe.”⁴

Cena se definiše kao izraz vrednosti roba i usluga na tržištu. Kroz cene se usaglašavaju različiti interesi proizvođača, trgovaca, potrošača u društvenoj reprodukciji. Na tržištu se javljaju različiti ekonomski interesi tržišnih subjekata, gde je osnovni interes proizvođača i trgovaca što viši nivo prodajnih cena radi sticanja što većeg profita, a interes kupaca da cena bude što manja. Ovi suprotstavljeni interesi se donekle mire kroz proces formiranja cena, jer je to od presudnog uticaja na proces reprodukcije i funkcionisanje tržišta.

Cene se formiraju sučeljavanjem ponude i tražnje na tržištu. Tamo gde su tržišni odnosi razvijeniji cene se sve više približavaju stvarnim vrednostima roba i usluga, te se omogućava usklađivanje suprotstavljenih interesa tržišnih subjekata koji se nalaze na različitim polovima. Na formiranje cena utiču i drugi faktori, kao što su ekonomska politika u društvu, javna potrošnja, struktura tržišta, ekonomski, ali i politički uslovi u jednom društvu, troškovi poslovanja itd. Cena mora u isto vreme da pokriva troškove poslovanja ali i da bude povoljna i privlačna za potrošače, kao i da ponuđaču obezbedi dobit neophodnu za reprodukciju. Dakle, formiranje cena predstavlja kreativnu delatnost, za koju je potrebno posedovanje naučnog znanja, ali praktičnog iskustva. Cena se posmatra kao sredstvo konkurencije. „Da bi preduzeće moglo voditi cenovnu konkurenciju, potražnja za njegovim proizvodima treba da bude elastična kako s obzirom na dohodak potrošača, tako i s obzirom na promenu cena.”⁵

Pravo zaštite konkurencije

Pravo zaštite konkurencije se još naziva antimonopolskim pravom, a predstavlja granu prava, koju sačinjava skup pravnih normi koje regulišu oblike, načine i postupak zaštite konkurencije. U literaturi se često navodi da se konkurencija štiti od narušavanja od strane restriktivne poslovne prakse, pod kojom se opet podrazumevaju „akti ili ponašanje preduzeća kojima se kroz formalne, neformalne, pisane ili usmene sporazume među preduzećima, preuzimanja i zloupotrebu dominantnog položaja i tržišne moći ograničava pristup tržištima ili na drugi način neopravdano ograničava konkurencija što ima ili može imati nepovoljan efekat na slobodnu trgovinu.”⁶

⁴ Marković-Bajlović, D., *Tržišna moć preduzeća i antimonopolsko pravo*, Beograd 2000., str. 174.

⁵ Boban, Lj., *Ekonomija tržišta*, Zagreb 1989., str. 191.

⁶ Varga, D., *Pravo konkurencije*, Novi Sad, 2006., str. 52.

Deo prava konkurencije predstavlja kartelno pravo. Ono sadrži pravne norme kojima se reguliše zaštita konkurencije od kolektivnih akata restriktivne poslovne prakse i propisuje zabrana sprečavanja ili ograničavanja konkurencije putem kartelnih sporazuma.

Subjekti kartelnog prava, kao bitna odrednica njegovog pojma su sva fizička i pravna lica i njihova formalna i neformalna udruženja koja se bave privrednom delatnošću. U kartelnom sporazumu, kao i svim drugim sporazumima, mora da postoje najmanje dva subjekta, te se u određivanju pojma kartelnog prava i govori o kolektivnim aktima restriktivnog poslovnog ponašanja.

Kartelnim kao i monopolističkim sporazumima se ograničava konkurencija, postižu koristeći za veoma ograničen broj tržišnih subjekata, a šteta za preostalu većinu, slabi ponuda u kvalitativnom smislu, onemogućava postizanje pozitivnih efekata tržišta u punoj meri i sl., te se oni pravno zabranjuju. Ne samo da se zabranjuju pisani sporazumi između pojedinih tržišnih subjekata kojima se i formalno stvara kartel, već se sankcioniše i neformalno dogovaranje, kao i usaglašena praksa ako se njima ograničava konkurencija.

Antimonopolsko pravo u užem smislu sadrži norme kojima se reguliše zaštita konkurencije od pojedinačnih akata restriktivne poslovne prakse i propisuje zabrana zloupotrebe dominantnog položaja na tržištu.

Dominantan položaj na tržištu ima onaj privredni subjekt koji raspolaže dovoljnom moći da može da ograničava konkurenciju. Postojanje dominantnog položaja na tržištu nije samo po sebi zabranjeno, ali se sankcionišu radnje usmerene na sticanje dominantnog položaja kao i zloupotrebe već postojećeg dominantnog položaja, s ciljem ograničavanja konkurencije.

Kartelno i antimonopolsko pravo u užem smislu zajedno dakle čine pravo zaštite konkurencije. Ova grana prava spada u oblast javnog prava, jer se njome delovanjem državnih struktura štiti opštedruštveno dobro, tj. slobodna konkurencija. Država nalaže održavanje od radnji i akata kojima se slobodna konkurencija ugrožava, te propisuje sankcije za slučaj nepridržavanja ovih zapovesti države. U savremenim tržištima su ipak velike mogućnosti za narušavanje konkurencije. Države uprkos zakonima i posebnim telima koja se ovim pitanjem bave teško mogu da izađu na kraj sa ovim problemom. Vaninstitucionalni centri moći su suviše jaki na tržištu, da mogu na veoma pritajen način postavljati neformalna pravila, ali i primenjivati "prinudne metode" za slučaj nepoštovanja istih.

