

ili Što je monopol u maloj i nerazvijenoj zemlji?

Monopol je štetan. Klasična nas teorija uči da monopolna i oligopolna konkurencija smanjuje učinkovitost te je kao takva štetna za nacionalnu ekonomiju. Opći princip primjenjuje se na sve zemlje i u svakom vremenu. Prema tome, iznijeto vrijedi i za Hrvatsku. Kako bi se u Hrvatskoj ostvarila zaštita potrošača, kao u svakoj tržišnoj privredi, osnovana je posebna institucija kojoj je zadatak da spriječi tvrtku da dođe u monopolistički položaj. Oligopolnu konkurenciju također je nužno staviti pod nadzor.

Tisuće i tisuće primjera pokazuju da tome nije tako iako se teorija ne osporava (teorija se zasniva na modelu zatvorene privrede). Svaka se zemlja, u uvjetima globalizacije, zalaže da se razvijaju tržišne silnice, više formalno nego što to odista čine u praksi. Naprosto nije moguće ne vidjeti proces koncentracije i centralizacije kapitala. Multinacionalne korporacije u svim granama jasno pokazuju da proces okrupnjavanja nije moguće zaustaviti kad bi se i htjelo.

Zemlje koje žele ubrzati svoj razvoj – i time poboljšati svoj položaj na globalnom tržištu - pozivaju strane kompanije da se pridruže razvoju (selektivnim politikama) odnosno podržavaju nacionalne kompanije da razviju business u inozemstvu. Ovo podrazumjeva da postoji vlastiti razvoj kojem se pridodaje investicijska aktivnost stranih kompanija. Niti jedna zemlja se ne odriče svoga vlastitog razvoja. WTO, WB, IMF, glavni zagovornici slobodne trgovine, izraz su potreba najrazvijenijih zemalja i globalnog tržišta, u kojoj su razvijeni ti koji prodaju robe i usluge po svijetu, a privredne strukture zemalja uvoznica su u izravnoj ovisnosti od svjetskih financijskih institucija i multinacionalnih kompanija.

One zemlje koje nemaju strategiju razvoja u ovisnosti su od inozemnog kapitala bukvalno u egzistencijalnom smislu. To je jedan od snažnih razloga i poruka zašto svaka zemlja mora imati koncepciju i strategiju razvoja. Drugim riječima, Hrvatska u svijet treba ići kao privredni subjekt a ne kao objekt. Prema tome, lažna je dilema da li se globalizirati ili ne već je pitanje kako to najučinkovitije učiniti. Nije, u principu, zamislivo da vlast provodi politiku koja nije u interesu njezinih građana (birača). Hrvatski slučaj navedeni stav dovodi u pitanje.

Ekonomski pogled. U funkciji vremena povećava se potrebna količina roba i usluga koje je potrebno proizvesti i realizirati kao bi se dostigla točka pokrića, odnosno kako bi se izjednačili prihodi i rashodi. Tehnologija diktira koja je to minimalna proizvodnja tvrtke da bi se proizvodnja isplatila. Tehnološki razvoj tvrtke pomiče točku pokrića u "desno". Ovaj problem nije nepoznat niti u zemljama sa velikim tržištem (recimo avioindustrija). Naprosto ekspanzija - rast multinacionalnih kompanija - upravo su rezultat povećanja tržišta odnosno smanjenja troškova vlastite proizvodnje. Zato je jasno da se automobili prodaju diljem svijeta ali se i proizvode diljem svijeta, pri čemu procese kontrolira matica koja je u nekoj od razvijenih zemalja. To znači iako je kompanija multinacionalna "vratit će dug" svojoj matici bude li potrebno. Drugim riječima, ma koliko govorili o liberalizaciji tržišta; svjedoci smo ssuradnje države i businessa. Prema tome, multiplikativni učinci ostaju pod nadzorom multinacionalne kompanije (što podrazumjeva i položaj matične države).

One zemlje koje zaposlenost ne smatraju rezidualnom veličinom "vezuju" nacionalno tržište i

prisutnost stranih kompanija sukladno svojim ciljevima. Merkantilisti nisu umrli. Oni se ponekad mogu manje čuti. Konačno korporativne države tipa Njemačke i Japana nisu nepoznati i neučinkoviti sustavi a niti usamljeni slučajevi. Pri tome dobro je podsjetiti da je protekcionizam bio u SAD-u temeljna ekonomska doktrina razvoja do trenutka kada su postali svjetski lideri. Franz List veliki njemački protekcionista je svoju teoriju definirao u SAD-u.

