



УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

Марија Р. Радуловић

**СТРАНЕ ДИРЕКТНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ И
НИВО ТРЖИШНЕ КОНЦЕНТРАЦИЈЕ У
ЗЕМЉАМА ЈУГОИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ**

докторска дисертација

Крагујевац, 2022.



UNIVERSITY OF KRAGUJEVAC
FACULTY OF ECONOMICS

Marija R. Radulović

**FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND
THE LEVEL OF MARKET
CONCENTRATION IN THE COUNTRIES OF
SOUTH-EAST EUROPE**

Doctoral Dissertation

Kragujevac, 2022

Идентификациона страница докторске дисертације

Аутор
Име и презиме: Марија Радуловић
Датум и место рођења: 26.01.1986. године, Крушевац
Садашње запослење: ARISE Врњачка Бања
Докторска дисертација
Наслов: Стране директне инвестиције и ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе
Број страница: viii + 234
Број слика: 11; број графика: 116; број табела: 36
Број библиографских података: 338
Установа и место где је рад израђен: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
Научна област (УДК): УДК 339.727.22(4-12)(043.3)
Ментор: др Милан Костић, ванредни професор, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
Оцена и одбрана
Датум пријаве теме: 10.06.2019. године
Број одлуке и датум прихватања теме докторске/уметничке дисертације: IV-02-909/11, 13.11.2019. године
Комисија за оцену научне заснованости теме и испуњености услова кандидата: <ol style="list-style-type: none">1. др Љиљана Максимовић, редовни професор, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Општа економија и привредни развој, председник комисије;2. др Бобан Стојановић, редовни професор, Економски факултет Универзитета у Нишу, ужа научна област Микроекономија, члан;3. др Ненад Станишић, редовни професор Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Општа економија и привредни развој, члан.
Комисија за оцену и одбрану докторске/уметничке дисертације: <ol style="list-style-type: none">1.2.3.
Датум одбране дисертације:

САДРЖАЈ

АПСТРАКТ	i
ABSTRACT	ii
ПРЕГЛЕД СЛИКА	iii
ПРЕГЛЕД ТАБЕЛА	iv
ПРЕГЛЕД ГРАФИКА	v
УВОД	1
И ДЕО	
ЗНАЧАЈ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА (СДИ) ЗА ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ	6
1. Основне карактеристике страних директних инвестиција (СДИ)	7
1.1. Појам и основни облици прилива СДИ.....	7
1.1.1. Појам СДИ.....	7
1.1.2. Основни облици уласка СДИ.....	10
1.2. Мотиви уласка СДИ.....	13
1.3. Кључни носиоци СДИ.....	15
2. „Spillover” ефекат СДИ	18
3. “Crowding-out” ефекат СДИ	22
II ДЕО	
ПРИЛИВ СДИ У ЗЕМЉАМА ЈУГОИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ (ЈИЕ)	25
1. Основне карактеристике прилива СДИ у земље Југоисточне Европе (ЈИЕ)	26
1.1. Прилив СДИ у земље ЈИЕ чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године.....	26
1.2. Прилив СДИ у земље ЈИЕ које нису чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године	31
2. Секторска дистрибуција СДИ у земљама Југоисточне Европе	35
2.1. Секторска дистрибуција СДИ у земљама ЈИЕ чланицама Европске уније у периоду 2003-2018. године	35
2.2. Секторска дистрибуција СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године	42
3. Динамика односа СДИ и економског раста у земљама Југоисточне Европе	50
3.1. Теоријска и емпиријска истраживања о односу СДИ и економског раста у земљама ЈИЕ 50	
3.2. СДИ и економски раст у земљама ЈИЕ.....	55

III ДЕО	67
ПРОЦЕНА ТРЖИШНЕ МОЋИ КОМПАНИЈА	67
1. Теоријски аспекти проучавања тржишне моћи	68
2. Дефинисање релевантног тржишта	69
2.1. Појам и значај релевантног тржишта	69
2.1.1. Релевантно тржиште производа.....	71
2.1.2. Релевантно географско тржиште	73
2.2. Методе и проблеми утврђивања димензија релевантног тржишта	74
2.2.1. Тест хипотетичког монополисте.....	74
2.2.2. Ценовна корелација.....	75
2.2.3. Анализа критичног губитка.....	76
2.2.4. „Елзинга-Хогарти“ тест	78
3. Теоријско-методолошка основа процене тржишне концентарције	79
3.1. Значај показатеља тржишне концентрације.....	79
3.2. Основне карактеристике показатеља тржишне концентрације	81
4. Најзначајнији показатељи тржишне концентрације	83
4.1. Рацио концентрације	83
4.2. Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације	85
4.3. Лоренцова крива	86
4.4. Цини коефицијент	87
5. Проблеми у примени показатеља концентрације тржишта	88
IV ДЕО	
ЗНАЧАЈ СДИ ЗА ПРОМЕНУ МОРФОЛОГИЈЕ ТРЖИШТА ДРЖАВА ДОМАЋИНА	90
1. Економска теорија у дефинисању савремених облика тржишних структура и нивои њихове концентрације	91
1.1. Монополистичка конкуренција.....	92
1.2. Олигополи и њихова економска моћ у глобалној привреди	94
1.3. Картелски споразуми и њихове импликације	95
2. Утицај СДИ на морфологију тржишта развијених држава–теоријски преглед	97
3. Утицај СДИ на услове конкуренције држава у развоју – теоријски преглед	99
4. Политика заштите конкуренције и прилив СДИ	103
4.1. Развој политике заштите конкуренције	103
4.2. Политика заштите конкуренције Европске уније.....	104
4.3. Политика заштите конкуренције у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ	107
4.4. Политика заштите конкуренције и СДИ	110

V DEO

ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ УТИЦАЈА СДИ НА НИВО ТРЖИШНЕ КОНЦЕНТРАЦИЈЕ У ЗЕМЉАМА ЈУГОИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ (ЈИЕ) 113

1. Уводне напомене о истраживању.....	114
2. Предмет и циљ истраживања	114
3. Извори података и методологија истраживања	116
3.1. Извори података.....	116
3.2. Методологија истраживања.....	118
4. Резултати истраживања и дискусија.....	120
4.1. Прелиминарна процена стања на тржишту мобилне телефоније	120
4.1.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ	120
4.1.1.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Румуније	121
4.1.1.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Бугарске.....	125
4.1.1.3. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Хрватске	128
4.1.1.4. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Грчке	132
4.1.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ.....	135
4.1.2.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Србије	136
4.1.2.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Албаније	140
4.1.2.3. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине	144
4.1.2.4. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Црне Горе	148
4.2. Резултати истраживања и дискусија резултата везаних за тржиште мобилне телефоније у земљама ЈИЕ	151
4.2.1. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ	151
4.2.2. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ	158
4.2.3. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ	161
4.3. Закључна разматрања и препоруке истраживања за тржиште мобилне телефоније земаља ЈИЕ	165
4.4. Прелиминарна процена стања на тржишту дувана и дуванских производа.....	167
4.4.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ	168
4.4.1.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији Румуније	168
4.4.1.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији Бугарске.....	171
4.4.1.3. Услови конкуренције у дуванској индустрији Хрватске	175
4.4.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ	178
4.4.2.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији Србије	179
4.4.2.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији Северне Македоније.....	183
4.4.2.3. Услови конкуренције у дуванској индустрији Босне и Херцеговине	187
4.5. Резултати истраживања и дискусија резултата везаних за тржиште дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ.....	190
4.5.1. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ.....	190
4.5.2. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ	196

4.5.3. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ	199
4.6. Закључна разматрања и препоруке истраживања за тржиште дувана и дуванских производа одабраних земаља ЈИЕ.....	202
5. Ограничења и препоруке за будућа истраживања	204
ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА.....	206
Литература	211

АПСТРАКТ

Прилив страног капитала у форми страних директних инвестиција (СДИ), значајно се повећао последњих деценија, посебно у земљама у развоју. Разлог за то лежи у растућим захтевима за инвестицијама како би се убрзао економски раст и остварила макроекономска стабилност. Транснационалне компаније (ТНК), као кључни ноџиоси СДИ и лидери у области напредних технологија и аутоматизације утичу на напредак земаља домаћина мењајујући при томе и њихову тржишну структуру. Имајући у виду значај СДИ како за развој националних економија тако и за ниво тржишне концентрације и услова конкуренције, предмет истраживања докторске дисертације је усмерен на испитивање утицаја прилива СДИ на ниво тржишне концентрације и посредно конкуренцију на тржиштима земаља Југоисточне Европе (ЈИЕ). Према томе, основни циљ истраживања је да се на бази релевантне литературе и спроведеног истраживања сагледа ефекат које СДИ имају на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљи домаћину. На основу релевантне теоријско-методолошке и емпиријске анализе, испитана је статистичка значајност и повезаност прилива СДИ и нивоа концентрације, при чему се као битне детерминанте нивоа тржишне концентрације разматрају и величина тржишта и стопа раста тржишта. Такође, испитано је какав је утицај СДИ на тржишта држава ЈИЕ са посебним освртом на државе чланице ЕУ и оне које то нису.

У фокусу истраживања утицаја СДИ на ниво тржишне концентрацију су два тржишта: тржиште дувана и дуванских производа и тржиште мобилне телефоније. На овај начин обухваћен је производни и услужни сектор националних економија које су предмет анализе. Применом одговарајућих статистичко-економетријских метода добијени су резултати валидног нивоа статистичке сигнификантности. На примеру земаља ЈИЕ показано је да СДИ имају статистички значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ на тржишту мобилне телефоније и на тржишту дуванских производа и на тај начин на услове конкуренције у њима у дугом року, док тај ефекат не постоји у кратком року. Поред тога, утврђено је да је прилив СДИ у кратком року смањио ниво тржишне концентрације само на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, док код земаља које нису чланице ЕУ овај ефекат не постоји.

Стране компаније на тржишту мобилне телефоније и дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ су углавном на тржишта ових земаља улазиле путем мерџера и аквизиција и путем процеса приватизације, а мали број СДИ су биле *greenfield* инвестиције. Оцењени ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације на посматраним тржиштима указују на то да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације, што значи смањење конкуренције на посматраним тржиштима у дугом року. То значи да политика привлачења СДИ није била адекватна и није деловала у правцу побољшања услова конкуренције на тржишту земаља ЈИЕ. На пример, у већини земаља ЈИЕ на тржишту дувана и дуванских производа домаће компаније су престале да постоје, или су преузете од страних компанија. То значи да добро конципирана политика привлачења СДИ, каква није била у земљама ЈИЕ (посебно оним које нису чланице ЕУ), може смањити негативан и повећати позитиван утицај СДИ на услове конкуренције, што није био случај код анализираних држава због неадекватне политике привлачења СДИ.

Допринос докторске дисертације се огледа у бољем разумевању начина на који СДИ утичу на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљама домаћинима СДИ, посебно у земљама које су чланице ЕУ и земљама које то нису, и у чињеници да добијени резултати дају одговарајуће закључке који се могу искористити за будућа истраживања утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације с обзиром на то да ради о релативно неистраженој повезаности наведених варијабли.

Кључне речи: ниво тржишне концентрације, стране директне инвестиције (СДИ), Европска унија, Југоисточна Европа, тржиште мобилне телефоније, тржиште дувана и дуванских производа.

ABSTRACT

The inflow of foreign capital as a foreign direct investment (FDI) has increased significantly in recent decades, especially in developing countries. The reason for this lies in the growing demand for investment to accelerate economic growth and achieve macroeconomic stability. Transnational corporations (TNCs), as key FDI carriers and leaders in advanced technologies and automation, are influencing the progress of host countries by changing their market structure. Since the FDI is important for developing national economies, the market concentration and competition conditions, the subject of the doctoral dissertation is focused on examining the impact of FDI inflows on market concentration and competition in Southeast European (SEE) markets. Therefore, the main goal of the research is to examine the effects that FDI has on the level of market concentration and conditions of competition in the host country, based on the relevant literature and the conducted research. The statistical significance and relationship between FDI inflows and concentration levels were examined based on relevant theoretical-methodological and empirical analysis. Market size and market growth rates were also considered important determinants of market concentration levels. Also, the impact of FDI on SEE countries' markets were examined, with special reference to EU member states and those that are not.

The focus of the research is the impact of FDI on the level of market concentration in two markets: the market of tobacco and tobacco products and the mobile telephony market. Therefore, the production and service sectors of the national economies are included. By applying appropriate statistical-econometric methods, a reasonable level of statistical significance was obtained. The example of SEE countries shows that FDI has a statistically significant impact on the level of market concentration in SEE countries in the mobile telephony market and tobacco products market and thus on the conditions of competition in them in the long run, while this effect does not exist in the short run. In addition, it was found that FDI inflows in the short term reduced market concentration only in the mobile telephony market of SEE countries that are members of the EU, while in non-EU, this effect does not exist.

Foreign companies entered the mobile telephony market and SEE countries' tobacco and tobacco products market mainly through mergers and acquisitions and the privatization process. A small number of FDI were greenfield investments. The estimated effects of FDI on the level of market concentration in the observed markets indicate that with the increase of FDI, there is an increase in market concentration, which means a decrease in competition in the long run. This means that the policy of attracting FDI was not adequate and did not work towards improving the conditions of competition in the SEE markets. For example, in most SEE countries in the tobacco and tobacco products market, domestic companies have been taken over by foreign companies. This means that a well-conceived policy of attracting FDI, which was not the case in SEE countries (especially non-EU countries), can reduce the negative and increase the positive impact of FDI on competition, which was not the case in the analyzed countries due to inadequate FDI attraction policy.

The contribution of the doctoral dissertation is reflected in a better understanding of how FDI affects the level of market concentration and conditions of competition in FDI host countries, especially in EU and non-EU countries, and in the fact that the results give appropriate conclusions that can be used for future research on the impact of FDI on the level of market concentration, given that it is a relatively unexplored relationship of these variables.

Keywords: level of market concentration, foreign direct investment (FDI), European Union, South-East Europe, mobile telephony market, tobacco and tobacco products market.

ПРЕГЛЕД СЛИКА

Слика 1. Облици страних директних инвестиција.....	12
Слика 2. Одлучивање о СДИ према ОЛИ парадигми.....	17
Слика 3. Технолошки <i>spillover</i> ефекти.....	20
Слика 4. Концепт релевантног тржишта	70
Слика 5. <i>LIFO</i> тест	78
Слика 6. <i>LOFI</i> тест	79
Слика 7. Крива концентрације на хипотетичком тржишту	84
Слика 8. Лоренцова крива	87
Слика 9. Класификација тржишних структура	91
Слика 10. Дугорочна равнотежа предузећа у монополистичкој конкуренцији	93
Слика 11. Учесници на тржишту дувана и дуванских производа.....	167

ПРЕГЛЕД ТАБЕЛА

Табела 1. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ (у милионима евра).....	27
Табела 2. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ (у милионима евра).....	32
Табела 3. Највећи страни инвеститори у Словенији	39
Табела 4. Најзначајније СДИ у Србији	43
Табела 5. Тржишне структуре и тржишна моћ	68
Табела 6. Интерпретација корелационе везе	75
Табела 7. Рацио концентрације и његове референтне вредности.....	84
Табела 8. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације и референтне вредности	85
Табела 9. Преглед емпиријских истраживања	99
Табела 10. Преглед емпиријских истраживања	102
Табела 11. Дескриптивна статистика	152
Табела 12. Резултати тестова међузависности података панела	152
Табела 13. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	153
Табела 14. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	154
Табела 15. Резултати т-теста независних узорака.....	155
Табела 16. Дескриптивна статистика	158
Табела 17. Резултати тестова међузависности података панела	159
Табела 18. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	160
Табела 19. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	160
Табела 20. Дескриптивна статистика	162
Табела 21. Резултати тестова међузависности података панела	162
Табела 22. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	163
Табела 23. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	164
Табела 24. Дескриптивна статистика	191
Табела 25. Резултати тестова међузависности података панела	191
Табела 26. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	192
Табела 27. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	193
Табела 28. Резултати т-теста независних узорака.....	194
Табела 29. Дескриптивна статистика	197
Табела 30. Резултати тестова међузависности података панела	197
Табела 31. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	198
Табела 32. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	198
Табела 33. Дескриптивна статистика	200
Табела 34. Резултати тестова међузависности података панела	200
Табела 35. Резултати <i>Im</i> , <i>Pesaran</i> и <i>Shin (IPS)</i> теста јединичног корена	201
Табела 36. Резултати <i>ARDL</i> модела.....	202

ПРЕГЛЕД ГРАФИКА

График 1. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ чланице ЕУ, 2003-2018. године	27
График 2. Земље инвеститори у Словенији у 2018. години.....	29
График 3. Кретање СДИ у земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ, 2003-2018. године.....	32
График 4. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Румуније, 2003-2018. године.....	36
График 5. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора Румуније у делатностима, 2015. и 2018. година	37
График 6. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Бугарске	38
График 7. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Словеније.....	38
График 8. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Хрватске, 2003-2018. година.....	39
График 9. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора по делатностима у Хрватској, 2008. година.....	40
График 10. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Грчке	41
График 11. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Србије	42
График 12. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора Србије по делатностима, 2017. година	44
График 13. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Северне Македоније	45
График 14. Структура прилива СДИ у укупном приливу секундарног сектора по делатностима, 2016. година.....	46
График 15. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Албаније	46
График 16. Структура прилива СДИ по делатностима у укупном приливу СДИ терцијарног сектора Албаније у 2016. години.....	47
График 17. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Босне и Херцеговине	48
График 18. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Црне Горе	49
График 19. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Румунији, 2003-2018. година	55
График 20. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Румунији	56
График 21. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Бугарској, 2003-2018. година.....	56
График 22. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Бугарској.....	57
График 23. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Словенији, 2003-2018. година	57
График 24. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Словенији	58
График 25. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Хрватској, 2003-2018. година	58
График 26. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Хрватској	59
График 27. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Грчкој, 2003-2018. година.....	59
График 28. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Грчкој.....	60
График 29. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Србији, 2003-2018. година	60
График 30. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) Србије.....	61
График 31. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Северној Македонији, 2003-2018. година	61
График 32. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Северној Македонији	62
График 33. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Албанији, 2003-2018. година	62
График 34. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Албанији	63
График 35. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Босни и Херцеговини. 2003-2018. година	63
График 36. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Босни и Херцеговини	64
График 37. СДИ, БДП и стопа раста БДП Црне Горе, 2003-2018. година	65
График 38. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Црне Горе	66
График 39. Приходи на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година.....	122
График 40. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2004-2018. година	122
График 41. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година.....	123

График 42. Херфиндал-Хиршманов индекс на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година.....	124
График 43. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година.....	124
График 44. Приходи на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година.....	126
График 45. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2004-2018. година	126
График 46. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година	127
График 47. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година	127
График 48. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година	128
График 49. Приходи на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година	129
График 50. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2004-2018. година	130
График 51. Учешће појединачних оператора у укупним приходима мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година.....	130
График 52. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година.....	131
График 53. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година.....	131
График 54. Приходи на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година.....	133
График 55. Стопа раста прихода тржишту мобилне телефоније Грчке, 2004-2018. година	133
График 56. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година.....	134
График 57. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година	134
График 58. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година	135
График 59. Приходи на тржишту мобилне телефоније Србије, 2003-2018. година	137
График 60. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Србије, 2004-2018. година	138
График 61. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније, 2003-2018. година.....	138
График 62. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Србије, 2003-2018. година.....	139
График 63. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Србије, 2006-2018. година.....	140
График 64. Приходи на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година	141
График 65. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2004-2018. година	142
График 66. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година.....	142
График 67. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година.....	143
График 68. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година.....	143
График 69. Приходи на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	145
График 70. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2004-2018. година.....	146
График 71. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	146

График 72. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	147
График 73. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	147
График 74. Приходи на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година	149
График 75. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2004-2018. година.....	149
График 76. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година.....	150
График 77. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година.....	150
График 78. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година.....	151
График 79. Просечна вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	156
График 80. Просечна вредност стопе раста укупних прихода тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	156
График 81. Просечна вредност учешћа страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	157
График 82. Просечна вредност укупних прихода тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ.....	157
График 83. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година	169
График 84. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година.....	169
График 85. Учешће предузећа у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Румунији, 2003-2018. година.....	170
График 86. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година	170
График 87. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Румунији, 2003-2018. година.....	171
График 88. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година	172
График 89. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година.....	173
График 90. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година	173
График 91. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година.....	174
График 92. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година.....	174
График 93. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година	176
График 94. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година.....	176
График 95. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Хрватској, 2003-2018. година	177
График 96. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година	177
График 97. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година	178
График 98. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година..	181
График 99. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година.....	181

График 100. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Србији, 2003-2018. година	182
График 101. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година	182
График 102. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Србији, 2006-2018. година	183
График 103. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година	184
График 104. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година	185
График 105. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година	185
График 106. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година	186
График 107. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2006-2018. година	186
График 108. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	188
График 109. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	188
График 110. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	189
График 111. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	189
График 112. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година	190
График 113. Просечна вредност стопе раста укупних прихода тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	194
График 114. Просечна вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	195
График 115. Просечна вредност учешћа страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	195
График 116. Просечна вредност укупних прихода тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ	196

УВОД

Прилив страног капитала у форми страних директних инвестиција (СДИ), значајно се повећао последњих деценија, посебно у земљама у развоју. Разлог за то лежи у растућим захтевима за инвестицијама како би се убрзао економски раст и остварила макроекономска стабилност. Транснационалне компаније (ТНК), као кључни носиоци СДИ и лидери у области напредних технологија и аутоматизације утичу на напредак земаља домаћина мењајући при томе и њихову тржишну структуру. Dunning и Lundan (2008) дефинишу тржишну структуру као обим и тип ривалства које постоји између предузећа, у сродним индустријама, која нуде сличне или исте производе и примењују сличне маркетиншке стратегије. Ниво тржишне концентрације је најбољи показатељ стања тржишних структура, при чему висок ниво тржишне концентрације указује на неједнаку расподелу тржишне снаге, односно ситуацију где једно или неколико предузећа остварују доминантну позицију на тржишту. Оваква позиција на тржишту омогућава овим предузећима да користе своју позицију и злоупотребљавају овако стечен доминантан положај. Овакаво понашање није страно ни ТНК које често монополизирају тржишта на која улазе (Rutkowski, 2006).

Последњих година СДИ су постале значајна тема бројних истраживања (Carp, 2015; Caves, 1974; Mencinger, 2003; De Mello, 1999; Rodrik, 2006; Lyrouti и сар., 2004; Braconier и сар, 2005; Markusen, 2002; Liu, Wang и Wei, 2001; Moura и Forte, 2009; Alfaro и сар., 2010). Литература показује да се путем СДИ омогућује пренос савремених технолошких решења на домаће компаније. Технолошки трансфер из развијених земаља у земље у развоју одвија се управо кроз СДИ, што доприноси економском развоју земаља домаћина. Choong и Lim (2009) тврде да СДИ утичу на економски развој земље домаћина на макро и микро нивоу. На макро нивоу тај утицај се одвија кроз повећане инвестиције, извоз, економски раст и сл., док се на микро нивоу утицај остварује путем *spillover* ефекта који подразумева побољшања у технолошком смислу, као и боље управљање преузетим компанијама. Овај ефекат је производ преливања бољих знања које поседује ТНК на домаће компаније и пословно окружење. Државе улажу знатна средства у привлачење СДИ верујући да транснационалне компаније могу да донесу нове технологије и менаџерске вештине, које обезбеђују повећање продуктивности и конкурентности домаћих компанија. Такође, прилив СДИ утиче на промену тржишне структуре земље домаћина повећавајући или смањујући њихову концентрацију и утичући на тај начин на услове конкуренције (Pack и Saggi, 2001). Blomstrom (1986) сматра да у малим економијама СДИ повећавају тржишну концентрацију због величине и степена технолошке софистицираности страних у поређењу са домаћим фирмама.

Питање тржишне концентрације је привукло пажњу бројних истраживача (Curry и George, 1983; Either и Markusen, 1996; Yun и Lee, 2001; Dunning и Lundan, 2008; Pack и Saggi, 2001). Последњих година ово интересовање се повећало, пре свега, због отварања традиционално затворених економија, либерализације трговине, процеса глобализације, развоја информационо-комуникационих технологија и повећане мобилности капитала и радне снаге. Што се тиче држава Југоисточне Европе, које нису чланице Европске уније (ЕУ), повећан прилив СДИ се очекује због процеса глобализације, либерализације економија, али и процеса прикључења ових држава ЕУ. Према подацима UNCTAD-а и Аустријског института за међународне економске студије, упркос паду прилива СДИ на глобалном нивоу за 23% у 2017. у односу на претходну годину, у региону Југоисточне Европе (ЈИЕ) је забележен раст прилива СДИ,

и то првенствено у региону Западног Балкана. У региону Западног Балкана Србија се издваја као држава са највећим приливом СДИ, иза ње је Албанија која је заузела друго место, при чему се главни токови СДИ односе на енергетски сектор. Македонија је такође забележила већи прилив СДИ упркос политичкој нестабилности. Осим тога, све земље ЈИЕ су забележиле значајан прилив СДИ у дуванску индустрију, при чему је компанија *British American Tobacco* један од најзначајнијих инвеститора у већини земаља ЈИЕ. У Србији су у периоду од 2001. до 2011. године СДИ у дуванској индустрији чиниле 5.30% БДП.

Постојеће теоријске и емпиријске студије указују да растући прилив СДИ утиче на развој и промену тржишних структура земаља домаћина (Dunning и Landan, 2008; Forte и Sarmento, 2012; Ames и Roberts, 2005) производећи како ефекте који побољшавају, тако и ефекте који погоршавају конкурентске услове на тржишту. Ефекти које ове инвестиције имају на услове конкуренције произлазе из чињенице да ТНК претежно улазе у монополизирани индустрије са високим улазним баријерама (Driffield, 2001). Бројна теоријска истраживања овог проблемског подручја су показала да је природа индустрије у коју улазе ТНК кључна за разумевање утицаја СДИ на тржишне структуре ових земаља (Haller, 2004; Singh, 2011). Поред тога, истраживања истичу да је утицај СДИ на тржишну структуру земље домаћина различит и директно повезан са постојећим знањима, технолошким развојем и степеном флексибилности производних процеса домаћих компанија. Ако ТНК улазе у високо концентрисану индустрију кроз *greenfield* инвестиције, првобитни утицај уласка ових компанија ће бити повећање њиховог броја, што ће довести до краткорочног повећања конкуренције на тржишту и смањења нивоа тржишне концентрације. Међутим, дугорочни ефекти уласка ТНК (односно њихових инвестиција) на тржишну структуру земље домаћина зависиће од конкурентске снаге и технолошких способности домаћих компанија. Технолошка способност домаћих компанија, која у себи подразумева техничку, организациону и менаџерску способност, разликоваће се од компаније до компаније, њиховог процеса развоја и на тај начин стеченог искуства (Haller, 2004; Blalock и Gertler, 2009). Сходно томе, Sutton (2007) тврди да ако домаће компаније имају технолошке, финансијске и организационе способности да одрже или повећају своју тржишну позицију, оне ће технолошке способности побољшати кроз трансфер технологија и ефекат преливања (*spillover* ефекат). На овај начин технолошки јаз између домаћих и транснационалних компанија се смањује и може доћи до повећања конкуренције на тржишту земље домаћина. Супротно, уколико дође до повећања технолошког јаза између домаћих и транснационалних компанија због лоших апсорбционих могућности домаћих фирми, онда ће ТНК истиснути домаће компаније са тржишта (*crowding out* ефекат) и доћи ће до повећања нивоа тржишне концентрације, односно смањења конкуренције (Haller, 2004).

Имајући у виду значај СДИ како за развој националних економија тако и за ниво тржишне концентрације и услова конкуренције, предмет истраживања докторске дисертације биће усмерен на испитивање утицаја прилива СДИ на ниво тржишне концентрације и посредно конкуренцију на тржиштима земаља Југоисточне Европе. Паралелно ће се анализирати утицај које СДИ имају на тржишну концентрацију држава Југоисточне Европе чланица ЕУ и држава које су у фази прикључења ЕУ. Истраживање ће бити спроведено на примеру дуванске индустрије и сектора мобилне телефоније у периоду од 2003. до 2018. године. На овај начин обухваћен је производни и услужни сектор националних економија које су предмет анализе.

Теоријска и емпиријска истраживања о утицају СДИ на ниво тржишне концентрације и самим тим на услове конкуренцију указују на значај овог проблемског подручја у савременој економској теорији, посебно у оном делу који се тиче индустријске организације. Креирање окружења које је погодно за привлачење СДИ представља један од приоритета сваке земље, а посебно оне у развоју, јер СДИ утичу на економски раст и технолошки напредак, али и промену тржишних структура у земљама домаћинима. Сходно томе, очигледан је значај истраживања ове теме у докторској дисертацији, који се огледа у бољем разумевању начина на који СДИ утичу на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљама домаћинима СДИ.

Основни циљ истраживања је да се на бази релевантне литературе и спроведеног истраживања сагледа ефекат које СДИ имају на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљи домаћину. Такође, биће испитано какав је утицај СДИ на тржишта држава Југоисточне Европе (ЈИЕ) са посебним освртом на државе чланице ЕУ и оне које то нису. Сходно напред изнетим констатацијама произилазе два специфична циља докотрске дисертације.

Први специфични циљ се односи на испитивање утицаја који прилив СДИ има на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ.

Други специфични циљ се односи на компарацију утицаја прилива СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ које припадају ЕУ и земљама које нису чланице ЕУ.

Сходно опредељеном предмету и циљевима истраживања у докторској дисертацији биће тестиране следеће истраживачке хипотезе:

Хипотеза 1: Стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима.

Хипотеза 2: У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације.

Хипотеза 3: Добро конципирана политика привлачења СДИ може смањити негативан и повећати позитиван утицај ових инвестиција на тржишну концентрацију и самим тим на услове конкуренције држава домаћина.

Полазећи од дефинисаног предмета и циљева истраживања, а у складу са постављеним научним хипотезама, у раду ће се користити адекватне квалитативне и квантитативне методе које се примењује у области друштвених наука.

Квалитативне методе која ће се користити у раду послужиће за описивање и појмовно одређивање основних елемената посматраног проблема. Ово је постигнуто применом дескриптивне анализе која је употребљена за постављање одговарајућег теоријског оквира који ће у дисертацији бити преиспитан и проверен кроз емпиријско истраживање. Емпиријско истраживање послужиће за проверу постављених научних хипотеза. У раду је коришћена релевантна инострана и домаћа литература везана за посматрано проблемско подручје. Применом анализе и синтезе, индукције и дедукције као адекватних метода научног истраживања, али и апстракције и генерализације у раду се дефинишу полазни ставови о посматраном проблемском подручју, који ће у

емпиријском делу рада бити потврђени или оспорени. Применом метода индукције и дедукције настојаће се да се кроз разматрање појединачних земаља дефинишу генерални закључци који ће важити за све земље Југоисточне Европе (ЈИЕ). У раду ће се водити рачуна и о особеностима појединачних земаља у светлу прилива СДИ. Посебан осврт ће бити на анализу утицаја СДИ на кретање тржишне концентрације из угла да ли су анализирани државе чланице ЕУ или не.

Поред наведених метода, у раду ће бити коришћен и метод компарације, како у теоријском тако и у емпиријском делу истраживања. У теоријском делу истраживања, метод компарације ће бити употребљен за поређење резултата претходних истраживања, док ће у емпиријском делу истраживања ова метода бити примењена за поређење квантитативних података о приливу СДИ и нивоу тржишне концентрације у различитим земљама ЈИЕ.

У оквиру *квантитативних метода* биће коришћене различите статистичко-економетријске методе за испитивање утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације одабраних сектора економије држава ЈИЕ. У раду ће бити коришћене следеће статистичко-економетријске технике: т-тест независних узорака, панел анализа временских серија, тестови стационарности временских серија, тестови међузависности података панела и модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи (*AutoRegressive Distibuted Lag - ARDL*), како би се добили резултати валидног нивоа статистичке сигнификантности. За анализу ће бити коришћени секундарни подаци добијени из релевантних база података водећих домаћих и међународних институција као што су Светска банка (*World Bank*), OECD (*Organisation for Economic Cooperation and Development*), националних база податка посматраних земаља и сл. за период од 2003. до 2018. године. Ниво тржишне концентрације биће мерен одговарајућим показатељима концентрације који ће се рачунати на основу учешћа прихода појединачних учесника на тржишту у укупним приходима оствареним на тржишту продаје дувана и дуванских производа, односно мобилне телефоније. Обим СДИ биће мерен преко учешћа компанија у страном власништву у укупним активностима компанија на тржишту дувана и дуванских производа, односно сектора мобилне телефоније у државама ЈИЕ. За обраду података и статистичку анализу биће коришћени статистички софтвери, *IBM SPSS Statistics*, *Stata* и *EViews*, а за приказ добијених резултата ће бити коришћени одговарајући табеларни, графички и шематски прикази.

Докторска дисертација осим увода и закључних разматрања садржи и пет заокружених и међусобно повезаних делова.

У првом делу докторске дисертације „*Значај страних директних инвестиција (СДИ) за економски развој*“ биће анализирани најбитније теоријско-методолошке поставке прилива СДИ и њихов значај за земљу домаћина. За развој државе веома су важне СДИ које су правилно усмерене према делатностима које ће позитивно утицати на економски развој. У овом делу рада биће анализирани мотиви уласка СДИ, као и њихов утицај (позитиван и негативан). Постоје многобројни мотиви који опредељују одлуку инвеститора да уђе на неко тржиште. Они се разликују у зависности од карактеристика тржишта на које се улаже, али и царинских баријера, законске регулативе, политичке ситуације и сл. Сходно томе, у раду ће бити дефинисани стратешки, економски, али и субјективни мотиви ТНК за инвестирање у одређену земљу. Такође, у оквиру овог дела рада биће указано на значај СДИ за развој тржишта

земље домаћина, али и ефекте које СДИ имају за те земље, као што су *spillover* и *crowding-out* ефекти.

Други део рада „*Прилив СДИ у земљама Југоисточне Европе (ЈИЕ)*“ односи се на анализу основних карактеристика прилива СДИ у земљама Југоисточне Европе (ЈИЕ). У ову анализу биће укључене како државе које су прошле процес транзиције и постале пуноправне чланице Европске уније, тако и државе које су још увек у процесу транзиције и имају статус кандидата за приступање Европској унији. У овом делу рада биће приказан прилив СДИ у земљама Југоисточне Европе које су чланице ЕУ (Хрватска, Словенија, Грчка, Румунија и Бугарска), као и земљама које то нису, а припадају овом региону (Србија, Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Македонија). Оно што ће посебно бити апострофирано у овом делу рада је секторска дистрибуција СДИ са посебним освртом на дуванску индустрију и сектор мобилне телефоније.

У трећем делу рада „*Процена тржишне моћи компанија*“ биће указано на теоријске аспекте проучавања и значај тржишне моћи учесника на тржишту и методологије која обезбеђује њену процену, а то је одређивање релевантног тржишта и коришћење одговарајућих показатеља концентрације. У овом делу рада биће указано на проблеме са којима се истраживачи суочавају приликом дефинисања граница релевантног тржишта. Такође, биће представљена теоријско-методолошка основа одређивања тржишне концентрације, као и основни показатељи који се користе у процени нивоа концентрације. Биће објашњено коришћење следећих показатеља концентрације: Рација концентрације, Херфиндал – Хиршмановог индекса концентрације, Лоренцове криве и Цини коефицијента. На крају трећег дела рада биће представљена ограничења и проблеми који постоје у примени поменутих показатеља концентрације.

Четврти део рада под називом „*Значај СДИ за промену тржишне морфологије држава домаћина*“ треба да осветли утицај који СДИ имају на тржишну концентрацију развијених земаља и земаља у развоју. На почетку овог дела рада презентираће се најзначајније тржишне структуре у савременој привреди. Затим се анализира утицај СДИ на ниво тржишне концентрације развијених земаља и земаља у развоју са основном тезом да је утицај на ове две групе земаља различит. Већи прилив СДИ у развијене земље смањује ниво тржишне концентрације, док већи прилив ових инвестиција у земље у развоју повећава ниво тржишне концентрације.

Пети део рада „*Емпиријско истраживање утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе (ЈИЕ)*“ представља емпиријско истраживање проблемског подручја које је изложено у дисертацији. Поред уводних напомена, дефинисаног предмета и циља истраживања, у овом делу рада биће приказане анализирани варијабле, извори података и методологија истраживања. У фокусу истраживања утицаја СДИ на ниво тржишне концентрацију биће два тржишта: тржиште дувана и дуванских производа и тржиште мобилне телефоније. Истраживање ће бити извршено на основу података добијених из релевантних база података као што су националне базе податка посматраних земаља и релевантне међународне базе за период од 2003. до 2018. године. Поред детаљног представљања и дискутовања резултата истраживања, у овом делу рада биће дата и ограничења истраживања и препоруке за будућа истраживања.



**I ДЕО
ЗНАЧАЈ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА (СДИ) ЗА
ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ**



1. Основне карактеристике страних директних инвестиција (СДИ)

1.1. Појам и основни облици прилива СДИ

1.1.1. Појам СДИ

Почетком седамдесетих година 20. века, СДИ су се користиле за стварање монопола у индустријама у које је инвестирано и због тога су сматране штетним за земљу домаћина (Markusen и Venables, 1999; Avci и Akin, 2020). Међутим, овај став према СДИ је промењен осамдесетих година 20. века када су земље у развоју либерализовале своју политику према СДИ као најповољнијем облику међународног капитала за земљу домаћина што је повећало обим кретања СДИ. У овом периоду СДИ су сматране најповољнијим обликом међународног капитала, пре свега јер су мање нестабилне и мање изложене политичким преокретима од осталих облика међународног капитала (Lensink и Morrissey, 2006). Због тога, већина земаља, посебно земље у развоју, покушавају да привуку већи обим СДИ. Разлог за то лежи у тежњи да се оствари већи економски раст и макроекономска стабилност.

У литератури постоје бројне дефиниције страних директних инвестиција (СДИ). Несторовић (2014) дефинише СДИ као облик међународног кретања капитала тј. улагање капитала од стране инвеститора, резидента једне земље у предузеће, резидента друге земље, којим се успоставља дугорочна сарадња ради остваривања заједничких циљева. При томе, страни инвеститор има контролу тј. одлучујући утицај на управљање предузећем у које је уложио капитал (Несторовић, 2014). СДИ су инвестиције које укључују договор партнера, обезбеђивање дугорочних интереса и спровођење контроле од стране компаније из једне државе над компанијом која је резидент друге државе при чему компанија која инвестира стиче власничку контролу над компанијом у коју улаже свој капитал (Станков, Марков, и Милошевић, 2015). СДИ представљају директно инвестирање у предузеће у иностранству у циљу стицања трајне контроле над производњом, трговином и финансијама предузећа у које се улаже (Јовановић-Гавриловић, 2004). То подразумева да предузећа у савременим условима пословања и процесу глобализације морају да проналазе нове начине који ће им обезбедити приступ новим тржиштима. Стране директне инвестиције су најбоље решење за обезбеђивање приступа новим тржиштима у условима све веће конкурентности глобалне економије. Ове инвестиције омогућавају компанијама да своје производне системе разместе у иностранству и обезбеде најпрофитабилнији пласман својих производа на новим тржиштима. На основу такве глобализације свог пословања и методама интернализације одређених односа, предузећа могу оптимално да искористе своје предности у технологији, економији обима и стеченом искуству у другим пословним функцијама и слично (Видас-Бубања, 2008).

Стране директне инвестиције су инвестиције путем којих резидент једне земље остварује трајни интерес у компанији која је резидент привреде друге земље. Трајни интерес подразумева постојање дугорочног односа између инвеститора и страног

предузећа са значајним степеном утицаја на управљање самим предузећем. Према дефиницији ММФ-а, стране директне инвестиције се јављају када инвеститор има за циљ трајно учешће у компанији која је резидент друге државе. Ово учешће претпоставља дугорочно стање између инвеститора и предузећа и значајан степен утицаја у предузећу и његовом управљању кроз удео од најмање 10%. Према дефиницији ОЕСД-а и Међународног монетарног фонда (ММФ), ова инвестиција мора представљати најмање 10% обичних акција компаније. Сврха инвеститора је да учествује у управљању компанијом у иностранству. Један од важних циљева компанија које пласирају СДИ је да имају право гласа и право на управљање у предузећима у која су инвестирали, при чему се то одређује уделом у предузећу. Према томе, иако не постоји међународни консензус о томе колико власништво над акцијама доноси право на учешће у управљању, најмање 10% удела сматра се довољним за учешће у управљању компанијом. Компанија која купује најмање 10% пословања у другој земљи сматра се страном директном инвестицијом, ако је мања од 10%, дефинише се као портфолио улагање (Bagchi-Sen, 2001; Moosa, 2002). Светска трговинска организација (*World Trade Organization*) сматра да се СДИ дешавају када инвеститор са седиштем у једној земљи стекне имовину у другој земљи са циљем да њом управља. Димензија управљања имовином је оно што разликује СДИ од портфолио улагања у имовину, обвезнице и друге финансијске инструменте. У већини случајева имовином се управља из иностранства. Када се то догоди, инвеститор је познат као матична компанија, а предузеће у које се инвестира као повезано или зависно предузеће.