Države osnivaju posebna tela koja se bave zaštitom konkurencije. Ovlašćenja ovih organa su velika, te ona mogu da zabrane radnje, akte, stanja kojima se krše antimonopolski propisi, npr. mogu da zabrane fuzije kojima nastaje monopolski subjekt, odrede uslove za fuziju, zabrane radnje koje predstavljaju zloupotrebu već postojećeg monopola, mogu da izmene monopolski sporazum i slično. Takođe na raspolaganju su im sankcije za one koji krše antimonopolske propise.

Postupak kontrole monopolskih ponašanja i stanja je poseban upravni postupak, sa mogućnošću sudske kontrole. Postoji mogućnost da se i pri sudovima formiraju veća za rešavanje sporova iz oblasti konkurencije, tj. kartela i zloupotrebe monopolskog položaja.

Naša zemlja poseduje propise kojima se štiti konkurencija, ali i tela koja se o njoj staraju. Radi se o Zakonu o zaštiti konkurencije, Zakonu o zaštiti potrošača, Zakonu o trgovini i drugim propisima. Takođe postoji i odgovarajuće telo koje se stara o primeni propisa kojima se štiti konkurencija, a to je Komisija za zaštitu konkurencije. To je nezavisna organizacija koja je snabdevena javnim ovlašćenjima, sa svojstvom pravnog lica. Za svoj rad ona odgovara Narodnoj skupštini Republike Srbije.

Srbija kao zemlja u tranziciji ima veliku potrebu za sređivanjem stanja u ovoj oblasti. Na njenom tržištu, kao posledica tranzicionih procesa, sankcija, ekonomske krize, privatizacije, te visokog stepena kriminaliteta u proteklom periodu, izuzetno su izražene tendencije ka stvaranju monopola, kartela, njihovoj najgrubljoj zloupotrebi i sl.

U cilju izgradnje zdravih tržišnih odnosa koji će omogućiti stabilne ekonomske odnose, usklađen odnos na relaciji ponude i tražnje, proširenu reprodukciju, umerene i obostrano prihvatljive cene te korektnu tržišnu borbu, Srbija mora da usavrši sopstveno antimonopolsko zakonodavstvo kao i da obezbedi adekvatnu sudsku zaštitu.

Tajkunizacija, kao pojava svojstvena tranziciji, nije mimošla Srbiju. Ona preti slobodnim konkurentskim odnosima i izgradnji stabilne privrede. Usled velike finansijske moći stečene u kratkom vremenskom periodu, koje je još odlikovala teška ekonomska i politička kriza, tajkuni imaju i povlašćen tržišni položaj. On je rezultat političke moći koja prati finansijsku, posedovanja neformalnih mehanizama kontrole i uticaja na potencijalne konkurente, te usavršen metod kamufliranja, odnosno skrivanja podataka o sebi od svih potencijalnih organa gonjenja. Privatizacija posrnulih preduzeća, u atmosferi ne tako velikih inostranih investicija, dodatna je mogućnost da još više ojačaju svoj položaj na tržištu, nekad čak i u potpunosti eliminišu konkurenciju. Kapital stečen u vreme krize u državi, na veoma sumnjiv način, veoma se brzo oplodava, tako da tržište, pa u određenoj meri i sama država postaju taoci kriminalne delatnosti iz prošlosti.

Država ne bi smela da ostane ravnodušna na ove pojave, te bi morala kroz svoju zakonodavnu aktivnost, ali i ekonomsku politiku, te institucionalnu izgradnju da stane na put svim oblicima narušavanja slobodnih konkurentskih odnosa. Kazneno pravo predstavlja jedan od načina, ali i ono samo mora biti upotunjeno propisima o oduzimanju nelegalno stečene imovine.

**Prof. Aleksandar Filipović, Ph.D., assoc. prof. Milorad Bejatović, Ph.D.,
assist. prof. Vuk Raičević, Ph.D.**

Competition: notion, types and legal safeguarding

A b s t r a c t

Competition is one of the most useful phenomena in economic life. It is an economic phenomena, a subject of economic sciences, but given that the law defines the framework in which the economic activity is carried out and in which the economic phenomenon are being manifested, it is as well subject to the legal regulation.

Given that the competition represents a general – social asset, it is safeguarded by the mandatory legal rules. Such rules make a special law branch, the competition law. The main components of the latter are cartel and antitrust law.

Key words: competition, economy, market, law, state, intervention, producer, consumer, offer, demand, production, goods, services, capital, cartel, monopoly, prices, act, property, transition

Literatura

1. Varga, S., *Pravo konkurencije*, Novi Sad 2006.
2. Golubović, D., *Pravni položaj akcionarskog društva*, Novi Sad, 1992.
3. Boban, Lj., *Ekonomija tržišta*, Zagreb, 1981.
4. Marković Bajlović, D., *Tržišna moć preduzeća i antimonopolsko pravo*, Beograd, 2000.
5. Trifković, M., *Pravo konkurencije*, Sarajevo, 1981.