Odista bi bilo interesantno pokušati napraviti izračun gdje bi bile te zemlje da nisu provodile politiku koju su provodile. Ili drugačije rečeno, valjalo bi istražiti koje su to zemlje koje su temeljem - samo! - tržišnih silnica dinamizirale svoj razvoj. Podsjetimo da je A. Smith predlagao da se strojevi iz Škotke prebace u Englesku jer je tamo veća učinkovitost. D. Ricardo je govorio o komparativnim prednostima i bio, zapravo, u funkciji britanskog imperija. Ovo se može interpretirati, da tržište, jednom, uspostavljenu prednost neće eliminirati ukoliko se ne intervenira. Tržišne silnice preferiraju razvijenije i učinkovitije. Prihvatiti tržište a ne voditi aktivnu ekonomsku politiku znači prihvatiti svoj položaj objekta u svijetskoj matrici. Pri tome se mora imati u vidu da će se, u funkciji vremena, stanje pogoršavati.

Konačno, danas nitko ne osporava da se jaz između razvijenih i nerazvijenih širi. Prema tome, vlastita nacionalna strategija nema alternative.

Što se događa u Hrvatskoj. Najprije valja podsjetiti da je Hrvatska bila izvozna privreda u prethodnoj Jugoslaviji. Nadalje, kapaciteti su ipak formirani za, iako oligopolno, jugoslavensko tržište, odnosno "istočno" tržište. Politika koja je omogućavala putem roba i usluga transfer zapadnih tehnologija na istok tome je samo pogodovala. Propašću socijalizma kao takvog i raspadom Jugoslavije ti kapaciteti su postali uglavnom jalovi. Prema tome, imali smo zastarijele kapacitete koji se zbog gubitka tržišta nisu mogli koristiti. Istovremeno su bili zastarijeli, a nove tehnologije tražile su još veće tržište da bi imale svoje opravdanje. To nisu izuzeci to je pravilo. Ne treba zaboraviti da tehnološke inovacije dnevno povećavaju minimalnu količinu outputa da bi se ostvarila točka pokrića. Drugim rječima, dinamizira se pojam dovoljnog tržišta. Konačno globalizacija je "izum" Treće tehnološke revolucije koje su nosioci najrazvijenije zemlje iako je uvijek bila prisutna (Koji je, recimo, bio zadatak Marka Pola?).

Iznijeto sugerira da je, u Hrvatskoj, svakim danom moguće sve manji broj proizvodnih sustava održati, jer oni - svakim danom i zbog veličine tržišta - postaju gubitaši. Pri tome valja imati u vidu izmjenu strukture troškova. Nije samo problem u tome što se mijenja odnos fiksnih i varijabilnih troškova u pravcu povećanja prvih. Problem je u tome što fiksni troškovi – za istraživanje i razvoj - postaju po intenzitetu rastući a po vremenu dugoročni i time sve neizvjesniji dok su tehnologije sve kratkoročnije. Pri tome ne treba zaboraviti da male i srednje tvrtke nisu financijski u stanju da financiraju istraživanje i razvoj što usložnjava cijelu priču. I nije slučajno da države najrazvijenijih zemalja zapravo financiraju istraživanja kao razvojnu podršku svojim kompanijama. Konačno, s jedne strane, liberalizira se tržište i monopolizira znanje, s druge strane, do isključivosti. Odista nije moguće ne uvidjeti u kojoj mjeri znanje postaje komparativna prednost. I nije slučajno da se činioc rad dijeli na standardne (konkurentske) ali i na oligopolne i monopolne. Kako bi se inače, u profitnom odnosu, mogle identficirati razlike u plaćama, koje su prisutne upravo kod najrazvijenijih zemalja, odnosno kod najvećih multinacionalnih korporacija? Tek je priča da izvozna privreda ne računa na nacionalno tržište. Svaka industrija koja nastaje traži državnu pomoć. Tako je uvijek bilo. Država je uvijek

pomagala mlade industrije. Protekcionizam je prisutan. Što više protekcionizam se "pretočio" u intervencionizam. Drugo je pitanje koliko je on vidljiv. Uvozne kvote koje ima i Evropska unija ipak su zaštita industriji evropske unije. Konačno, druge razvijene zemlje regionalizacijom (od kojih je EU samo najpoznatiji i nama najznačajniji slučaj) ističu obranu nacionalnog tržišta. Zar nije državni intervencionizam odabir zemalja koje će obnoviti Irak? Nabiranja bi mogla ići u nedogled.