Концепт СДИ подразумева пренос капитала од стране привредних субјеката неке земље (појединаца, компанија и влада) у другу земљу с циљем оснивања предузећа или зависних предузећа, као и стицања или добијања релевантног учешћа у страним компанијама. Код СДИ две стране ступају у везу: с једне стране је то инвеститор, а с друге стране су циљне компаније. Прва страна, која има седиште у држави у којој се не налазе циљне компаније, је страна која директно или индиректно стиче 10% обичних акција (Moosa, 2002). Ова страна може имати различите правне облике: појединац или група појединаца, јавно или приватно предузеће, група компанија и слично. Друга страна, циљна компанија мења структуру одлучивања, јер је нови деоничар у стању да доноси и мења одлуке компаније у зависности од процента акција које поседује.

СДИ се могу дефинисати и као међународни токови капитала у којима компанија из једне земље ствара или проширује погоне у другој земљи (Krugman и Obstfeld, 2003). При томе, СДИ не укључују само пренос ресурса, већ и стицање контроле. Другим речима, филијала не само да има финансијску обавезу према матичној компанији, већ је део исте организационе структуре (Krugman и Obstfeld, 2003).

UNCTAD дефинише СДИ као инвестиције које одражавају дугорочни интерес ентитета резидента једне економије (директни инвеститор) у ентитету резиденту друге економије (директна инвестиција). Обухвата све трансакције између директних инвеститора и директних инвестиција, што значи да обухвата не само почетну трансакцију, већ и накнадне трансакције између два ентитета и осталих повезаних компанија. Dunning и Lundan (2008) сматрају да су СДИ више од финансијског капитала, јер се кроз њих остварује трансфер менаџерских и техничких вештина, као и ширење знања о предузетништву, истраживању и развоју, технологији, маркетиншком знању, менаџерским и административним вештинама.

СДИ су покретачка снага националних и регионалних економија широм света, како у развијеним, тако и у земљама у развоју. Главне користи које СДИ пружају земљама примаоцима укључују повећану производњу, побољшану технологију и повећану ефикасност домаћих предузећа, развој људског капитала, промоцију спољне трговине, повећане приходе и веће користи за инвеститоре (Lipseу, 2002; Dimelis и Louri, 2002; Alfaro и сар., 2004). Послујући ван својих граница, транснационалне компаније (ТНК) суочене су са значајним утицајем различитих политичких ризика, који представљају вероватноћу да би такав ефекат довео до промена у пословном окружењу, што обично утиче на профит или друге циљеве ТНК (Ayhan, 2019; Jiang и сар., 2019; Akin, 2019). Поред позитивних ефеката, СДИ могу створити и неке негативне ефекте. У неразвијеним земљама и земљама у развоју, због јефтине радне снаге СДИ су углавном усмерене ка радно интензивним секторима. Овакво усмерење СДИ држи ове земље на дну лествице развијености без шансе да убрзају привредни развој. Осим овог негативног ефекта СДИ ту су и: доминација страних власника у одређеним, често кључним секторима привреде; већа зависност од иностраног капитала; истискивање домаће штедне иностраном капиталом; гашење домаћих предузећа; девалвација домаће валуте и сл. (Dimelis и Louri, 2002; Каличанин и сар., 2017).

Да негативни ефекти СДИ не би превагнули над позитивним, државе треба да елиминирају негативне факторе. У интересу је државе да створи одговарајуће услове и радно окружење и елиминира негативне утицаје. Ова способност економије да превазиђе неке проблеме је у основи начин за постизање већег просперитета земље. Сходно томе, потребно је идентификовати користи које СДИ имају за земљу домаћина, а огледају се у следећем (Santangelo, 2018; Masanja, 2018; Bekmurodova, 2019):

- стварању нових могућности за запошљавање,
- омогућавање уласка на нова тржишта,
- подстицање развоја инфраструктуре,
- приступ новим методама управљања,
- проширивање квалификација и повећање продуктивности рада,
- улазак нових производних технологија,
- повећање извоза и побољшање платног биланса,
- развој квалитетнијих услуга.

Свака компанија може да инвестира у друге компаније које се налазе у различитим географским областима широм света, премештајући тако део производног процеса и генеришући приход у земљама које нису земље порекла. СДИ су улагања у производне активности које компанија обавља ван земље порекла, са циљем постизања већег присуства на иностраним тржиштима. Стране директне инвестиције (СДИ) могу послужити компанијама које имају велики обим капитала да тај капитал најбоље искористе улажући у државе које имају јефтину радну снагу или приступ неким ресурсима. На тај начин могу остварити конкурентску предност кроз ниже трошкове производње или ексклузивно право на коришћење одређених ресурса (Nanut и Trascogna, 2003). Произилази да дисперзија инвестиција, без обзира на регионе и државе, обезбеђује искоришћавање потенцијала држава домаћина за побољшање конкурентских и пословних перформанси компанија инвеститора.

1.1.2. Основни облици уласка СДИ

Стране директне инвестиције (СДИ) се на основу њихове улоге у глобалној производној стратегији матичне компаније могу поделити на:

- хоризонталне СДИ,
- вертикалне СДИ и
- мешовите СДИ.

Хоризонталне СДИ подразумевају да компанија размести производњу производа у више погона у различитим земљама. Јављају се када се приближно иста роба производи или када се сличне операције примењују и у матичној и у земљи домаћина. Ова врста СДИ релативно је честа у производном сектору, у којем предузећа хоризонтално преносе део производње из матичне земље у иностране погоне предузећа (Goerke, 2020; Ковачевић, 2004). Циљ хоризонталних СДИ је најчешће јачање глобалне конкурентске позиције предузећа (освајање тржишта). Настају путем *greenfield* инвестиција, аквизиција или мерџера са страном компанијом у истој производној грани.

Greenfield инвестиције представљају улагање у изградњу нових објеката и постројења, који као резултат имају појаву новог учесника на тржишту који ће запослити нове раднике и обогатити понуду производа (Castellani и Zanfei, 2003). Такође, *greenfield* инвестиције представљају оснивање нове компаније на иностраном тржишту која је ћерка међународне компаније из матичне државе. Ова стратегија је најчешће сложена и скупа, али омогућава потпуну контролу међународне компаније над домаћим постројењем и има највећи потенцијал за осигурање повраћаја уложеног капитала.

Мерџери се најчешће дефинишу као договор о интегрисању две компаније на релативно равноправној основи. Али оваквих мерџера је мало с обзиром да је увек једна страна доминантна (Gaughа, 2002). За мерџере је веома битно да две укључене стране постигну узајамно прихватљиве услове респектујући цену интегрисања и улогу менаџмента компанија учесника мерџера (Gaughа, 2002).

Аквизиције представљају метод власничке трансформације предузећа која се остварује кроз куповину акција или власничких удела друге организације при чему организација која врши припајање постаје већински власник, док организација која се припаја (циљна организација) не мора обавезно да престане да постоји. Аквизиције су популаран начин за улазак на инострано тржиште, углавном због брзог приступа. У овој стратегији ризик је мањи, за разлику од *greenfield* инвестиција, а резултати стицања могу се лакше и тачније проценити (Ковачевић, 2004).

Feenstra и Taylor (2017) наводе следеће разлоге за стицање или оснивање предузећа путем хоризонталних СДИ:

- Оснивањем погона у иностранству, домаћа компанија може да избегне било какве царинске или нецаринске баријере при извозу из матичне земље у земљу домаћина, јер компанија може једноставно да производи и продаје локално у земљи домаћину.

- Поседујући зависно предузеће у иностранству, компанија побољшава приступ домаћем тржишту, јер ће домаће компаније имати боље објекте и информације о домаћем тржишту.
- Поседујући неколико производних погона у иностранству, компанија може да изгради савезе између производних одељења унутар компаније, тако да техничка стручност може лако да се дели. Такође се избегава могуће дуплирање производње и производа. Поред тога, може се очекивати боље управљање производима и боља корисничка услуга, јер је продавац ближи купцима.

Приливи СДИ у развијене земље обично су хоризонталне инвестиције вођене стратегијама које освајају тржиште и имају тенденцију да повећају интензитет рада и производње у матичној земљи (Mariotti и сар., 2003). Стога, хоризонталне инвестиције пресликавају целокупан производни процес матичне земље у страну земљу. Хоризонталне СДИ настоје да искористе предности новог тржишта, што се сматра традиционалним мотивом за СДИ.

Вертикалне СДИ, као облик СДИ представљају размештање појединих операција у ланцу пословних активности у различите земље. Лоцирање различитих фаза вертикалне производње у различите земље мотивисано је коришћењем компаративних и конкурентских предности земаља за сваку фазу производње (на бази трошкова рада, расположивости ресурса, знања и технологија, и сл.) (Несторовић, 2014). Вертикалне СДИ карактерише географско уситњавање фаза производње. У овом случају, фирма би могла да лоцира део производног процеса у земљи у развоју са главном сврхом да искористи јефтине инпуте и зараде (СДИ мотивисане ресурсима и ефикасношћу). Компаније из развијених економија користе своје технолошке и управљачке способности за производњу робе у земљама у развоју намењену светском тржишту. На пример, компаније *Chrysler*, *Volkswagen*, *Peugeot*, *General Motors*, *Honda*, и *Suzuki* имају филијале и фабрике у земљама у развоју, како би искористили ниже трошкове производње, али и да би своје аутомобиле лакше пласирале у Кину (СДИ мотивисане тржиштем). Остали разлози за вертикалне СДИ су (Chen, 2009):

- Високи трансакциони трошкови и тарифе за увоз производа што приморава ТНК да улазе на тржиште тако што купују домаћа предузећа или оснивају нова предузећа као *greenfield* инвестиције. Овакав начин уласка на тржиште омогућује и бољи приступ информацијама како би се лакше пласирали производи у земљи домаћину. Ово је нарочито изражено ако се ТНК определи за аквизицију домаћег партнера.
- Ресурсни потенцијали држава домаћина као и њихова цена. Отварајући погоне у државама где је јефтина радна снага и где су ближи одређени (значајни) ресурси, ТНК стиче значајну трошковну предност (Naayat, 2018).
- Напредак информационо-комуникационе технологије што обезбеђује бољу комуникацију између различитих целина ТНК. На овај начин омогућено је да глобална производна мрежа ради са високом ефикасношћу користећи предности дисперзије активности између региона.

Вертикалне СДИ се дешавају када предузеће пресели само део свог производног процеса, али не и целу производњу. У многим случајевима ради се о пресељењу радно интензивних активности у земље са ниским надницама. Овај процес тежи смањењу обима производње у матичној земљи (Mariotti и сар., 2003). Вертикалне СДИ су обично вођене разликама у ценама фактора производње између матичне земље и земље домаћина. Страни инвеститори мотивисани су различитим факторима производње, попут јефтине радне снаге, доступности природних ресурса, специфичних вештина и инфраструктуре.

Последњи облик СДИ представљају **мешовите СДИ** које нису ни хоризонталне ни вертикалне. Оне обухватају интернационализацију различитих активности које смањује ризик, али која не генерише видљиву позитивну синергију на страни трошкова или приноса (Ковачевић, 2004). У случају ових инвестиција, компанија улаже у страну компанију која није повезана са њеном основном делатношћу. Пошто инвеститор нема претходно искуство у области компаније у земљи домаћину, овакве инвестиције се најчешће одвијају кроз заједничка улагања (*joint venture*) (Herger и McCorrison, 2014). Мешовите СДИ се дешавају када компаније нису хоризонтално повезане и не налазе се у истој индустрији, нити су вертикално повезане кроз ланац снабдевања. Овај облик СДИ је редак, јер се компанија суочава са двоструким проблемом: уласком у нову земљу и уласком на потпуно ново тржиште (Herger и McCorrison, 2014).

Слика 1. Облици страних директних инвестиција

Хоризонталне СДИ	Обе компаније послују у истој индустрији
Вертикалне СДИ	Компаније послују у различитим фазама исте индустрије
Мешовите СДИ	Фирме послују у различитим индустријама

Извор: Elia, Maggi и Mariotti (2010)

Према принципу усмерености или правцу кретања инвестиционог капитала од земље порекла до земље одредишта, СДИ су подељене у две групе: улазне СДИ (*inward*) и излазне СДИ (*outward*). У периоду од шездесетих до деведесетих година 20. века, у земљама у развоју улазне СДИ су биле доминантније у односу на излазне СДИ. Међутим, излазне СДИ су се повећале у земљама у развоју у последње време (Ande и сар., 2020).

Улазне СДИ (*inward*) се могу дефинисати као улагање директног нерезидентног инвеститора у компанију која је резидентна у економији домаћина. Ова врста СДИ представља значајан показатељ привлачности економија за улагања, будући да одражавају локацијске предности земље домаћина за стране директне инвеститоре (Hintošová, 2021). Dunning (1980) детаљније објашњава мотиве страних инвеститора наводећи да предност локације може да буде у облику економских предности као што су ниске цене производње, величина тржишта, развијена инфраструктура, географска локација, и сл., политичких предности као што су политика промоције инвестиција,

слободна трговина, политичка стабилност или друштвених предности као што су језик и култура. Излазне СДИ (*outward*) представљају улагање домаће компаније у компаније у страниј земљи (Bogheana и Statea, 2015). У првом издању Приручника о платном билансу (БПМ1), објављеном 1948. године, излазне СДИ су дефинисане као износ који су становници једне земље уложили у предузеће или другу комерцијалну имовину у иностранству, при чему је тај износ ефективно контролисан од стране становника (ММФ, 1948). Покретачи излазних СДИ из земаља у развоју су тражење тржишта, тражење радне снаге, тражење природних ресурса, тражење финансијских подстицаја, тражење технологије и сл. (Rasiah и сар., 2010). Мотиви уласка СДИ ће бити детаљније објашњени у наредном поглављу.

1.2. Мотиви уласка СДИ

У ситуацији када је домаће тржиште постало преуско за пласман роба и услуга, ТНК покушавају да се прошире на нова тржишта. Да би се створила повољна инвестициона клима за улагања у земљи домаћину, страним компанијама се нуде разне пореске олакшице у облику ниских пореских стопа, пореских подстицаја и пореских изузећа (Marinova, 2018). ТНК улажу свој приватни капитал, тако да су њихови мотиви *економске природе*. Неки од мотива сваке ТНК да инвестира капитал у страниј земљи су профит, ново тржиште, повољни услови за коришћење ресурса као и користи пореског система (Jones, Serwicka и Wren, 2020). Једно од важних питања приликом доношења одлуке о улагању капитала је јефтина радна снага која се обично нуди у изабраној земљи. Према томе, ТНК имају различите мотиве да уложе свој капитал, али је ипак највећи мотив *профит* који би компанија стекла у одређеном временском периоду. Компанија ће се одлучити да инвестира у иностранство из различитих разлога (Gorynia и сар., 2007; Pananond, 2015; Pan, 2017):

- проширивање доступних тржишта;
- коришћење предности нижих трошкова производних фактора у разним земљама;
- постојање царинских и нецаринских баријера;
- инвестирање у државе у развоју;
- коришћење иновација из диверзификације производа;
- могућност извоза не само производа у иностранство, већ и знања неопходног за њихову производњу.

Државне границе у већини случајева нису препрека кретању робе и капитала. Због тога је један од главних циљева страних инвеститора да повећају своју добит кроз капитална улагања у одређене, углавном земље у транзицији и земље у развоју. За ове земље је улазак страног капитала од велике важности, јер ће довести до повећања производње, побољшања технолошких процеса, повећања ефикасности домаћих предузећа, унапређења спољне трговине, али и повећања прихода. У овој ситуацији задатак страног инвеститора је да одабере земљу која би понудила најбоље услове за инвестирање у датом тренутку. Из тога се може закључити да се државе такмиче у привлачењу инвеститора и њиховог капитала, што аутоматски ствара конкуренцију која је корисна за инвеститора (Ray, 2017; Pananond, 2015).

СДИ обично одлазе у земље у којима је могуће комбиновати власничке предности са предностима специфичним за земљу домаћина (UNCTAD, 1998). У економском смислу, СДИ зависе од различитих аспеката инвестиција, мотива за инвестирање (тражење тржишта, тражење ресурса и тражење ефикасности), врста инвестиције (*greenfield* или *brownfield*), сектора улагања (производња или услуге) и величине ТНК, односно, инвеститора (Brouthers и сар.; 2008)

Dunning (1993) идентификује најчешће мотиве уласка СДИ, а то су:

- тражење ресурса,
- тражење тржишта и
- тражење ефикасности.

Доступност природних ресурса, јефтина неквалификована или полуквалификована радна снага и физичка инфраструктура су главни мотиви страних инвеститора чије су **инвестиције мотивисане ресурсима**. За стране инвесторе најважнији су природни ресурси земље домаћина као што су сировине, минерали и пољопривредни производи. (Nistor, 2015; Meyer, 2015; Phung, 2016) Међутим, природни ресурси сами по себи нису довољни да би страни инвеститори одлучили да инвестирају у одређену земљу. Присуство природних ресурса у одређеној земљи ће пре повећати трговину између земаља, него што ће привући СДИ. Инвестиције су долазиле у земље богате ресурсима онда када је њима недостајала велика количина капитала која је обично потребна за вађење ресурса или нису имале техничке вештине потребне за вађење или продају сировина. Поред тога, СДИ су долазиле и када су инфраструктурни објекти за транспорт сировина из земље домаћина до крајњег одредишта морали да буду успостављени (Meyer, 2015).

Инвестиције мотивисане радном снагом обично предузимају произвођачи и услужне ТНК из земаља са високим реалним трошковима радне снаге. Тада ове ТНК оснивају или преузимају филијале у земљама са нижим реалним трошковима. Да би привукле такву производњу, државе домаћини су често успостављале и зоне слободне трговине (Dunning, 1993).

СДИ мотивисане тржиштем су подстакнуте факторима попут величине тржишта земље домаћина, дохотка по глави становника и раста тржишта. За предузећа, нова тржишта пружају шансу да остану конкурентна и расту, као и да остваре економију обима. Овај мотив уласка СДИ односи се нарочито на национална тржишта посебно заштићених од међународне конкуренције високим царинама или квотама (UNCTAD, 1998). Поред величине тржишта и трговинских ограничења, ТНК би могле бити подстакнуте да се укључе у улагања када су њихови главни добављачи или купци изградили постројења за производњу у иностранству. Да би задржали своје пословање на истом или већем нивоу, они мора да их следе (Dunning, 1993).

СДИ мотивисане ефикасношћу предузимају компаније које имају компаративну предност у економији обима са циљем да стекну јефтине факторе производње. Циљ страних инвеститора који су мотивисани ефикасношћу је да рационализују своју производњу, дистрибуцију и маркетиншке активности кроз заједничко управљање и изградњу синергије међу компанијама на различитим географским локацијама. Оваква рационализација је резултат разлика у трошковима ресурса између земаља и економије обима (Dunning, 1993). Намера ТНК је да искористи

ефикасност различитих фактора, култура, институционалног амбијента, економских система и политика и тржишних структура концентрацијом производње на ограниченом броју локација за снабдевање више тржишта (Dunning, 1993). Квалификована и образована радна снага су важне детерминанте за СДИ мотивисане ефикасношћу (Okafor, Piesse и Webster, 2017; Dunning, 1977). Иако се обично теже привлаче, СДИ мотивисане ефикасношћу могу постати више од извора капитала, стварајући и нова диверсификованија радна места која обезбеђују већу продуктивност и вредност. Ове СДИ такође могу довести до трансфера стручности и технологије, подстичући истраживање и развој. Стварне користи од СДИ мотивисаних ефикасношћу за земљу домаћина појављују се касније, јер стране компаније доносе капитал, запошљавају локално особље, деле технологију и знање и стварају преливања која омогућавају напредовање земље у ланцу вредности (Jain, Kundu и Newburry, 2015).

Поред наведених мотива уласка СДИ, треба напоменути и *СДИ мотивисане интересом инвеститора за стицање стратешке имовине* (брендова, људског капитала, дистрибутивне мреже, и сл.) која ће омогућити фирми да се такмичи на тржишту. СДИ мотивисане интересом инвеститора за стицање стратешке имовине теже стицању напредних технологија и вештина заснованих на знању. Спроводе се најчешће путем спајања и преузимања (мерцери и аквизиције). За разлику од СДИ мотивисаних тражењем тржишта и природних ресурса који подстичу компаније да инвестирају у земље са великим тржиштима и богатим природним ресурсима, без обзира на ниво развоја земље, СДИ мотивисане интересом инвеститора за стицање стратешке имовине подстичу компаније да улажу у индустријализоване земље које имају неопходна знања и развијен систем иновација (Elia и Santangelo 2017; Mi, 2019). ТНК путем ових инвестиција имају намеру да ојачају своју конкурентност изградњом специфичних способности и знања, али се улагањем у индустријализоване земље суочавају са проблемом, јер домаће компаније не желе да продају кључна знања, вештине и имовину (Mi, 2019). Да би екстерне ресурсе, као што је знање из филијала, претвориле у интерна знања матичних компанија и трансформисале то знање у иновације, ТНК мора да развију способности које им омогућавају да изграде и обнове стечене ресурсе у складу са променама на тржишту (Li и сар., 2020).

С обзиром на предности ТНК, власти многих земаља су смањиле ограничења за прилив СДИ и понудиле страним инвеститорима повољније услове него домаћим инвеститорима. У европским земљама које пролазе кроз процес транзиције, власти не само да су смањиле ограничења за прилив СДИ, већ су привлачење СДИ поставиле као кључни елемент њихове економске политике. Како би привукле СДИ, многе земље у транзицији су понудиле великодушне пореске олакшице и субвенције страним инвеститорима, како би победиле друге земље и мотивисале стране инвеститоре да улажу у њихову земљу (Sedmihradsky и Klazar, 2002).

1.3. Кључни носиоци СДИ

Глобализација светске економије је омогућила транснационалним компанијама (ТНК) да послују у више земаља како би оствариле користи од различитих карактеристика сваке земље и повећале своју профитабилност. Прва дефиниција ТНК настала је још 1960. године када су ТНК дефинисане као компаније са седиштем у

земљи, али које послују у складу са законима других земаља. Друга индустријска револуција представља прекретницу за развој ТНК. Током овог периода појавиле су се разне технологије које су омогућиле централизовано управљање производним погонима смештеним на различитим локацијама.

ТНК је производна и финансијска организација са оперативним центрима у неколико држава који своју производњу или пружање услуга обављају у земљама које нису оне у којима имају седиште, при чему се ово не односи само на производне погоне, већ и на управљање људским, техничким и финансијским ресурсима до највишег нивоа одлучивања. UNCTAD (2018) дефинише ТНК као компанију која поседује бар представништво у иностранству, у којем има најмање 10% капитала над којим врши контролу. Повезаност између СДИ и ТНК је уочљива, при чему су ТНК дефинисане као компаније које се баве СДИ. Markusen (1995) чак наводи да се ова два појма могу користити наизменично.

ТНК представљају један од најважнијих елемената процеса глобализације светске економије. У ствари, ове компаније су одговорне за огромне токове капитала између различитих земаља и региона и чине централне одреднице у међународној трговинској мрежи. Кључни ноциоци СДИ су транснационалне компаније (ТНК). ТНК су међу технолошки најнапреднијим компанијама и инвестирају више ресурса у истраживање и развој (R&D) него домаће фирме (Griffith, 1999). Vorensztein и сар. (1998) сматрају да значајан део активности истраживања и развоја спроводе компаније које послују у више земаља што доприноси већој стопи иновација и патената у односу на компаније које немају филијале у иностранству (Criscuolo, 2009). Технолошка супериорност, боља менаџерска пракса и способност искоришћавања економије обима омогућавају ТНК које улажу у претходно неистражену земљу да се такмиче са домаћим компанијама, иако су домаће компаније обично боље упознате са преференцијама домаћих потрошача и пословном праксом (Blomstrom и Sjöholm, 1999).

Нумер (1976) тврди да нефинансијска имовина омогућава транснационалним компанијама да се такмиче на међународном нивоу, односно способност да искористе тржишну моћ и ограниче конкуренцију на више тржишта. Додатне предности мултинационалног власништва је сумирао Dunning (1981) у оквиру ОЛИ (*Ownership, Location, Internalization* - власништво, локација, интернализација) парадигме. Ова парадигма пружа оквир за идентификацију и процену значајних фактора који утичу на инострану производњу предузећа и њен раст. Према ОЛИ приступу, ТНК ужива конкурентске предности над својим аутохтоним ривалима захваљујући поседовању имовине (власништво) која се може ефикасно искористити ширењем производних погона (локација), али коју треба задржати у кругу предузећа (интернализација) (Dunning, 1981). Компанија ће одлучити да улаже у другу земљу само ако су ова три услова испуњена (Слика 2).

Јоксимовић и Митровић (2017) сматрају да предности стечене захваљујући поседовању имовине (власништво) могу да помогну страним компанијама да превазиђу одређене недостатке које имају у односу на локалне компаније и да надокнаде трошкове отварања филијала у иностранству под условом да се оптимално користе. Стране компаније ће ово постићи уколико ефикасно користе локацијске предности и предности интернализације.

Слика 2. Одлучивање о СДИ према ОЛИ парадигми



Извор: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/eclectic-paradigm/>, приступљено, 20.06.2021.

Главне карактеристике ТНК су: хијерархијска организација, мултиетничка радна снага, стварање вредности на више локација и стратегије усмерене на прикупљање нових ресурса и приступ новим тржиштима (Letto-Gillies, 2019). Према томе, ТНК имају своје организационе моделе интернационализације (Letto-Gillies, 2019):

- Први модел карактерише висок степен диверзификације и иновативности при чему је свако одељење одговорно за један или више производа на свим тржиштима (структура према производу). Недостатак оваквог организационог модела односи се на високе трошкове комуникације између одељења или између одељења и седишта компаније.
- У другом моделу свако одељење је одговорно за своје географско подручје (структура према географском подручју). Овакав облик интернационализације подржава разлике које постоје између националних и регионалних тржишта.
- Трећи модел је заснован на формирању организационе јединице неке компаније у земљи домаћину која је задужена за извоз у ту земљу. Овај модел користе компаније које су недавно почеле да послују на иностраном тржишту. Ако се компанија определи за формирање производног погона у земљи домаћину, онда се врши мало прилагођавање потребама тржишта. Компанија производи и продаје идентичне производе на различитим тржиштима.
- Четврти, матрични модел је комбинација структуре према производу и структуре према географском подручју. Овај модел препознаје једнаку важност производа и географског подручја.

Портер (1980) разликује две врсте стратегија ТНК:

- Мулти-домаћа стратегија која подразумева да компанија послује на глобалном нивоу, при чему су политике пословања у свакој страни земљи независне. Такође постоји снажна аутономија филијала, док се матична компанија фокусира на расподелу ресурса и активности контроле.
- Глобална стратегија подразумева да компанија види тржиште као јединствено интегрисано тржиште. Карактерише је снажна координација активности и висока стандардизација за постизање економије обима захваљујући циљевима смањења трошкова и максимизирања ефикасности.

Bartlett и Ghoshal (1990) се такође баве дефинисањем стратегија ТНК. Они стратегије, за разлику од Портера (1980), виде кроз једну стратегију коју називају трансакциона стратегија. Ова стратегија укључује координацију међународних активности усмерених на омогућавање економије обима и одржавање способности да се одговори националним интересима и преференцијама. Такође ови аутори идентификују три организациона модела ТНК:

- Модел децентрализоване федерације, која одговара Портеровој мулти-домаћој стратегији децентрализације делатности и подразумева да се одговорност даје филијалама. Ова стратегија омогућује контролу између седишта компаније и филијала чисто на финансијском нивоу.
- Централизовани модел који одговара Портеровој глобалној стратегији, са концентрацијом активности и снажном координацијом делова компаније и њихових ресурса.
- Модел интегрисане мреже се заснива на процени и прилагођавању потребама тржишта. У овом моделу ТНК формира специјализоване филијале којима се често додељују целокупне фазе производње. Ипак, постоји одређени ниво зависности између различитих филијала.

Карактеристике ТНК као што су величина компаније, напредна и софистицирана технологија, менаџерске вештине, интернационално тржиште и сл. могу да генеришу позитивне или негативне ефекте на економије домаћина. Технолошки јаз између домаћих и страних компанија, власничка структура инвестиција и степен развијености финансијских тржишта представљају битне детерминанте јачине ефекта које СДИ имају на економије домаћина (Altomonte, Saggiolato и Sforza, 2012). Ефекти СДИ на земље домаћина ће детаљније бити објашњени у наредним поглављима докторске дисертације.

2. „*Spillover*” ефекат СДИ

Стране директне инвестиције доносе *spillover* ефекте (ефекте преливања) компанијама у земљи домаћину, јер присуство ТНК које су међу технолошки најнапреднијим компанијама олакшава трансфер технолошких и пословних знања и

вештина. Ова знања и вештине се могу проширити на целу економију доприносећи повећању продуктивности домаћих фирми (Romer, 1993). Choong и Lim (2009) тврде да СДИ утичу на економски развој земље домаћина на макро и микро нивоу. На макро нивоу тај утицај се одвија кроз повећане инвестиције, извоз, економски раст и сл., док се на микро нивоу утицај остварује путем *spillover* ефекта који подразумева побољшања у технолошком смислу, као и боље управљање преузетим компанијама. Овај ефекат је производ преливања бољих знања које поседује ТНК на домаће компаније и пословно окружење.

Државе улажу знатна средства у привлачење СДИ верујући да транснационалне компаније могу да донесу нове технологије и менаџерске вештине које обезбеђују повећање продуктивности и конкурентности домаћих компанија. Према литератури, постоји неколико механизма преко којих се могу одвијати *spillover* ефекти, а то су:

- домаће компаније могу надоградити своју технологију опонашајући производне, менаџерске и организационе процесе иностраних компанија (Wang и Blomstrom, 1992);
- *spillover* ефекат може да се оствари и кроз преливање знања услед мобилности запослених. Радници који су обучени у оквиру великих ТНК могу прећи у домаће компаније или започети сопствени пословни подухват, а знања стечена у ТНК могу помоћи да компаније у које долазе буду успешније (Fosfuri и сар. 2001);
- директна конкуренција страних компанија може приморати домаће компаније да смање неефикасност, што доводи до повећања продуктивности (Glass и Saggi, 2002).

Технолошки *spillover* ефекти на компаније у земљи домаћину могу се постићи демонстрацијом-имитацијом. Када ТНК уђу на ново тржиште, оне демонстрирају своју напредну технологију у оквиру производње, контроле квалитета, система дистрибуције и организације, односно оне доносе напреднију опрему, нове производе и услуге, нове вештине управљања како у производном процесу тако и у самој организацији, као и нове маркетиншке идеје (Olayinka и Loykulnanta, 2019; Blomstrom и Kokko, 2002). ТНК, као технолошки напредне компаније, све ове новине преливају ка домаћим компанијама, које ове иновације почињу да имитирају. На тај начин, *spillover* ефекти се постижу путем демонстрација-имитација. Када се страна и домаћа предузећа међусобно надмећу, производе сличне производе или пружају сличне услуге, временом домаћа предузећа теже да користе сличне производне технологије као ТНК (Jenkins, 1996). Демонстрација-имитација су повезане са чињеницом да, пре него што се нови поступак или производ прошири на тржишту, потенцијални корисници имају ограничене информације како о трошковима и користима иновација, тако и о степену ризика који је с њима повезан. Чим потенцијални корисник дође у контакт са тренутним корисником (филијала ТНК), информације о технологији се шире, смањује се несигурност у погледу предности и недостатака иновације и повећава се вероватноћа имитације. Стога улазак страних филијала може произвести ефекте на домаће компаније у тој мери да се домаће компаније стимулишу да усвоје технологије које раније нису користиле или са којима раније нису биле упознате (Jenkins, 1996). Други извор потенцијалних технолошких *spillover* ефеката повезан је са процесом преноса технологије од матичне компаније до компаније у земљи домаћину. У овом случају, домаће компаније могу приступити

технологији ангажовањем квалификованог особља које је претходно било запослено у ТНК, односно пренос технологије није везан само за машине, опрему, патенте, већ се врши и кроз обуку радника повезаних предузећа.

ТНК утичу на продуктивност земље домаћина не само кроз машине, опрему, патенте, менаџерске вештине и техничко особље, већ и обуком домаћих радника. Таква обука укључује запослене на свим нивоима, а користе се различите облици и разноврсне методе обуке, укључујући и одлазак у земљу инвеститора ради образовања. Ови запослени док раде у земљи страног инвеститора акумулирају разне вештине, а када напусте ТНК одлазе и раде за домаће фирме или оснивају сопствене компаније, и на тај начин се одвија ефекат преливања (Jenkins, 1996).

Улазак страних компанија у одређени сектор може повећати степен конкуренције и подстаћи постојеће компаније да усвоје ефикасније производне методе. Улазак ТНК повећава конкуренцију за домаће фирме у земљи домаћину приморавајући домаће фирме да ефикасније користе постојећу технологију или да унапреде своју технологију како би биле конкурентне и заштитиле свој тржишни удео (Wang и Blomstrom, 1992). На овај начин конкуренција повећава продуктивност домаћих компанија.

Слика 3. Технолошки *spillover* ефекти



Извор: Olayinka и Loykulnanta (2019)

Spillover ефекти зависе од великог броја фактора који су специфични за компанију, земљу домаћина или сектор у коме компаније послују. Један од фактора који може да утиче на *spillover* ефекат је **величина технолошког јаза** између страних и домаћих компанија. Wang и Blomstrom (1992) сматрају да је појава *spillover* ефеката позитивно повезана са величином технолошког јаза који постоји између домаћих компанија и страних компанија, односно да ће преливање продуктивности бити веће, што је већи технолошки јаз између ових компанија.

Berglas и Jones (1977) сматрају да је присуство преливања ефикасности веће у оним секторима у којима постоји мањи технолошки јаз између домаћих и страних компанија. У случају да се преливање врши ка технолошки мање развијеним компанијама, развијене ТНК ће бити опремљене превише напредном технологијом да би се она прелила на предузећа у земљи домаћину. У случају да стране компаније инвестирају у сектор земље домаћина у којем је степен технолошког капацитета низак, онда ће ТНК успоставити недовољне активности да би дошло до ефекта преливања. То ће резултирати даљим слабљењем домаћих технолошких капацитета. На овај начин СДИ могу да допринесу повећаној зависности домаћих компанија од спољних извора технологије (Ahmed, 2012).

Стране компаније имају снажан подстицај да спрече било какво откривање своје технологије директним конкурентима и интраиндустријске ефекте преливања. Страни инвеститори могу покушати да заштите своју нематеријалну имовину патентима или да понуде својим радницима релативно високе зараде како би спречили преливање кроз мобилност запослених. Још један разлог због којег се интраиндустријска преливања не дешавају јесте што страна фирма, инвеститор и њена домаћа филијала не конкуришу на истом тржишту. На пример, ТНК се може специјализовати за неки други сегмент тржишта или производити за извоз, док се домаће фирме могу усредсредити на домаће тржиште. Према Kokko (1994), стране компаније могу да послују у „деловима тржишта“, где ни производи ни технологије немају много заједничког са производима и технологијама домаћих фирми.

Поред нивоа технолошког јаза, на *spillover* ефекат СДИ може да утиче и ниво конкуренције на тржишту земље домаћина при уласку ТНК. Blomstrom и Sjöholm (1999) су доказали да улазак страних компанија у извозно оријентисане секторе, односно у секторе за које се претпоставља да се већ суочавају са великом конкуренцијом на светским тржиштима, не производи ефекте на домаће компаније које тамо послују, док за компаније које послују у секторима који нису оријентисани на извоз постоје позитивни *spillover* ефекти.

Иако не постоји директан пренос знања са страних на домаће компаније, у пракси постоје и вертикални *spillover* ефекти (Smarzynska-Javorcik, 2004). Вертикални *spillover* ефекти се дефинишу као преливање продуктивности који се остварују преко веза које страна предузећа успостављају са домаћим компанијама које послују у различитим секторима. Везе могу бити усмерене „навише“ и обухватају односе које стране филијале успостављају са домаћим добављачима (на пример, набавка или куповина фактора, компонената и услуга) или „наниже“ када се односе на везе које стране филијале имају са домаћим купцима (на пример, када страна компанија производи међупродукт у земљи домаћину) (Navranek и Irsova, 2011). Ови облици *spillover* ефеката се догађају тако што ТНК обично постављају веће захтеве у погледу квалитета производа и благовремене испоруке, што може навести домаће добављаче да повећају своју продуктивност. Поред тога, улазак стране компаније повећава потражњу за полупроизводима, што омогућава домаћим добављачима да искористе економију обима (Rivera-Batiz и Rivera-Batiz, 1990) или доводи до уласка нових фирми и смањења трошкова производња (Markusen и Venables, 1999). Такође боља доступност репроматеријала са високим технолошким садржајем који производе компаније у страном власништву може повећати продуктивност домаћих компанија које послују у индустријама које следе у пословном циклусу.

Појава позитивних *spillover* ефеката није директна последица постојања везе између компанија, већ постоји низ других фактора који утичу на настанак ових ефеката. Када је производња оријентисана на домаће тржиште, стране филијале ће настојати да купују више на домаћем тржишту него да је производња намењена извозу. Разлог за то је што захтеви, како квалитативни, тако и технички, повезани са производима намењеним националном тржишту могу бити нижи, па ће домаћим добављачима бити лакше да задовоље потребе ТНК (Wang и Zhao, 2008; Damijan и сар., 2008). Супротно томе, када су ТНК оријентисане на глобална тржишта, могу наметнути строже захтеве које домаће компаније мора да испуне што често захтева технолошко унапређење као врсту *spillover* ефеката. Још један фактор који утиче на *spillover* ефекте је међународно искуство домаћих предузећа. Домаће компаније које имају искуство у извозу и због тога

су изложене конкуренцији са међународних тржишта имају мању вероватноћу да ће имати користи од *spillover* ефеката од компанија које се фокусирају само на домаће тржиште.

Начин уласка стране компаније на тржиште такође може да утиче на *spillover* ефекте. На пример, у случају *greenfield* инвестиција страним компанијама су потребни време и напор да развије домаће везе, док у случају мерџера и аквизиција страна компанија може имати користи од односа које је успоставила стечена компанија или њихови домаћи партнери (Smarzynska, 2003). Овакав облик *spillover* ефеката је супротног кретања и представља преливање ка ТНК. То значи да стране компаније могу да остваре позитивне ефекте од домаћих компанија које преузимају.

Spillover ефекти не морају увек да буду позитивни. Тачније, ТНК могу искористити своју технолошку предност и привући тражњу домаћих фирми, присиљавајући их да смање производњу (Aitken и Harrison, 1999). Поред тога, негативни и нежељени ефекти због присуства страних компанија могу настати њиховом тражњом за најквалификованијим радницима што ће смањити људски капитал за домаћа предузећа. Поред тога, припајајући домаћу компанију, ТНК се може одлучити за добављаче репроматеријала из иностранства, прекидајући постојеће ланце снабдевања и приморавајући домаће добављаче да смање производњу.

Spillover ефекти индиректно утичу на целу привреду где ТНК улази. Преливање знања се такође догађа када присуство страних филијала, које имају боље технологије и организационе вештине, повећава знање домаћих фирми (Smarzynska, 2003). Присуство стране филијале може на тај начин индиректно повећати стопу техничких промена и технолошког учења у привреди домаћина путем преливања знања на домаће фирме. Према свему напред наведеном, улазак страних компанија на домаће тржиште има више позитивних него негативних ефеката преливања.

3. “*Crowding-out*” ефекат СДИ

СДИ у земљама у развоју могу да створе позитивне ефекте као што су обезбеђивање финансирања економског раста, побољшање платног биланса, проширење извозних канала као резултат развоја трговине, доношење технолошких иновација и знања, оспособљавање радне снаге и повећање запослености. Међутим, да би ове инвестиције позитивно допринеле економском расту једне државе, та држава мора да испуни неке основне услове као што су висок ниво образовања, висок ниво технолошког и финансијског развоја, постојање одговарајуће законске регулативе, функционисање институција и пореског система, квалитетна трговинска и инвестициона политика и велики опсег тржишта (Aitken и Harrison, 1999). У случајевима када је акумулација капитала у земљи недовољна, стране инвестиције могу повећати производни капацитет и могућности запошљавања земље домаћина, донети технологију, омогућити релевантним секторима да се развијају и повећавају конкуренцију и смање зависност од увоза. Као што је наведено у претходном поглављу, СДИ стварају ефекте преливања на домаће компаније. Међутим, треба напоменути и ефекат „истискивања“ (*crowding-out*) које СДИ производе на домаћем тржишту. Ако се укупне инвестиције повећавају по

нижој стопи од повећања СДИ у земљи, тада постоји ефекат „истискивања“ (*crowding-out*). Сходно томе, стране инвестиције могу негативно утицати на раст домаћих компанија и могу смањити квалификовану радну снагу и капитал домаћих фирми. У присуству ефекта истискивања, компаније у домаћем власништву имају нижи ниво продуктивности, јер су њихови фиксни трошкови распоређени на мањи обим производње. Тачније, ефекат истискивања подразумева прерасподелу тржишног удела са мање продуктивних (домаће фирме) на продуктивније (стране фирме) (Biesebroeck, 2003).

С обзиром на то да СДИ доносе иновације и средства за земље у развоју, оне имају важну улогу у земљи у коју улазе. Поред тога, сматра се да је најважнији од очекиваних ефеката СДИ за економију земље домаћина ефекат који ће имати на економски раст. Да би СДИ биле ефикасне и допринеле расту економије, ефекат ових инвестиција на домаће инвестиције не би требало да буде негативан. У случају да СДИ „истискују“ домаће компаније са тржишта, стопа повећања домаћих инвестиција заостајаће за стопом повећања страних инвестиција, тако да ће СДИ бити замена за домаће инвестиције (De Mello и Luiz, 1997).

Први канал кроз који може доћи до ефекта истискивања делује кроз каматну стопу и повезан је с начином на који ТНК финансира инвестиције у земљи домаћину. Ако ТНК финансира инвестиције користећи средства позајмљена на тржишту земље домаћина, и ако је земља у условима релативног недостатка финансијских средстава, могуће је да ће доћи до неодрживог задуживања за домаћа предузећа због повећане потражње за кредитним средствима. Као резултат ове активности, већи трошкови задуживања могу истиснути домаће компаније (Polat, 2017). Поред тога, домаће банке могу имати већи интерес за позајмљивање већим и профитабилнијим компанијама као што су стране компаније него малим домаћим предузећима. Међутим, уколико су тржишта капитала интегрисана, домаће каматне стопе тежиће ка приближавању нивоу који превладава на међународном тржишту, те стога не би требало да постоји ефекат истискивања (Spencer, 2008; Barry, Görg и Strobl, 2005).

Други канал кроз који могу да се појаве ефекти истискивања је девизни курс. Ако су приливи СДИ велики у односу на величину финансијског тржишта земље домаћина, онда ће ово вероватно резултирати апресијацијом домаће валуте која ће, чинећи извоз земље домаћина мање конкурентним, обесхрабрити домаће фирме да предузимају нове инвестиције (Spencer, 2008). Вероватноћа да би се могао догодити овакав негативан ефекат већа је када ТНК одлучи да уђе у земљу домаћина путем мерџера и аквизиција. У овом случају је могућност да приходи од аквизиције одлазе на домаће финансијско или девизно тржиште и самим тим повећавају понуду девиза, већа него што је то случај са *greenfield* инвестицијама, где се део уложеног капитала потроши у иностранству за увоз капиталних добара.

Улагање страних компанија у одређени сектор може стимулисати нова улагања у активности других произвођача, како страних тако и домаћих. Када се секторска расподела СДИ битно разликује од постојеће залихе капитала или производње земље домаћина, тада ће допринос СДИ стварању капитала бити позитивнији него када дистрибуција СДИ следи постојећу структуру капитала (Polat, 2017). У првом случају, ефекти на формирање капитала биће позитивни јер домаћи произвођачи немају потребан капитал и знање за предузимање ових активности, па страни инвеститори нису у могућности да истисну ове компаније. Супротно томе, када СДИ циљају секторе у

којима послују домаће компаније које поседују капитал и технолошка знања на нивоу ТНК, СДИ могу да искористе могућности улагања и да истисну домаће компаније са тржишта (Mengistu и Adams, 2007; Campos и Kinoshita, 2003).

Улагања ТНК у нова предузећа може да утиче на улагања домаћих компанија. У земљама у развоју појава домаћих произвођача у новом сектору је или мало вероватна или може трајати предуго. Владе ових држава треба да дефинишу и имплементирају одговарајуће политике које би домаћим компанијама омогућиле лакши улазак на тржиште. Међутим, политике за подстицање предузетништва у новим секторима могу бити веома скупе за земљу, посебно када су технолошки захтеви ових сектора далеко од постојећих домаћих технолошких капацитета (Damijan и сар., 2003, Campos и Kinoshita, 2003).

Blomstrom, Kokko и Zejan (2000) тврде да је могућност да ће ТНК истиснути домаће фирме очигледнија у земљама у развоју него у развијеним земљама због већег технолошког јаза између домаћих и страних филијала у земљама у развоју. Dawar и Frost (1999) указују на то да страно присуство може лоше утицати на домаће фирме на тржиштима у развоју, јер ове фирме обично не могу успешно да се такмиче са ТНК, које имају финансијске и технолошке предности. De Backer и Sleuwaegen (2003) сматрају да СДИ могу краткорочно обесхрабрити домаће инвестиције, али кроз ефекте учења, демонстрације, умрежавања и повезивања овај ефекат истискивања може бити ослабљен.

На основу свега напред наведеног може се закључити да су очекивања таква да су позитивни *spillover* ефекти СДИ буду изнад *crowding-out* ефеката. Да би позитивне стране СДИ биле веће од негативних потребно је да буду усмерене ка секторима са високом новооствареном вредношћу. Такође, сектори којима су СДИ најпотребније су сектори са мањком капитала, технологије и знања. Државе домаћини треба да осмисле и спроведу политике привлачења СДИ како би ефикасно искористиле своје ресурсе и побољшале конкурентску структуру домаће економије. Произилази да се од државе домаћина захтева осмишљена политика привлачења СДИ која ће утицати на то да се позитивни ефекти СДИ повећавају, а негативни смање.



**II ДЕО
ПРИЛИВ СДИ У ЗЕМЉАМА ЈУГОИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ (ЈИЕ)**



1. Основне карактеристике прилива СДИ у земље Југоисточне Европе (ЈИЕ)

Због одсутства сопствене акумулације капитала, земље у транзицији, као што је већина земаља ЈИЕ се опредељују за увоз капитала ради брже промене привредне структуре и раста и развоја привредне активности. Захваљујући географском положају, великом тржишту у ниским трошковима радне снаге, већина земаља ЈИЕ су атрактивне за СДИ. Међутим, неадекватни законодавни оквир и правне норме, као и недостатак мера за привлачење инвеститора већини земаља ЈИЕ онемогућили су адекватан прилив СДИ у почетним годинама транзиције. Ако се изузме Грчка која је чланица ЕУ од 1981. године, остале земље су постале чланице ЕУ у 21. веку. Словенија је постала пуноправна чланица ЕУ 2004. године, Румунија и Бугарска 2007. године, а Хрватска 2013. године, док Србија, Босна и Херцеговина, Албанија, Црна Гора и Северна Македонија још увек нису чланице ЕУ иако су неке од ових земаља почеле предприступне преговоре за придруживање ЕУ. Према томе, већина ових земаља је била или је још увек у процесу транзиције и неопходан им је одговарајући прилив СДИ како би развиле своје привреде.

1.1. Прилив СДИ у земље ЈИЕ чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године

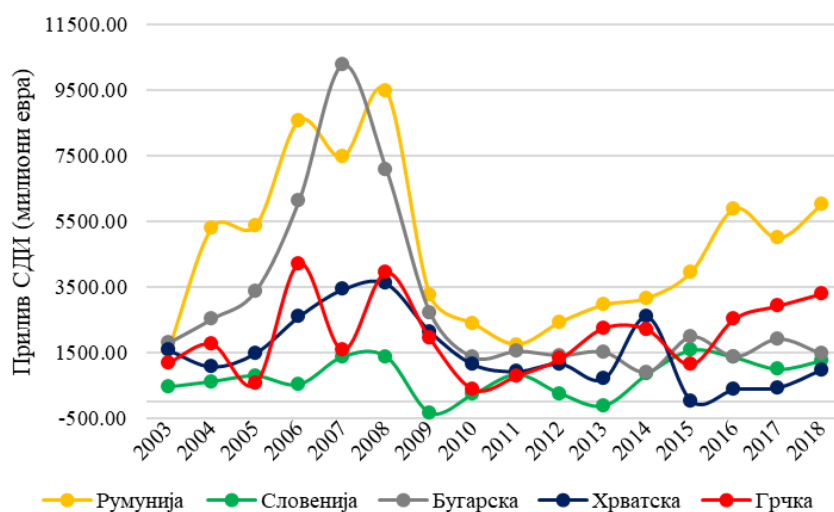
Прилив СДИ у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ у посматраном периоду је осцилирао, што је приказано на Графику 1. На основу података приказаних у Табели 1 и на Графику 1 може се уочити значајан раст инвестиција у државе чланице ЕУ до 2007. односно 2008. године. Након тога следи пад због економске кризе. Од 2013. односно 2014. године уочава се благи пораст прилива СДИ, али је укупно посматрано он испод прилива из 2007. и 2008. године. Детаљније опис прилива СДИ у земље ЈИЕ чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године ће бити представљен у овом поглављу.

Иако је **Румунија** у свим годинама, осим у 2007. години имала највећи прилив СДИ у односу на Бугарску, Хрватску, Словенију и Грчку, прилив СДИ у Румунији је значајно растао до 2006. године. Највећи прилив СДИ у Румунији је забележен 2008. године (9.4 милијарди евра) што је око 6 пута више у односу на 2003. годину. Пад прилива СДИ за око 17% је забележен у 2007. години. Највећи прилив СДИ у 2008. години је подстакнут променом институционалног и законодавног оквира због приступања Румуније ЕУ. Међутим, од 2009. године долази до пада прилива СДИ у Румунију, првенствено због светске економске кризе, али и политичке кризе. Најмањи прилив СДИ у периоду након 2008. године је забележен 2011. године (1.7 милијарди евра).

Највећи инвеститори у Румунији долазе из Холандије (око 25% укупног прилива СДИ), Аустрије (око 15%) и Немачке (око 10%). Земље чланице ЕУ инвестирају око 90% укупног прилива СДИ у Румунији. У Румунији је у посматраном периоду забележен и значајан ниво *greenfield* инвестиција, при чему је највише *greenfield* инвестиција било у 2009. години (око 10 милијарди евра), а најмањи прилив се бележи последњих година

посматраног периода. *Greenfield* инвестиције у посматраном периоду су чиниле преко 45% укупног прилива СДИ.

График 1. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ чланице ЕУ, 2003-2018. године



Извор: Аутор према подацима народних банака Румуније, Словеније, Бугарске, Хрватске и Грчке

Табела 1. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ (у милионима евра)

Година	Румунија	Словенија	Бугарска	Хрватска	Грчка
2003	1589.66	461.72	1807.58	1591.75	1213.87
2004	5324.79	630.66	2539.30	1086.10	1775.15
2005	5370.79	802.31	3386.88	1499.78	569.00
2006	8598.92	540.64	6151.93	2618.00	4227.66
2007	7483.77	1395.93	10277.98	3441.34	1594.00
2008	9496.00	1393.00	7101.19	3620.43	3954.10
2009	3265.98	-332.00	2744.13	2161.69	1948.10
2010	2398.31	238.17	1375.30	1153.02	397.71
2011	1755.63	841.00	1558.38	944.00	809.03
2012	2438.06	253.00	1430.49	1172.08	1329.67
2013	2965.25	-115.65	1530.03	721.01	2265.59
2014	3171.47	858.00	920.00	2609.85	2210.93
2015	3961.22	1587.29	1999.54	47.96	1164.16
2016	5898.15	1364.41	1392.92	394.82	2545.80
2017	5002.45	1005.23	1933.30	450.76	2935.00
2018	6021.72	1261.27	1480.72	994.47	3300.87

Извор: Аутор према подацима народних банака Румуније, Словеније, Бугарске, Хрватске и Грчке

Регионална дистрибуција СДИ у Румунији је неједнака, пре свега због ниског квалитета инфраструктуре, која изолује одређене регионе од остатка земље и од делатности које укључују транспорт на велике удаљености (Национални статистички института Румуније, 2019). С друге стране, одређени региони се претежно баве пољопривредом. Као и у другим земљама ЈИЕ, тако и у Румунији није било значајнијег прилива СДИ у овом сектору у поређењу са другим гранама привреде.

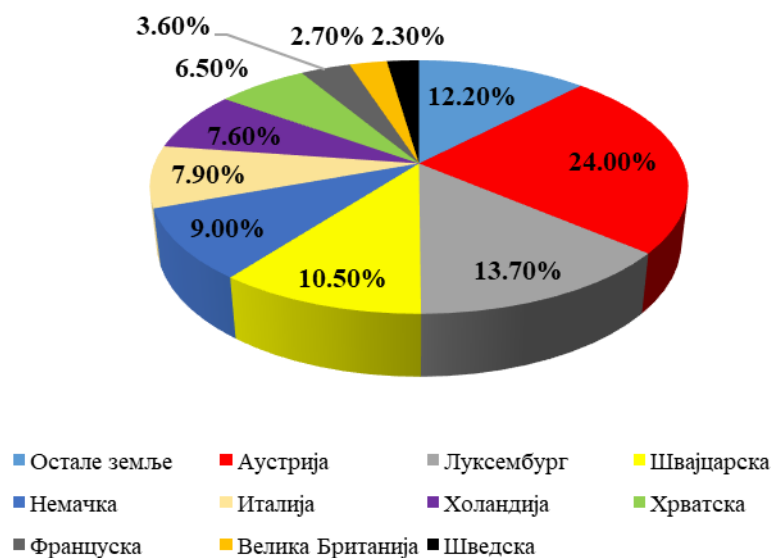
У годинама пре почетка светске економске кризе **Бугарску** карактеришу брзи раст бруто домаћег производа и развој економије. Стално растући прилив СДИ у земљи доприноси развоју великог броја сектора привреде. Међутим, упркос релативно великом приливу СДИ у Бугарску у годинама пре светске економске кризе, њихова секторска дистрибуција усредсређена је углавном на финансије, трговину и некретнине, односно на секторе који су највише погођени светском економском кризом (China-CEE Institute, 2020). Релативно низак прилив СДИ је забележен у високотехнолошким индустријама које могу да креирају високу додату вредност и одржив раст.

График 1 приказује прилив СДИ у Бугарској у периоду од 2003. до 2018. године и уочљиво је да је највећи прилив СДИ био у 2007. години (око 10 милијарди евра), већи у односу на све посматране земље. Међутим, након овог периода долази до пада прилива СДИ, првенствено због утицаја светске економске кризе. Најмањи прилив СДИ је забележен у 2014. години (920 милиона евра). Као резултат светске економске кризе, одређени инвеститори из Аустрије и Велике Британије су чак повукли своје инвестиције из Бугарске. Поред тога, светска економска криза је значајно утицала на економију Грчке, која је један од значајнијих инвеститора у Бугарској, па је и то разлог значајног одлива СДИ из Бугарске током и након светске економске кризе. Земље ЕУ су најзначајнији инвеститори у Бугарској и инвестирају око 75% укупног прилива СДИ (China-CEE Institute, 2020).

Бугарска је погодна земља за СДИ пре свега због доброг географског положаја и чланства у ЕУ, СТО и НАТО, стабилности валуте, али и због ниског пореза и јефтине, а квалификоване радне снаге. Кроз Бугарску пролази пет паневропских коридора, има четири аеродроме, две главне луке Варна и Бургас и бројне луке на реци Дунав што значајно доприноси опредељењу страних инвеститора да улажу у ову земљу. С обзиром на то да је чланица ЕУ, Бугарска има приступ тржишту од преко 500 милиона становника, али и приступ турском тржишту, тржишту Блиског истока и северноафричком тржишту што додатно утиче на опредељеност страних инвеститора да улажу у ову земљу.

Словенија је постала пуноправна чланица ЕУ 2004. године, односно на почетку посматраног периода. За Словенију је карактеристично да до 2015. године има најмањи прилив СДИ у односу на остале посматране земље (График 1). Међу земљама инвеститорима најзначајније су државе чланице ЕУ, које су инвестирале преко 80% укупног прилива СДИ. Најважнији страни инвеститори у 2018. години били су Аустрија (24%), Луксембург (13.70%), Швајцарска (10.50%), Немачка (9%) и Италија (7.90%) (График 2). Највећи приливи СДИ остварен је од преузимања након приватизације (*Sava Tires - Goodyear*, Аеродром Љубљана - *Fraport*) или класичног преузимања (*Lek-Novartis*, *Simobil-Mobilkom*, *SKB-Societe Generale*, *NLB-KBC* и слично) (Invest Slovenia, 2019).

График 2. Земље инвеститори у Словенији у 2018. години



Извор: Аутор према подацима Банке Словеније

СДИ су представљале значајан извор капитала за привреду **Хрватске** и допринеле су економском расту земље. С обзиром на економске проблеме на глобалном нивоу у посматраном периоду, који су се одразили на износ и структуру СДИ, као и на спори опоравак пословне климе у земљама ЈИЕ, реално је очекивати наставак спорог раста прилива СДИ у Хрватску (Derado, 2002). Највећи број СДИ у Хрватској се одвијао путем приватизације, а највећи проблем СДИ представљају њихова структура, врста и утицај на економски раст земље. У највећој мери изостале су *greenfield* инвестиције које би имале значајнији утицај на раст и развој привреде (Мартишковић и сар., 2012).

Највећи раст СДИ у Хрватској се бележи у годинама које претходе светској економској кризи, односно у периоду од 2005. до 2008. године. Јачање светске економске кризе и њено преливање на европско тржиште допринело је паду СДИ тако да је у 2009. години износ СДИ био значајно мањи него претходне године. У наредној, 2010. години остварен је још један пад прилива СДИ. У 2012. години бележи се заустављање негативног тренда у приливу СДИ. Међутим, то је само краткотрајно заустављање, јер већ наредне године долази до пада прилива СДИ, да би у 2014. години прилив СДИ био скоро четири пута већи него у 2013. години. У 2014. години у Хрватску је дошло 2.9 милијарди евра СДИ (Мартишковић и сар. 2012). Од 2015. до 2017. године прилив СДИ у Хрватској је био испод 500 милиона евра годишње, да би у 2018. години био приближно милијарду евра (График 1).

Највећи проблем СДИ је што су се већином одвијале путем процеса приватизације. Средства уложена у Хрватску довела су до подржавања процеса приватизације који није изазвао позитивне ефекте него је допринео монополизацији на тржишту и рационализацији, односно смањењу радних места. Као пример тога, може се навести компанија ИНА д.д. која је продајом већинског власништва, усмерила добијена средства на рационализацију отежане финансијске позиције, а не на повећање конкурентности, извоза, пословања и слично (Bogdan, 2009).

На почетку посматраног периода, Грчка се трудила да створи адекватно окружење које ће привући стране инвеститоре нудећи им пореске олакшице и субвенције, као што су то чиниле и чине и друге земље ЈИЕ. Највећи прилив СДИ у Грчкој је забележен у 2006. и 2008. години, око 4.2 и 3.9 милијарди евра респективно. Међутим, након тога долази до смањења прилива СДИ, да би се од 2010. године бележио раст прилива СДИ, посебно у последњим годинама посматраног периода. У овом периоду долази до повећања страних улагања у услужне делатности захваљујући побољшању финансијског система, развоју телекомуникација и јачању трговине (Pantelidis и Paneta, 2016). Прилив СДИ у Грчкој достиже око 3.3 милијарде евра у 2018. години. Од 2004. године, већина сектора, попут сектора телекомуникација је отворена за страна улагања или је у процесу либерализације, као што је то случај са енергетским сектором. Kirkilis и сар. (2008) су истакли да пораст СДИ у 2011. и 2012. години није био значајан и углавном је био резултат индиректних узрока попут приватизације домаћих компанија, који нису одражавали опипљив економски раст, али и одговарајуће побољшање конкурентности земље.

С друге стране, бројни аутори сматрају да Грчка није имала адекватну корист од чланства у ЕУ у смислу повећања прилива СДИ, пре свега због бирократије, неефикасног јавног управљања, неефикасне инфраструктуре, одсуства јасних инвестиционих подстицаја, слабог макроекономског и пословног окружења (Georgopoulos и Preusse, 2006; Pantelidis и Nikolopoulos, 2008; Leitao, 2010; Pantelidis и сар., 2011; Zairis, 2016). Barrios и сар. (2004) такође сматрају да Грчка није имала адекватан прилив СДИ због величине домаћих компанија и усмерености страних инвеститора на нискотехнолошке привредне секторе, што се последњих година мења пре свега захваљујући законодавним променама.

Највећи инвеститори у Грчкој су из Немачке, Уједињеног Краљевства, Француске, Белгије, Луксембурга и Италије, мада су последњих година значајни приливи СДИ у Грчку и из Кине. Посебно треба напоменути улагање кинеских инвеститора у луку Пиреј када је дата тридесетогодишња концесија кинеској државној бродској компанији *China Overseas Shipping Group Co. (COSCO)* за управљање са два терминала комерцијалне луке Пиреј. Ова инвестиција се сврстава међу најуспешније грчке приватизације у последњим деценијама. *COSCO* је у априлу 2016. године преузео 67% удела у компанији, која све више постаје кинески поморски улаз у Европу, и планира да се даље прошири. Укупна вредност уговора се процењује на 1.5 милијарди евра, укључујући додатна улагања (Le Corre, 2018). Ова инвестиција није једина кинеска инвестиција у Грчкој. Конзорцијум који представља шангајска фирма *Fosun* је купио аеродром јужно од Атине, а интересовање кинеских инвеститора постоји и за још неке аеродроме и луке на Криту (Le Corre, 2018).

1.2. Прилив СДИ у земље ЈИЕ које нису чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године

Прилив СДИ у земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ (Србија, Северна Македонија, Албанија, Босна и Херцеговина, Црна Гора) се одвијао претежно путем процеса приватизације, а изостале су *greenfield* инвестиције које су могле значајније да допринесу економском расту ових земаља. Такође, процес приватизације се одвијао на сличан начин у свим земљама, односно прво је спроведена приватизација великих државних компанија, а потом је стратегија привлачења СДИ усмерена на друге облике СДИ.

Процеси транзиције и отварања **Србије** према свету довели су до већег присуства СДИ у привредном систему Србије. Либерализација српске привреде, као и њено укључивање у регионалне и глобалне економске и финансијске токове учинили су лакшим прилив СДИ у српски привредни систем. Својим уласком на домаће тржиште ТНК доносе и карактеристике савремене светске привреде, пресликавајући карактеристичне тржишне структуре на тржиште Србије (Вучинић, 2010).

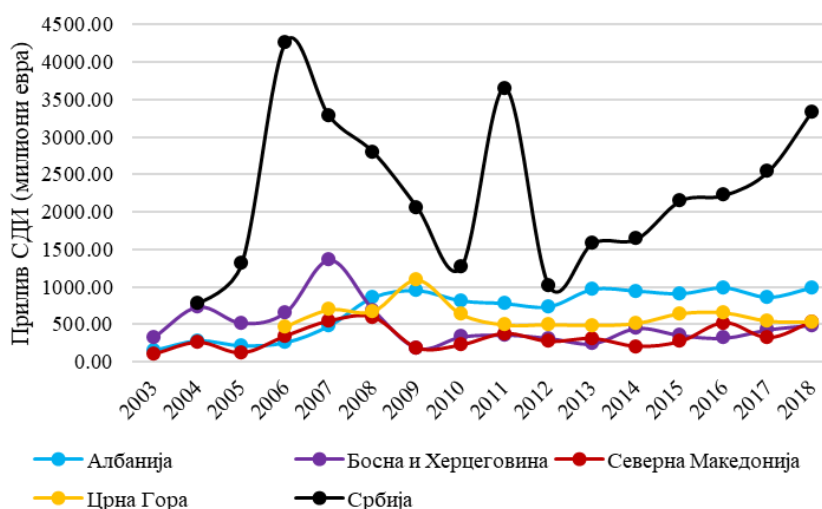
У Србији, велики улазак ТНК се бележи у периоду кризе због подстицаја из буџета и доласка коопераната италијанске компаније *Fiat*. Поред тога, значајна је и највећа инвестиција у 2009. години тј. улагање капитала из Русије у Нафтну индустрију Србије у износу од 400 милиона евра за куповину 51% акција ове компанија (Вучинић, 2010). У периоду светске економске кризе најјасније се уочава значај СДИ као покретача привредног развоја земаља у развоју и држава у транзицији, међу које спада и Србија. За ове земље је карактеристична несташица капитала који се сматра основним генератором економског просперитета (Business info group, 2012). Због тога је Србији потребан активан приступ инвестицијама у циљу реструктурирања постојеће привредне структуре. Прилив страног капитала на тржиште Србије изазива низ позитивних последица по националну економију као што је смањење дефицита платног биланса, запошљавање домаће радне снаге, јачање извозне конкурентности земље, итд. Србија је погодно тржиште за страна улагања и због расположивости природних ресурса, ниске цене радне снаге, а пре свега због преференцијалног третмана при извозу на тржишта Русије, са којом Србија има склопљен Уговор о слободној трговини, земаља ЦЕФТА, ЕФТА, ЕУ и слично.

Прилив СДИ у посматраном периоду је значајно осцилирао, мада је Србија забележила највећи прилив СДИ у односу на Босну и Херцеговину, Албанију, Северну Македонију и Црну Гору. На почетку је прилив СДИ био скроман, око 1.44% БДП Србије, да би се прилив годинама повећавао и да би достигао свој максимум у 2006. години. Овај раст СДИ се догодио првенствено захваљујући аквизицији компаније Мобтел која је купљена од стране норвешке компаније Теленор за око 1.513 милијарди евра.

У периоду после 2006. године, па све до 2010. године уследио је велики пад СДИ у Србији да би се значајно повећање СДИ десило 2011. године. Разлог за то је инвестирање компаније *Fiat*. Ипак прилив у 2011. години је испод рекордног прилива оствареног 2006. године. Након 2012. године, када је остварен нови пад СДИ у Србији, долази поново до раста прилива СДИ. Разлог за велики прилив СДИ током прве деценије

21. века је пре свега приватизација. Приватизација је привукла најзначајнија страна улагања у Србији.

График 3. Кретање СДИ у земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ, 2003-2018. године



Извор: Аутор према подацима народних банака Албаније, Босне и Херцеговине, Северне Македоније, Црне Горе и Србије

Табела 2. Кретање СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ (у милионима евра)

Година	Албанија	Босна и Херцеговина	Северна Македонија	Црна Гора	Србија
2003	153.48	329.12	102.62	-	-
2004	282.05	735.20	260.00	-	775.93
2005	216.92	515.55	120.11	-	1311.36
2006	259.00	660.91	344.00	465.00	4262.53
2007	483.17	1364.42	543.31	694.34	3276.44
2008	860.13	693.00	588.31	672.60	2797.10
2009	947.48	179.87	182.77	1091.75	2062.84
2010	813.36	331.22	224.96	636.00	1263.62
2011	776.82	357.00	376.24	491.00	3652.25
2012	734.40	313.58	270.33	494.50	1020.27
2013	964.73	241.00	309.58	485.60	1584.07
2014	942.56	446.61	205.00	511.00	1638.97
2015	907.87	351.46	272.11	642.07	2149.67
2016	985.27	316.00	518.27	653.00	2221.90
2017	859.46	428.09	319.95	542.00	2540.27
2018	987.59	487.74	531.96	531.00	3338.95

Извор: Аутор према подацима народних банака Албаније, Босне и Херцеговине, Северне Македоније, Црне Горе и Србије

Поред тога, значајне СДИ су и *Delhaize* (933 милиона евра), *Philip Morris DIN* (733 милиона евра), *Stada – Hemofarm* (650 милиона евра), *Mobilkom – VIP Mobile* (633 милиона евра), *Agrokor* (614 милиона евра), *Banca Intesa* (508 милиона евра), *Eurobank EFG* (500 милиона евра), *Raiffeisen bank* (500 милиона евра), *Mercator* (500 милиона евра) и *StarBev – Апатинска пивара* (487 милиона евра) (Business info group, 2012). Након светске економске кризе појављује се интересовање углавном за стратешка партнерства кроз заједничка улагања уз значајне подстицајне мере државе (Несторовић, 2014).

Северна Македонија је једна од земаља ЈИЕ која је забележила најмањи прилив СДИ у посматраном периоду. Прилив СДИ у овој земљи се креће од 102 милиона евра до 588 милиона евра, при чему је највећи прилив СДИ у посматраном периоду забележен у 2008. години (График 3, Табела 2). Након 2014. године па до краја посматраног периода бележи се константно повећање прилива СДИ у Северну Македонију. Повећање прилива СДИ у Северној Македонији резултат је мера предвиђених Програмом за привлачење инвестиција (Васа и Ангелоска, 2020).

Највећи део СДИ у Северној Македонији везан је за банкарски сектор. До краја 2010. године, СДИ су чиниле 73% укупног капитала у македонском банкарском систему, а процењено је да је домаћи капитал смањен (Muaremi, Koponi и Salihi, 2020). Већина банака у Северној Македонији је у страном власништву попут *Alpha bank* Грчка, *E.N.H. Eastern HEMISPHERE SA*, *Melide* и *ProCredit* банке. Поред инвестиција у банкарски сектор неопходно је издвојити и једну инвестицију везану за реални сектор. То је улагање америчке компаније *Johnson Controls* у производњу тканина за аутомобилска седишта. Укупна инвестиција ове компаније износила је 20 милиона долара (Muaremi, Koponi и Salihi, 2020). Као и у већини анализираних држава ЈИЕ које нису чланице ЕУ, највећи прилив СДИ је био у периоду до 2007. године. Разлог за овакво кретање СДИ је процес приватизације који је крајем 20. и у првим годинама 21. века био изузетно интензиван, посебно у секторима банкарства и телекомуникација.

Од укупних СДИ у Северној Македонији, 85% инвестиција долази из европских земаља, а очекује се да ће се овај тренд наставити и у будућности (Васа и Ангелоска, 2020). Највеће СДИ у овом периоду долазе из Холандије, Аустрије, Грчке, Словеније и Мађарске, а од 2015. године значајан је и прилив СДИ из Турске, која је у Северну Македонију инвестирала преко 200 милиона евра. Према томе, Турска је највећи страни инвеститор у Северној Македонији изван ЕУ. Значајнија страна улагања из Турске у Северну Македонију су *TAV*, *Ksevahir Holding*, *Limak Holding*, *Acibadem Group*, *Halk Bank*, *Ramstore*, *Sutash*, и *European Eye Clinic*.

Што се тиче **Албаније**, најмањи прилив СДИ у посматраном периоду је забележен у 2003. години (око 153 милиона евра), док је највећи прилив забележен у 2018. години (приближно милијарду евра). Прилив СДИ у периоду од 2013. до 2015. године у просеку је износио близу милијарду евра годишње (График 3).

Као и у осталим земљама ЈИЕ, и у Албанији највише СДИ долази из земаља ЕУ, а највећи инвеститори су Грчка и Италија. У 2007. години СДИ из Грчке чиниле су 28% укупног прилива СДИ, а СДИ из Италије око 12%. Са почетком светске економске кризе и интензивирањем дужничке кризе у Грчкој, долази до опадања удела грчких СДИ у Албанији. Од 2007. до 2011. године прилив СДИ грчког порекла смањио се за 13%. Такође, до опадања инвестиција из Грчке је дошло и због тога што су оне превасходно

биле усмерене ка секторима телекомуникација и финансијског посредовања, а познато је да су ови сектори највише погођени светском економском кризом.

СДИ из Италије углавном су усмерене на производни и грађевински сектор. Аустрија је такође значајан страни инвеститор у Албанији, а ове СДИ су већином усмерене у банкарски сектор. Једна од главних СДИ је преузимање Албанске штедионице која представља највећу банку у Албанији са учешћем око 30% у укупној активи банкарског сектора од стране *Raiffeisen International*. Значајна инвестиција је и инвестиција канадске компаније *Bankers Petroleum* која је специјализована за истраживање и производњу нафте и гаса. У периоду од 2008. до 2011. године, док су многе земље осетиле ефекте економске и финансијске кризе, СДИ у Албанији су наставиле да расту. Од 2014. до 2017. године стране инвестиције се значајно повећавају због улагања у енергетски сектор. Најзначајније улагање у енергетски сектор је везано за изградњу Трансјадранског гасовода. Ова инвестиција чини 40% СДИ (Dhima, 2015; Muharemi и сар., 2020). Такође, значајни инвеститори у Албанији долазе и из Немачке, Холандије, Швајцарске и Турске, мада су њихове инвестиције мање него у другим земљама ЈИЕ.

Босна и Херцеговина за привлачење СДИ користи ниску стопу опорезивања предузећа, неколико добро развијених индустријских зона, солидан банкарски сектор и стратешки положај. Главни проблеми с којима се суочавају страни инвеститори укључују недостатак транспарентности судских поступака и слабе правосудне процедуре, као и специфичну државну структуру. Најзначајније СДИ у Босни и Херцеговини долазе из Италије, Аустрије, Хрватске, Србије и Холандије. Неке од најзначајнијих СДИ су везане за долазак *Hypo Alpe Adria Leasing, Brodamerkur Ltd., Kosig insurance* и сл. (Ивић, 2013). Најмањи прилив забележен је у 2009. години (око 170 милиона евра), док је највећи прилив СДИ је забележен у 2007. години (око 1.3 милијарде евра) (График 3). У почетном периоду, страни инвеститори су највише улагали у банкарски сектор доприносећи потпуној реформи овог сектора. Скоро 85% укупног банкарског капитала је у власништву страних компанија, а неке од најзначајнијих СДИ су *ProCredit* банка, *Hypo Alpe Adria* банка, *Raiffeisen* банка и *UniCredit* банка (Станков, 2017).

Највећи прилив СДИ у **Црној Гори** у посматраном периоду је забележен у 2009. години (око милијарду евра), а најмањи прилив је забележен у 2006. години (око 450 милиона евра) (График 3). Према подацима Црногорске агенције за промоцију инвестиција, од 2006. године у Црну Гору је уложено 9.6 милијарди евра. Најзначајније инвестиције долазе из Италије, Мађарске, Русије и Србије, а последњих година и из Уједињених Арапских Емирата, Азербејџана, Кине, Турске и САД. Црна Гора нуди страним инвеститорима ниске пореске стопе, пословно оријентисану економију, значајну економску слободу, стабилну валуту (евро) и отворено тржиште. Црна Гора је корисник програма Генерализованог система преференцијала, који омогућава бесцарински приступ америчком тржишту за одређене категорије производа што је чини привлачном земљом за инвестирање.

У периоду од 2016. до 2018. године, једна трећина укупних СДИ у Црну Гору долази из Русије, Уједињених Арапских Емирата, Србије, и Турске. У овом периоду укупан прилив СДИ из Русије износио је око 8% укупног прилива СДИ, док је прилив из Уједињених Арапских Емирата износио око 7%. Земље ЕУ са највећим приливом СДИ у Црној Гори су Мађарска (око 4.1% укупног прилива СДИ), Немачка (око 3%),

Уједињено Краљевство (око 3%) и Кипар (око 2.5%). У 2018. години забележен је највећи прилив инвестиција из Азербејдана и Италије, који се остварују у сектору туризма и енергетике. Важан фактор који утиче на обим прилива СДИ је приступање Црне Горе НАТО савезу, што је допринело привлачности Црне Горе као инвестиционе дестинације. У 2018. години прилив СДИ из земаља чланица НАТО-а се повећао у поређењу са 2017. Након прве године чланства, у свакој земљи је дошло да повећања улагања, јер инвеститори сматрају улагања у земље чланице НАТО-а сигурнијим (Јовановић, 2019). На крају посматраног периода су највеће СДИ у сектору туризма, где је око трећине укупног прилива СДИ у Црну Гору. Велики пројекти, као што су Порто Монтенегро, Порто Нови и Луштица Вау представљају значајне стране инвестиције. Поред туризма, значајна улагања су у банкарство и телекомуникације, као и у енергетски сектор (Мирковић, 2019).

Ако се посматра секторска дистрибуција СДИ, а у зависности од земље порекла инвестиција може се рећи да италијански инвеститори претежно улажу у туризам и банкарски сектор. Инвеститори из Русије су углавном фокусирани на некретнине (Централна банка Црне Горе, 2018).

Искуство транзиционих привреда показује да *greenfield* СДИ заостају у првој фази транзиције, претежно због тога што се на почетку транзиције већина земаља одлучи за велике приватизације у којима прекогранични мерцери и аквизиције играју значајну улогу (Беговић и сар. 2008). То је уочљиво и на примеру СДИ у наведеним земљама где су *greenfield* инвестиције у највећој мери изостале. Највећа сличност у приливу СДИ ових земаља огледа се у томе да је највећи износ СДИ остварен путем процеса приватизације.

2. Секторска дистрибуција СДИ у земљама Југоисточне Европе

2.1. Секторска дистрибуција СДИ у земљама ЈИЕ чланицама Европске уније у периоду 2003-2018. године

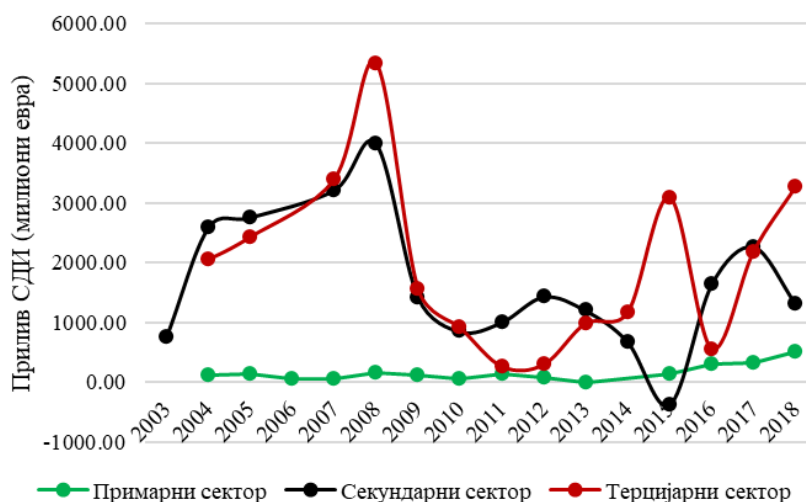
У овом делу докторске дисертације биће представљена секторска дистрибуција СДИ у Румунији, Бугарској, Словенији, Хрватској и Грчкој, земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ од почетка посматраног периода или су то постале у току посматраног периода. Већина земаља ЈИЕ које су у 2018. години биле чланице ЕУ су у периоду пре приступања ЕУ прошле кроз период транзиције и прелазак на тржишну економију чему је допринео и процес глобализације, као и ТНК које су кључни носиоци СДИ.

На Графику 4 је приказан прилив СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору **Румуније** у милионима евра у периоду од 2003. до 2018. године. Уочљиво је да су најмањи прилив СДИ забележени у примарном сектору Румуније, док је у секундарном сектору забележен највећи прилив у 2004. години, у периоду од 2011. до

2013. године и потом у 2016. и 2017. години, а у осталим годинама је забележен највећи прилив СДИ у терцијарном сектору.

Ако се посматра прилив СДИ у секундарном сектору Румуније по привредним делатностима, уочљиво је да је највеће учешће у укупним СДИ овог сектора имала прерађивачка индустрија и у 2015. и 2018. години, с тим што је дошло до повећања учешћа са 38.17% у 2015. години на 50.20% у 2018. години. Такође је дошло до повећања учешћа грађевинарства у укупном приливу СДИ у секундарном сектору са 16.45% у 2015. на 23.18% у 2018. години. С друге стране, дошло је до смањења учешћа инвестиција у снабдевање електричном енергијом, гасом, паром и климатизацијом са 23.99% у 2015. на 9.39% у 2017. години. У секундарном сектору су значајне инвестиције биле у производњи металних производа и машина, и производњи нафтних деривата, хемијских, фармацеутских и производа од гуме и пластике првенствено због доласка компанија *Renault, Ford, OMV, MOL* и *Lukoil*.

График 4. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Румуније, 2003-2018. године



Извор: Аутор према подацима Националног статистичког института Румуније

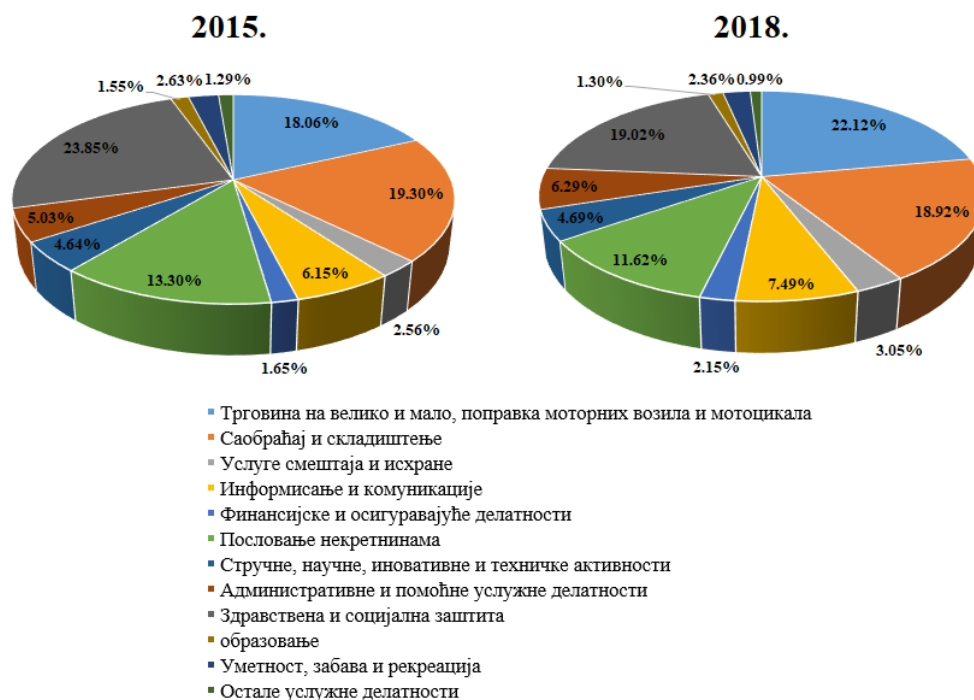
Трећина СДИ у прерађивачкој индустрији акумулира се у средњим високотехнолошким индустријама, попут производње друмских транспортних возила и других превозних средстава. Прилив СДИ у сектор високе технологије чини само 5% укупног прилива СДИ у прерађивачкој индустрији. Сходно томе, неопходно је подстицати привлачење СДИ у секторе са високим нивоом технологије, како би се избегла ситуација у којој СДИ у Румунији постају специјализоване само за секторе са ниском додатом вредношћу и ниским технолошким интензитетом.