Poret iznijetog valjalo bi imati u vidu da svaka zemlja se želi suprostaviti konjunktuirnim ciklusima. U fazi rasta nije sporno da je sve ružičasto. Jedina je bojaznost da se ne pregrije potražnja i da kao takva ne dinamizira nivo cijena.

Problemi, međutim, nastupaju kada počne recesija. Nije unaprijed poznato kolika će recesija biti po dubini i koliko će trajati. Poznato je, međutim, tko će prvi platiti cijenu recesije. Nije potrebno previše promišljati. Prvi cijenu plaćaju mali i nerazvijeni. To je kao i kod oseke. Kada nastupa oseka prvi se pojavljuju oni dijelovi podmorja koji su bliže površini. Tek pri kraju oseke biti će vidljivo dno i to vrlo kratko jer započinje obrnuti proces - plima.

Prema tome, globalizacija ne znači socijalni pristup već, upravo, obratno one tvrtke i one zemlje koje imaju najveću profitnu maržu (na kraju oseke) one će najkraće i najmanje osjetiti krizu. One koje su siromašne platiti će cijenu u najvećoj mogućoj mjeri (na početku oseke). To je sudbina nerazvijenih, to je sudbina malih zemalja. Zato male zemlje imaju svoju nacionalnu industriju koja je amortizer tim i takvim događanjima. Nacionalna industrija je zapravo premija za pokriće socijalne sigurnosti. Različiti nivoi dohotka per capita traže različite politike. Preslik tuđih rješenja je najgore rješenje. Ignoriranje te činjenice možda danas nije više tako moguće kao što se je to bilo jučer.

Prethodna vlada o tim pitanjima nije vodila računa. Stanje u bankarskom i osiguravateljskom sustavu, pa time i financijskoj industriji jasno govori o gubitku autonomnosti. Pri tome valja istaći da dolazak tih "domaćih" (čitaj: stranih) banaka i osiguravatelja nije rezultirao razvojem već suprotno velikim zaduženjem prema inozemstvu. U drugom koraku, uvoz je destruirao i onako zaostalu industriju. Posljedica je poznata. Hrvatska nema industrije. Hrvatska danas nema što izvoziti. Ostaje turizam koji će se bazirati na korištenju prirodnih resursa, dakle komparativne a ne konkurentne prednosti. Očekuje se rasprodaja i tih kapaciteta. Postavlja se pitanje zar nije bilo moguće ništa učiniti. Jasno da je bilo moguće. I upravo zato prethodna vlast snosi odgovornost. Nastavljanje te i takve politike čini i ovu vlast izravno suodgovornom za stanje u Hrvatskoj.

Da se upravo takve stvari u Hrvatskoj događaju pokazuje dolazak stranih trgovaca koji preuzimaju i "drobe" ionako malo tržište. Nije samo dovoljno povećati efikasnost trgovine bitno je sačuvati kanale da se domaća proizvodnja može ponuditi potrošačima. Teško je očekivati da će domaći proizvod bez pomoći države konkurirati stranoj marki. I upravo u našim uvjetima ravnopravnost znači neravnopravan položaj domaćih proizvođača jer strani zapravo nastupaju sa marginalnim troškovima dok domaći proizvođači nastupaju s ukupnim troškovima. To je drama koju valja jasno istaknuti i, sukladno nalazima, preispitati cjelokupnu ekonomsku politiku. Troškovna/strukturna inflacija se ne smanjuje. Pojavni oblik je dramatičan: raste broj tvrtki koje su zrele za stečaj. Nadalje, povećava se deficit robne razmjene sa inozemstvom. Dug prema

inozemstvu je eksplodirao. Više nitko nije nezadužen. I stanovništvo se u zdanjih nekoliko godina zadužilo. Tko će vraćati kredite kada sutra ostanu bez posla? Pitanje je, o kojem se još uvijek ne razmišlja, kada se jednom zapali fitilj socijalne bombe tko će, odnosno kako će, ga ugasiti da socijalna bomba ne eksplodira.

“Lakmus papir” koji će precizno odrediti budućnost Hrvatske privrede je način organizacije financijske industrije, odnosno prodajnih kanala.