Ако се посматра структура прилива СДИ у терцијарном сектору, највеће учешће у 2018. години је забележено у трговини на велико и мало, поправки моторних возила и мотоцикала (22.12%) што је повећање у односу на 2015. годину. У сектору здравствене и социјалне заштите, саобраћаја и складиштења, пословања са некретнинама је дошло до смањења учешћа прилива СДИ у 2018. у односу на 2015. годину (График 5). Поред тога, забележен је значајан прилив и у трговини на мало и велико, првенствено због доласка великих ланаца хипермаркета и супермаркета на румунско тржиште као што су

Kaufland, Carrefour, Auchan, Cora, Delhaize и други. Ово су већином биле *greenfield* инвестиције (Национални статистички института Румуније, 2019).

Велики прилив СДИ у Румунији у посматраном периоду је забележен у оквиру финансијских и осигуравајућих делатности пре свега захваљући аквизицијама румунских финансијских компанија од стране страних компанија као што су *Erste* банка, *Societe Generale* банка, и *Raiffeisen* банка.

График 5. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора Румуније у делатностима, 2015. и 2018. година



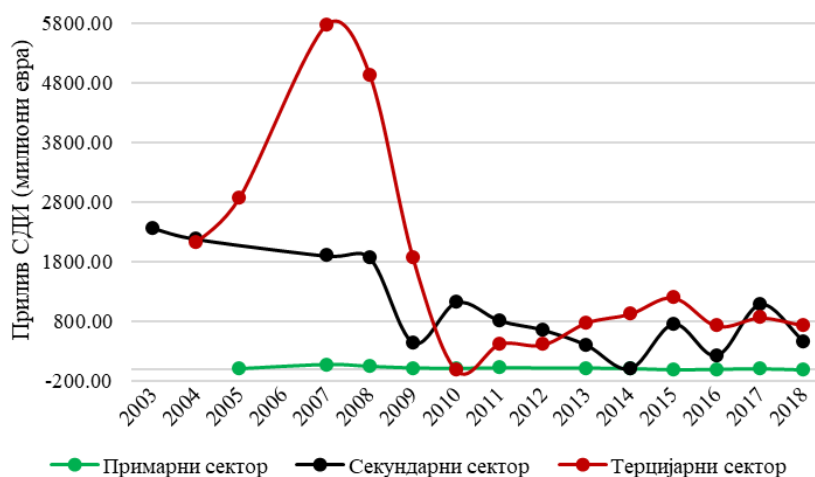
Извор: Аутор према подацима Националног статистичког института Румуније

Што се тиче **Бугарске**, највећи одлив СДИ у примарном сектору ове земље у посматраном периоду је износио -24.92 милиона евра (2018. година), док је највећи прилив износио 70.17 милиона евра (2007. година). Најмањи прилив, односно највећи одлив у секундарном сектору Бугарске у посматраном периоду је износио -2.60 милиона евра (2014. година), док је највећи прилив износио 2.18 милијарди евра (2004. година). Најмањи прилив, односно највећи одлив у терцијарном сектору Бугарске у посматраном периоду је износио -25.67 милиона евра (2010. година), док је највећи прилив износио 5.76 милијарди евра (2007. година) (График 6).

Најзначајније СДИ у Бугарској биле су у аутомобилској индустрији (*ABB, Festo, Johnson Controls, Yazaki, Witte Automotive, Gramer, Ixetic*), у индустрији цемента (*Italchementi, Heidelberger Zement, Holcim*), сектору телекомуникација (*OTE* и *Viva Ventures*), сектору финансијских услуга (*OTP, UniCredit, Raiffeisen Bank, Societe Generale Bank, Allianz*), прехранбеној индустрији (*Nestle, Kraft Foods, Starbev Group*), сектору информационих технологија (*Microsoft, SAP; Hewlett Packard, IBM, Nemetschek AG*), дуванској индустрији (*Socotab* и *Imperial Tobacco Group*), трговини (*Kaufland, Metro, Eurobilla, Immofinance, Karbo, RAO Gazprom, Lidl, Carrefour*).

Бугарска има систем подстицаја за инвестирање регулисан Законом о промоцији инвестиција, усвојеним 2004. године и ревидираним 2015. године. Постојање стратегије у овој области, даје јој могућност да дефинише приоритетне секторе за инвестирање, а то су: производња, информационе технологије, истраживање и развој, рачуноводство, пореске и ревизорске услуге, образовање и здравство.

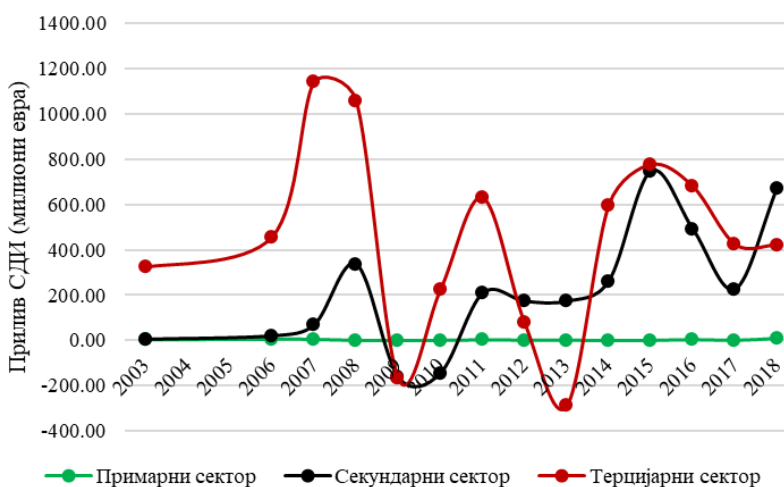
График 6. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Бугарске



Извор: Аутор у према подацима Народне банке Бугарске

Најмањи прилив СДИ у **Словенији** у посматраном периоду је забележен у примарном сектору, уколико се упореди са секундарним и терцијарним сектором. Најмањи прилив СДИ, односно највећи одлив у примарном сектору забележен је у 2009. години и износио је -0.97 милиона евра, док је највећи прилив забележен у 2006. години и износио је 5.04 милиона евра (График 7). Одлив СДИ у примарном сектору Словеније је забележен и у 2014. и 2015. години.

График 7. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Словеније



Извор: Аутор у према подацима Банке Словеније

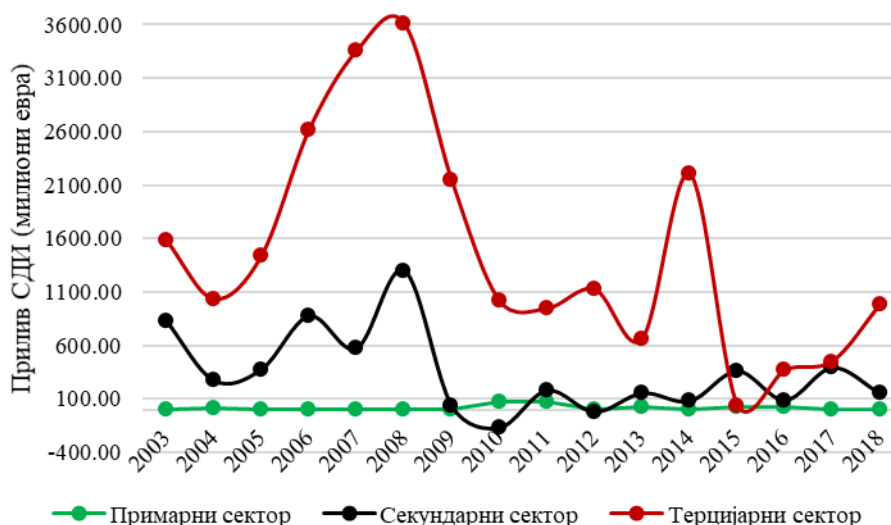
Табела 3. Највећи страни инвеститори у Словенији

Сектор	Компанија
Прерађивачка индустрија	<i>Adient, Aviat Networks, Belimed, BSH, Brigl&Bergmeister, Carthago, Cecom, Daihen, Danfoss, E.G.O. Elektro Geräte, Ecolab, Fiskars, Geberit, GKN, Goodyear Dunlop Tires Europe, Grammer Automotive, Gruppo Bonazzi, Hella, Henkel, Hisense, Johnson Controls, Kansai Paint Group, Knauf Insulation, Kofola, Lafarge Perlmooser, LPKF, Magna, Mahle, Meyr Melnhof, Odelo, Palfinger, Poclain Hydraulics, Renault</i>
Финансијске услуге	<i>Addiko Bank, Apollo, Intesa SanPaolo, Sberbank, Société Générale, UniCredit Bank</i>
Малопродаја	<i>Agrokor, Aldi Süd, E. Leclerc, Eurospin Italia, Harvey Norman, Lidl International, MOL, ÖMV, Rutar, Spar</i>
Остале услужне делатности	<i>AC Nielsen, Cargo Partner, Comtrade, Debitel, Deloitte, DHL, EY, Fraport, GfK, Grieshaber Logistik, IBM, ISS Servissystem, KPMG, Kühne+Nagel, McDonald's, Microsoft, Mobilkom, Oracle, PWC, S&T, SAP, Saubermacher, Schenker, Sodexo Alliance</i>

Извор: <https://www.investslovenia.org/business-environment/fdi-in-slovenia/>, приступљено: 26.08.2020.

Највећи одлив СДИ у секундарном сектору износио је -162.81 милиона евра (2009. година), док је највећи прилив забележен у 2015. години (746.45 милиона евра). Одлив СДИ у овом сектору забележен је и у 2010. години (График 7). Табела 3 приказује највеће инвеститоре у Словенији у прерађивачкој индустрији, сектору финансијских услуга, малопродаји и осталим услужним делатностима. Најмањи прилив СДИ у терцијарном сектору је забележен у 2013. години и износио је -289.09 милиона евра, док је највећи прилив у овом сектору забележен у 2007. години и износио је 1.14 милијарди евра).

График 8. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Хрватске, 2003-2018. година

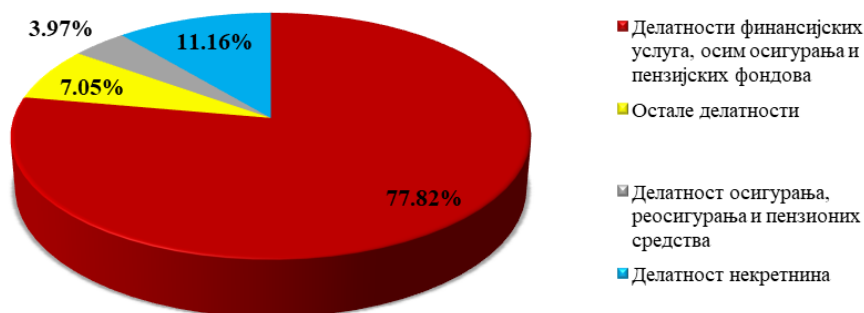


Извор: Аутор према подацима Хрватске народне банке

График 8 приказује прилив СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору **Хрватске** у периоду од 2003. до 2018. године. У скоро свим годинама посматраног периода највећи прилив СДИ у Хрватској је био у терцијарном сектору, док је најмањи прилив био у примарном сектору.

Највећи прилив СДИ у секундарном сектору је забележен у 2008. години и износио је 1.29 милијарди евра. Највеће учешће у укупном приливу СДИ у секундарном сектору у 2008. години имала је прерађивачка индустрија (96.75%). У Хрватској дошло до промене структуре СДИ у секундарном сектору од 2008. до 2018. године, пре свега у погледу прерађивачке индустрије, јер је у 2018. години учешће ове индустрије у укупним СДИ у секундарном сектору износило око 40%, док је сектор грађевинарства повећао учешће у укупном приливу СДИ секундарног сектора са 4.11% у 2008. години на око 35% у 2018. години.

График 9. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора по делатностима у Хрватској, 2008. година



Извор: Аутор према подацима Хрватске народне банке

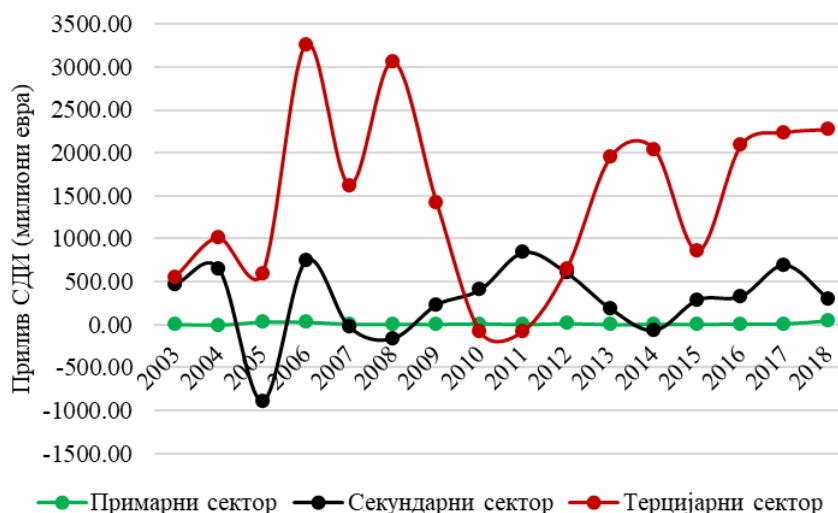
Уколико се посматра терцијарни сектор, највећи прилив СДИ је забележен 2008. године (2.7 милијарди евра), док је одлив СДИ забележен само у једној години посматраног периода (2015. година). У 2008. години када је забележен највећи прилив СДИ у терцијарном сектору, 77.82% укупног прилива је било у делатности финансијских услуга (осим осигурања и пензијских фондова), потом делатности продаје некретнина (11.16%) и делатности осигурања, реосигурања и пензионог осигурања (3.97%), док су све остале делатности овог сектора забележиле 7.05% укупног секторског прилива СДИ (График 9). Уколико се упореде 2015. година када је забележен одлив СДИ и 2008. година када је забележен највећи прилив СДИ у терцијарном сектору Хрватске, уочљиво је да делатност финансијских услуга, осим осигурања и пензијских фондова највећи генератор СДИ терцијарног сектора.

Најмањи прилив СДИ у **Грчкој** је забележен у примарном сектору, док је највећи прилив забележен у терцијарном сектору. Најмањи прилив, односно највећи одлив СДИ у примарном сектору Грчке је забележен у 2004. години и износио је -7.06 милиона евра, док је највећи прилив у овом сектору забележен у 2005. години и износио је 28.31 милион

евра. Одлив СДИ у примарном сектору је забележен још у 2011. и 2013. години (График 10).

Највећи одлив, СДИ у секундарном сектору у посматраном периоду је забележен у 2005. години и износио је -900.07 милиона евра, док је највећи прилив СДИ у овом сектору забележен у 2011. години и износио је 843.64 милиона евра. Најмањи прилив СДИ у терцијарном сектору Грчке у периоду од 2003. до 2017. године износио је -84.97 милиона евра и везан је за 2010. годину, док је највећи прилив забележен у 2006. години и износио је 3.26 милијарди евра.

График 10. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Грчке



Извор: Аутор у према подацима Националне банке Грчке

Истраживања су показала да су СДИ у Грчкој високо концентрисане, како секторски тако и просторно (Dimelis и сар., 2004; Bitzenis и сар., 2007). Заједно са прерађивачком индустријом, финансијске услуге, транспорт и комуникације, трговина на велико и трговина на мало чине преко 90% СДИ у Грчкој. СДИ у туризму чине само 2% укупног прилива СДИ у Грчкој иако је туризам једна од главних грана Грчке економије.

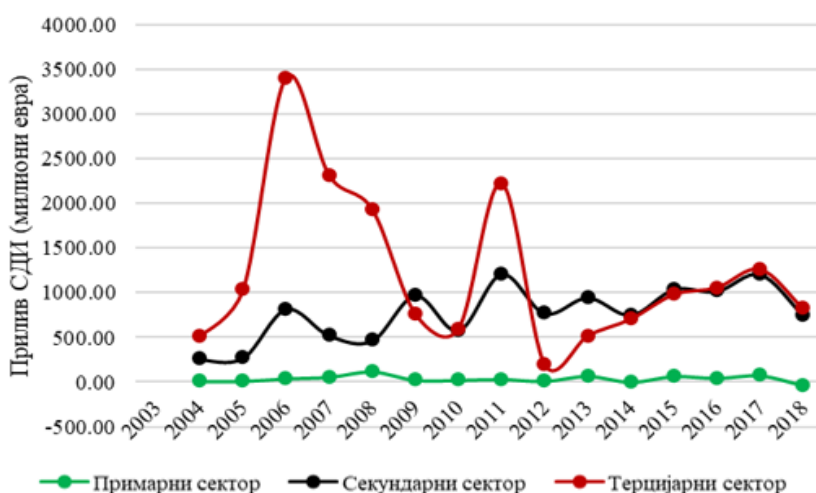
На основу наведених података о секторској дистрибуцији СДИ у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године, уочљиво је да је најмањи прилив СДИ у свим земљама забележен у примарном сектору, а да је највећи прилив забележен у терцијарном сектору. Светска економска криза је довела до смањење ликвидности ТНК, јер је одобравање кредита било поопштено, а финансијско стање предузећа погоршано. Према томе, капацитет ТНК за инвестирање је знатно ослабио, па нису могле да инвестирају у мери у којој су инвестирале пре ове кризе (Poulsen и Hufbauer, 2011). То је за последицу имало смањење укупног прилива СДИ у овим земљама, а самим тим и смањење секторског прилива. У периоду након светске економске кризе дошло је до пада прилива СДИ у терцијарном сектору, а до пораста СДИ у секундарном сектору, мада терцијарни сектор у већини ових земаља остаје доминантан према приливу СДИ. Значајан прилив СДИ у терцијарном сектору ових земљама пре светске економске кризе

је и резултат повећања ових инвестиција у делатност трговине због доласка великих ланаца хипермаркета и супермаркета. Смањење прилива СДИ у терцијарном сектору након светске економске кризе је и резултат смањења СДИ у банкарске и финансијске услуге које су чиниле значајан део укупног прилива СДИ у терцијарном сектору ових земаља, а ове делатности су највише погођене светском економског кризом.

2.2. Секторска дистрибуција СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице Европске уније у периоду 2003-2018. године

Према подацима Народне банке Србије (2019), економија Србије је остварила позитивне резултате ако се посматра већина макроекономских индикатора у 2018. години. Мере фискалне и структурне консолидације које се спроводе према захтевима Међународног монетарног фонда створиле су позитивно окружење за СДИ, које бележе раст. Међутим, прилив СДИ у Србији у периоду од 2003. до 2018. године се сматра недовољним за привреду која се претежно заснива на приходима од СДИ. Поред тога, прилив СДИ у овом периоду је недовољан и због тога што домаћа индустрија није довољно развијена, а у прерађивачкој индустрији производна технологија је застарела, при чему су у појединим производним секторима машине старије и од 30 година.

График 11. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Србије



Извор: Аутор према подацима Народне банке Србије

Најмањи прилив СДИ у Србији је забележен у примарном сектору као у већини земаља ЈИЕ, потом у секундарном, па у терцијарном сектору (График 11). Међутим, прилив у секундарном и терцијарном сектору у последњих пет година посматраног периода је приближно исти (График 11). Најмањи прилив, односно највећи одлив СДИ у примарном сектору Србије је забележен у 2018. години (-37.21 милиона евра), док је највећи прилив СДИ у овом сектору забележен у 2008. години (115.23 милиона евра) (График 11).

Значајне СДИ су забележене и у сектору прерађивачке индустрије, трговине на велико и мало, пословање са некретнинама и промета и складиштења (Кастратовић, 2016). Најмањи прилив СДИ у секундарном сектору је забележен у 2005. години (270.08 милиона евра), а потом у 2004. години (256.42 милиона евра). Највећи прилив СДИ у секундарном сектору је забележен у 2011. години и износио је 1.2 милијарде евра (График 11). Уколико се посматра прилив СДИ у секундарном сектору у 2011. години по привредним делатностима, највећи прилив је забележен у прерађивачкој индустрији (631.12 милиона евра), а потом у рударству (478.11 милиона евра). Ако се упореди прилив СДИ у секундарном сектору у 2011. и 2018. години, уочљиво је да учешће СДИ највеће у прерађивачкој индустрији, али је дошло до промене у учешћу рударства и грађевинарства у укупном приливу секундарног сектора. Наиме, у 2011. години учешће рударства у приливу СДИ секундарног сектора је било 39.52%, док је у 2017. износило 8.49%. С друге стране учешће СДИ у грађевинарству у укупном приливу СДИ секундарног сектора је износило 7.57% у 2011. години, док је у 2017. износило 33.71% (График 12).

Табела 4. Најзначајније СДИ у Србији

Сектор	Компанија
Аутомобилска индустрија	<i>Le Belier - Livnica Kikinda , Fluid – Utva, Grah Automotive, Streit Jucit, Michelin – Tigar, Dewaco Man d.o.o., Grammer, Draexlmaier, Cimos - FAM Sečanj, FIAT automobili Србија, Daimler AG, Mercedes Benz, Volvo d.o.o., Yura corporation, Mitas – Ruma, Dytech Dynamics Fluid Technologies, NORMA Group, Bauerhin-IGB Automotive, Bauerhin-IGB Automotive, ContiTech Fluid , Michelin, Bosch, Confezioni Andrea Serbia , Cooper Tire & Rubber Company, Magna Seating, Robert BOSCH</i>
Финансијске услуге	<i>Banca Intesa, Erste bank, Halkbank, Societe Generale</i>
Дуванска индустрија	<i>Philip Morris International, British American Tobacco, Japan Tobacco International</i>
Фармацеутска индустрија	<i>Здравље Actavis, Stada Arzneimittel AG – Hemofarm, Valeant Pharmaceuticals - Pharma Swiss, Иванчић и синови д.о.о.</i>
Информационе технологије и телекомуникације	<i>Microsoft, Telenor - Mobtel Србија, Mobilkom Austria - VIP Mobile, Embassy grupa, Sagem Telecommunications Paris, Muehlbauer</i>
Прехрамбена индустрија	<i>Altach Inc., Fornetti, Strauss Adriatic – Doncafe, Фриком, Salford investment - Бамби, Књаз Милош, Имлек, Carlsberg Србија, Coca-Cola Hellenic, Nestle, Heineken</i>

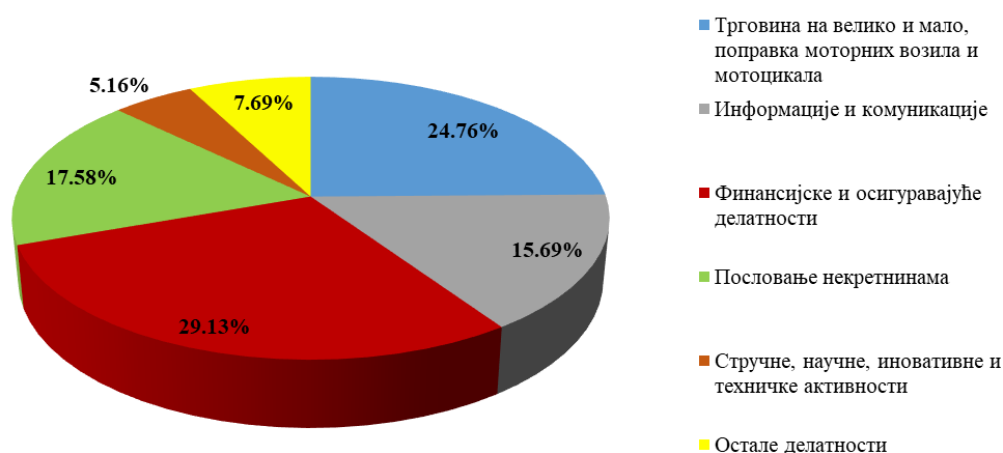
Извор: Аутор према подацима Развојне агенције Србије

Ако се посматра структура прилива СДИ у прерађивачкој индустрији у 2011. години највеће учешће је забележено у производњи прехранбених производа и производа од пића (34.94%). Најзначајније инвестиције у овој привредној делатности су *PepsiCo, Coca-Cola, Rauch, Nestlé, Carlsberg* и друге. Страни инвеститори се одлучују за улагање у прехранбену индустрију пре свега због приступа тржишту од 1.3 милијарде

купаца које је настало захваљујући Споразумима о слободној трговини које Србија има са Русијом и ЕУ (Развојна агенција Србије, 2019).

СДИ у дуванској индустрији су извршене путем процеса приватизације када је *Philip Morris International* купио Дуванску индустрију Ниш, *British American Tobacco* Дуванску индустрију Врање, а *Japan Tobacco International* Дуванску индустрију Сента. Значајна СДИ у Србији је и преузимање предузећа „Железара Смедерево“ од стране кинеске компаније „*Hebei Iron and Steel Group*“ при чему је већи део СДИ остварен кроз реинвестирану зараду и зајмове повезаним компанијама унутар предузећа (UNCTAD, 2018). Осим тога, значајна СДИ је и куповина „РТБ Бор“ од стране кинеске компаније „*Zijin Mining Group*“.

График 12. Структура прилива СДИ у укупном приливу терцијарног сектора Србије по делатностима, 2017. година



Извор: Аутори према подацима Народне банке Србије

Учешће прилива СДИ у производњи моторних возила, приколица и полуприколица у укупном приливу СДИ у прерађивачкој индустрији је веће у 2017. години (17.00%) у односу на 2011. годину (11.19%), а слична ситуација је и у производњи производа од гуме и пластике (15.37% у односу на 14.77%). Најзначајније СДИ у аутомобилској индустрији су *Fiat Chrysler Automobile (FCA)* која представља заједничко улагања Србије (33%) и *Fiat Group Automobiles* (67%), потом *Bacchis Osiride*, *Magneti Marelli*, *Yura Corporation*, *Tigar Tyres*, и *Cooper Tires*, при чему највише инвестиција у аутомобилској индустрији потиче из Италије, око 60% (Ђорђевић, 2015). Што се тиче аутомобилске индустрије, већина инвестиција су биле *greenfield* инвестиције (*Dytech Dynamics Fluid Technologies*, *NORMA Group*, *ContiTech Fluid*, *Bosch*, *Magna Seating* и друге). Поред тога значајно је улагање инвеститора из Уједињених Арапски Емирата, односно компаније *Eagle Hills* у изградњу Београда на води. Негативан прилив, односно одлив СДИ у производњи основних фармацеутских производа и препарата је забележен у 2011. години. У 2017. години учешће овог сектора у укупном приливу СДИ у прерађивачкој индустрији износило је 6.87%.

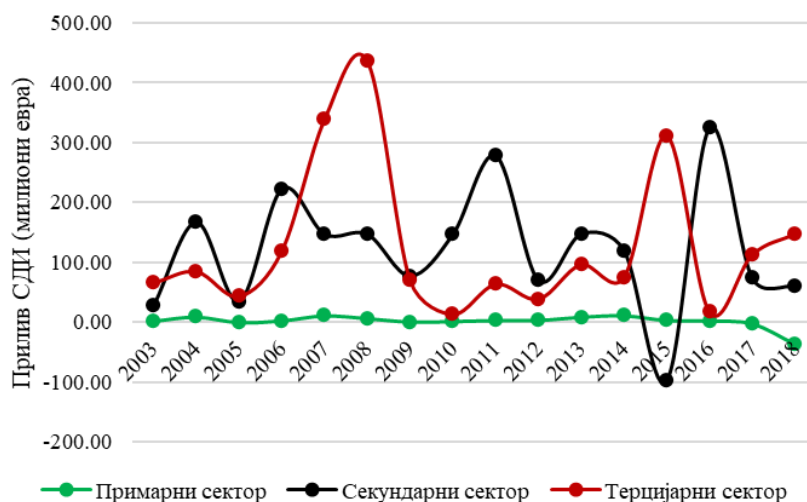
Најмањи прилив СДИ у терцијарном сектору је забележен у Србији у 2012. години (194.51 милион евра), док је највећи прилив СДИ у овом сектору забележен у 2006. години (3.41 милијарда евра). Уколико се посматра прилив СДИ у у терцијарном сектору по делатностима у 2017. години, учешће трговине на велико и мало, поправке

моторних возила и мотоцикала је износило 24.47% укупног прилива СДИ у овај сектор. Може се закључити да се структура СДИ у терцијарном сектору мења последњих година. Значајна је и инвестиција француске компаније “Vinci Aeroports” у аеродрому “Никола Тесла” у Београду.

Скоро три четвртине СДИ у Србију долази из држава чланица Европске уније, а инвеститори су највише заинтересовани за финансијски сектор, посебно банкарске услуге и услуге осигурања. У ове делатности је у периоду од 2006. до 2016. године инвестирано скоро 5 милијарди евра (Марић и Матић, 2018).

Уколико се посматра прилив СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Северне Македоније, уочљиво је да је најмањи прилив СДИ забележен у примарном сектору (График 13). Најмањи прилив у примарном сектору је забележен у 2017. години и износио је -2.93 милиона евра. Највећи прилив СДИ у овом сектору је забележен у 2014. години (10.67 милиона евра).

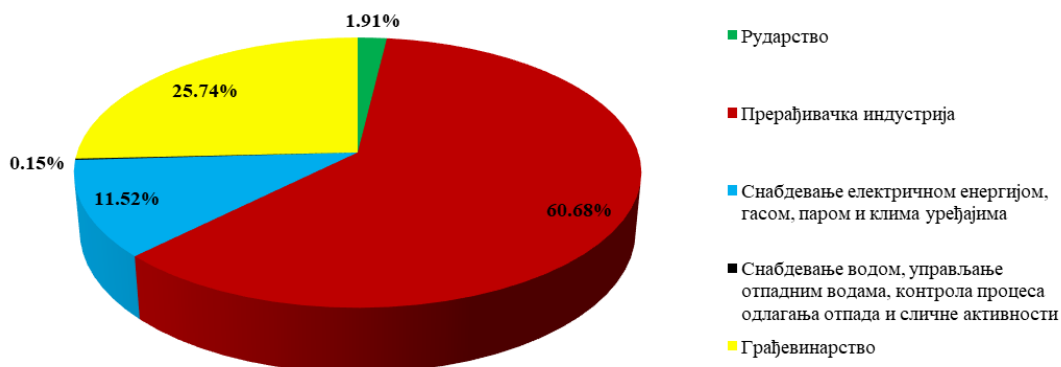
График 13. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Северне Македоније



Извор: Аутор према подацима Народне банке Северне Македоније

У примарном сектору је забележен негативан прилив, односно одлив СДИ у три године, односно у 2005, 2017. и 2018. години. Уколико се пореде приливи СДИ у секундарном и терцијарном сектору уочљиво је да је у више година забележен већи прилив СДИ у секундарном него у терцијарном сектору. Међутим, највећи прилив СДИ у посматраном периоду забележен је у терцијарном сектору у односу на остале секторе и то у 2008. години и износио је 435.55 милиона евра (График 13).

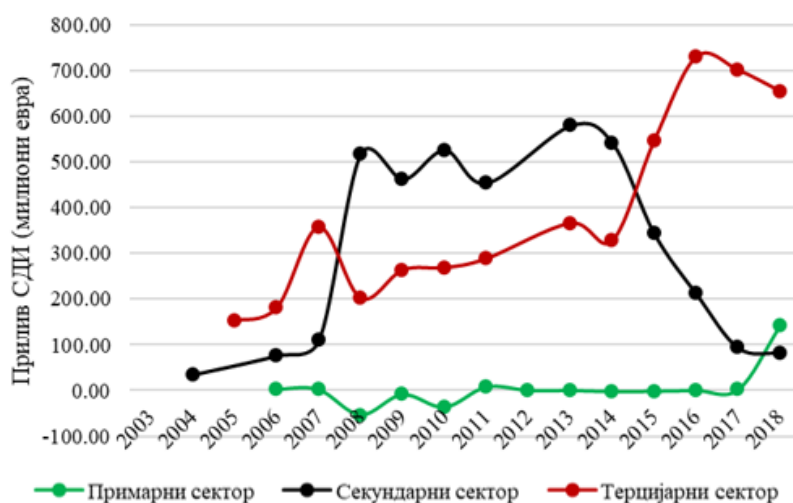
График 14. Структура прилива СДИ у укупном приливу секундарног сектора по делатностима, 2016. година



Извор: Аутор према подацима Народне банке Северне Македоније

Најмањи прилив СДИ у секундарном сектору износио је -98.03 милиона евра у 2015. години, док је највећи прилив СДИ у овом сектору забележен у 2016. години (324.56 милиона евра). Ако се посматра учешће појединачних делатности у приливу СДИ секундарног сектора у Северној Македонији у 2016. години када је забележен највећи прилив СДИ у овом сектору (График 14), уочљиво је да прерађивачка индустрија има највеће учешће (60.68%). Друга најбитнија делатност секундарног сектора у коју страни инвеститори улажу је грађевинарство које у 2016. години бележи учешће од 25.74%. У грађевинарству је у 2016. години дошло до пада учешћа СДИ у укупном приливу секундарног сектора у односу на претходну годину, док је у 2017. години забележен раст на 38.11% (График 14).

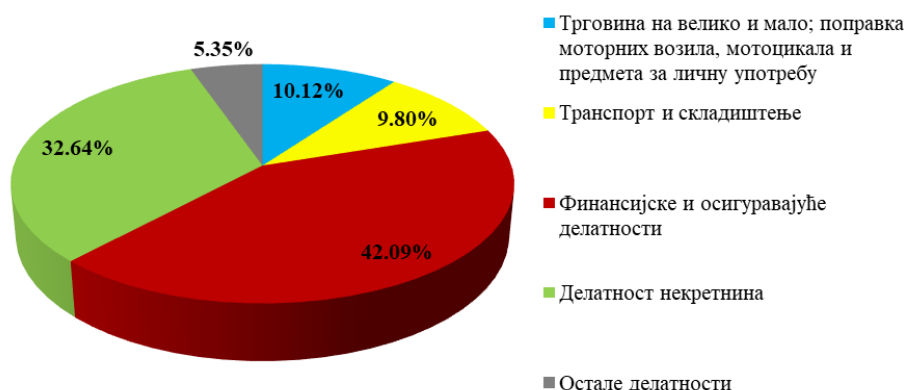
График 15. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Албаније



Извор: Аутор према подацима Народне банке Албаније

Најмањи прилив, односно одлив СДИ у примарном сектору Албаније је забележен у 2008. години (-54.02 милиона евра), док је највећи прилив забележен у 2018. години (142.78 милиона евра) (График 15).

График 16. Структура прилива СДИ по делатностима у укупном приливу СДИ терцијарног сектора Албаније у 2016. години



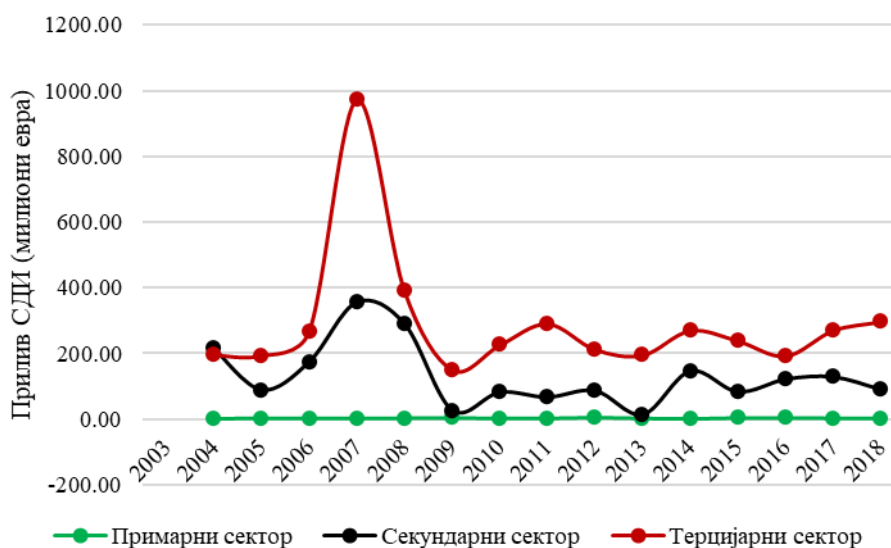
Извор: Аутор према подацима Народне банке Албаније

Најмањи прилив СДИ у секундарном сектору Албаније је забележен у 2004. години (35.26 милиона евра), док је највећи прилив забележен у 2013. години (579.24 милиона евра). Секундарни сектор бележи највећи прилив од 2008. до 2014. године, док у осталим годинама највећи привли СДИ је у терцијарном сектору Албаније. Најмањи прилив СДИ у терцијарном сектору Албаније је забележен у 2005. години (152.32 милиона евра), док је највећи прилив забележен у 2016. години (730.60 милиона евра). Финансијске и осигуравајуће делатности имају највеће учешће у укупном приливу терцијарног сектора Албаније у 2016. години (42.09%), следи делатност некретнина са учешћем од 32.64%, док остале делатности имају знатно мање учешће у укупном приливу СДИ у терцијарном сектору (График 16).

Босна и Херцеговина припада групи земаља у транзицији за чији економски раст је неопходан прилив СДИ. Према извештају *Heritage* фондације (2018) економија Босне и Херцеговине је покренута послератном реконструкцијом, при чему је трговина главни покретач економског раста, док је предузетничко окружење, још увек, једно од најнеразвијенијих у региону што утиче на развој приватног сектора. Осим тога, политичка ситуација у земљи утиче на спорије реформе, при чему бирократија, лоше законодавство и уситњеност тржишта негативно утичу на одлуке инвеститора везане за улагање у Босну и Херцеговину.

Ако се посматра прилив СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору, уочљиво је да је у Босни и Херцеговини најмањи прилив СДИ у примарном сектору забележен у 2014. години (-0.66 милиона евра), док је највећи прилив у овом сектору забележен у 2012. години (4.50 милион евра). Осим тога, најмањи прилив СДИ у секундарном сектору забележен је 2013. године и износио је 12.53 милиона евра, док је највећи прилив забележен 2007. године (356.73 милиона евра) (График 17). Захваљујући доброј репутацији и дугој индустријској традицији у Босни и Херцеговини, најзначајнији износ СДИ је уложен у сектор производње (34%) (Мандић, 2018).

График 17. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Босне и Херцеговине



Извор: Аутор у према подацима Централне банке Босне и Херцеговине

И у примарном и у секундарном сектору је забележен највећи прилив СДИ у 2007. години, а истовремено је у овој години забележен и највећи прилив СДИ у Босни и Херцеговини у периоду од 2003. до 2018. године, првенствено због процеса приватизације великих државних предузећа (Мандић, 2018). Посебно је битно и улагања Русије у Рафинерију нафте Босански Брод (167.74 милиона евра) и Рафинерију уља Модрича (78.49 милиона евра) које су реализоване продајом државног капитала. Ту је и улагање Аустрије у Фабрику цемента Лукавац у износу од 56.92 милиона евра која је реализовано путем докапитализације (Пејаковић, 2012).

Поред тога, уколико поредимо секторе, уочљиво је да је највећи прилив СДИ у свим годинама посматраног периода забележен у терцијарном сектору, осим у 2004. години када је забележен највећи прилив у секундарном сектору (215.97 милиона евра у секундарном сектору, 195.98 милиона евра у терцијарном сектору) (График 17). Најмањи прилив СДИ у свим годинама посматраног периода у Босни и Херцеговини је забележен у примарном сектору, у појединим годинама је чак забележен и негативан прилив у односу на претходне године, као што је случај у 2004. (-0.26 милиона евра) и у 2014. (-0.66 милиона евра).

Ако се посматра прилив СДИ у терцијарном сектору Босне и Херцеговине уочљиво је да је најмањи прилив забележен у 2009. години и износио је 150.42 милиона евра. Највећи прилив СДИ у терцијарном сектору је забележен у 2007. години (972.12 милиона евра) (График 17). Најзначајнија СДИ у овом сектору била је аустријска инвестиција, односно оснивање „Spakasse Bank“ д.д. Сарајево (26.78 милиона евра) (Дирекција за економско планирање Босне и Херцеговине, 2009). У овом периоду посебно треба истаћи и улагање Србије у Телекомуникације Републике Српске у износу од 642.6 милиона евра,

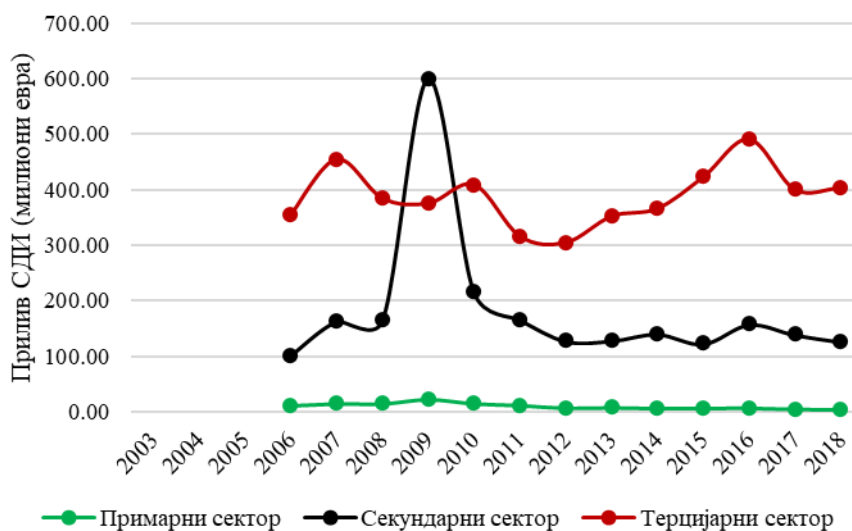
Досадашња страна улагања су усмерена у делатности производње (енергетика, хемикалије и хемијски производи), банкарства, телекомуникација, трговине, услуга,

посредовања некретнинама, финансијске услуге, туризам и транспорт (Мандић, 2018). Уколико се посматра последња година посматраног периода, односно 2018. година још увек је највеће интересовање инвеститора за улагање у терцијарни сектор, односно у област туризма, резиденцијална насеља и рекреационе објекте (посебно у Кантону Сарајево), али и у обновљиве изворе енергије (почетак изградње соларне електране (СФЕ Банчић Љубиње)) (Дирекција за економско планирање Босне и Херцеговине, 2017).

Црна Гора као једна од земаља ЈИЕ које се налази у процесу транзиције сусреће се са различитим утицајима са којима се срећу мале отворене економије као што су осетљивост на трендове у међународној економији и зависност домаћег тржишта од међународног тржишта, односно страних инвестиција (Министарство финансија Црне Горе, 2013).

Црна Гора је забележила највећи прилив СДИ у терцијарном сектору у свим годинама посматраног периода, осим у 2009. години када је забележен највећи прилив у секундарном сектору (599.20 милиона евра) (График 18). У периоду од 2006. до 2016. године није забележен негативан прилив СДИ ни у примарном, ни у секундарном, нити у терцијарном сектору у Црној Гори, при чему је најнижи прилив СДИ у свим годинама забележен у примарном сектору. Најмањи прилив СДИ у секундарном сектору Црне Горе је забележен у 2006. години (101.00 милиона евра). Највећи прилив у секундарном сектору Црне Горе забележен је у 2009. години (599.20 милиона евра) (График 18).

График 18. Кретање СДИ у примарном, секундарном и терцијарном сектору Црне Горе



Извор: Аутор према подацима Управе за статистику Црне Горе

Најмањи прилив СДИ у терцијарном сектору Црне Горе је забележен у 2012. години и износио је 303.70 милиона евра. Највећи прилив СДИ у терцијарном сектору је забележен у у 2016. години (490.30 милиона евра). Тренутно су највеће СДИ у сектору туризма, око трећина свих страних улагања. Најзначајније СДИ у овом сектору су изградња туристичких комплекса Порто Монтенегро, Порто Нови и Луштица Вау.

На основу наведених података о секторској дистрибуцији СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године, уочљиво је да је најмањи прилив СДИ у свим земљама забележн у примарном сектору, као и у случају секторске дистрибуције СДИ у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ. И у овој групи земаља највећи прилив СДИ је у терцијарни сектор, пре свега захваљујући инвестицијама у финансијске услуге и туризам, нарочито у случају Црне Горе. Estrin и Увалић (2014) наводе да су страни инвеститори највише улагали у неразмјенљиве услуге, пре свега у банкарство, телекомуникације, некретнине и трговину на велико и мало у овим земљама. Међутим, у одређеним земљама, као што су Албанија и Северна Македонија (2009-2014) доминантну улогу у приливу СДИ има секундарни сектор, а у Србији од 2014. године прилив СДИ у терцијарном и секундарном сектору је приближно исти. Највеће учешће у приливу СДИ у секундарном сектору има прерађивачка индустрија у којој је забележено значајно побољшање продуктивности и профитабилности у односу на претходне периоде. Ово је један од разлога за трансфер ресурса из индустријског сектора са малим компаративним предностима, ка индустријским секторима који могу имати компаративне предности у односу на конкурентније регионе, пре свега суседне балканске земље (Марјановић и Ђукић, 2020). Estrin и Увалић (2016) наводе да су СДИ у прерађивачку индустрију битна детерминанта економског раста и развоја и да му доприносе више него СДИ у сектор услуга. Сходно томе, креатори политика треба да развију и спроведу политике привлачења СДИ чији ће главни циљ бити привлачење већег обима СДИ у прерађивачку индустрију, како би се повећао економски раст ових земаља.

3. Динамика односа СДИ и економског раста у земљама Југоисточне Европе

3.1. Теоријска и емпиријска истраживања о односу СДИ и економског раста у земљама ЈИЕ

Последњих година СДИ су доспеле у центар пажње бројних истраживања која настоје да докажу могуће ефекте ових инвестиција на земљу домаћина. Одређена истраживања подржавају тезу да СДИ доприносе економском расту на тај начин што земља домаћин добија потребне финансијске ресурсе кроз прилив СДИ, као и неопходна знања и менаџерске вештине. Такође и напредније производне технологије се преносе из развијених земаља у земље у развоју, постају покретач развоја ових земаља, и појачавају конкуренцију на тржишту земље домаћина и сл. Поред тога, СДИ омогућавају земљи домаћину да учествује у процесу глобализације и да приступи светском тржишту. Bezuidenhout (2009) тврди да ако се правилно распореде, приливи СДИ могу позитивно да утичу на економски раст земље домаћина. Ниво до ког СДИ могу да буду корисне за економски раст земље примарно зависи од окружења (макроекономског, правног, институционалног и сл.) земље домаћина. Ако окружење земље домаћина није адекватно за СДИ, оне могу да буду деструктивне за земљу домаћина и да негативно утичу на економски раст.

Теоријско и емпиријско истраживање утицаја СДИ на економски раст је кључно за развијене, али и земље у развоју. Прилив СДИ је кључни елемент у обезбеђивању средстава за стварање стабилног и дугорочног економског раста. Прилив СДИ требало би да побољша конкурентску позицију земље домаћина, подстиче трансфер савремене технологије и пружа могућност домаћој економији да продаје своје производе на међународним тржиштима, позитивно утиче на развој међународне трговине, али је и важан извор капитала за земље које немају довољно сопствених средстава.

СДИ представљају један од најдинамичнијих ресурса за земље у развоју који може имати важну улогу у економском развоју земље домаћина, преношењем знања и модерних технологија, као и креирањем нових радних места. Ануанви (2012) сматра да повећање прилива СДИ може бити повезано са побољшањем економског раста због већег обима капитала и пореских прихода за земљу домаћина. Поред тога, СДИ могу резултирати преносом менаџерских вештина кроз обуку кадрова, доступност напреднијих технологија за домаћу економију и приступ ресурсима за истраживање и развој (UNCTAD, 2010). Привлачење СДИ добило је истакнуто место у стратегијама економског раста и развоја, посебно земаља ЈИЕ, које је подржано од стране међународног фактора.

Campos и Kinoshita (2002) су испитивали ефекте СДИ на економски раст 25 земаља у транзицији Централне и Источне Европе и бившег Совјетског Савеза у периоду од 1990. до 1998. године. Главни закључак овог истраживања указује да СДИ имају статистички значајан позитиван ефекат на економски раст сваке од посматраних земаља. Ktkoska (2002) проналази да су СДИ биле важан извор финансирања у земљама Центране и Источне Европе у првој деценији транзиције, јер су биле супститути домаћем капиталу.

Mencinger (2003) утврђује негативну везу између СДИ и економског раст у земљама Централне и Источне Европе. Ову тврдњу објашњава чињеницом да је главни модел уласка страних компанија у земљу домаћина приватизација и на тај начин елиминисање домаћих компанија које не могу да буду конкуренти страним предузећима. У претходним поглављима је указано на чињеницу да је и у земљама ЈИЕ главни облик уласка СДИ био приватизација. Према резултатима истраживања, СДИ су допринеле економском расту 5 од посматраних 11 земаља (Mencinger, 2003).

Станишић (2008) анализира ефекте СДИ на економски раст земаља у транзицији Југоисточне Европе (Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарска, Хрватска, Македонија, Румунија, Србија и Црна Гора). Резултати не показују позитивну корелацију између прилива СДИ и економског раста. У анализи су коришћени подаци за СДИ са заостатком од једне године у односу на податке за економски раст. Други модел коришћен у овом истраживању уместо прилива укупних СДИ користи прилив СДИ по глави становника. Резултати анализе овог модела указују да не постоји статистички значајна веза између прилива СДИ по глави становника и економског раста, као и у случају прилива СДИ изражених у процентима БДП. Миловановић (2009) наводи да емпиријске студије показују да 1% пораста СДИ у земљама у транзицији доводе до повећања БДП по глави становника од 0.8%.

Мехић и други (2014) испитују утицај СДИ на економски раст земаља у транзицији Југоисточне Европе. У анализу је укључено 7 земаља у периоду 1998-2007. године, док је за анализу панел података коришћена Prais-Winsten регресиона анализа.

Резултати ове анализе показују да постоји статистички значајан позитиван ефекат СДИ на економски раст. Melnyk и сар. (2014) су испитивали утицај СДИ на економски раст 26 посткомунистичких транзиционих економија у периоду од 1998. до 2010. године користећи панел регресиону анализу, односно модел са случајним ефектом. Према резултатима њиховог истраживања постоји значајан утицај СДИ на економски раст земље домаћина (мерен стопом раста БДП). Повећање СДИ за 1% доводи до повећања од 0.014% БДП, што указује да СДИ позитивно утичу на економски раст земаља у транзицији.

Несторовић (2015) се бавила истраживањем доприноса СДИ економском расту земаља у транзицији у периоду од 2001. до 2011. године. У анализу је укључено 16 земаља у транзицији (Албанија, Азербејџан, Белорусија, Босна и Херцеговина, Бугарска, Хрватска, Чешка, Мађарска, Македонија, Пољска, Румунија, Русија, Србија, Словенија, Таџикистан и Украјина), а за анализу економетријског модела је коришћена панел регресиона анализа. Резултати овог истраживања су показали да СДИ не утичу значајно на економски раст мерен стопом раста БДП у посматраним земљама.

Saglam (2017) испитује утицај СДИ на економски раст 14 европских земаља у транзицији користећи панел регресиону анализу у периоду од 1995. до 2014. године. Стопа раст БДП је коришћена као мера економског раста и зависна варијабла, док је прилив СДИ изражен у процентима БДП коришћен као независна варијабла. Према резултатима истраживања СДИ негативно утичу на економски раст посматраних земаља. Поред тога, резултати показују да у Албанији, Летонији, Румунији и Словенији СДИ имају позитиван утицај на економски раст, док је супротан случај у Бугарској, Босни и Херцеговини, Македонији и Словачкој.

Радуловић (2019) испитује ефекти које СДИ имају на економски раст земаља ЈИЕ у дугом и кратком року. Применом *ARDL* модела је утврђено да у дугом року не постоји статистички значајан утицај СДИ на економски раст земаља ЈИЕ. Даље су испитивани ефекти СДИ на економски раст земаља ЈИЕ у кратком року и резултати *ARDL* модела су показали да у кратком року постоји повезаност између ових варијабли и да је утицај СДИ на економски раст у овом року позитиван.

Mamuti и Ganic (2019) су испитивали да ли СДИ утичу на економски раст и стопу запослености у **Албанији, Северној Македонији и Босни и Херцеговини** у периоду од 2005. до 2015. године применом вишеструке регресије. Резултати су показали СДИ имају статистички значајан утицај на економски раст у овим земљама, осим у случају Босне и Херцеговине где је утврђено да СДИ немају статистички значајан утицај на економски раст. Гардашевић (2013) је испитивала утицај СДИ на економски раст **Црне Горе**. Резултати линеарне регресије су показали да ће се БДП повећати просечно за 0.02%, ако се СДИ повећају за 1%.

Nistor (2014) је испитивао повезаност између СДИ и економског раста **Румуније** и утврдио је да СДИ имају позитивне ефекте на БДП. Sarbu и Carp (2014) су такође испитивали утицај СДИ на економски раст Румуније и такође су утврдили позитиван утицај СДИ на економски раст Румуније у период од 2000. до 2013. године. Moraru (2013) је такође утврдила позитивне ефекте између СДИ и економског раста Румуније. Ciobanu (2009) је испитивала утицај СДИ на економски раст Румуније користећи *ARDL* приступ. Резултати су показали да су стране директне инвестиције главна детерминанта економског раста у дугом року у Румунији. Ludoșean (2012) је истраживала повезаност

СДИ и економског раста у Румунији применом *VAR* (*vector autoregressive*) метода користећи податке од 1991. до 2009. године. Резултати истраживања су показали да обим СДИ не покреће раст, али да је економски раст важна детерминанта привлачења СДИ у Румунију. Pelinescu и Radulesku (2009) су испитивали да ли постоји повезаност СДИ и економског раста у Румунији у периоду од 2001. до 2009. године применом *VAR* (*vector autoregressive*) метода и закључили су да СДИ имају позитивне ефекте на економски раст Румуније у посматраном периоду.

Dritsaki и Stiakakis (2014) су испитивали утицај СДИ на економски раст **Хрватске** у периоду од 1994. до 2012. године применом *ARDL* модела и модела са корекцијом равнотежне грешке (*Vector Error Correction Model*). Резултати истраживања су показали да постоји статистички значајна веза између СДИ и економског раста у дугом и кратком року. Škare, Franc-Dąbrowska и Cvek (2020) су испитивали повезаност између СДИ и економског раста у Хрватској у периоду од 2002. до 2017. године применом коинтеграционе анализе и модела са корекцијом равнотежне грешке (*Vector Error Correction Model*). На основу резултата истраживања, аутори закључују да СДИ не утичу на БДП, запосленост и извоз због лошег макроекономског управљања, корупције и неефикасне структуре СДИ. Bilas (2020) је испитивала повезаност између СДИ и економског раста у Хрватској у периоду од 2000. до 2019. године применом *ARDL* модела и Грејнцеровог и Јохансеновог теста коинтеграције. Резултати три коинтеграциона теста показали су да не постоји дугорочни равнотежни однос између СДИ и стопе раста БДП. Даље, резултати истраживања су показали да не постоји статистички значајан утицај СДИ на стопу раста БДП у Хрватској у посматраном периоду.

Dritsaki, Dritsaki и Adamopoulos (2004) су испитивали да ли постоји узрочна веза између СДИ, трговине и економског раста у **Грчкој** у периоду од 1960. до 2002. године применом Грејнцеровог теста узрочности (*Granger Causality Test*). Резултати су показали да постоји узрочна веза између СДИ и економског раста, али да је та веза једносмерна од СДИ ка економском расту. Stamatiou и Dritsakis (2014) су истраживали утицај СДИ на незапосленост и економски раст у периоду од 1970. до 2012. године применом *ARDL* и *ECM-ARDL* модела. Резултати су показали да постоји повезаност између варијабли у дугом року. Резултати Грејнцеровог теста узрочности (*Granger Causality Test*) су показали јаку једносмерну узрочност између економског раста и СДИ од економског раста ка СДИ. Georgantopoulos и Tsamis (2012) су испитивали повезаност економског раста и СДИ у Грчкој од 1970. до 2009. године применом Јохансеновог теста коинтеграције и Грејнцеровог теста узрочности (*Granger Causality Test*). Резултати теста коинтеграције сугеришу постојање дугорочне равнотежне везе између СДИ и економског раста. Ово показује да прилив страног капитала узрокује економски раст и да би адекватни порески подстицаји, квалитет инфраструктуре и људски капитал, могли би да гарантују прилив страних инвестиција у будућности у Грчкој (Georgantopoulos и Tsamis, 2012)

Парежанин, Једнак и Крагуљ (2016) су анализирали утицај СДИ на привредни раст **Србије** посебно испитујући ове ефекте у периоду пре светске економске кризе (2000-2007) и период након почетка економске кризе (2008-2014). Резултати истраживања су показали да постоји јака и статистички значајна корелације између СДИ и економског раста у периоду од 2000. до 2007. године. Резултати су такође показали да не постоји статистички значајна корелација између СДИ и економског раста у периоду након почетка економске кризе (2008-2014). Стојановић (2018) је такође испитивала

ефекте СДИ на економски раст у периоду од 1998. до 2016. године. Резултати истраживања су показали да СДИ и извоз имају позитивне ефекте на економски раст. Кастратовић (2016) је испитивао утицај СДИ на привредни развој Србије у периоду од 1997. до 2014. године применом простице линеарне регресије. Резултати су показали да СДИ имају позитиван утицај на економски раст Србије. Стефановић, Радовић-Марковић и Ђириловић (2009) су испитивали однос СДИ и економског раста Србије у периоду након 2000. године и утврдили су позитиван однос између обима и структуре СДИ и привредног раста Србије. Осим тога, утврдили су на је прилив СДИ допринео успостављању макроекономске стабилности. Васа и Ангелоска (2020) су испитивали корелацију између СДИ и економског раста Србије у периоду од 2007. до 2018. године и закључили су да постоји статистички значајна позитивна корелација између прилива СДИ и економског раста. Милојевић, Игњатијевић и Ђорђевић (2016) су анализирали факторе повезане са СДИ који утичу на економски раст Србије у периоду од 2001. до 2011. године применом регресионе анализе. Према резултатима овог истраживања СДИ имају негативан утицај на економски раст Србије у посматраном периоду, па прилив СДИ не може да обезбеди дугорочни економски раст Србији.

Сакерри, Мухарреми и Мадани (2020) су испитивали повезаност СДИ и економског раста у **Албанији** у периоду од 2002. до 2017. године применом модела са корекцијом равнотежне грешке (*Vector Error Correction Model*). Резултати су показали да СДИ имају позитиван утицај на БДП, односно да повећање СДИ од 1% са заостајањем од једног периода доводи до повећања БДП за 4.35%. Golitsis, Avdiu и Szamosi (2018) су испитивали повезаност између СДИ и економског раста у Албанији у периоду од 1996. до 2014. године применом модела са корекцијом равнотежне грешке (*Vector Error Correction Model*). Резултати су показали да не постоји веза између СДИ и економског раста у Албанији у посматраном периоду. Нуса и Нодо (2016) су такође истраживали повезаност између СДИ и економског раста у Албанији од 1991. до 2012. године. Према резултатима истраживања постоји веза између СДИ и БДП у дугом року. Hobbs, Paparas и AboElsoud (2021) су се бавили испитивањем утицаја СДИ на економски раст у Албанији. Резултати су показали да постоји дугорочна повезаност између СДИ и економског раста.

Шушић, Стојановић-Тривановић и Шушић (2017) испитују ефекте СДИ на економски раст **Босне и Херцеговине** применом регресионе и корелационе анализе. Коефицијент корелације је показао да постоји слаба позитивна веза између СДИ и економског раста. Резултати регресионе анализе су показали да повећање СДИ од 1 милиона евра, доводи до повећања БДП у вредности од 1.583 милиона евра. Шушић (2018) је испитивао значај и утицај СДИ на економски раст Босне и Херцеговине. Коефицијент корелације показује слабу позитивну корелацију између СДИ и БДП. Резултати линеарне регресионе анализе су показали да повећање СДИ од 1 милион евра, доводи до повећања БДП у вредности од 2.586 милиона евра.

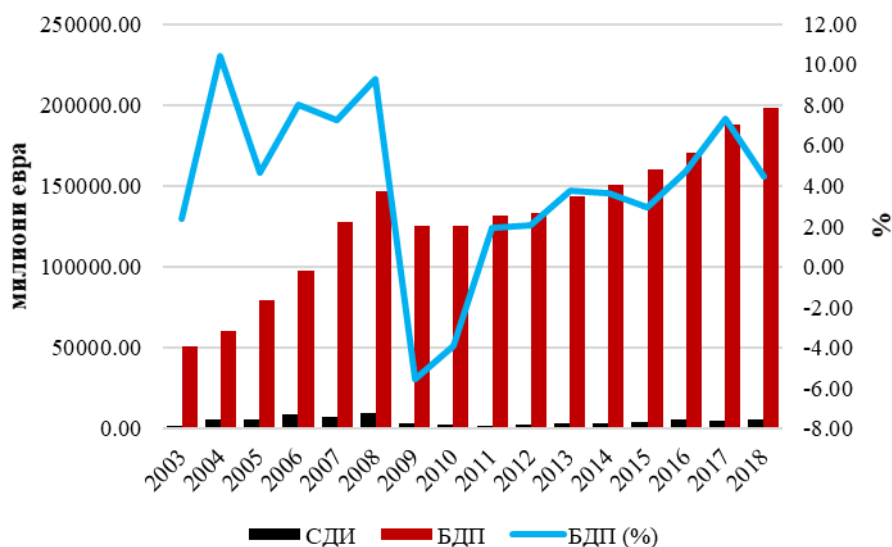
Резултати наведених истраживања су показали да у емпиријској литератури не постоји консензус о утицају СДИ на економски раст у земљама ЈИЕ. Резултати истраживања нису јединствени и зависе од различитих фактора као што су коришћена методологија истраживања, период истраживања и многих других фактора. У наредном поглављу ће бити детаљније испитан однос између СДИ и економског раста у земљама ЈИЕ у периоду од 2003. до 2018. године.

3.2. СДИ и економски раст у земљама ЈИЕ

Међу многим економским факторима који подстичу економски раст и развој једне земље СДИ имају битну улогу. СДИ представљају један од кључних фактора развоја многих економија, посебно економија земаља у транзицији. Прилив страног капитала у облику СДИ значајно се повећао у земљама у развоју последњих деценија испуњавајући растуће захтеве за инвестицијама у овим земљама како би се убрзао њихов економски раст и омогућила макроекономска стабилност. Сходно томе, у овом делу докторске дисертације биће представљен економски раст и СДИ у земљама ЈИЕ.

Карактеристично за стопе раста БДП Румуније у посматраном периоду је да су забележене само две негативне стопе раста и то у 2009. години што је истовремено и најнижа стопа раста БДП у посматраном периоду, и у 2010. години. Осим тога, од 2011. до 2017. године стопе раста БДП Румуније се повећавају (График 19). Највећа стопа раста БДП Румуније у посматраном периоду је 10.40 и односи се на 2004. годину. Најмања вредност БДП Румуније је 51.11 милијарди евра и односи се на 2003. годину, док је највећа вредност БДП 198.03 милијарди евра и односи се на 2018. годину. За економски опоравак у 2011. години значајно је заслужан сектор индустрије, извоза и пољопривреде (Moraru, 2013).

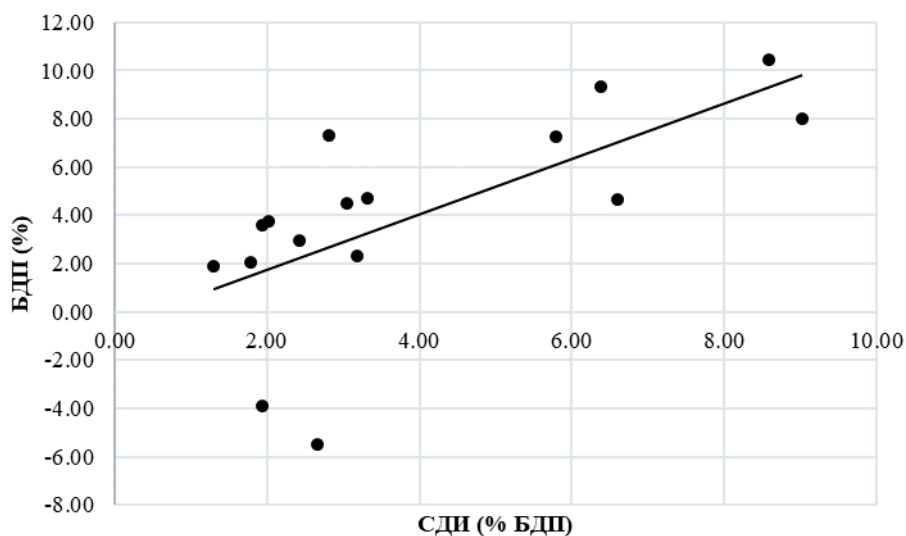
График 19. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Румунији, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Народне банке Румуније

Ако се посматра однос учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП у Румунији, уочљиво је да је њихов однос позитиван, односно да је са растом учешћа СДИ дошло до раста стопе БДП и обрнуто (График 20).

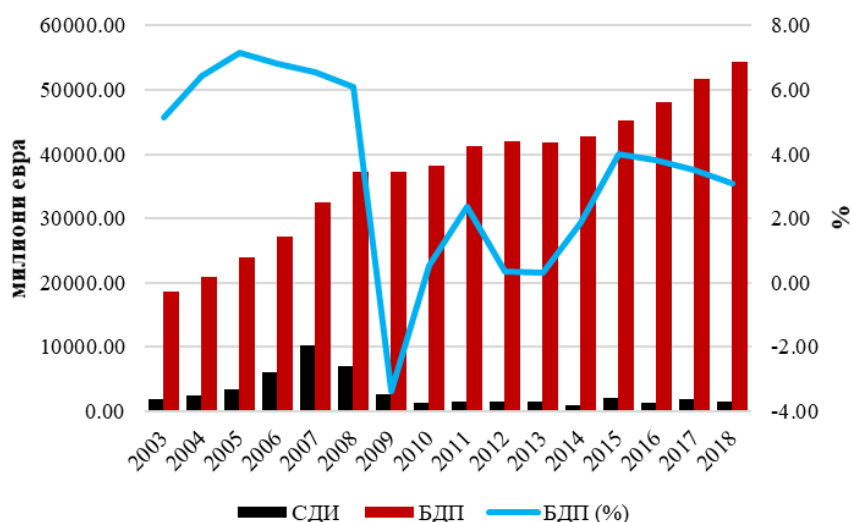
График 20. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Румунији



Извор: Аутор према подацима Народне банке Румуније

У годинама пре светске економске кризе, **Бугарска** је имала један од највећих удела СДИ у БДП међу државама чланицама ЕУ, достигавши ниво око 22-23%. То говори о значајној зависности економије Бугарске од страних инвеститора. Најмањи БДП у Бугарској је забележен на почетку посматраног периода (приближно 20 милијарди евра у 2003. години), док је највећи износ БДП забележен у 2018. години (око 55 милијарди евра). БДП има тренд раста од 2013. године (График 21). Ако се посматра стопа раста БДП, само у 2009. години је забележена негативна стопа раста БДП. У периоду од 2013. до 2015. године бележи се повећање стопе раста БДП. Од 2007. до 2014. године забележен је пад прилива СДИ. Највећи прилив СДИ је забележен у 2007. години (око милијарду евра). Подстицајне мере у оквиру ИПА програма у посматраном периоду усмерене су пре свега на привлачење великих инвеститора, са мањим нагласком на малим и средњим предузећима.

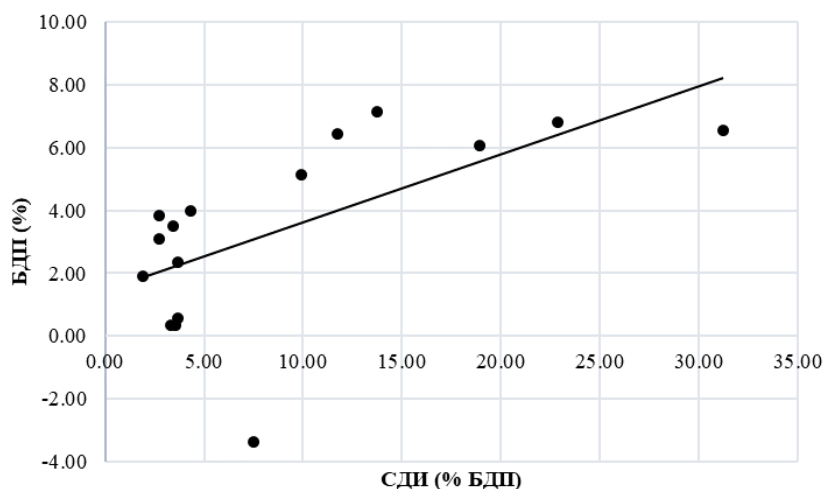
График 21. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Бугарској, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Народне банке Бугарске

Учешће СДИ у БДП и стопа раста БДП имају позитиван однос (График 22). То показује да се са повећањем учешћа СДИ у БДП повећава и стопа раста БДП у Бугарској.

График 22. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Бугарској

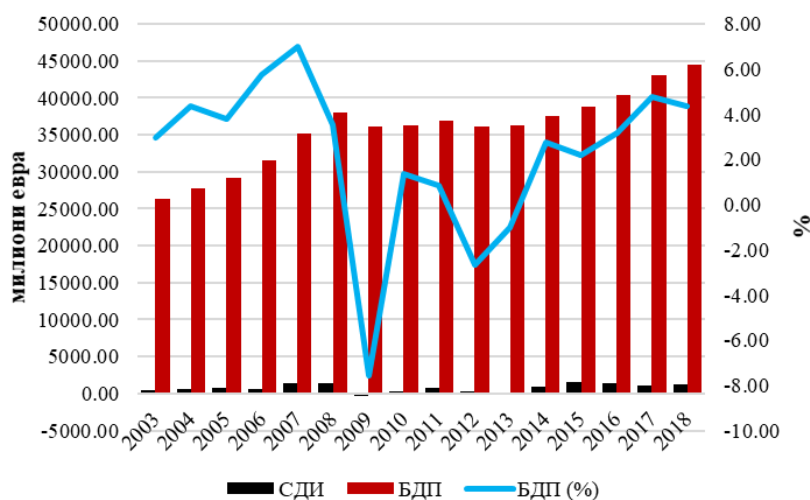


Извор: Аутор према подацима Народне банке Бугарске

Након почетка светске економске кризе, када су страни инвеститори почели да повлаче свој капитал из Бугарске, економски развој се нагло успорио, а учешће СДИ у БДП у 2012. години било је само око 4%. Упркос томе, у периоду од 2003. до 2018. године уочљив је позитиван однос између прилива СДИ и стопе раста БДП (График 22).

Стопа раста БДП **Словеније** константно расте од 2015. до 2018. године. Најмања стопа раста БДП у Словенији је забележена у 2009. години, а негативне стопе раста су забележене и у 2012. и 2013. години (График 23). Највећа стопа раста је забележена у 2007. години и износила је 6.90. Најмања вредност БДП је забележена у 2003. години (26.30 милијарди евра), док је највећа вредност забележена у 2018. години (44.40 милијарде евра).

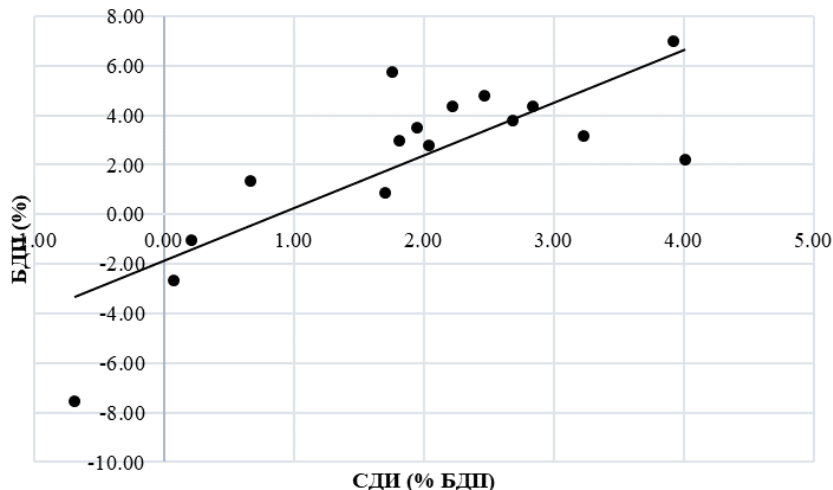
График 23. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Словенији, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Банке Словеније

Ако се посматра стопа раста БДП и учешћа СДИ у БДП, учљиво је да имају позитиван однос у посматраном периоду, односно да се са повећањем учешћа СДИ у БДП повећавала стопа раста БДП у Словенији (График 24).

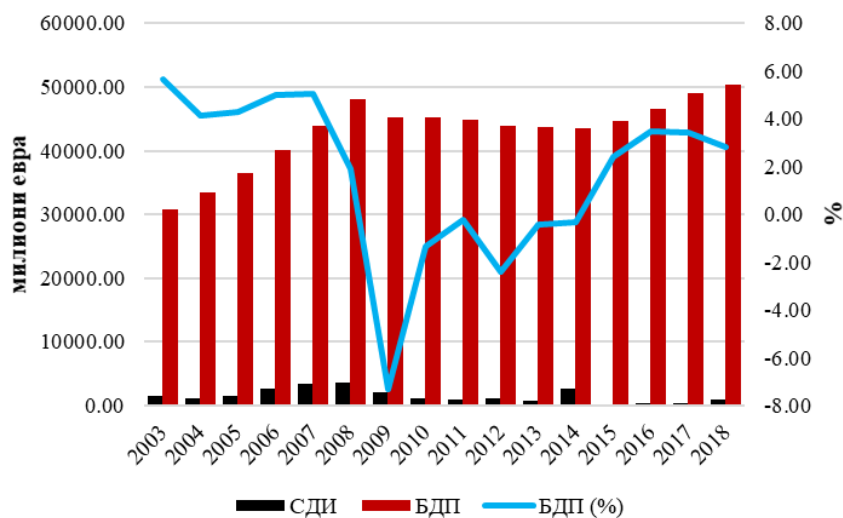
График 24. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Словенији



Извор: Аутор према подацима Банке Словеније

На Графику 25 су приказане стопе раста БДП у **Хрватској** у периоду од 2003. до 2018. године. Најнижа стопа раста БДП у Хрватској је забележена у 2009. години и износила је -7.30, док је највиша стопа раста БДП забележена у 2003. години и износила је 5.60. У периоду од 2009. до 2014. године у Хрватској су забележене негативне стопе раста БДП, а узрок томе може да буде преливање ефеката светске економске кризе на економију ове земље. Такође, у периоду пре 2008. године забележене су веће стопе раста БДП него након овог периода (График 25). Најмања вредност БДП у Хрватској је 30.71 милијарди евра (2003. година), док је највећа вредност 50.33 милијарди евра (2018. година).

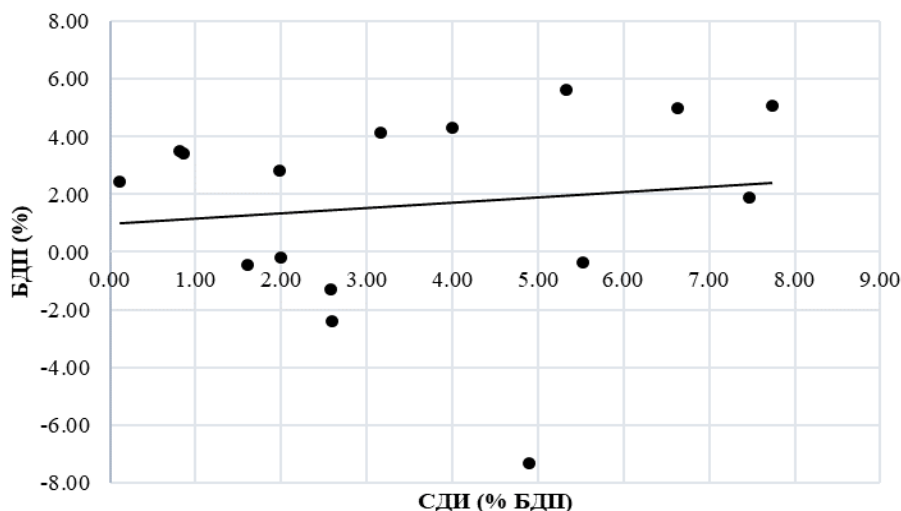
График 25. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Хрватској, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Народне банке Хрватске

Учешће СДИ у БДП и стопа раста БДП у Хрватској имају позитиван однос (График 26). То значи да се са повећањем учешћа СДИ у БДП, стопа раста БДП у Хрватској повећавала, с тим да је овај однос мање изражен у поређењу са напред поменутиим земљама.

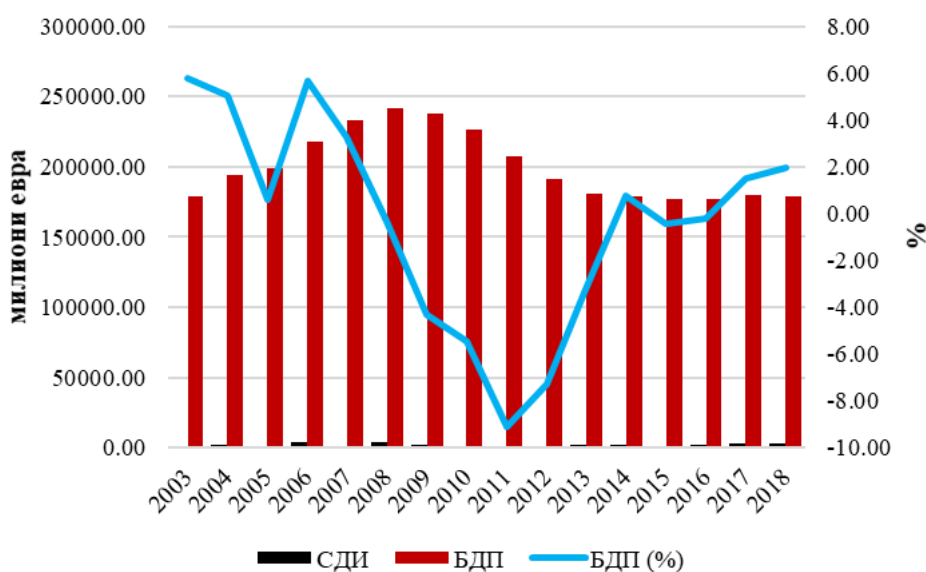
График 26. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Хрватској



Извор: Аутор према подацима Народне банке Хрватске

Уочљиве су и негативне стопе раста БДП у **Грчкој** у периоду од 2008. до 2013. године, као и у 2015. и 2016. години (График 27). Минимална стопа раста БДП Грчке забележена је у 2011. години, док је максимална стопа раста забележена у 2003. години. Најмања вредност БДП Грчке у посматраном периоду је 176.49 милијарди евра (2016. година), док је највећа вредност 241.99 милијарди евра (2008. година).

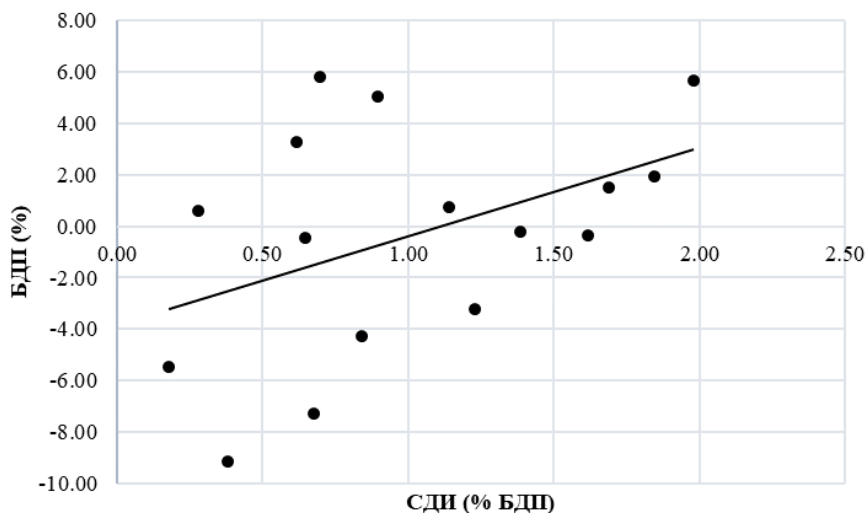
График 27. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Грчкој, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Народне банке Грчке

Учешће СДИ у БДП и стопа раста БДП у Грчкој имају позитиван однос, што значи да се са повећањем учешћа СДИ у БДП Грчке, стопа економског раста БДП повећава и обрнуто (График 28).

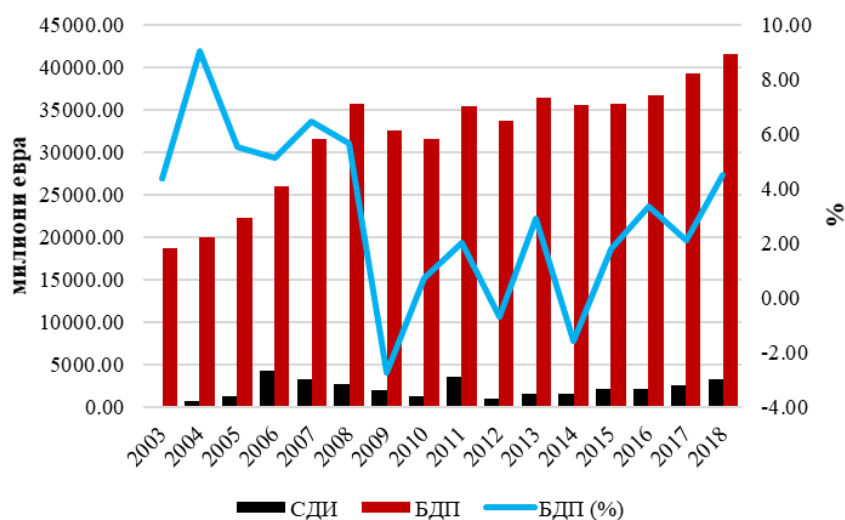
График 28. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Грчкој



Извор: Аутор према подацима Народне банке Грчке

Раст БДП по стопи од 4.50% у 2018. години у **Србији** је задовољавајући. Према подацима Народне банке Србије (2019), мере фискалне и структурне консолидације које се спроводе према захтевима Међународног монетарног фонда створиле су позитивно окружење за СДИ које бележе раст у последње три године (График 29).