Ukoliko financijska industrija (prodajni kanali) bude pod kontrolom stranog kapitala za očekivati je da će se, u funkciji vremena, smanjivati privredna aktivnost i da će hrvatsko gospodarstvo izravno ovisiti o poslovnom ciklusu; što će dodatno smanjiti količinu domaćih proizvoda u tržišnim kanalima. Susjedna Slovenija je slučaj koji bi svakako valjalo preciznije izučiti kako valja upravljati restrukturiranjem privrede. Nije moguće Sloveniju nazvati zemljom koja se ne želi integrirati sa Evropskom unijom, odnosno globalizirati. Ipak moguće je prepoznati da ona to čini unapređujući svoj subjektivitet. Ovo jasno nije jednostavno. Međutim usporedba Slovenije i Hrvatske pokazuje da nam Slovenija postaje, i na dugi rok ostaje, prilično nedostižan uzor. Tržište kao takvo bez osmišljene politike će rezultirati još većim zaostajanjem Hrvatske.

Odgovor na iznijeto može biti pa Hrvatska nema kapitala da se suprostavi tim i takvim kompanijama. Ne radi se o suprostavljanju već se radi o potrebnom naporu da se može organizirati suživot male i nerazvijene Hrvatske i velikih multinacionalnih korporacija na globalnoj razini. Ne treba gubiti iz vida da gotovo svaka od stranih banaka, koje su prisutne u hrvatskoj, po kreditnom rejtingu i kreditnom potencijalu je nadmoćna cjelokupnom hrvatskom bankarstvu, odnosno hrvatskoj državi. Da li imamo nacionalno bankarstvo danas više ne može biti sporno pitanje. Dalje, osiguranje ćemo prepustiti strancima, kao što smo prepustili i mirovinsko osiguranje. I konačno zašto ne napustim bilo kakvu aktivnost. Ostaje jedino pitanje od čega ćemo živiti. Učinkovit odgovor na postavljena pitanja je koncepcija i strategija razvoja Hrvatske podržana snažnom i od države preferiranom financijskom industrijom.

Ipak, prije nego odgovorimo što je monopol u Hrvatskoj potrebno je definirati tržište. Malo i neuko djete, kada malo razmisli, će vam reći da je tržište mjesto gdje se sučeljavaju nudiooci roba i usluga, s jedne strane, i s druge strane, tražiooci roba i usluga. Formiranje ponude i potražnje rezultira ravnotežnom cijenom i nastupa proces razmjene. Svi su sudionici izvršili svoje transakcije po fair cijeni. Da li je to baš tako?

Ekonomski analitičari znaju da je navedena definicija tržišta i mehanizam kako ono funkcionira netočna simplifikacija.

Najprije spomenimo asimetriju informacija. Naime, sudionici u razmjeni bi morali znati jednak broj informacija relevantnih za transakcije. To se nije nikad dogodilo i nikad se neće dogoditi. Prodavalac proizvoda/usluge je profesionalac koji to radi svaki dan i koji koristi nebrojne informacije iz nebrojnog broja izvora o kojim kupac ne zna ama baš ništa. Kako inače obrazložiti da netko kupi proizvod/uslugu danas po dvostrukoj većoj cijeni od sutrašnje koja će se smanjiti jer započinje, recimo, raspodjela. Kako bi posrednici u raspodjeli ostvarili svoje dohotke da ne trguju sa informacijama koje ne zna prodavalac proizvoda/usluge. Da li će, na primjer, kupac kilograma kruha (čokolade) dati nekoliko milijuna kuna za informaciju kao pekar

(proizvođač čokolade).

Jednako tako se postavlja pitanje što je sa marketingom? Na strani ponude imamo u najboljem slučaju ograničenu konkurenciju, dok je na potražnoj strani marketing kojeg je moguće definirati kao: "upravljački proces raspoznavanja, anticipiranja i rentabilnog zadovoljavanja potreba potrošača" (Collins, Elza G. C. & Devanna, Mary Anne: Izazovi menadžmenta u XXI. stoljeću, Mate, Zagreb, 2002.). Ovom svakako valja pridodati i (spomenutu) prisutnu asimetriju informacija na relaciji kupac – prodavac. Što više upravo marketingom stvaramo privid da je kupac informiran i da donosi primjerenu informaciju svojim izborom. Ono što je u modelima relevantno nije dokaz da egzistira već da je moguće putem pojednostavljenja sagledati moguće reakcije na izazvane promjene.

Ovo nikako ne znači da je moguće marketing "pribiti na križ" jer sugerira (anticipira) potrebe potrošača. Kada ne bi bilo marketinga tada odjeli koje zovemo istraživanje i razvoj ne bi mogli obaviti svoj dio posla. Poznati primjer ford mustanga je potvrda toj tezi. Naime, ford mustang se ne bi proizveo da odjel prodaje nije identificirao preferencije potrošača u budućnosti. O budućnosti ne govori opći model ravnoteže. On je kratkoročan i tek teoretska konstrukcija koja je vrlo značajna ali ipak samo konstrukcija.