График 29. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Србији, 2003-2018. година

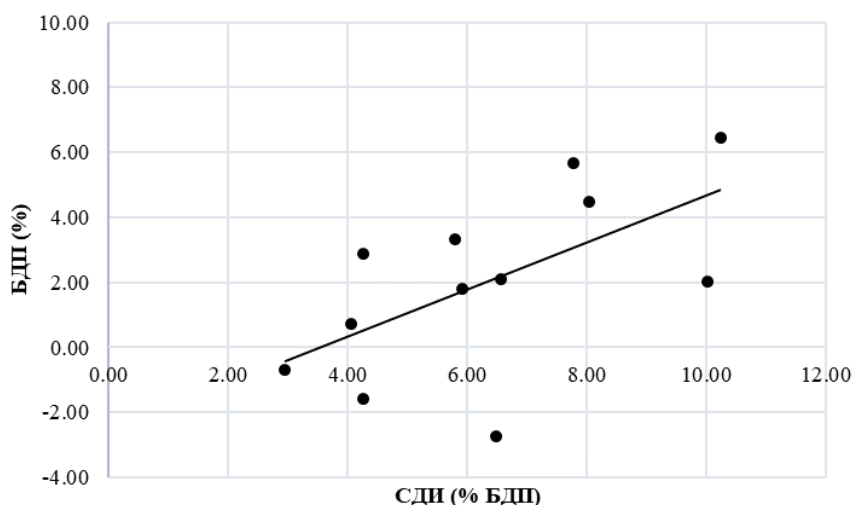


Извор: Аутор према подацима Народне банке Србије

Најмања стопа раста у посматраном периоду је -2.70 и односи се на 2009. годину. Осим ове негативне стопе раста БДП у Србији су у посматраном периоду забележене још две негативне стопе раста: -0.70 у 2012. години и -1.60 у 2014. години (График 29).

Најмањи БДП Србије је забележен 2003. години (18.78 милијарди евра), док је максимална вредност БДП у посматраном периоду била 41.52 милијарди (2018. година).

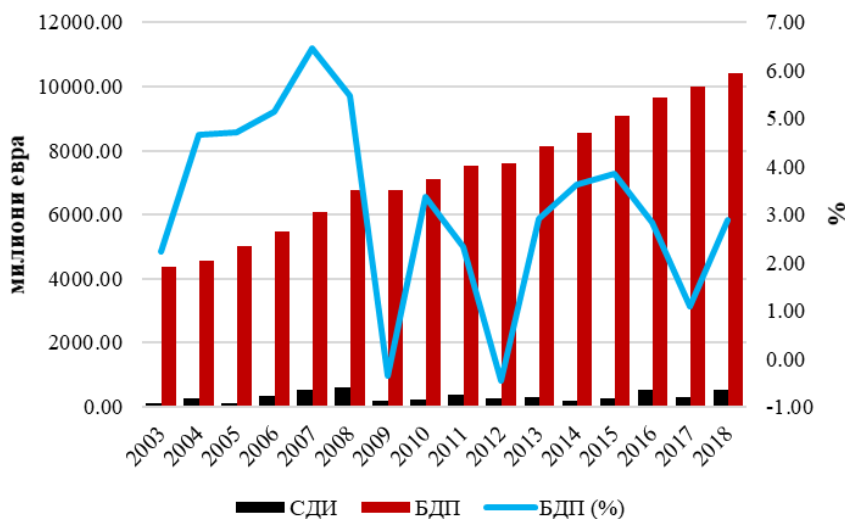
График 30. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) Србије



Извор: Аутор према подацима Народне банке Србије

График 30 показује позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП у Србији у посматраном периоду, односно са повећањем учешћа СДИ у БДП повећавао и економски раст Србије.

График 31. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Северној Македонији, 2003-2018. година



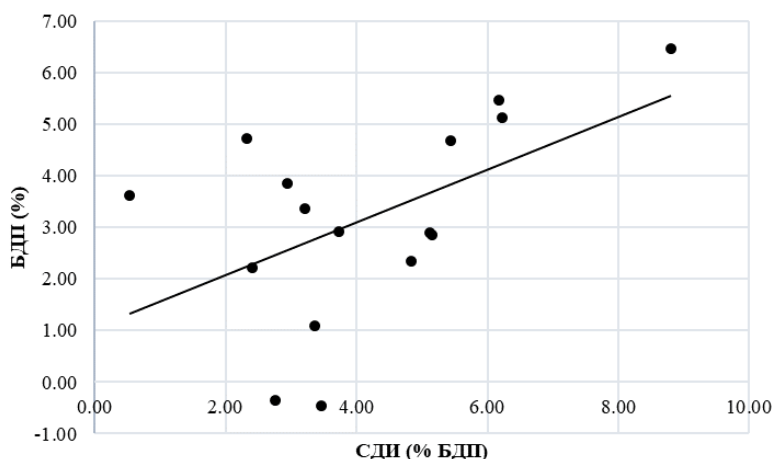
Извор: Аутор према подацима Централне банке Северне Македоније

Најнижа вредност БДП у **Северној Македонији** је забележена у 2003. години (4.39 милијарди евра), а највећа у 2018. години (10.40 милијарди евра). Најмања стопа раста БДП у овом периоду износи -0.50 (2012. година) и то је поред негативне стопе раста из 2009. године (-0.40) једина забележена негативна стопа раста БДП Северне Македоније у посматраном периоду. Највећа стопа раста БДП је забележена у 2007.

години (6.50) (График 31). Од 2015. године стопа раста БДП Северне Македоније се смањује. Разлоге за овакве промене стопе раста БДП треба тражити у политичкој нестабилности Северне Македоније која је резултирала и економском нестабилношћу.

График 32 приказује позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и економског раста Северне Македоније што нам указује да прилив СДИ доприноси побољшању економског раста ове земље.

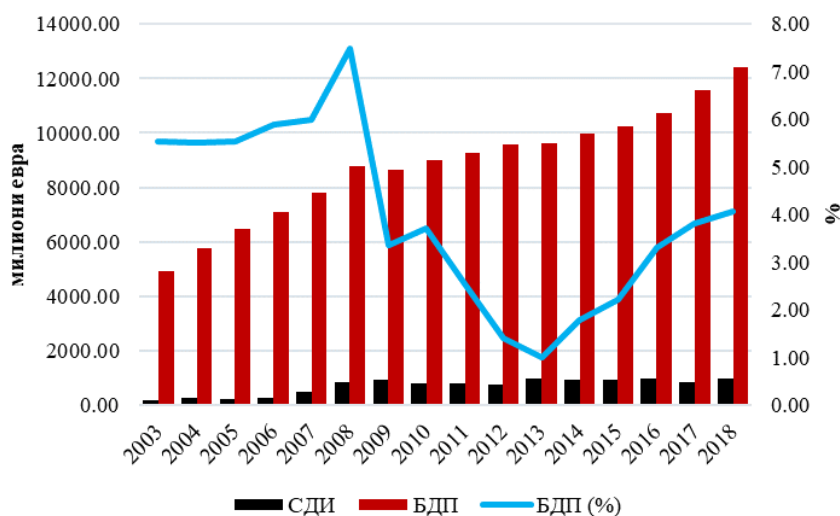
График 32. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Северној Македонији



Извор: Аутор према подацима Централне банке Северне Македоније

БДП Албаније у периоду од 2003. до 2018. године се креће од 4.9 милијарди евра до 12.4 милијарди евра. Просечна стопа раста БДП у посматраном периоду износи око 4%, при чему у овом периоду није забележена негативна стопа раста БДП. Најмања стопа раста БДП је била у 2013. години (око 1%), а највећа стопа раста у 2008. години (око 7.4%). Интересантно је да је Албанија забележила највећу стопу раста у периоду светске економске кризе, а у овом периоду су забележени и велики приливи СДИ (860 милиона евра, односно 9.68% БДП) (График 33).

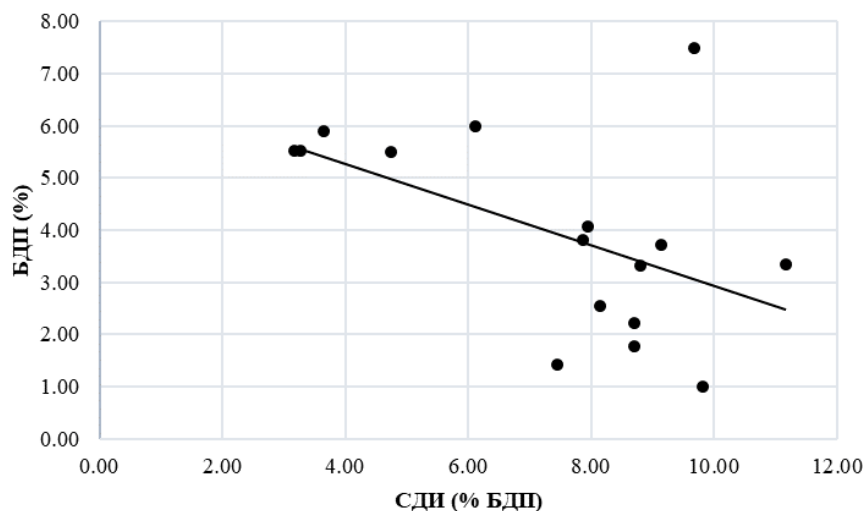
График 33. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Албанији, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Националне банке Албаније

Уколико се посматра стопа раста БДП и учешће СДИ у БДП, уочљиво је да оне имају негативан однос, односно да са повећањем учешћа СДИ у БДП долази до смањења стопе раста БДП (График 34). Овакав однос између СДИ и стопе раста БДП одступа од оног што преовладава код већине земаља овог региона.

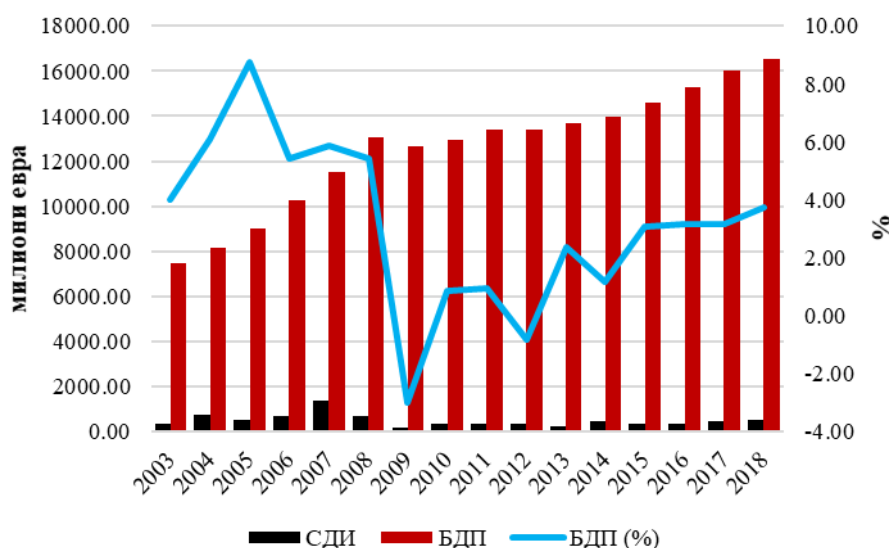
График 34. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Албанији



Извор: Аутор према подацима Националне банке Албаније

Насупрот претходној анализи, Нуса и Нодо (2016) су испитивали ефекти СДИ на економски раст Албаније, применом приступа коинтеграције за кварталне податке од 1991. до 2012. и утврдили су постојање дугорочне везе раста БДП и учешћа СДИ у БДП.

График 35. СДИ, БДП и стопа раста БДП у Босни и Херцеговини. 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Централне банке Босне и Херцеговине

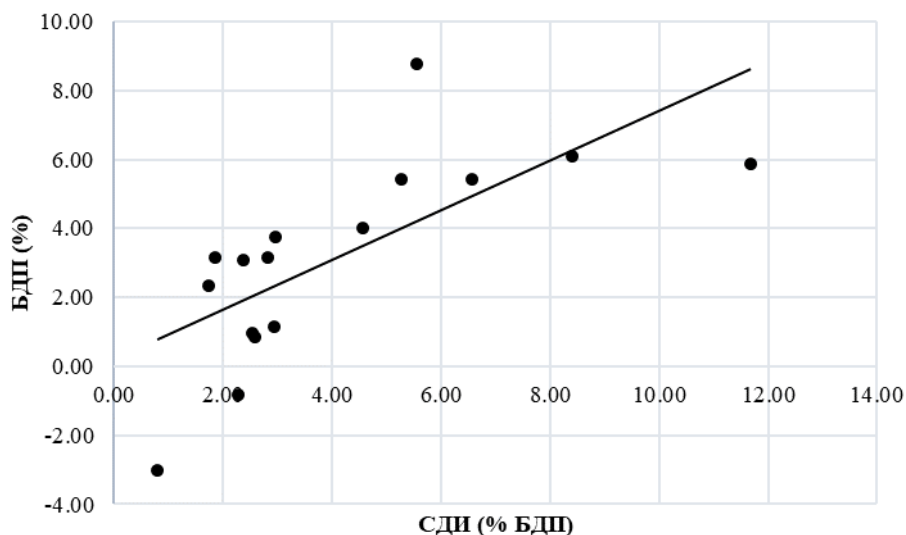
Просечна стопа раста БДП у Босни и Херцеговини у посматраном периоду износила је 3.09, и креће се у распону од -3.10 у 2009. години до 8.76 у 2005. години.

Уочљиво је да БДП у посматраном периоду има само два пута негативне стопе раста, у 2009. и 2012. години (-0.80). Осим тога, последње четири године посматраног периода стопе раста БДП су изнад 3.00% (График 35). Према подацима Дирекције за економско планирање Босне и Херцеговине у 2017. години стопа економског раста у Босни и Херцеговини била је изнад просека стопе економског раста за земље Западног Балкана и државе чланице ЕУ. У Босни и Херцеговини је у стопа економског раста у 2017. години износила 3.20, док је просек земаља Западног Балкана био 2.50, а ЕУ 2.40.

Најмањи БДП у посматраном периоду је износио 7.49 милијарди евра (2003. година), а највећи БДП је износио 16.05 милијарди евра (2018. година) (График 35). Међународна трговина представља главни извор економског раста Босне и Херцеговине, при чему је битно истаћи да економија има високи трговински дефицит који узрокује значајан дефицит текућег рачуна платног биланса што је и карактеристично и за остале економије у транзицији. Значајно повећање прилива СДИ могло би да буде најважнији инструмент у финансирању целокупног дефицита платног биланса (İgün и Coskun, 2009).

График 36 приказује стопе раста БДП и учешће СДИ у БДП у Босни и Херцеговини у периоду од 2003. до 2018. године. Уочљиво је да учешће СДИ у БДП и стопа раста БДП имају позитиван однос, односно да са повећањем учешћа СДИ у БДП долази до повећања стопе раста БДП и обрнуто. То даље значи да прилив СДИ може да има позитивне ефекте на економски раст Босне и Херцеговине. Најмањи прилив СДИ у Босни и Херцеговини је износио 0.78% БДП, док је највећи прилив износио 11.67% БДП.

График 36. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Босни и Херцеговини



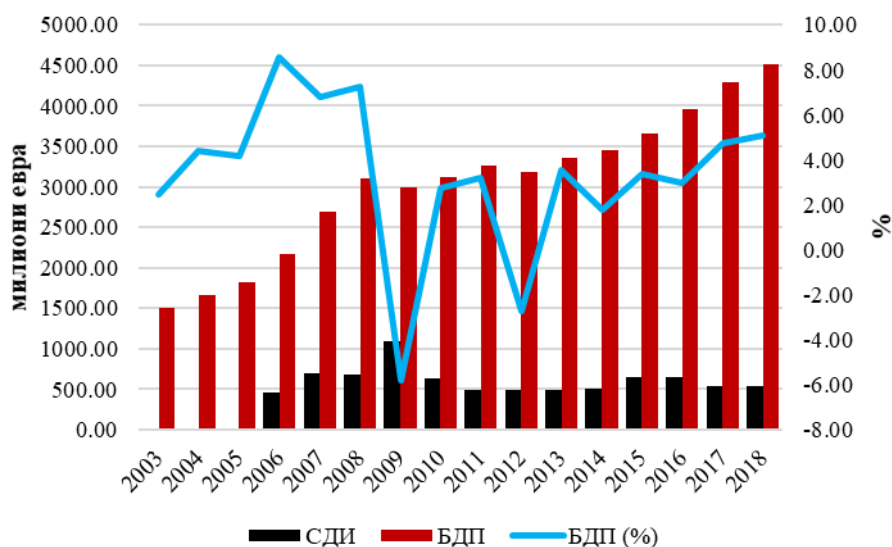
Извор: Аутор према подацима Централне банке Босне и Херцеговине

Црна Гора као једна од земаља ЈИЕ која се налази у процесу транзиције сусреће се са различитим утицајима са којима се среће већина малих отворених економија као што су снажан економски раст након преласка на тржишни начин привређивања, осетљивост на трендове у међународној економији и зависност домаћег тржишта од међународног тржишта и страних инвестиција (Министарство финансија Црне Горе, 2013).

На Графику 37 су приказане стопе раста БДП Црне Горе у периоду од 2003. до 2018. године, а уочљиво је да је најмања забележена стопа раста БДП у 2009. години (-5.80). Узрок најниже стопе раста БДП у овој години може да буде преливање светке економске кризе на тржиште Црне Горе. Пре светске економске кризе, Црна Гора је бележила убрзан економски раст, првенствено заснован на великом приливу СДИ чији је највећи прилив био у терцијарном сектору. Економски опоравак Црне Горе након светске економске кризе је вођен туризмом, малопродајом, информационим и комуникационом технологијама и другим делатностима терцијарног сектора, али и растом пољопривредне производње (Министарство финансија Црне Горе, 2013). Највећа стопа раста БДП је забележена у 2006. години.

Такође треба истаћи да Црна Гора има негативне стопе раста само у две године (2009. и 2012. година). Ако се посматра вредност БДП у посматраном периоду, најмања вредност је забележена у 2003. години (1.51 милијарди евра), а највећа вредност у 2018. години (4.51 милијарди евра). Економски раст Црне Горе је првенствено резултат повећања домаће потражње што је резултирало повећањем запослености и расположивог дохотка, али је и резултат инвестирања у области саобраћаја и туризма и енергетски сектор (Влада Црне Горе, 2018). Најмањи прилив СДИ у посматраном периоду изражен у процентима БДП је био у 2016. години, а највећи у 2009. години (37.27% БДП). У Црној Гори долази до повећања БДП, али и до смањења прилива СДИ у посматраном периоду.

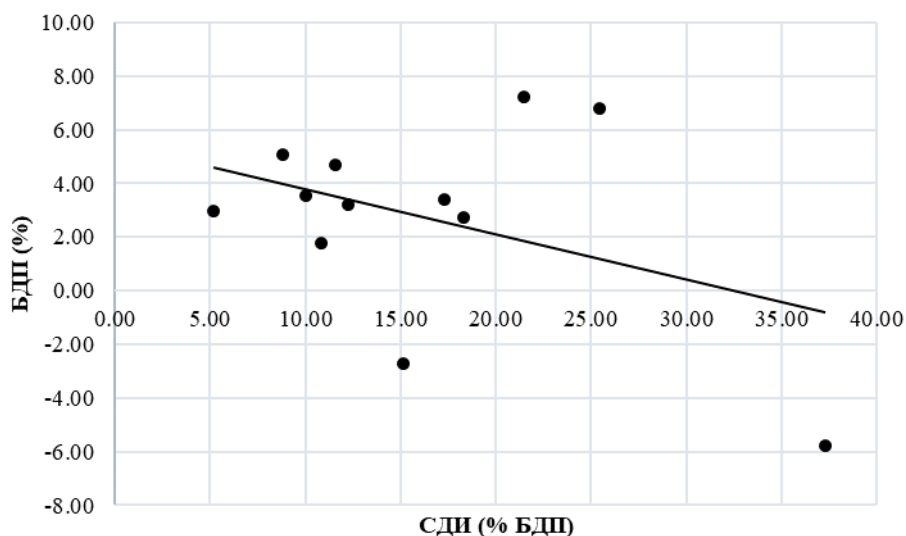
График 37. СДИ, БДП и стопа раста БДП Црне Горе, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Централне банке Црне Горе

Упркос економском расту који Црна Гора остварује, уочљив је негативан однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП у Црној Гори што значи да се са повећањем учешћа СДИ у БДП, стопа раста БДП смањује (График 38). Ова ситуација је слична оној која постоји у Албанији.

График 38. Стопа раста БДП и СДИ (% БДП) у Црне Горе



Извор: Аутор према подацима Централне банке Црне Горе

На основу свега наведеног може се закључити да у већини земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ постоји позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП (Босна и Херцеговина, Северна Македонија и Србија), док је у осталим земљама овај однос негативан (Албанија и Црна Гора). У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ постоји позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП. Од посматраних земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ, најмањи БДП у посматраном периоду је забележен у Црној Гори, а највећи у Србији. У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, најмањи БДП је забележен у Словенији, а највећи у Грчкој. Све напред изнето указује на то да без обзира на то колико је нека земља развијена или да ли припада ЕУ, веза између прилива СДИ и економског раста је позитивна.



III ДЕО
ПРОЦЕНА ТРЖИШНЕ МОЋИ КОМПАНИЈА



1. Теоријски аспекти проучавања тржишне моћи

Одређивање тржишне моћи како на националном тако и на међународном тржишту је једно од главних питања којима се бави индустријска организација. Сходно томе, у овом поглављу пажња ће бити усмерена на теоријске аспекте проучавања тржишне моћи.

У економској теорији, понашање фирми се анализира у оквиру четири тржишне структуре, а то су:

- савршена конкуренција,
- монопол,
- монополистичка конкуренција и
- олигопол.

На савршено конкурентном тржишту, предузеће нема моћ да утиче на тржиште, а одлуке предузећа су одређене од стране самог тржишта. На тржишту монопола, тржишна моћ предузећа је потпуна, јер нема конкурента приликом доношења стратешких одлука. Савршена конкуренција и монопол сматрају се граничним и ретко присутним тржиштима. У реалности предузећа углавном послују на тржишту монополистичке конкуренције и олигопола. У монополистичкој конкуренцији постоји много продаваца, а главна разлика између фирми је диференцијација производа (Bresnahan, 1989). С друге стране, тржиште олигопола је тржиште на коме мало предузећа са значајним тржишним учешћем производе стандардизоване или диференциране производе, а истовремено баријере за улазак су високе. Монополистичка конкуренција и олигополи ће бити детаљније објашњени у четвртом делу докторске дисертације.

Табела 5. Тржишне структуре и тржишна моћ

	Савршена конкуренција	Монополистичка конкуренција	Олигопол	Монопол
Број предузећа	Велики број	Много	Неколико	Једно
Баријере уласка	Не постоје	Ниске	Високе	Високе
Тржишна моћ (контрола цена)	Не постоји	Мала	Значајна	Значајна
Тип производа	Стандардизован	Диференциран	Стандардизован/ диференциран	Јединствен

Извор: Костић (2013)

Тржишна моћ се дефинише као способност предузећа да у дужем року на неком тржишту профитабилно повећају цену и то изнад граничних трошкова, односно конкурентне цене (Костић, 2013). Концептом тржишне моћи може се управљати у много различитих димензија и на њега могу утицати многи фактори. Главни фактори који утичу на тржишну моћ су:

- диференцијација производа,
- удео на тржишту и
- баријере за улазак на тржиште.

Тржишну моћ дефинишу два елемента: гранични трошак или цена на конкурентном тржишту и монополска цена (Радивојевић, 2013). У савршеној конкуренцији ниједно предузеће нема тржишну моћ, јер не може да одређује цене, па би стога тржишна цена била једнака маргиналном трошку. Супротно томе, постојао би висок степен тржишне моћи када компанија са монополским положајем слободно одређује цену изнад граничног трошка и остварује неочекивано велики профит. На тржишту олигопола све компаније би имале одређени степен тржишне моћи, јер би све могле да утичу на цене. Тржишна моћ омогућава предузећу које је поседује да оствари изванредне користи повећањем цене производа или услуге изнад његових граничних трошкова (Carlton и Perloff, 2015).

Тржишна моћ је директна функција интензитета конкуренције са којом се компанија суочава. Процена тржишне моћи обично се врши у два корака:

1. идентификација конкурентских фирми,
2. процена ефеката конкурентских притисака, остварених интеракцијом конкурентата идентификованих у првом кораку, као и потенцијалног уласка нових предузећа.

Дефинисање релевантног тржишта је основа за идентификовање конкурентата на њему, као и за сагледавање интензитета интеракције између њих. Да би се израчунала тржишна моћ предузећа, потребно је прво утврдити на којем се тржишту врши та моћ, односно потребно је да се утврди релевантно тржиште. Релевантно тржиште је ограничено производом на који се односи (релевантно тржиште производа) и географским подручјем које покрива (релевантно географско тржиште). Након одређивања релевантног тржишта може се проценити моћ коју компанија има и њен однос према конкуренцији.

2. Дефинисање релевантног тржишта

2.1. Појам и значај релевантног тржишта

Идентификовање тржишта је неопходан корак у израчунавању тржишних удела и приступу другим информацијама које ће се користити у анализи конкуренције на тржишту. Поред тога, дефиниција тржишта помаже у одређивању тржишне структуре, што омогућава агенцијама за заштиту конкуренције да добију тачну слику о конкурентском понашању предузећа.

Термин *релевантно тржиште* је први пут употребљен у пресуди Врховног суда САД из 1948. године¹. У овој пресуди Врховни суд идентификује потешкоће у успостављању правила за идентификовање области или производа који су међусобно конкурентни, па је неопходно дефинисање релевантног тржишта. У САД дефинисање

¹ United States v. Columbia Steel Co, 334 U.S. 495 (1948), <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/334/495/>

релевантног тржишта почиње од анализе економске заменљивости производа мерене кроз појам тржишне моћи и повезана је са могућношћу рестриктивног понашања компанија. Према овом приступу, релевантно тржиште се дефинише као најмањи контекст (скуп производа, географско подручје) у оквиру којег је могуће, стварање значајног степена тржишне моћи, при чему се узимају у обзир постојеће супституцијске могућности.

Ако је релевантно тржиште идентификовано тако да постоје могућности замене које не дозвољавају значајну тржишну моћ, чак и велики тржишни удео, не говори о недостатку конкуренције, јер могућност рестриктивних понашања учесника на тржишту је смањена, чак и без разматрања могућности уласка на тржиште нових конкурената (OECD, 2014).

Ако релевантно тржиште није најмањи контекст у оквиру којег је могућа значајна тржишна моћ, постоји ризик да се анализом тржишних услова превиди ризик рестриктивног понашања у ужим областима од идентификованог тржишта. На пример, тржиште телефонских услуга је идентификовано као релевантно тржиште, али су могућности замене између различитих услуга такве да је могуће злоупотребити доминантан положај који се односи само на услуге мобилне телефоније (OECD, 2014).

Према Општем суду ЕУ, „концепт релевантног тржишта заправо имплицира да може постојати ефективна конкуренција између производа или услуга који чине његов део и то претпоставља да постоји довољан степен заменљивости између свих производа или услуга који чине део истог тржишта у погледу специфичне употребе таквих производа или услуга [...]. Заменљивост или супституција се не оцењује само у односу на објективне карактеристике производа и услуга о којима је реч, већ се морају узети у обзир и услови конкуренције и структура понуде и потражње на тржишту [...]“ (Eben и Robertson, 2021). Слика 4 приказује концепт релевантног тржишта.

Слика 4. Концепт релевантног тржишта



Извор: Аутор према Лабус (2008) и Костић (2013)

Развојем законодавства у области заштите конкуренције и дефиниције релевантног тржишта су се мењале и прилагођавале како би се дошло до адекватне, транспаренте и функционалне дефиниције која ће бити ефикасна при дефинисању и еволуацији тржишта. Према *OECD* Комитету за право и политику конкуренције дефинисање релевантног тржишта подразумева описивање контекста у којем је могуће неко економски штетно понашање. Релевантно тржиште се дефинише контекстом у којем су могући споразуми који укључују суштинска ограничења конкуренције, злоупотребе доминантног положаја и спајања која доводе до стварања или јачања доминантног положаја (*OECD*, 2014).

Лабус (2008) сматра да је релевантно тржиште кључни концепт од кога зависи читава практична примена правила о заштити конкуренције. Према Обавештењу Европске комисије о дефиницији релевантног тржишта² ((97/С 372/03) дефинисање тржишта представља алат за идентификовање и дефинисање конкурентских ограничења са којима се компаније суочавају и служи за успостављање оквира у коме Комисија примењује политику конкуренције. Према овој дефиницији концепт релевантног тржишта разликује се од дефиниција тржишта које се често користе у другим контекстима. Тако компаније често користе појам тржиште да би означиле област у којој продају своје производе или услуге или да идентификују индустрију или сектор коме припадају. Према Закону ЕУ о конкуренцији релевантно тржиште је алат који се користи за анализу антиконкурентских споразума (члан 101. Уговора о функционисању Европске уније), злоупотребе доминантног положаја (члан 102) и спајања (Уредба о спајању ЕУ) (Eben и Robertson, 2021).

Werden (1992) наводи да је најсвеобухватнија дефиниција релевантног тржишта дата у Смерницама за хоризонталне интеграције САД где је антимонополско тржиште дефинисано као производ (или линија производа) и географско подручје где се производи продају. Лабус (2008) сматра да релевантно тржиште мора да буде одређено према врсти производа који се на њему продају (релевантно тржиште производа) и ограничено простором на коме се ти производи купују или продају (релевантно географско тржиште). Костић (2018) дефинише релевантно тржиште као простор на коме се сучељава конкуренција, а који мора да буде дефинисан са аспеката асортимана (производа или услуга) и са аспекта подручја на коме се тај асортиман нуди. Према томе, у наредним поглављима докторске дисертације биће детаљније објашњено релевантно тржиште производа и релевантно географско тржиште.

2.1.1. Релевантно тржиште производа

Релевантно тржиште производа представља скуп роба, односно услуга које потрошачи и други корисници сматрају заменљивим у погледу њиховог својства, уобичајене намене и цене (Закон о заштити конкуренције Републике Србије, Сл. Гласник РС бр. 51/2009 и 95/2013). Лабус (2008) дефинише релевантно тржиште производа као скуп производа који су потрошачима заменљиви под прихватљивим условима на основу својих својстава, цене и уобичајене намене.

² https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A31997Y1209%2801%29#ntr2-C_1997372EN.01000501-E0002

Кључно за дефинисање релевантног тржишта производа је заменљивост производа или степен спремности потрошача да пређу са једног производа на други. Да би се утврдили производи или услуге који чине јединствено тржиште производа, неопходно је знати које производе потрошач може заменити. Ова врста заменљивости позната је као заменљивост на страни тражње. Друга врста заменљивости производа која се такође користи за анализу тржишта производа назива се заменљивост на страни понуде. Заменљивост на страни понуде се састоји од спремности произвођача да замени производњу производа у корист новог.

Компанија која производи производ или услугу за које постоји широк спектар добара или услуга које могу да их замене имаће велики притисак конкуренције на тржишту. Према томе, ако произвођач тог производа или услуге одлучи да повећа цену својих производа или услуга, потрошачи ће престати да купују и замениће га јефтинијим, који такође задовољава исту потребу. На пример, на тржишту алкохолних пића послују две компаније, компанија А и компанија Б. Алкохолно пиће компаније А има другачији укус од алкохолног пића компаније Б, али се дешава да када компанија А одлучи да повећа цену свог производа, продаја алкохолног пића се смањи, јер значајан број потрошача престаје да купује производ компаније А и почиње да купује производ компаније Б. Овакво понашање потрошача открива да су оба производа заменљива и да су део истог тржишта производа. Када дође до супституције изазване растом цена једног производа за други производ, постојаће заменљивост, па ће ти производи чинити јединствено тржиште производа (Fishwick, 1993). Ако не би било заменљивости између производа који би првобитно куповали потрошачи и неког другог, наизглед заменљивог производа, онда та два производа не би припадала истом релевантном тржишту производа.

Заменљивост на страни понуде повезана је са чињеницом да је могућ улазак нових конкурената са производима који задовољавају исту потребу потрошача онда када дође до раста цене неког производа. Као и код заменљивости на страни тражње, код заменљивости на страни понуде је циљ да се утврди да ли постоји притисак конкуренције на произвођача одређеног производа, али у овом случају би евентуални притисак била претња уласка нових конкурената на тржиште.

Ове ситуације се дешавају када компаније пласирају на тржиште широк спектар квалитета или врста истог производа. Када се за одређеног потрошача или групу крајњих потрошача различити квалитети не могу заменити, они ће се груписати на исто тржиште производа ако већина добављача може да понуди и прода различите квалитете одмах и без значајног повећања цена и трошкова. Исто важи и за различите врсте производа. Заменљивост на страни понуде је релевантан фактор и ако промена производње не захтева велике трошкове, онда се заменљивост понуде може сматрати прихватљивом, у супротном није прихватљива.

ОЕСД (2014) сматра да узимање у обзир заменљивости на страни понуде у сврху идентификације тржишних удела је од суштинског значаја само тамо где, према закону, прекорачење унапред одређених тржишних удела подразумева претпоставку о остваривању доминантног положаја. У овом случају је потребно покушати да се у фази дефинисања тржишта узму у обзир сви фактори који утичу на утврђивање тржишне моћи

2.1.2. Релевантно географско тржиште

Релевантно географско тржиште представља територију на којој учесници на тржишту учествују у понуди или потражњи и на којој постоје исти или слични услови конкуренције, а који се битно разликују од услова конкуренције на суседним територијама (Закон о заштити конкуренције Републике Србије, Сл. Гласник РС бр. 51/2009 и 95/2013). Европска Комисија³ дефинише релевантно географско тржиште као област у којој су предузећа укључена у понуду и потражњу производа или услуга, у којој су услови конкуренције довољно хомогени и могу се разликовати од услова конкуренције на суседним подручјима.

Одређивање релевантног географског тржишта је од велике важности јер служи за ограничавање групе предузећа која врши конкурентски притисак на понашање одређеног предузећа. Као и при одређивању релевантног тржишта производа, заменљивост на страни тражње и заменљивост на страни понуде користе се за дефинисање релевантног географског тржишта.

Код заменљивости на страни тражње релевантног географског тржишта посматра се каква је спремност потрошача да пређу са коришћења производа или услуга једног произвођача на производе или услуге другог произвођача, који се налази на другом географском подручју, као одговор на мало, али значајно и трајно повећање цена производа. Ако се закључи да ће доћи до замене производа или услуга, производима или услугама са друге територије онда ће те две територије заједно конституисати заокружено релевантно географско тржиште.

Постоје и други елементи које би требало узети у обзир да би се открило да ли група предузећа чини јединствено релевантно географско тржиште као што су цене, локације потенцијалних конкурената, услови приступа дистрибутивним каналима, трошкови успостављања дистрибутивне мреже, постојање различитих регулаторних препрека, прописи, квоте или царине које ограничавају трговину или производњу, технички стандарди, транспортни трошкови и слично (Zhang, Hartarska и Malikov, 2020). Ови елементи могу диференцирати једно географско тржиште од другог, показујући недостатак хомогености између њих и чинећи их одвијеним тржиштима.

Заменљивост на страни понуде повезана је са спремношћу потрошача да конзумирају производе који још увек нису произведени од потенцијалних конкурената, али који би их брзо произвели и ставили на располагање потрошачима. То значи да би потенцијални конкуренти, који се налазе изван посматраног географског подручја, били спремни да своје производе испоручују на анализирано географско подручје. Постоји неколико врста препрека које могу ометати постојање конкуренције у овом погледу као што су пре свега транспортни трошкови и прописи везани за пласман производа. Тек након анализе свих ових фактора може се утврдити релевантно географско тржиште.

³ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31997Y1209\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31997Y1209(01))

2.2. Методе и проблеми утврђивања димензија релевантног тржишта

За одређивање граница релевантног тржишта користе се разне методе, технике и тестови. У овом одељку биће приказане следеће методе за утврђивање димензија релевантног тржишта:

- тест хипотетичког монополисте (тест малог али трајног повећања цена - *SSNIP* тест),
- ценовна корелација,
- анализа критичног губитка и
- „Елзинга-Хогарти“ тест.

2.2.1. Тест хипотетичког монополисте

Тест хипотетичког монополисте, односно тест малог али трајног повећања цена (*SSNIP* тест) је прво користило америчко Министарство правде у својим смерницама о хоризонталним спајањима из 1982. године. Тест хипотетичког монополисте је квантитативна метода која се такође често користи у ЕУ. Претпоставка на којој се заснива овај тест састоји се у потврђивању постојања релевантног тржишта када хипотетички монополиста може повећати свој профит наметањем малог (5% до 10%), али трајног повећања цена (Mandrescu, 2018).

Тест хипотетичког монополисте мери реакције купаца суочене са малим, али трајним растом цена од 5 или 10%. У тесту, који оцењује релевантно тржиште производа кроз замену на страни тражње, ако купци теже да купе производ Б уместо производа А суочени са малим, али трајним растом цена, производи А и Б се сматрају делом истог тржишту.

Ако би хипотетички монополиста био у стању да оствари профитабилно, мало али трајно повећање цене неког производа од 5% до 10%, онда би тај производ самостално конституисао релевантно тржиште производа. У супротном то не би био случај. Тада би и алтернативни производ, који спречава профитабилно повећање цена, био део истог релевантног тржишта производа. Произилази да би у том случају оба производа била међусобно заменљиви под прихватљивим условима и чинила би део истог тржишта (Sharma, 2011).

Међутим, упркос оваквој ситуацији, ако је повећање цена исплативо за монополску фирму, сматра се да производи других предузећа не стварају значајан конкурентски притисак и налазе се ван релевантног тржишта производа. Ако фирма монополиста не може да одржи профитабилност, додатна група производа се додаје асортиману компаније и тест се наставља. Према томе, тест траје све док се не примети профитабилно повећање цена. Када се примети на најмањој групи производа профитабилно повећање цена, онда та група производа чини релевантно тржиште (Маџар, 2011).

Тест хипотетичког монополисте се такође примењује за одређивање релевантног географског тржишта. Као и код утврђивања релевантног тржишта производа, тестира се да ли ће се купци обратити добављачима на неком другом тржишту, суочени са малим, али трајним растом цена.

Тест хипотетичког монополисте је најчешће коришћена квантитативна метода у дефинисању релевантног тржишта, јер укључује заменљивост на страни тражње и заменљивост на страни понуде. Међутим, недостатак података потребних за његову примену доводи до примене других квантитативних метода (Patakyová, 2020).

2.2.2. Ценовна корелација

За одређивање димензија релевантног тржишта може да се користи и тест корелације цена. Овај тест подразумева израчунавање коефицијента корелације који представља статистичку технику за утврђивање постојања промене вредности једне променљиве када се промени вредност друге променљиве.

Коефицијент корелације је мера односа између две променљиве, у овом случају цена и узима вредност између -1 и +1, при чему вредност -1 значи потпуно негативну корелациону везу, а +1 значи потпуну позитивну везу између променљивих. Табела 6 приказује како се интерпретира корелациона веза између цена на основу вредности коефицијента корелације.

Табела 6. Интерпретација корелационе везе

Вредност коефицијента корелације	Интерпретација корелационе везе
0	Одсуство корелационе везе
0,01 – 0,19	Незнатна корелациона веза
0,20 – 0,39	Слаба корелациона веза
0,40 – 0,59	Умерена корелациона веза
0,60 – 0,79	Јака корелациона веза
0,80 – 0,99	Веома јака корелациона веза
1,00	Потпуна корелациона веза

Извор: Field (2009)

Позитивна корелација цена представља важан доказ за одређивање граница релевантног тржишта производа. Ако се два производа могу заменити један за други, цена једног ће утицати на кретање цене другог, па ће кретање цена постати слично. Степен корелације између две серије цена биће показатељ заменљивости ових производа. Слично томе, цене производа унутар истог географског подручја требале би показивати високу корелацију. Из тог разлога, корелациона анализа се користи за одређивање и релевантног тржишта производа и релевантног географског тржишта (Милошевић и сар., 2018).

Потребно је указати на нека ограничења у примени теста корелације цена. Тест корелације цена не треба да се спроводи у ситуацији када се цене производа значајно разликују. Тада се претпоставља да због значајне разлике у ценама ови производи не

припадају истом тржишту. Разлика у ценама често говори о различитом рангу којем производи припадају (ранг вишег и нижег квалитета), па се сходно томе производи налазе на различитим тржиштима. Поред тога, ако се цена једног производа повећа, а цена другог такође повећа, коефицијент корелације између ова два производа може бити висок чак и ако други производ не ствара конкурентски притисак на први. Слично томе, код производа са високом еластичношћу понуде, ако супститут не испрати пораст цена, тада може настати низак коефицијент корелације између производа иако супститут ствара значајан конкурентски притисак. Стога би анализу корелације цена требало проширити другим анализама.

Постоји и проблем са деловањем заједничких фактора као што је инфлација која може да доведе до привидне јаке корелације у кретању цена између два производа који не припадају истом релевантном тржишту.

2.2.3. Анализа критичног губитка

Анализа критичног губитка је једна од техника које се користе за дефинисање релевантног географског и тржишта производа. Ова анализа се односи на процену могућих рестриктивних фактора конкуренције. Поред тога, подразумева анализу да ли је раст цена трајан након спајања и преузимања. Анализа критичног губитка била је предмет проучавања многих студија анализе конкуренције након што су је Harris и Simons (1989) дефинисали као процењени пад продаје који ће проузроковати једнострану раст цена. Ристић (2012) дефинише анализу критичног губитка као технику која је усмерена на губитке у обиму продаје хипотетичког монополисте за одређено повећање цена, при чему је суштина да се утврди да ли су губици у обиму продаје значајни да доведу до смањења профита компаније.

Критични губитак се тумачи са подацима о стварном губитку, односно доношење одлуке о профитабилности повећања цена врши се на основу поређења критичног и стварног губитка (Ристић, 2012). Стварни губитак је очекивани проценат смањења продаје као одговор на одлуку компаније да повећа цене. Под претпоставком да је тржиште конкурентно пре повећања цене, цена је једнака граничном трошку, а фиксни и променљиви трошкови остају непромењени након повећања цене. Након што се пронађу стварни и критични губици, ова два односа се упоређују. Ако је стварни губитак мањи од критичног, повећање цене предузећа повећава профитабилност. У супротном се закључује да се профитабилност смањује. Ако је стварни губитак већи од критичног, релевантно тржиште мора да се прошири.

Прорачун критичног губитка је јасно и једноставно дефинисан, и у великој мери зависи од тачности података на основу којих се врши. Gaynor, Kleiner и Yogt (2006) истичу да на прорачун може да утиче методологија поделе трошкова на фиксне и варијабилне. У случају да компанија намерава да се споји са конкурентском компанијом, може бити у њеном интересу да више трошкова пријави као фиксне и смањи варијабилне трошкове. То онда резултира повећањем марже, што за последица има нижу израчунату вредност критичног губитка. То на крају може да значи да је дефиниција релевантног тржишта преширока и да не одговара стварности (Gaynor, Kleiner и Vogt, 2006).

Даље је потребно да се процени губитак тражње који настаје као резултат повећања цене, а информације о структури тражње које су важне за ову процену могу се добити на више начина (Gaynor, Kleiner и Vogt, 2006):

- 1) прва опција за процену стварног губитка је ситуација када је компанија повећала цену производа у прошлости неколико пута, па је из овог искуства из прошлости могуће проценити тренутни хипотетички пад тражње.
- 2) друга опција је процена коришћењем економетријских техника. Ако су доступне довољно дуге и релевантне временске серије, хипотетички пад се може предвидети применом ових техника.

Ако би повећање цене довело до мањег губитка продате количине од критичног губитка, онда би повећање цене било исплативо. Компанија би тада могла профитабилно да повећа цену, што имплицира ширину релевантног тржишта за то појединачно предузеће. Када је критични губитак већи од процењеног стварног губитка, релевантно тржиште је шире од тржишта производа те појединачне компаније.

Davis и Garcés (2009) наводе да приликом тумачења теста критичног губитка треба обратити пажњу на следеће:

1. то што је нижи раст цена неисплатив не значи да ће и веће повећање цена бити неисплативо.
2. треба бити опрезан око тога да ли постоји потенцијална веза између повећања цена и промена продаје.
3. Ако је бруто маржа пре спајања била висока, ниске критичне стопе губитака као резултат повећања цена могу бити повезане са феноменом „целофанске заблуде“. Овај феномен је везан за ситуацију када је тренутна цена по којој се продаје производ значајно изнад конкурентске цене (цене која је једнака граничним трошковима). У том случају мало повећање цена неће бити профитабилно. Чињеница да мало повећање цена није профитабилно упућује на то да се производ продаје на неком релевантном тржишту. Међутим, то релевантно тржиште није реално, односно оно је мање од реалног релевантног тржишта. Утврђивање реалног релевантног тржишта би се остварило када би се мерило повећање цене производа од конкурентске цене, а не тренутне. Такође, у случају да се не уважава чињеница везана за „целофанску заблуду“ стварни губитак би био мањи од критичног губитка те би из тог разлога утврђено релевантно тржиште било мање од реалног релевантног тржишта. Ово не би био случај да се уважао проблем „целофанске заблуде“ и мери стварни губитак на промени цене, у односу на конкурентску цену.

Недостатак анализе критичног губитка је сложеност поступка, што у многим случајевима онемогућава коришћење ове методе. Поред тога, довољно дуге временске серије уопште не постоје или подаци нису доступни за компаније на које се анализа односи.

Иако изгледа да поређење стварних и критичних губитака доводи до јасног и једноставног одређивања граница релевантног тржишта, тумачење резултата анализе

критичних губитака увек треба да се заснива на детаљном испитивању карактеристика сваког појединачног тржишта.

2.2.4. „Елзинга-Хогарти“ тест

„Елзинга-Хогарти“ тест је једна од квантитативних метода која индиректно одређује релевантно географско тржиште коришћењем количине као променљиве уместо цене, онда када постоји проблем у приступу подацима везаним за цене. Користећи податке о количини „Елзинга-Хогарти“ тест дефинише географско тржиште испитивањем да ли постоји значајан трговински ток између два тржишта. Елзинга и Хогарти који су развили овај метод, пошли су од претпоставке да, уколико не постоји трговински ток између два региона, оба региона се могу сматрати засебним релевантним географским тржиштима (Elzinga и Hogarti, 1973).

За процену заокружености тржишта користе се тестови *LIFO* (*Little In From Outside*) и *LOFI* (*Little Out From Inside*) (Костић, 2013).

LIFO тест је повезан са димензијом тражње. Израчунава се преко удела увоза производа из другог региона у укупној потрошњи производа у проучаваном региону. Удео производа из других региона у укупној потрошњи релевантног производа не би требало да прелази 10%. То указује да други регион не ствара конкурентски притисак који захтева да се и он укључи у исто релевантно тржиште.

Слика 5. *LIFO* тест



Извор: Костић (2018)

LOFI тест је повезан са димензијом понуде. Израчунава колики је удео извоза производа из региона у укупној производњи производа региона. Удео дела који се не троши у региону, али се извози, не би требало да прелази 10% производње региона. То указује да други регион не ствара конкурентски притисак који захтева да се он разматра као део истог релевантног тржишта.

Ако један од два критеријума не може испунити захтев од 10%, закључује се да други регион ствара озбиљан конкурентски притисак на регион који се посматра, па би релевантно географско тржиште требало проширити тако да обухвати и овај регион (Elzinga и Hogarti, 1973).

Слика 6. *LOFI* тест



Извор: Костић (2018)

Постоје одређене критике овог теста за одређивање граница релевантог тржишта. Једна критика се односи на чињеницу да постојећи токови понуде или потражње не мора да дају праве информације о тржишној моћи. На пример, чињеница да неки потрошачи користе производе или услуге предузећа ван одређеног подручја не значи да би се ниво „увоза“ повећао ако би предузећа унутар одређеног подручја мало повећала цене. У прилог томе говори и чињеница да потрошачи путују из више разлога, укључујући варијације у квалитету, софистицираности услуга и слично, односно чињеница да неки потрошачи путују не значи одмах да су они који тренутно не путују осетљиви на цену (Davis и Garcés, 2009). Овај феномен се назива *тиха заблуда већине*.

Недостатак овог метода се односи и на чињеницу да ако помоћу *LIFO* и *LOFI* теста не утврдимо релевантно тржиште у датом подручју, следи проширење подручја и разматрање новог, ширег тржишта. Ова ситуација доводи до промене скупа купаца и скупа производа и услуга, тако да опет постоји могућност да се не утврди релевантно тржиште, па релевантно географско тржиште може да се шири без ограничења (Davis и Garcés, 2009).

Осим наведених проблема и критика, проблем за примену овог теста представља и доступност података који се користе за анализу. Костић (2018) наводи да су често доступни само подаци учесника на тржишту чије се понашање анализира, док подаци других учесника који се баве истом делатношћу нису доступни. Такође, на резултате ових тестова могу да утичу и извозна политика иностраних компанија која зависи од степена конкуренције у земљи порекла производа, постојању слободних капацитета и процене о могућем расту извоза у друге земље (Костић, 2018).

3. Теоријско-методолошка основа процене тржишне концентарције

3.1. Значај показатеља тржишне концентрације

Тржишна концентрација, или тачније степен концентрације понуде на тржишту, је важна одредница тржишне структуре која утиче на понашање предузећа. Једна од

променљивих која се користи за одређивање тржишне концентрације је број предузећа, док је друга дистрибуција тржишних учешћа између предузећа. Поред ових променљивих, за процену тржишне концентрације користе се варијабле као што су обим производње, додата вредност, запосленост, величина основних средстава и слично (Sing, 2012).

Један од начина да се утврди тржишна ситуација у смислу постојања несавршених структура конкуренције је израчунавање тржишне концентрације. Тржишна концентрација је уско повезана са тржишним уделом појединих предузећа на датом тржишту. Генерално, што су већи тржишни удели компанија, то је већа тржишна концентрација и то тржиште више одступа од стања савршене конкуренције. Концентрација на тржишту може се посматрати из две угла: са становишта националне економије и са становишта предузећа.

Са становишта националне економије, висока тржишна концентрација се оцењује негативно, јер висока тржишна концентрација указује да на тржишту постоји једно или неколико предузећа са високим тржишним уделом и често доминантном тржишном позицијом. Доминантни положај на тржишту тада омогућава компанији монополско понашање, које има негативан утицај на остале учеснике на тржишту.

Тржишна концентрација је такође веома важна у погледу откривања конкурентских услова који постоје у некој индустрији. Индустрије са високим концентрацијом су тржишта на којима мали број компанија утиче на цену и има прилику да оствари високу зараду користећи своју монополску моћ. Међутим, не може се рећи да ће висока концентрација на тржишту увек довести до слабе конкуренције. На пример, у случају тржишта која су изразито иновативна, доминација једне компаније је краткотрајна. Иновацијама фирме које се међусобно надмећу наизменично остварују доминантан положај. Ово је нарочито изражено у ери дигиталне (платформске) економије, где доминација на тржишту постаје релативна ствар (Carobianco и Nyeso, 2018).

Институционална повезивања предузећа која послују у истој фази производног процеса и на истом релевантном тржишту називају су хоризонталне концентрације. У том контексту, спајања супарничких предузећа која послују у истом нивоу економске активности, разматрају се као хоризонталне концентрације. Спајање конкурентских предузећа проузроковаће смањење броја конкурената, ограничавајући тако конкуренцију на релевантном тржишту. У том погледу, у поређењу са вертикалним и мешовитим концентрацијама, прихваћено је да хоризонталне концентрације имају негативније ефекте на конкуренцију и у пракси се примењује строжији приступ против таквих концентрација (Европска Комисија, 2020). Овакви облици концентрације по правилу повећавају индексе концентрације. Одступање од ове логике је могуће у ситуацији када долази до спајања мањих учесника на тржишту чије је тржишно учешће мало, односно незнатно.

У неким случајевима структурне карактеристике тржишта могу омогућити да хоризонталне концентрације имају корисне резултате за конкуренцију, а не штетне. На пример, спајање малих предузећа која послују на тржишту олигопола, с једне стране, доводи до смањења броја предузећа на тржишту, али с друге стране, може довести до стварног повећања конкуренција на тржишту повећањем конкуренције због појаве новог, сада већег конкурента (Европска Комисија, 2020).

Ниво тржишне концентрације је најбољи показатељ стања тржишних структура, при чему висок ниво тржишне концентрације указује на неједнаку расподелу тржишне снаге, односно ситуацију где једно или неколико предузећа остварују доминантну позицију на тржишту. Оваква позиција на тржишту омогућава овим предузећима да користе своју позицију и злоупотребљавају је. Овакаво понашање није страно ни ТНК које често монополизирају тржишта на која улазе (Rutkowski, 2006).

3.2. Основне карактеристике показатеља тржишне концентрације

Општеприхваћени приступи у економској литератури везани за мерење стања конкуренције на неком тржишту могу се поделити на структуралне и неструктуралне. Структурални приступ укључује парадигму структура-понашање-перформансе компанија (*Structure Conduct Performance – SCP*) коју су развили Mason (1949) и Bain (1951). Аутори су развили овај приступ настојећи да објасне степен конкуренције у индустрији на основу везе између тржишне структуре, корпоративног понашања и перформанси компанија. Ова парадигма се заснива на претпоставци да концентрација смањује конкуренцију на тржишту и доводи до веће профитабилности предузећа. *SCP* парадигма показује директну везу између степена тржишне концентрације и степена конкуренције између предузећа. Фирме у концентрисанијем сектору имају већи профит од оних у мање концентрисаном сектору, без обзира на њихову ефикасност. Према овој парадигми, тржишна концентрација утиче на профит предузећа. Парадигма такође дефинише да тржишна моћ предузећа расте са растом концентрације. Основу структуралног метода чине показатељи концентрације.

За израчунавање тржишне концентрације користе се различити индекси концентрације. Значај индекса концентрације лежи у чињеници да они могу изразити структурне карактеристике тржишта. Међутим, треба напоменути да се из индекса концентрације не могу извући поуздано закључци у вези са конкурентним перформансама тржишта. Иако индекси концентрације могу упућивати на високо концентрисано тржиште, између водећих фирми може да постоји висока конкуренција. Друга важна карактеристика индекса концентрације је њихова способност да обухвате и прикажу промене тржишне концентрације током времена, настале услед уласка или изласка фирми са тржишта или спајања постојећих фирми. Ове индексе често користе државне антимонополске агенције, односно агенције за заштиту конкуренције да би одлучиле да ли да дозволе спајање одређених компанија на тржишту. Костић (2013) наводи да су показатељи концентрације тако конструисани да омогућују како упоредну анализу степена концентрисаности различитих грана тако и промену концентрисаности у једној грани током времена.

Потреба за мерењем концентрације довело је до развоја индекса концентрације који су засновани на анализама различитих варијабли (на пример, укупан приход, број запослених, и сл.). Заједничка карактеристика већине индекса концентрације је да су засновани на броју тржишних учесника, односно учешћу компанија на тржишту.

Показатељи концентрације треба да имају следеће карактеристике (Ukav, 2017; Hall и Tideman, 1967):

- Мора да буду једнодимензионални што значи да у случају када постоје два субјекта на тржишту, један ће увек имати веће, односно мање учешће на тржишту, односно, мерење концентрације није неизвесно, тачније недвосмислено је.
- Мора да буду независни од величине гране, односно пропорционални значај компаније одређује се њеним пропорционалним учешћем у грани.
- Мора да буду осетљиви на промене тржишног учешћа компанија. То значи да ако се учешће веће компаније повећа у односу на малу компанију, мора да се повећа и вредност индекса концентрације и обрнуто.
- Ако се индустријска грана подели на N једнаких делова, индекс концентрације ће да се смањи за $1/N$.
- Ако индустријска грана има N предузећа једнаке величине, мера концентрације N мора да буде опадајућа функција.
- Показатељи концентрације треба да имају вредности између 0 и 1 како би били упоредиви између грана.

Виккер и Нааф (2002) наводе да структура индекса концентрације може да буде *дискретна* или *кумулятивна*. Предности дискретних структура индекса концентрације су једноставност израчунавања и мали број потребних података. Заговорници дискретне структуре индекса концентрације сматрају да је мало вероватно да ће на понашање тржишта којим доминира мали број компанија утицати укупан број компанија на тржишту. Сходно томе, они сматрају да израчунавање индекса концентрације на основу учешћа свих компанија на тржишту захтева много времена, а не мења резултате значајно. Критичари дискретних структура индекса концентрације сматрају да свака компанија на тржишту утиче на ниво концентрације, као и да мање компаније могу да утичу на понашање већих компанија на тржишту, па је неопходно да све компаније буду укључене у израчунавање ових индекса. Пример дискретног индекса концентрације је Рацио концентрације. Кумулативне структуре индекса концентрације обухватају све компаније и њихова учешћа. Ови индекси концентрације подразумевају да структурне промене у свим компанијама утичу на вредност индекса концентрације. Примери кумулативног индекса концентрације су Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације, Лоренцова крива и Цини коефицијент. У наредним поглављима докторске дисертације ће бити представљени најзначајнији показатељи тржишне концентрације.

4. Најзначајнији показатељи тржишне концентрације

У овом делу докторске дисертације биће објашњени најзначајнији показатељи тржишне концентрације:

- Рацио концентрације,
- Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације,
- Лоренцова крива и
- Цини коефицијент.

4.1. Рацио концентрације

Најчешћи показатељ који се користи за мерење тржишне концентрације је рацио концентрације. Рацио концентрације изражава удео одређеног броја предузећа на укупном тржишту. Он представља збир тржишних удела n највећих компанија. Рацио концентрације се може представити следећом формулом:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n s_i$$

где s_i представља тржишно учешће i -тог предузећа, n представља број компанија.

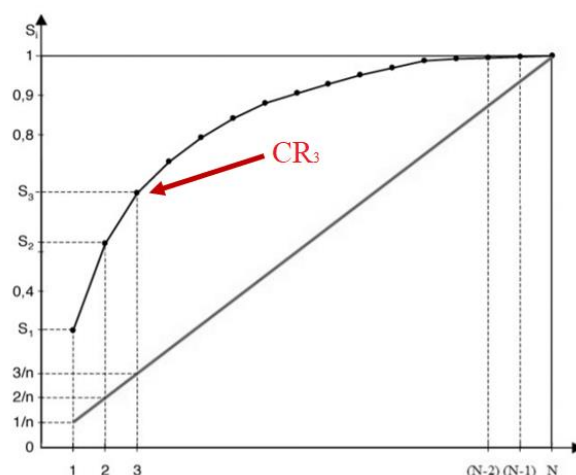
Тржишно учешће i -тог предузећа се рачуна као удео продаје, прихода, обима производње, броја запослених и слично тог предузећа у укупној продаји, приходима, производњи, запослености и слично целе гране. Тржишно учешће i -тог предузећа се рачуна помоћу следеће формуле:

$$s_i = \frac{q_i}{Q} * 100$$

где је q_i продаја, приход, обим производње, број запослених и слично i -тог предузећа, а Q продаја, приход, обим производње, број запослених и слично целе гране, односно тржишта.

На Слици 7 је приказана крива концентрације која представља кумулативно тржишно учешће компанија од највеће до најмање, при чему је на графику означено учешће три највеће компаније на тржишту. На пример, ако се посматра Слика 7, CR_3 представља једну тачку на криви концентрације ($3, S_3$), односно представља учешће у приходима и продаји (у зависности од тога која мера се користи за рачунање Рација концентарције) три највеће компаније. Овај индекс не показује тржишна учешћа свих компанија на тржишту, већ само одређеног броја компанија.

Слика 7. Крива концентрације на хипотетичком тржишту



Извор: Аутор према Biker и Naaf (2002)

Најчешће се користе Рацио концентрације четири највеће компаније на тржишту CR_4 односно удео четири највеће компаније на тржишту у укупним приходима, продаји посматраног тржишта, али се користи и Рацио концентрације који изражава удео пет или 8 највећих компанија на тржишту (Bikker и Naaf, 2002). Не постоји јединствено правило који Рацио концентрације треба да се користи, тако да n – број компанија, може да варира.

Табела 7. Рацио концентрације и његове референтне вредности

Референтна вредност	Степен концентрација на тржишту
< 25%	ниско концентрација
25% - 50%	умерена концентрација
> 50%	висока концентрација

Извор: Аутор према Филиповић и сар. (2016); Костић (2009)

Граничне вредности овог индекса, према којима се утврђују односи на тржишту, такође варирају. На пример, граничне вредности за CR_4 су између 45% и 55%, док су граничне вредности за CR_8 између 60% и 70% (Dalton и Penn, 1976). Костић (2013) наводи да је гранична вредност за CR_4 у ЕУ 25%, а у САД 50%. Највећа вредност Рација концентрације је 100, при чему веће вредности показатеља указује на већу концентрацију, односно мању конкуренцију на тржишту, а 100% показује ситуацију када n фирми представљају целокупну грану или тржиште.

Holmstrom и Tirole (1989) сматрају да је Рацио концентрације једноставан, али ефикасан начин приказивања и рачунања нивоа концентрације на тржишту. Традиционална микроекономска теорија претпоставља да ће висока вредност концентрације указивати на низак ниво конкуренције.

Предност употребе овог индекса је лака доступност података за његово израчунавање, а ограничење се односи на број компанија чији се тржишни удео рачуна

и чињеници да се посматра само једна тачка криве концентрације (Marfels, 1975). То је разлог да економска теорија понуди и неке друге показатеље концентрације међу којима посебно издвајамо Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације.

4.2. Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације

Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације (*Herfindahl-Hirschman Index - HHI*) су први употребили за мерење тржишне концентрације Albert O. Hirschman у својој књизи из 1945. и Orris C. Herfindahl у својој дисертацији из 1950. године. Овај индекс директно узима у обзир учешћа свих предузећа на тржишту. Овај индекс концентрације представља збир квадрата тржишних чешћа n предузећа која послују на одређеном тржишту. Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације је једнак пондерисаном просеку свих тржишних удела предузећа, при чему је сваком тржишном уделу дата тежина једнака сопственој вредности. Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације се може представити следећом формулом:

$$HHI = \sum_{i=1}^n w_i s_i = \sum_{i=1}^n (s_i^2)$$

где w_i представља пондер, а s_i представља тржишно учешће i -тог предузећа.

С обзиром на то да Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације узима у обзир сва предузећа на тржишту, поузданији је за коришћење, у анализи концентрације тржишта, од Рација концентрације. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације може да има вредност између 0 и 10000, односно од 0 до 1. Табела 8 приказује референтне вредности Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације и степен концентрације тржишта.

Табела 8. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације и референтне вредности

Референтна вредност	Степен концентрација на тржишту
< 1000	ниска концентрација
1000 – 1800	средња концентрација
1800 – 2600	висока концентрација
2600 – 10000	веома висока концентрација
10000	монополско тржиште

Извор: Костић (2008)

Према закону ЕУ, Европска комисија често користи Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације за утврђивање нивоа тржишне концентрације при спајању компанија на тржишту. Разлог је тај што овај показатељ даје сразмерно већу тежину тржишним уделима већих компанија, при чему недостатак информација о врло малим компанијама није толико значај с обзиром на то да ове компаније немају велики утицај

на вредност овог показатеља, јер такве фирме не утичу значајно на вредност овог показатеља. Иако апсолутна вредност Херфиндал–Хиршмановог индекса концентрације не мора да да адекватну слику о конкурентском притиску на тржишту, за економске аналитичаре много је значајнија вредност промене показатеља која настаје након спајања компаније. Уколико је вредност Херфиндал–Хиршмановог индекса испод 1000, или између 1000 и 2000, након спајања компанија, Европска комисија неће испитивати ефекте оваквог хоризонталног спајања компанија, осим у следећим случајевима (Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings, 2004):

- спајање укључује потенцијалног учесника или новог учесника са малим тржишним уделом;
- једна или више страна које се спајају су важни иноватори на начине који се не одражавају на тржишне уделе;
- постоје значајна унакрсна улагања међу учесницима на тржишту;
- једна од компанија које се спајају је компанија која се суочава са великом вероватноћом да поремети тренутно понашање на тржишту;
- постоје назнаке о прошлој или текућој координацији између учесника на тржишту;
- једна од страна која се спаја има удео на тржишту, пре спајања, од 50% више.

Херфиндал–Хиршманов индекс концентрације има већу вредност у случају неједнаке расподеле тржишних удела, што индиректно одражава постојање тржишних лидера и доминантних играча, а самим тим и мање конкурентно окружење.

Практична примена овог индекса је ограничена због недовољне доступности статистичких података, јер су потребни тржишни удели свих предузећа која делују на тржишту, што представља чест проблем у емпиријским истраживањима (Кривка, 2016). Недостатак Херфиндал–Хиршмановог индекса концентрације представља и чињеница да се квадрирањем учешћа компанија мањих од 1% добијају вредности које немају утицај на укупну вредност индекса. Међутим, овај недостатак не ограничава значајно коришћење индекса па се он сматра веома поузданим показатељем нивоа тржишне концентрације (Филиповић и сар., 2016).

4.3. Лоренцова крива

Лоренцова крива (Lorenz, 1905) приказује неједнакост у расподели тржишних учешћа компанија. Та неједнакост се приказује као одступање Лоренцове криве од криве идеалне једнакости у расподели тржишног учешћа. Што је веће одступање Лоренцове криве од криве идеалне једнакости виши је ниво неједнакости и концентрације на тржишту.

Лоренцова крива је показатељ неједнакости у коме се број компанија у процентима кумулира на хоризонталној оси, док се тржишни удели кумулирају на вертикалној оси. Проенти тржишног учешћа, односно понуде кумулирају се од предузећа најмање величине ка оном са највећом величином, а проценти броја предузећа се такође кумулирају од најмањег ка највећем предузећу. Ова крива се пореди са

- n ранг компанија поређаних у опадајућем низу од највеће до најмање,
- N број компанија укључених у обрачун,
- x_i величина компаније мерена на пример преко укупних прихода.

Ако се посматра Слика 8, Џинијев коефицијент сумира степен неједнакости, јер је овај показатељ однос површине концентрације и укупних површина под дијагоналном. Како се Лоренцова крива приближава дијагоналној линији, односно линији апсолутно равномерне дистрибуције, подручје концентрације се смањује, а Џинијев коефицијент се приближава 0. Супротно томе, како се неједнакост повећава, повећава се и подручје концентрације, а Џинијев коефицијент се приближава вредности 1 (Greer, 1992). Може се закључити да се Џини коефицијент креће од 0, када је тржиште савршено конкурентно, до 1, када има све одлике монопола. Ограничење овог показатеља, као и Лоренцове криве, је то што број учесника не игра значајну улогу. Произилази да је ово показатељ, пре свега неједнакости у расподели тржишног учешћа између компанија.

5. Проблеми у примени показатеља концентрације тржишта

Један од начина да се утврди ситуација на тржишту у смислу постојања несавршених тржишних структура је израчунавање концентрације тржишта. За израчунавање тржишне концентрације користе се различити индекси концентрације (Рацио концентрације, Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације, и сл.). Значај индекса концентрације је у томе што они изражавају структурне карактеристике тржишта. Међутим, треба напоменути и да постоје одређени проблеми у примени ових показатеља концентрације тржишта.

Lipczynski, Wilson, и Goddard (2017) наводе следеће проблеме у примени показатеља тржишне концентрације:

- *Правилно дефинисање индустрије и релевантног тржишта на коме се испитује тржишна концентрација.* Један од проблема који може да се појави у примени показатеља концентрације односи се на неправилну процену релевантног тржишта. С обзиром на то да релевантно тржиште производа укључује све променљиве које могу значајно утицати на цену тог производа, занемаривање ових одредница у анализи неке индустрије доводи до погрешног рачунања нивоа тржишне концентрације. За правилну примену показатеља концентрације неопходно је да се исправно одреде границе релевантног тржишта. Ако су границе релевантног тржишта правилно одређене, онда ће се за утврђивање показатеља концентрације користити сви учесници на тржишту, па ће показатељ концентрације пружити реалну слику концентрације и услова конкуренције на тржишту.

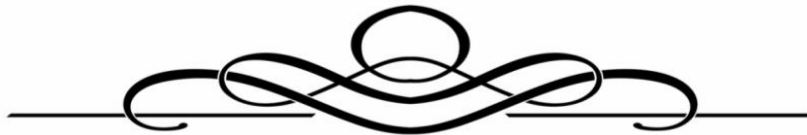
Такође, у примени показатеља тржишне концентрације треба да се обрати пажња на локалну, националну и међународну димензију тржишта. На пример, за једно предузеће релевантно тржиште може да буде локално и на том тржишту ово предузеће може да буде монополиста, међутим на националном тржишту ово предузеће није монополиста и суочава се са конкурентским предузећима. Исто

важи и за национално и међународно тржиште на коме предузеће послује. Нивои тржишне концентрације се значајно разликују у зависности од тога на ком тржишту се мери тржишна концентрација. На пример, ако се мери тржишна концентрација на локалном тржишту, нивои концентрације могу да буду високи, али када се нивои концентрације мере на националном нивоу обично имају мање вредности (Carlton и Perloff, 2015).

Из наведених разлога, правилно дефинисање релевантног тржишта у којима се испитује тржишна концентрација утиче и на квалитет показатеља тржишне концентрације.

- *Изостављање увоза и извоза приликом рачунања показатеља концентрације.* За квалитетно израчунавање показатеља концентрације неопходно је укључивање свих учесника на тржишту у које спадају и предузећа увозници и извозници одређених производа. Међутим, најчешће се догађа да се у рачунању показатеља концентрације ови учесници на тржишту изоставе што може да доведе до нетачног утврђивања нивоа концентрације на тржишту.
- *Мулти-производне операције компанија.* У пракси се често дешава да предузећа продају производе или услуге на различитим тржиштима и да послују у оквиру различитих делатности. Међутим, овакво пословање предузећа, диверсификација његовог пословања и мулти-производне операције најчешће се не узимају у обзир када се води званична статистика о пословању предузећа, већ се као главна делатност предузећа подразумева делатност којој припада главни производ или услуга предузећа, односно производ или услуга који остварују највећи приход. На овај начин се приход од продаје производа који има мање учешће у укупним приходима компаније додаје делатности којој припада главни производ или услуга компаније. На тај начин се прецењује концентрација сектора у коме се налази главни производ или услуга, а потцењује концентрација сектора у којем се налазе споредни производи или услуге предузећа.

Поред наведених проблема у примени показатеља тржишне концентрације треба указати и на то да промене у тржишном учешћу компанија утичу на ниво тржишне концентрације, али да примена појединих показатеља тржишне концентрације ову промену не узима у обзир. Тачније, Рацио концентрације n компанија приликом рачунања нивоа тржишне концентрације разматра само учешће n највећих компанија занемарујући учешће осталих компанија на тржишту. Према томе, уколико дође до промене учешћа осталих компанија на тржишту које не припадају групи n највећих компанија, тржишна концентрација ће се променити, али показатељ концентрације неће указати на то. Према Vanlommel и сар. (1977) и Lipczynski, Wilson, и Goddard (2017) ниједна појединачна мера концентрације не узима у обзир основне одреднице конкуренције: величину сектора и потенцијал коалиције. Костић (2013) наводи да се једино комбинацијом квантитативних и на проицљивости истраживача одабраних и заснованих квалитативних података може добро проценти степен ограничености тржишта и услови концентрације на њему.



**IV ДЕО
ЗНАЧАЈ СДИ ЗА ПРОМЕНУ МОРФОЛОГИЈЕ ТРЖИШТА ДРЖАВА
ДОМАЋИНА**

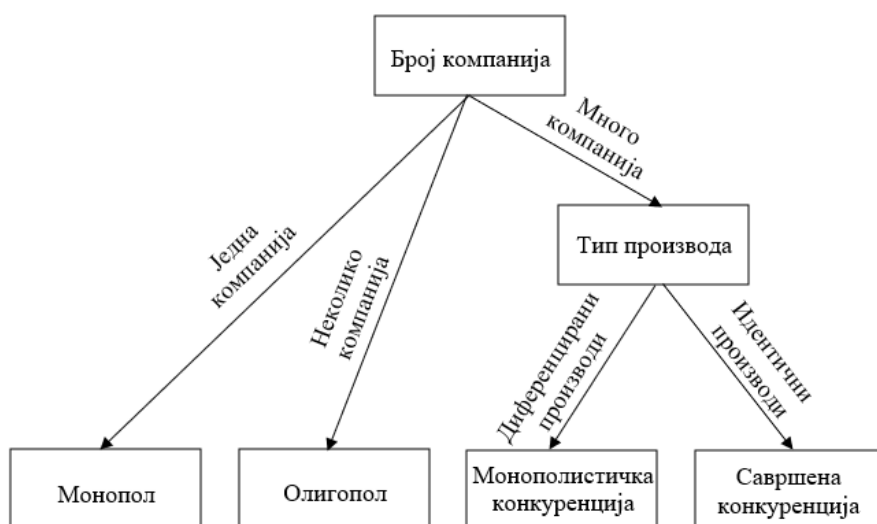


1. Економска теорија у дефинисању савремених облика тржишних структура и нивои њихове концентрације

Тржишне структуре се односе на различите карактеристике тржишта које одређују односе између продаваца, између продаваца и купаца и сл. Постоји неколико основних карактеристика на основу којих се класификују тржишне структуре, као што су производ који се продаје и степен његове диференцијације, могућност уласка и изласка са тржишта, расподела тржишног удела, број компанија на тржишту; однос између продаваца и слично (Енциклопедија Britannica, 2020). Према наведеним карактеристикама, постоје следеће тржишне структуре:

- савршена конкурентно тржиште,
- олигопол,
- монолол и
- монополистичка конкуренција.

Слика 9. Класификација тржишних структура



Извор: Mankiw (2001)

Тржишне структуре савршене конкуренције и чистог монопола веома су важне са теоријског становишта, јер представљају две крајности између којих се налазе најчешће тржишне структуре. Као такве су добра основа за анализу стварних тржишних структура. Међутим, проблем савршене конкуренције и чистог монопола је у томе што они ретко постоје у пракси. Монопол представља тржишно структуру у којој постоји један продавац, који производи и продаје производе који немају блиске супституте (Костић, 2013). Савршена конкуренција представља тржишну структуру у којој постоји велики број компанија, односно учесника и на страни понуде и на страни тражње, али њихова економска снага је мала (Костић, 2013).

Тржишне структуре монополистичка конкуренција и олигопол ће бити представљене у наредним поглављима докторске дисертације, као две најчешће тржишне структуре.

1.1. Монополистичка конкуренција

Монополистичка конкуренција је тржишна структура која има одређене карактеристике монопола као што је диференцијација производа, а има и карактеристике које су заступљене на тржишту савршене конкуренције као што је слобода уласка и изласка компанија са тржишта. За разлику од савршено конкурентног тржишта, производи које производе појединачне компаније међусобно се разликују по квалитету, изгледу или репутацији (Pindyck и Rubinfeld, 2005). На тржишту монополистичке конкуренције постоји много купаца и продаваца. Свака компанија се понаша као да њене одлуке о цени и количини не утичу на понашање осталих предузећа у индустрији.

Традиционални модел монополистичке конкуренције развио је Chamberlin (1933) када је разматрао диференцијацију производа између конкурената. Такође, Robinson (1933) је развила модел монополистичке конкуренције користећи другачију методологију, односно равнотежу компаније на тржишту.

Тржиште у монополистичкој конкуренцији формира група предузећа која продаје диференциране производе који лако могу да се замене. У пракси је веома тешко наћи два производа која су апсолутно идентична. Али, иако су у основи исти, потрошачи их могу схватити као различите из различитих разлога (на пример, марка, амбалажа, локација и слично). На пример, исти производи могу се сматрати различитим, јер се продају на различитим местима. Дакле, претпоставка о диференцираним производима не односи се само на унутрашње карактеристике производа, већ и на то како потрошач доживљава производ (Koenker и Perry, 1981; Silva, 2001; Hutchinson, 2017). Претпоставка о диференцијацији производа уводи елемент монопола у модел, јер диференцијација производа даје јединствене карактеристике роби коју продаје одређено предузеће. Овај услов да производ који компанија продаје буде једини, иако са добрим заменама, резултира негативним нагибом његове криве тражње. Монополистичка конкуренција подразумева да постоји слобода уласка и изласка компанија са тржишта. Будући да постоји слобода уласка и изласка компанија са тржишта дугорочни економски профит компаније биће нула.

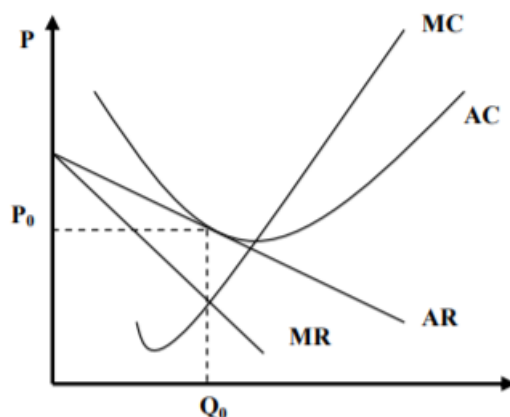
У монополистичкој конкуренцији постоји једнообразност између различитих предузећа која чине тржиште у погледу функција тражње и трошкова. Уједначеност међу компанијама осигурава да ако има смисла да једна компанија промени цену, има смисла да то учине и друге компаније. Компаније мењају цену зато што уједначеност између функције тражње и трошкова предузећа предлаже политику која је препоручљива за једну компанију, али и за све остале компаније (Estrin и Laidler, 1995). Ова претпоставка омогућава спровођење анализе монополистичке конкуренције користећи типичну компанију. Међутим, овакав приступ је критикован с образложењем да диференцијација производа условљава различите трошкове и тражњу између компанија (Hutchinson, 2017).

У монополистичкој конкуренцији постоји савршена симетрија између компанија (Dhingra и Morrow, 2019). Симетрија међу компанијама односи се на чињеницу да се свака компанија равноправно такмичи са свим осталим компанијама на тржишту. Ова претпоставка је такође прилично рестриктивна, јер када компаније нуде различите производе, врло је вероватно да ће се успоставити конкуренција само између компанија које продају блиске супституте.

Поред свих ових претпоставки које карактеришу монополистичку конкуренцију, чињеница да свако предузеће продаје другачији производ од оног који нуде друге компанија, подразумева да крива тражње за његовим производом има негативан нагиб. Негативни нагиб криве тражње одражава одређени степен монополске моћи фирме која ће јој омогућити да наплати цену изнад граничних трошкова. Због постојања блиских супститута, крива тражње предузећа биће врло еластична (Parenti, Ushchev и Thisse, 2017; Pindyck и Rubinfeld, 2005). Краткорочна равнотежа у монополистичкој конкуренцији је иста као у монополу. Претпоставка слободног уласка и изласка са тржишта значи да је у дугорочној равнотежи економски профит компанија нула. Ипак у дугорочној равнотежи, компанија у монополистичкој конкуренцији производи мању количину производа по вишој цени у односу на савршену конкуренцију.

У дугорочној равнотежи, монополистички конкурентске компаније производе мање од онога што би им омогућило да постигну минималне дугорочне просечне трошкове. Из тог разлога се каже да компаније у монополистичкој конкуренцији имају вишак капацитета. У том смислу, предузеће у монополистичкој конкуренцији је мање ефикасно од савршено конкурентног, јер је ово друго, у дугорочној равнотежи, на минимуму дугорочних просечних трошкова. Слика 10 приказује дугорочну равнотежу на тржишту монополистичке конкуренције у дугом року.

Слика 10. Дугорочна равнотежа предузећа у монополистичкој конкуренцији



Извор: Костић (2013)

На Слици 10 *MR* је гранични приход; *MC* - гранични трошак; *AR* - просечни приход; *AC* - просечни трошак P_0 – равнотежна цена и Q_0 – равнотежна количина. На графику се може уочити да је цена у тачки дугорочне равнотеже изнад, а количина испод оне у савршеној конкуренцији (Костић, 2013).

Поред тога што је неефикасно тржишно стање, монополистичка конкуренција се сматра пожељном тржишном структуром због малог значаја монополске моћи коју имају компаније присутне на овом тржишту. Предност монополистичке конкуренције у односу на савршену конкуренцију је разноликост производа које она ставља на располагање потрошачима. Ова предност може чак надокнадити саму неефикасност монополистичке конкуренције. Понекад монополистичка конкуренција може да доведе

до прекомерног степена диференцијације производа. Док у неким случајевима, степен диференцијације може ипак бити мањи од оптималног.

1.2. Олигополи и њихова економска моћ у глобалној привреди

Олигопол је облик тржишта када мали број економских субјеката нуди робу (продавци), а већи број економских субјеката захтева ту робу (потрошачи). Олигопол је тржишно стање у коме постоји мали број продаваца насупрот великом броју потрошача који могу утицати једни на друге. Мали број фирми на тржишту значи да предузећа могу утицати једна на друге.

Основне карактеристике олигопола су (Maskin и Tirole, 1987):

- На тржишту постоје хомогени или диференцирани производи. У зависности од тога у којој мери су производи међусобно блиске замене, са становишта анализе могу се сматрати хомогеним добром.
- Улазак на олигополско тржиште је ограничен мноштвом фактора, од којих су најважнији технологија и трошкови.
- На тржишту постоји мало продаваца и много купаца. Постојање малобројних компанија на тржишту подразумева међузависност између њих. Економска импликација постојања великог броја купаца је да нико од њих неће бити способан да утиче на цену производа, односно купци прихватају цену.

За разлику од монополистичке конкуренције, код олигопола производи могу да буду како диференцирани тако и хомогени. Најбитнија карактеристика овог тржишног стања је то да га чини неколико продаваца који деле тржиште (Caves и Porter, 1978). У неким случајевима баријере за улазак могу спречити учешће нових учесника на тржишту и дугорочно осигурати висок профит компанијама које већ послују на тржишту. Међу факторима који могу обесхрабрити или онемогућити потенцијалне конкуренте, треба напоменути патенте, приступ технологији, улагања у оглашавање неопходна да би бренд био препознатљив и слично. Олигопол се може дефинисати као тржишна структура са мало предузећа, међузависношћу и високим препрекама за улазак (Shapiro, 1989).

Економије обима, препреке уласку и спајања су фактори који утичу на формирање олигополских тржишта. Такође, иако олигополи могу да производе хомогенен и диференциране производе, диференцијација производа може бити значајна улазна баријера. Диференцијација производа настаје као резултат понашања предузећа и игра улогу баријере за улазак на тржиште. Компаније имају за циљ да преференције потрошача усмере на себе диференцирањем квалитета производа уз неколико физичких или функционалних промена у производима које нуде (Goldberg, 1995). Поред диференцијације производа, рекламне активности се такође користе за спречавање уласка нових компанија на тржиште и за усмеравање потрошача на сопствени производ.

На тржишту олигопола постојеће компаније имају трошковну предност у односу на нове компаније које улазе на тржиште, јер постоји мало великих фирми. Још једна важна карактеристика тржишта олигопола је да су продајне стратегије предузећа на тржишту олигопола међусобно зависне. Другим речима, компаније на тржишту олигопола размишљају о томе како друге компаније могу доносити одлуке против одлука које оне доносе (Friemdan, 1982; Eichner, 2017).