Monopole definira mogućnost/sposobnost da monopolist svoje troškove odvoji od prodajnih cijena robe/usluge koju prodaje. Upravo na činjenici da različito definiraju točku pokrića monopoli – u odnosu na slobodnu konkurenciju - su manje učinkoviti, ceteris paribus. Tako nas uči opća ravnoteža i danas još uvijek vodeća ekonomska teorija. Ipak, kada građani govore o monopolu tada, prvenstveno, misle na tzv. prirodne monopole. Takav prirodan monopol je bila željeznica jer je bila supreiorija bilo kojem načinu prijevoza robe/putnika kopnom. Tada je željeznica da bi "produbila" tržište uvela više razreda na istoj destinaciji sa respektivnim cijenama. Pojava automobila/aviona smanjuje monopol željeznice rastućom stopom supstitucije. Ipak, recimo, ZET je monopol koji nema - ili ima samo ograničenu - supstituciju. Nikom razumnom ne pada na pamet dopustiti ZET-u da samostalno određuje cijenu gradskog prijevoza. Jednako je tako i sa grobljima.

Nekadašnji PTT se je podijelio na nekoliko tvrtki od kojih je pošta i dalje ostala monopolna institucija. Nije nemoguće zamisliti da će joj privatnici preuzeti dio posla koji je rentabilan a njoj ostaviti tek pisma da se slikovito izrazim. Država vodi politiku niskih prodajnih cijena usluga kako bi građanstvo koristilo usluge pošte. Telefonija je privatizirana u koju su, uzgred rečeno, građani godinama investirali. Danas je fiksna telefonija u monopolnom položaju određivanja cijena što, prema podacima o profitu, uspješno čini. Da je kojim slučajem neograničen ulaz fiksne telefonije vjerojatno bi se monopol pretvorio u oligopol.

Primjer duhana je također indikativan. Međutim u Hrvatskoj nije TDR monopolista jer cijenu određuje država. Ona je ta, zbog fiskalnih potreba, koja određuje cijenu. Jednak je slučaj i sa benzinom. Sve trošarine imaju, u osnovi, monopolistički karakter iako proizvode mogu, kao što znamo, proizvoditi tko nalazi svoj interes.

Prema tome, ne možemo govoriti o monopolima a ne govoriti o državi. Uvijek kada se radi o jednom kupcu/prodavaocu imamo monopolnu konkurenciju. Država kao proizvođač/organizator

proizvodnje/usluga jednako kao potrošač javlja se nerijetko u monopolnom položaju. U tom smislu je dovoljno pročitati proračun. Konačno, cijela ekonomska politika države je monopolistička.

Gdje je tu potrošač?

Institucionalni okvir određuje država. Često je i sama involvirana u formiranje cijena na tržištu. Nažalost ponekad prisutni krivi atesti pojedinih proizvoda ne smatraju se bogohulnim činom. Naprosto što je neka zemlja nerazvijenija više je raznoraznih monopola/oligopola. I podzemlje putem sivog tržišta dio je cjelokupne priče. Zato govoriti o zaštiti potrošača u maloj i nerazvijenoj zemlji nije moguće a da se ne govori o državi odnosno izvršnoj vlasti. Stanje neriješenih sudskih sporova može se također podvesti pod nazivnik monopla.

I na kraju, zaštita potrošača bi trebala krenuti od većih plaća koje se ne bi oporezivale bar na nivou 1000eura. Nadalje, nezaposleni bi morali postati zaposleni, a a penzioneri i prijevremeni penzioneri bi morali realizirati svoje neostvareno pravo. Za sve to je pozvana država. Zadatak je države da blagostanja svakim danom ima sve više i ne može tražiti alibi za neispunjenje svojih obveza ako nema ili nema dovoljno. Ako bi mogla tražiti i naći opravdanje postavlja se pitanje koja je svrha vlasti.

Prema tome, kada se govori o zaštiti potrošača govori se o zaštiti građana u jednom segmentu njegovog života. Pored zaštite njega kao kupca valjalo bi ga zaštititi od mnogih rizika kojima je svakim danom sve više izložen. Ovo ne znači da nije potrebna zaštita potrošača ovo samo znači da je to kompleksan problem koji se ne rješava (samo) Zakonom.