Ако су робе које фирме производе на тржишту олигопола идентичне, то тржиште се назива *чисти олигопол* (Vain, 1950; Радовић, 2011; Биљаковић, 2018). Цементна индустрија је један од најбољих примера чистог олигопола. Ако добра која производе компаније нису хомогена, односно ако предузећа производе различита добра која могу бити међусобно заменљива, тржиште се назива *диференцирани олигопол* (Vain, 1950; Радовић, 2011; Биљаковић, 2018). Када постоје само две компаније на тржишту онда се таква структура назива *дуопол*. Пример дуопола у Србији је било тржиште мобилне телефоније када су постојала само два оператера Телеком Србија и Теленор.

1.3. Картелски споразуми и њихове импликације

Уместо међусобног такмичења на олигополском тржишту компаније могу да одлуче да се међусобно договарају и на тај начин трансформишу облик тржишта из олигополистичког у монополиски. У одређеним случајевима компаније одлучују да се не такмиче на тржишту већ да делују заједно како би максимизирале заједничке користи. У овом случају се каже да се компаније „дговарају“ и чине *картел*. Картел се може описати као споразум између неколико независних произвођача добара или услуге, чији је циљ примена стратегија које имају тенденцију да ограниче конкуренцију на тржишту, постављањем одређених баријера, као што су услови продаје, ниво цена, произведена количина и слично (Casson, 1985; Беговић и Буквић, 1998). У картелу, компаније се договарају да „трансформишу“ тржиште са олигополистичког на монополиско, понашајући се као јединствени ентитет, али остављајући правни субјективитет сваког учесника у картелу. Сходно томе, када компанија одлучи да уђе или формира картел, она прихвата одређена правила, било да се односе на продуктивност, ниво цена или на друге сегменте пословања. Упркос учешћу у картелу, компанија остаје аутономни субјект, способан да доноси одлуке које утичу на њено пословање, без обзира на одлуке донете у оквиру картела (Jasquemin и Slade, 1989).

Оно што олакшава договор између компанија јесу баријере за улазак на тржиште. Оне су неопходне за ефикасност споразума. Ако је улазак на тржиште лак, нове компаније би ушле привучене високим ценама, а то би природно смањило цене и онемогућило споразум. Због тога је неопходно да баријере услака на тржиште постоје како би договор између компанија био успешан. Компаније у олигополу мора да максимизирају свој профит узимајући у обзир вероватну или познату количину коју ће конкурент произвести или цену по којој ће таква роба бити продата. Ово ствара однос међузависности између профита фирми присутних на тржишту, у коме сваки потез једне фирме може побољшати или погоршати ниво профита друге фирме (Marquez, 1994). С обзиром на то да компаније мора да разматрају количине коју производе њихови конкуренти да би максимизовале профит, услове производње и продаје на тржишту олигополи су мање погодне тржишне структуре од оних које би се створиле у случају

тајног договора. Компаније присутне на тржишту олигопола могу да одлуче да се договарају како би произвеле мању количину робе по вишој цени и тако повећале свој профит. Ово може да буде један од главних разлога зашто компаније теже да се договарају, јер смањењем производње уз велике капацитете који остају неискоришћени, компаније стварају јаку баријеру уласку потенцијалним учесницима. На тај начин, ако постоје нове компаније које желе да уђу на одређено тржиште, постојеће компаније могу да повећају количину робе која ће се производити, како би заситиле тражњу и избегле могуће падове добити узроковане смањењем тржишног удела након уласка нове компаније (Zimmerman и Connor, 2008).

Велика концентрација тржишта је такође неопходна за успех договора између компанија. Ако мали број компанија има висок укупан удео на тржишту, моћи ће лакше да се међусобно координирају и контролишу, односно да открију постојање пословних политика које се разликују од оних утврђених у споразуму (Bolotova, 2009).

Постојање директних или индиректних веза између компанија може олакшати стварање и одржавање договора. Разне производне карактеристике предузећа могу бити релевантне. Компаније сличне величине или са донекле сличним производним карактеристикама и структурама трошкова лакше ће се договарати, јер ће свака бити способнија да прати понашање осталих компанија.

Могућност да учесници у споразуму ефикасно казне свако одступање од утврђеног понашања такође може имати значајан стабилизујући ефекат на споразум. Кажњавање за неадекватно понашање, као што је одобравање попушта у односу на фиксну цену или продаја количина већих од оних које су утврђене, догађа се координираним смањењем цена или координираним повећањем количина од стране осталих учесника споразума (Levenstein и Suslow, 2003). На тај начин жртвује се део екстра профита који би остварили настављајући да наплаћују учешће у картелу и толеришући неадекватно понашање учесника у картелу. Међутим, овакав поступак може бити разумна цена коју треба платити за поновно успостављање правила картела.

Способност извршења ефикасне казне зависи од различитих фактора. Предузећа пре свега морају да буду у могућности да брзо утврде постојање одступања и стога треба да имају тачне и правовремене информације о понашању других учесника у договору. Поред тога, мора да имају довољан ниво резервних капацитета да би знатно повећали производњу. Повећање производње мора да буде у стању да смањи цене, што се догађа лакше ако купци производе различитих страна у договору сматрају идентичним (Ross, 1992; Dick, 1996). Идентичност производа и резервни капацитет су два главна елемента који омогућавају ефикасно кажњавање компанија које одступају од картелског договора.

Ако су купци бројни, па је стога концентрација купаца много нижа од концентрације продавца, продавци ће имати мањи отпор повећању цена. С друге стране, високо еластична тражња може произвести супротне ефекте. С једне стране, она повећава подстицај за компаније да снизе цене и да одступе од споразума. С друге стране, подстиче компаније које су остале у картелу да значајније снизе цену производа како би казнилe компанију која се понаша супротно договору (Ayres, 1987).

Картели стварају неефикасност на тржишту, успоравајући иновације и стварајући ограничења за економију. Међутим, то не мора увек да буде тачно. Постоје случајеви у којима је постојање картела подстицало иновације више него што би се догодило на

конкурентном тржишту. *OPEC* (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*) је пример како картел може да подстакне иновације на тржишту. Ово се односи на снабдевање фосилним горивима, јер цена фосилних горива доводи потрошаче у ситуацију да се подвргну неоптималним условима, али и да пронађу алтернативна решења за потрошњу овог добра (Smith, 2005). Због тога су многе државе сматрале неопходним да постигну одређени ниво енергетске независности, што је довело до смањења опште тражње за фосилним горивима и подстакло потрагу за облицима алтернативна енергија. Потреба за проналажењем алтернативних и често обновљивих извора енергије не појављује се само из еколошких разлога, већ и да се не би потчинили вољи уског круга држава које држе готово апсолутну контролу над незаменљивим добром као што су фосилна горива. На тај начин, постојање *OPEC*, иако ствара неефикасности на тржишту, с друге стране дало је подстицај за проналажење алтернативних решења за употребу фосилних горива (Smith, 2005; Whitley, 2013). У том смислу, стварање картела може имплицитно да подстакне иновације од стране економских субјеката, који могу, или не морају бити његов део.

Картелски споразуми су нестабилни, скупи за формирање и функционисање и одржавање из напред наведених разлога. Тајно договарање и стварање картела кажњава се законом о заштити конкуренције, који подстиче компаније да се побољшају, стварајући погодније услове за потрошаче, који ће моћи да изаберу мноштво сличне робе по ценама које нису високе. Постоје независна тела, како национална, тако и међународна, која покушавају да спрече стварање рестриктивних споразума, анализирајући јавне и скривене споразуме, који могу садржати назнаке могућих анти-конкурентских активности. О политици заштите конкуренције ће бити речи у наредним поглављима.

2. Утицај СДИ на морфологију тржишта развијених држава – теоријски преглед

Са теоријског становишта, утицај СДИ на тржишне структуре и ниво тржишне концентрације земље домаћина још увек је недовољно истражено подручје, јер постоје два супротстављена погледа на овај утицај. Прво становиште сматра да уласком на домаће тржиште СДИ смањују ниво тржишне концентрације и на тај начин побољшају конкурентске услове (Blomstrom и Kokko, 1997; Dunning и Lundan, 2008). Према другом становишту, СДИ могу да утичу на повећање тржишне концентрације и самим тим на погоршање услова конкуренције. Негативан утицај на услове конкуренције може бити последица чињенице да компаније које улазе поседују специфичне предности, што им омогућава да креирају баријере уласка и елиминишу постојећу, често недовољно ефикасну конкуренцију са тржишта (*crowding out* ефекат) (Dunning и Lundan, 2008; Franco и Gelubcke, 2013; Blomstrom и Kokko, 1997; Rutkowski, 2006; Dunning и Lundan, 2008). У тим случајевима, поједини аутори (Singh, 2011) виде потребу примене квалитетне политике заштите конкуренције како би се ублажили нежељени исходи ових активности. Овде треба бити обазрив јер елиминација недовољно ефикасне конкуренције није лоша појава са аспекта друштвеног благостања. Оно што није добро је што процес *crowding out*-а прати касније „затварање“ тржишта и коришћење овако стечене доминантне позиције за остваривање монополског екстра профита.

Према UNCTAD-овом извештају, ако ТНК улазе на тржиште путем *greenfield* инвестиција, највероватније ће у кратком року доћи до повећања конкуренције због повећања броја фирми на тржишту. Супротно, ако ТНК улазе на тржиште земље домаћина у форми аквизиција или мерџера, број фирми на тржишту се не мења и ова промена у кратком року не утиче на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције. Аквизиције могу да спрече повећање концентрације тржишта онда када преузимање спречава затварање преузете фирме. Ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације у земљи домаћину зависе и од утицаја ТНК на улазне баријере. Баријере уласка се могу повећати ако ТНК, примењујући савремене технологије, организационе и друге предности, остварују конкурентску предност у односу на домаће компаније. Blomstrom (1986) сматра да ТНК због своје финансијске моћи могу да поднесу губитке у кратком року док не превазиђу потенцијалне предности домаћих фирми, што им олакшава борбу за тржишно учешће. Стране компаније могу да утичу и на смањење улазних баријере. Уколико на тржишту земље домаћина већ постоји монополска тржишна структура, улазак страних компанија може повећати конкуренцију, директно или индиректно, кроз *spillover* ефекат, који може довести до повећања продуктивности домаћих компанија (Blomstrom, 1986).

Driffield (2001) је испитивао утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Велике Британије у периоду од 1983. до 1992. године. Применом економетријских техника (*SEM – Simultaneous Equation Method*) доказао је да је улазак ТНК смањивао ниво тржине концентрације и повећао конкуренцију у прерађивачкој индустрији Велике Британије. Forte и Sarmento (2012) су испитивали ефекте СДИ на тржишне структуре у прерађивачкој индустрији Португалије користећи податке за период од 2006. до 2009. године и примењујући панел анализу. Као зависна варијабли и мера тржишне концентрације је коришћен Рацио концентрације четири највеће фирме (*CR4*), док је за апроксимацију СДИ, као експланаторне варијабли, коришћен удео страних компанија у укупној продаји прерађивачке индустрије. Поред тога, у анализу су укључене и следеће варијабли: величина тржишта, стопа раста тржишта, економија обима и слично. Резултати истраживања су показали да са повећањем обима СДИ долази до смањења нивоа тржишне концентрације.

Bourlakis (1987) је такође испитивао утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у грчкој прерађивачкој индустрији у периоду од 1975. до 1979. године и утврдио је да су СДИ утицале на повећање нивоа тржишне концентрације у овој индустрији. Овај аутор такође сматра да транснационалне компаније утичу на повећање нивоа тржишне концентрације, јер спречавају улазак нових фирми и повећавају баријере уласка. На тај начин њихов утицај је негативан на услове конкуренције. Међутим, посебно је уочљиво да је улазак ТНК повећао конкуренцију у развијеним земљама, пре свега јер су домаће фирме у тим земљама већ примениле модерну технологију у производњи, организацији и управљању, тако да могу да се такмиче са транснационалним компанијама побољшавајући своје перформансе. Yun и Lee (2001) су истраживали утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Јужне Кореје у периоду од 1991. до 1997. године и закључио је да је већи прилив СДИ повећао ниво тржишне концентрације.

Rutkowski (2006) је утврдио негативан утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији 13 земаља Централне и Источне Европе користећи податке за 2001. годину, односно да са повећањем обима СДИ долази до смањења нивоа тржишне концентрације. Ames и Roberts (2005) су утврдили да не

постоји утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Пољске користећи метод инструменталних варијабли.

Резултати претходних истраживања ефеката СДИ на тржишну концентрацију развијених земаља се разликују од земље до земље, периода истраживања и примењене методологије (Табела 9).

Табела 9. Преглед емпиријских истраживања

Аутор	Индустрија	Земља	Период истраживања	Метод истраживања	Ефекат
Bourlakis (1987)	Прерађивачка индустрија	Грчка	1975/1979.	ОНК	+
Yun и Lee (2001)	Прерађивачка индустрија	Кореја	1991-1997	Метод симултаних једначина	+
Driffield (2001)	Прерађивачка индустрија	Уједињено Краљевство	1983-1992.	Метод симултаних једначина	-
Rutkowski (2006)	Прерађивачка индустрија	Централна и Источна Европа	2001.	<i>IV Probit</i> и <i>Non-linear IV Tobit</i>	-
Forte и Sarmiento (2012)	Прерађивачка индустрија	Португалија	2006-2009.	Панел анализа	-
Ames и Roberts (2005)	Прерађивачка индустрија	Пољска	1989-1993.	<i>GMM са IV</i>	0

Извор: Аутор

Као што се из Табеле 9 може видети, у развијеним земљама повећање прилива СДИ смањује ниво концентрације на анализираним тржиштима. Један од разлога за такву ситуацију је и то што се ради о развијеним економијама где појава нових инвестиција појачава конкуренцију, јер се на тржишту налазе већ афирмисане компаније, које не губе своју позицију због уласка нових конкурената.

3. Утицај СДИ на услове конкуренције држава у развоју – теоријски преглед

Однос СДИ и броја и распореда компанија у одређеном сектору је проблем којим се економисти баве више од 30 година, при чему треба да дају одговор на два питања: какав утицај ТНК имају на тржишне структуре сектора где улазе и да ли ТНК своје филијале у иностранству отварају у секторима са високом концентрацијом (Dunning и Lundan, 2008). Упркос актуелности самог питања, још увек није постигнута сагласност о утицају СДИ на тржишне структуре земље домаћина. Постојеће емпиријске студије о утицају СДИ на тржишне структуре земље домаћина нису обимне, али показују да растући прилив СДИ утиче на промене тржишних структура земље домаћина тако што

побољшавају или погоршавају услове конкуренције на њима (Dunning и Landan, 2008; Forte и Sarmiento, 2012; Driffield, 2001; Rutkowski, 2006; Ames и Roberts, 2005; Lall, 1979). Највише емпиријских студија о односу СДИ и тржишне концентрације земље домаћина односи се на прерађивачку индустрију (Forte и Sarmiento, 2012; Singh, 2011; Rutkowski, 2006; Adam и Khalifah, 2012; Yun и Lee, 2001).

Литература која се бави истраживањем утицаја СДИ на тржишну структуру земље домаћина била је везана како за тржишта развијених земаља, тако и за тржишта земаља у развоју (Lall, 1979; Driffield, 2001; Yun и Lee, 2001; Forte и Sarmiento, 2012; Singh, 2011; Rutkowski, 2006; Adam и Khalifah, 2012; Ames и Roberts, 1987; Blomstrom, 1987; Willmore, 1987; Petrochilos, 1989; Sathye, 2002). Закључци нису јединствени. Тако постоје истраживања која су показала да СДИ утичу на смањење нивоа тржишне концентрације земље домаћина и побољшање услова конкуренције (Orazlin и Dulambaeva, 2013; Cho, 1990). Kindelberger (1969) је показао да је улазак ТНК а самим тим и СДИ, трансформисао тржиште земље домаћина у конкурентно тржиште.

Cho (1990) је испитивао утицај СДИ на ниво тржишне концентрације на банкарском тржишту Индонезије. Истраживање је извршено за период од 1974. до 1983. године. Као зависна варијабла је коришћен Рацио концентрације четири највеће банке Индонезије (*CR4*), док је као независна варијабла коришћен обим СДИ. Резултати истраживања су показали да повећање обима СДИ утиче на смањење нивоа тржишне концентрације у банкарском сектору Индонезије.

Orazalin и Dulambaeva (2013) су испитивали утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама Централне и Источне Европе (ЦИЕ) и Заједнице независних држава (ЗНД) користећи метод инструменталних варијабли. Користили су СДИ сток за 2000. годину као експланаторну варијаблу, док је као зависна варијабла која је представљала тржишну концентрацију коришћена вештачка (*dummy*) варијабла која узима вредност 1 ако се компанија суочава са 1-4 конкурентна (висока концентрација) и вредност 0 ако компанија има више од 4 конкурента (ниска концентрација). Утврдили су да СДИ негативно утичу на ниво тржишне концентрације, односно да утичу позитивно на услове конкуренције на тржишту. Panjaitan и сар. (2016) су истраживали утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у индонежанском банкарском сектору у периоду од 2005. до 2014. године користећи учешће страних банака у укупној активи банкарског сектора као меру СДИ и Рацио концентрације три највеће фирме (*CR3*) као меру нивоа тржишне концентрације. Резултати су показали да повећање СДИ за једну јединицу доводи до смањења *CR3* за 0.35 јединица. Испитивањем утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације у кинеској прерађивачкој индустрији бавили су се и Lundin и сар. (2007). Анализа је извршена за период од 1998. до 2004. године. Резултати истраживања су показали да је прилив СДИ допринео повећању конкуренције у кинеској прерађивачкој индустрији.

С друге стране, прегледом референтне литературе у овој области може се констатовати да су одређени аутори утврдили позитиван утицај СДИ на ниво тржишне концентрације и самим тим негативан утицај на услове конкуренције (Yun и Lee, 2001; Blomstrom, 1986; Lundin и сар., 2007; Singh, 2011; Bourlakis, 1987; Willmore, 1980; Oxelheim и Pontus, 1999; Petrochilos, 1989, Markusen и Venables, 1997). Newfarmer (1979) је утврдио позитивну везу између СДИ и нивоа тржишне концентрације у бразилској индустрији, посебно наглашавајући да су ТНК користиле стратегије нижих цена како би оствариле доминантну позицију на тржишту. Singh (2011) је испитивао утицај СДИ на

ниво тржишне концентарције у прерађивачкој индустрији Индије у периоду од 2001. до 2006. године користећи панел регресиону анализу. Као зависна варијабла у овом истраживању коришћен је Рацио концентрације три највеће компаније (*CR3*), док су као експланаторне варијабле коришћене учешће страних фирми у укупној продаји индустрије и стопа раста тржишта. Резултати истраживања су показали да постоји статистички значајан утицај СДИ на повећање нивоа тржишне концентрације.

Lall (1979) је проучавајући утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Малезије закључио да присуство ТНК утиче на повећање нивоа тржишне концентрације и самим тим нарушавање услова конкуренције. Kopings (2001) је у свом истраживању утврдио да постоји негативан ефекат СДИ на конкуренцију у земљама у развоју.

Mulyaningsih (2014) је покушао да утврди повезаност између СДИ и услова конкуренције у индонезанском банкарском сектору у периоду од 1980. до 2010. године. За анализу података је користио модел са корекцијом равнотежне грешке (*Vector Error Correction Model – VECM*) утврдивши да постоји дугорочна повезаност између конкуренције и СДИ у банкарском сектору Индонезије. Осим тога, аутор потврђује да ако постоји већи број банака на тржишту и повољан макроекономски амбијент онда долази до повећања конкуренције у овом сектору. Wu и Tu (2014) су се бавили испитивањем ефеката СДИ на ниво тржишне концентарције у кинеској лучкој индустрији у периоду од 1991. до 2011. године и утврдили су да прилив СДИ значајно повећава ниво тржишне концентрације у овој индустрији.

Поред теоријских и емпиријских истраживања која утврђују да постоји позитиван или негативан утицај СДИ на ниво тржишне концентрације, постоје и аутори који су утврдили да између ових варијабли не постоји повезаност (Sathye, 2002). Sathye (2002) је истраживао утицај СДИ на ниво тржишне концентарције у индијском банкарском сектору за 1997. и 1998. годину, при чему је за зависну варијаблу и меру концентарције коришћен *Herfindahl-Hirschman Index (HHI)*, а као експланаторна варијабла је коришћена *dummy* варијабла која показује да ли је банка у страном или домаћем власништву (1 – страна банка, 0 – домаћа банка). Резултати овог истраживања су показали да не постоји статистички значајан утицај СДИ на ниво тржишне концентрације.

Радуловић (2020) је испитивала да ли постоји повезаност између страних директних инвестиција и нивоа тржишне концентрације у сектору финансијског лизинга Републике Србије. Коришћени су квартални подаци за период од првог квартала 2006. године до првог квартала 2019. године. За анализу података је коришћен аутогергресивни модел дистрибуираних доцњи (*ARDL – AutoRegressive Distributed Lag*) и тест граничних вредности (*bounds* тест). Резултати су показали да постоји негативна повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације у сектору финансијског лизинга Републике Србије у дугом року што значи да је у овом сектору дошло до побољшања услова конкуренције. У кратком року није утврђена статистички значајна повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације.

Радуловић (2018) је такође испитивала однос између страних директних инвестиција и структуре тржишта у српској аутомобилској индустрији. Рацио концентрације три компаније је коришћен за мерење тржишне концентрације. Регресиона анализа примењена је за анализу годишњих података од 2006. до 2016.

године. Резултати су показали да постоји статистички значајна и позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације у српској аутомобилској индустрији. Ако се СДИ промене за 1%, ниво тржишне концентрација ће се повећати за 0.13%, при чему ће сви остали услови остати непромењени. То значи да ће повећање прилива СДИ у српској аутомобилској индустрији, довести до смањења конкуренције.

Кастратовић (2018) је истраживао утицај СДИ на ниво тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Босне и Херцеговине. Метод најмањих обичних квадрата (ОНК) је коришћен за анализу података, а у анализу је укључен 21 сектор прерађивачке индустрије Босне и Херцеговине, односно 4924 предузећа. Коришћени су подаци за 2016. годину. Резултати сугеришу да се утицај страних директних инвестиција на концентрацију на тржишту најбоље може описати као конвексна функција, при чему СДИ статистички значајно утичу на тржишну концентрацију мерену Херфиндал-Хиршмановим индексом. Утврђен је позитиван утицај на ниво тржишне концентрације, а самим тим негативан на услове конкуренције

Табела 10. Преглед емпиријских истраживања

Аутор	Индустрија	Земља	Период истраживања	Метод истраживања	Ефекат
Blomstrom (1986)	Прерађивачка индустрија	Мексико	1970	ОНК	+
Willmore (1989)	Прерађивачка индустрија	Бразил	1980	ОНК	+
Singh (2011)	Прерађивачка индустрија	Индија	2001/2002-2006/2007	Панел анализа	+
Adam и Khalifah (2012)	Прерађивачка индустрија	Малезија	2001-2004	Панел анализа	+
Orazalin и Dulambaeva (2013)	Прерађивачка индустрија	ЦИЕ & ЗНД	2000	2SLS IV	-
Радуловић (2020)	Финансијски лизинг	Србија	2006-2019	ARDL	-
Радуловић (2018)	Аутомобилска индустрија	Србија	2006-2016	ОНК	+
Кастратовић (2018)	Прерађивачка индустрија	Босна и Херцеговина	2016	ОНК	+
Sathye (2002)	Банкарство	Индија	1997-1998	ОНК	0
Cho (1990)	Банкарство	Индонезија	1974-1983	ОНК	-
Panjaitan и сар. (2016)	Банкарство	Индонезија	2005-2014	ОНК	-
Lundin и сар. (2007)	Прерађивачка индустрија	Кина	1998-2004	ОНК	-
Lall (1979)	Прерађивачка индустрија	Малезија	1972	ОНК	+
Mulyaningsih (2014)	Банкарство	Индонезија	1980-2010	VECM	+

Извор: Аутор

Према наведеним емпиријским истраживањима, може се закључити да се утицај СДИ на ниво тржишне концентрације разликује у зависности од посматране земље и тржишта. С друге стране, већина земаља у развоју се суочила са повећањем нивоа тржишне концентрације под утицајем СДИ, пре свега јер су стране компаније искористиле своје предности које су им омогућиле да послују боље него домаће фирме. У том процесу, транснационалне компаније су истисле домаће компаније са тржишта и повећале ниво тржишне концентрације. Разлог за овакав след догађаја, између осталог, треба тражити у томе што је политика заштите конкуренције у земљама у развоју мање развијена од оне у развијеним земљама, па није у стању да спречи негативне ефекте уласка СДИ. Такође, земље у развоју, због недостатка сопственог капитала неопходног за убрзање привредног развоја, излаз траже у СДИ, постајући толерантније на негативне ефекте које овакве врсте инвестиција могу да донесу. Транснационалним компанијама није страна да користе овакву ситуацију стварајући доминантну тржишну позицију у земљама где улазе, користећи такву позицију за присвајање дела друштвеног благостања које им не припада.

4. Политика заштите конкуренције и прилив СДИ

4.1. Развој политике заштите конкуренције

Тржишна економија заснива се на принципу конкуренције, а економија заснована на слободној конкуренцији не само да осигурава ефикасно коришћење ресурса, већ доводи и до смањења цена роба и повећање њиховог квалитета (Motta, 2004). Услови слободне конкуренције осигуравају континуирани и уравнотежени развој економије земље. Политика заштите конкуренције има улогу да обезбеди једнаке услове за све тржишне учеснике и води остваривању ефективне конкуренције која је предуслов економског и ширег друштвеног напретка (Стојановић и Костић, 2013).

Савремена политика заштите конкуренције везује се за Сједињене Америчке Државе и крај 19. века. Тада су власти интервенисале против формирања првих картела који су настали као последица економско-индустријског развоја који је од друге половине 19. века, карактерисао прерађивачку индустрију не само у Сједињеним Америчким Државама, већ и у свету и надоградње инфраструктуре за железнички транспорт и комуникације (Peritz, 2000). Комбинација ових фактора у великој мери је поједноставила формирање јединственог америчког тржишта које је, заједно са технолошким развојем и формирањем компанија и тржишта капитала, омогућило компанијама да у потпуности искористе економију обима и да повећају своју производњу. То је довело до интензивирања конкуренције, што је довело до ратова ценама (Comanor и сар., 2014). Да би се избориле са нестабилношћу тржишта, компаније су почеле да се договарају о политикама цена кроз формирање картела.

Мале компаније су убрзо почеле да се жале на ове картеле који могу да наруше слободну конкуренцију на тржишту. После две године расправа, 1890. године усвојен је **Шерманов акт** (*Sherman Act*) 1890 којим је држава препознала да слободна „игра“ тржишних сила не гарантује увек равнотежу између понуде и потражње, најбољу

употребу производних фактора и оптималну расподелу богатства између учесника на тржишту (Hovenkamp, 2009).

Шерманов акт подразумева да сваки уговор, договор или неки други начин координације између економских субјеката или са страним државама треба да буде проглашен нелегалним. Овај акт се бави регулисањем споразума забрањујући било какав споразум између компанија који би могао имати за последицу смањење конкуренције. Шерманов акт такође наводи да ће се свако лице које ће монополизovati или покушати да монополизује тржиште или се договарати са било којим другим лицем или особама да монополизује било који део тржишта сматрати кривим (Комисија за заштиту конкуренције Србије, 2013). Сходно томе, поред забране тајних споразума између компанија, Шерманов закон забрањује сваки покушај монополизације тржишта. У случају кршења закона предвиђене су новчане и кривичне казне. Законодавство је убрзо измењено, посебно у погледу контроле концентрација и увођења административних тела која ће надгледати и санкционисати компаније у случају кршења закона.

Након Шермановог акта, донет је **Клејтонов акт** (*Claiton Act*) 1914. године који је изричито забрањивао ценовну дискриминацију и присуство истих директора у неколико компанија. Закон је такође проширен на случајеве када су спајања резултирала смањеном конкуренцијом. Осим тога основано је независно тело, Савезна трговинска комисија (*Federal Trade Commission - FTC*), која је имала задатак да надгледа и интервенише у случају непоштовања правила конкуренције, посебно у случајевима дискриминације цена и нелојалне конкуренције (Љутић, 2013).

Шерманов акт и Клејтонов акт су основа америчког закона о заштити конкуренције. Накнадне допуне закона нису направиле суштинске промене, али су послужиле разјашњењу неких аспеката и увођењу нових алата како би се могло ефикасније интервенисати. На пример, Робинсон-Патманов закон (*Robinson-Patman Act*) из 1936. године прецизира одређене аспекте законодавства у вези са дискриминацијом цена. *Celler-Kefauver Act* из 1950. године, у случају спајања, проширује забрану размене акција и на трансакције имовине (Тасић, 2017). *Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act* из 1976. године захтева од компанија одређене величине заинтересоване за спајање, припајање или трансакције које укључују имовину и хартије од вредности да обавесте Савезну трговинску комисију и Министарство правде, који процењују усаглашеност појединачних трансакције са прописима и слично. Оно што се може рећи за антимонополску или антитрустовску политику САД је да је најстарија савремена политика заштите конкуренције и да је најразвијенија. Ово се посебно односи на укључивање економске анализе у сферу заштите конкуренције.

4.2. Политика заштите конкуренције Европске уније

Попут Сједињених Америчких Држава, и Европа је од друге половине 19. века била подвргнута значајном економско-индустријском развоју који је довео до настанка и ширења картела. У почетку су споразуми склапани на националном нивоу и државе су их често користиле као инструмент економске политике (Koch, 1945). Државе су

нарочито после Првог светског рата подржале картелске споразуме како би помогле развој домаћих компанија. Примена протекционистичких мера била је усмерена на то да се подстакне развој домаћих предузећа и повећа њихова тржишна моћ (Koch, 1945).

Након Другог светског рата, захваљујући утицају Сједињених Америчких Држава и жељи да се ограничи појава нових тоталитарних система, Белгија, Француска, Западна Немачка, Италија, Холандија и Луксембург су 1951. године потписале Париски уговор, којим је настала Европска заједница за угљ и челик. Уговор је обавезао шест држава које су приступиле овој заједници да не намећу било какве препреке или да практикују било какав дискриминаторски или рестриктивни акт који би могао негативно утицати на конкуренцију (Маџар, 2011). Иако је Париским уговором успостављен низ правила како би се заштитила конкуренција између шест држава, они су се ретко примењивала у првим годинама након потписивања споразума. Тек је Римским уговором из 1957. године постигнута прекретница у овом погледу. Циљ Римског уговора је био превазилажење подела европског економског простора како би се створило интегрисано тржиште на коме су компаније имале слободу да се такмиче. Стога је стварање Европске економске заједнице било основ да се створи заједничко тржиште које ће омогућити слободан промет роба, услуга, капитала и људи, а истовремено гарантовати компанијама могућност раста кроз специјализацију и могућност пословања на ширем тржишту без препрека (Maudos и Vives, 2019).

Политика заштите конкуренције у ЕУ подељена је на следећа подручја (Council Regulation (EC) No 139/2004):

а) забрана усаглашених пракси, споразума и удруживања између компанија које могу утицати на трговину између држава чланица и које имају за циљ или као последицу спречавање, ограничавање или нарушавање конкуренције на заједничком тржишту;

б) забрану злоупотребе доминантног положаја на заједничком тржишту због штете коју може да има на трговину унутар и између држава чланица;

ц) забрану помоћи предузећима и контроле над њима од стране држава чланица, додељену коришћењем државних ресурса, која би могла нарушити конкуренцију фаворизовањем одређених предузећа или производње;

д) превентивна контрола над спајањима, преузимањима и заједничким улагањима која укључују компаније које имају одређени, дефинисани износ промета у ЕУ, према закону о спајању Европске уније.

Чланови 85 до 94 Римског уговора посвећени су регулативи конкуренције. Основни принципи законодавства садржани су у члановима 85 и 86, који ће затим бити укључени у Уговор о Европској унији и који и даље представљају темеље европског законодавства у погледу конкуренције (Маџар, 2011). Ступањем на снагу Лисабонског споразума 2009. године, чланови 81 и 82 (раније 85 и 86) додати су под бројевима 101 и 102 у Уговор о функционисању Европске уније. Ови чланови су саставни део законодавног система свих држава чланица, па их такође директно примењују национални судови, као и национална тела за заштиту конкуренције. Члан 101 се бави хоризонталним и вертикалним споразумима и забрањује све споразуме између компанија, све одлуке о удруживању компанија и све усаглашене праксе које могу утицати на трговину између држава чланица и које имају за циљ или последицу

спречавање, ограничавање или нарушавање конкуренције на заједничком тржишту, а посебно оне које се састоје од (Cini и McGowan, 1998):

- директног или индиректног утврђивања купопродајних или продајних цена или других услова трансакције,
- ограничавања или контроле производње, продајних места, техничког развоја или инвестиција,
- поделе тржишта или извора снабдевања,
- примењивања различитих услова за идентичне услуге у комерцијалним односима са другим уговорним странама,
- условљавања закључивања уговора тако да други уговарачи прихвате додатне услуге, које по својој природи или према комерцијалној употреби немају никакве везе са предметом самих уговора.

Било који скопљен споразум изричито забрањен чланом 101 сматра се ништавим, осим у неким случајевима у којима се законодавство сматра непримењивим. То се дешава када споразуми доприносе побољшању ефикасности производње или дистрибуције или промовишу технолошки развој, пре свега у корист потрошача (Rey, 2002). У сваком случају, неопходно је да споразуми не намећу ограничења компанијама, осим оних која су апсолутно неопходна за постизање специфичних циљева постављених споразумом, и да им не дају могућност да елиминишу конкуренцију. С тим у вези Европска комисија је издала разне прописе којима прецизира категорије споразума који могу бити изузети из овог члана и секторе који подлежу различитим прописима (Warloutzet, 2016).

Motta и Polo (2005) упућују важну критику Европском законодавству везаном за заштиту конкуренције, које ни на који начин не разликује хоризонталне споразуме од вертикалних, упркос чињеници да ове врсте споразума, према економској теорији, имају различите ефекте на конкуренцију. Хоризонтална сарадња између конкурената у већини случајева, смањује благостање и конкуренцију, па је увек треба забранити, осим одређених врста сарадње попут сарадње у области истраживачких и развојних активности, јер они могу у великој мери стимулисати технички и економски напредак. Са друге стране, вертикални споразуми између компанија које послују у различитим фазама производног процеса углавном се посматрају позитивно, осим ако компаније које у њима учествују немају снажну тржишну моћ. Европска комисија је дала одговор на овај проблем Уредбом 2790/99⁴, којом прецизира случајеве у којима су вертикални споразуми забрањени и случајеве у којима су дозвољени. Законодавство које промовише Европска унија увек је мотивисано циљем да се цене и услови продаје учине хомогеним међу државама чланицама (Vannerman, 2002).

Члан 102 бави се злоупотребом доминантног положаја. Конкретно, забрањује одређене праксе, укључујући (Cini и McGowan, 1998):

- намећање неправичне куповине или продајне цене и других неправичних услова трговине;
- ограничење производње, тржишта и техничког развоја на штету потрошача;
- примену различитих услова пословања за различите тржишне учеснике при чему се они доводе у неједнак положај у смислу конкурисања на тржишту;

⁴ Уредба Европске комисије бр. 2790/1999 од 22. децембра 1999. о примени члана 81 (3) Уговора на категорије вертикалних споразума и усаглашене праксе.

- закључивање уговора само уз прихватање додатних услуга које нису повезане са стварним предметом самих уговора.

Посебно је важна примена Уредбе 1/2003⁵ од стране Европског савета, која је ступила на снагу 2004. године и значајно је променила примену правила конкуренције утврђених у члановима Уговора. По први пут је однос између закона ЕУ и националних закона регулисан са циљем успостављања система који ће спречити нарушавање конкуренције на заједничком тржишту.

Носилац политике заштите конкуренције у ЕУ је Европска комисија, док је одговорност о политици заштите конкуренције подељена између Европске комисије и националних тела за заштиту конкуренције.

Што се тиче области заштите конкуренције, Европска комисија одлучује о споразумима који су на снази у више од три државе чланице. Такође суди у случајевима када се расправља о новим и значајним питањима конкуренције за међународно тржиште. Национална тела за заштиту конкуренције свих држава чланица су дужни да поднесу писану документацију Европској комисији пре покретања поступка у случају споразума који су на снази у ЕУ. Европска комисија тада одлучује да ли ће поступак спровести или ће га препустити националном телу за заштиту конкуренције. За разлику од Европске комисије, национална тела за заштиту конкуренције мора да кажњавају незаконите споразуме на својој територији и њихове одлуке се не могу применити на друге државе (Szczerpański, 2019).

Постоји сарадња између националних тела за заштиту конкуренције и Европске комисије у истрази и откривању незаконитих споразума. Национална тела за заштиту конкуренције имају право да користе помоћ и консултације Европске комисије у компликованим случајевима (Szczerpański, 2019). Европска комисија такође редовно истражује секторе у којима постоји ризик од нарушавања и ограничења конкуренције.

4.3. Политика заштите конкуренције у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ

Политика заштите конкуренције је битна како за развијене земље, тако и за земље у развоју. Према томе, битно је да се објасне и политике заштите конкуренције Србије, Босне и Херцеговине, Албаније, Црне Горе и Северне Македоније.

Политика заштите конкуренције у **Србији** је дефинисана Законом о заштити конкуренције из 2009. године који је измењен и допуњен Законом о изменама и допунама Закона о заштити конкуренције у 2013. години. Потребно је истаћи и да су чланом 85. Устава Републике Србије забрањени сви акти којима се ограничава конкуренција и злоупотреба монополски или доминантан положај (Костић, 2013). Први Закон о заштити конкуренције делимично усклађен са правилима ЕУ у Србији је донет 2005. године. Изградња система заштите конкуренције у Србији, у савременом смислу, започела је усвајањем Закона 1996. године, који је био основа за оснивање Антимонополске комисије која је била одговорна за предузимање мера против

⁵ Уредба Савета бр. 1/2003 од 16. децембра 2002. о примени правила о конкуренцији утврђених у члановима 81 и 82 Уговора

злоупотребе монопола или доминантног положаја привредних субјеката на тржишту (Протић и Лазаревић, 2015). Након овог Закона донет је Закон о заштити конкуренције из 2005. године. То је први модеран закон који регулише ову област. Закон о заштити конкуренције из 2009. године представљао је побољшање Закона из 2005. године у смислу усаглашавања са законодавством ЕУ. У Закону су побољшане одредбе о забрани рестриктивних споразума и пракси, злоупотреби доминантног положаја, уредби о групним изузећима, контроли концентрација, као и кључна процедурална правила (Протић и Лазаревић, 2015).

Организација надлежна за спровођење политике заштите конкуренције у Србији је Комисија за заштиту конкуренције која је основана 2006. године. Комисија за заштиту конкуренције је независна и самостална организација која врши јавна овлашћења у складу са Законом о заштити конкуренције и регулише следеће области:

- злоупотреба доминантног положаја,
- рестриктивни споразуми и
- концентрација привредних субјеката.

Ова комисија за свој рад одговара Народној скупштини Републике Србије. На челу Комисије за заштиту конкуренције се налази Савет.

Устав Републике Северне Македоније из 1991. године је гарантовао једнак правни положај свим странама на тржишту и предузимање мере од стране државе против монополиских позиција и монополиског понашања на тржишту. Устав такође предвиђа да се слобода тржишта и предузетништва може ограничити законом, само из разлога одбране земље, заштите природне и животне средине или јавног здравља (Tushevska, 2020). Забрана монополског понашања је дефинисана и Законом о трговини из 1995. године. **Северна Македонија** је донела Закон против ограничења конкуренције 1999. године који је замењен Законом о заштити конкуренције из 2005. године који је заснован на праву ЕУ. У складу са променама Закона ЕУ, у Северној Македонији је донет нови Закон о заштити конкуренције 2010. године. Надлежна организација за спровођење политике заштите конкуренције у Северној Македонији је Комисија за заштиту конкуренције Северне Македоније. Ова Комисија врши овлашћења слично као што то чини Комисија за заштиту конкуренције Србије.

Први Закон о заштити конкуренције у **Албанији** је усвојен 1995. године, а његовим усвајањем започиње период институционализације права конкуренције. Закон се бавио питањима везаним за монополе, доминантан положај, као и нелојалну конкуренцију. Упркос доношењу Закона о конкуренцији, утврђено је да релевантно законодавство има недостатке и да је далеко од законодавства ЕУ. Због тога је усвојен нови Закон о заштити конкуренције 2003. године. Сврха овог закона била је заштита слободне и ефикасне конкуренције на тржишту, дефинисање правила понашања предузећа, као и институција одговорних за заштиту конкуренције и њихових надлежности (Allmusa, 2010). Устав Албаније дефинише да се економски систем Албаније заснива на приватној и јавној својини, као и на тржишној економији и слободи привредних активности. Ограничења слободе привредних активности могу бити наметнута само законом и само из важних јавних разлога. То је даље регулисано Законом о међународном приватном праву у члану 64, где се регулише нелојална конкуренција и поступци који ограничавају слободну конкуренцију (Allmusa, 2010).

Организација за заштиту конкуренције Албаније као јавна институција за заштиту слободне и ефикасне конкуренције у Албанији има за циљ да заштити саму конкуренцију, као и да заштити унутрашње тржиште од последица било каквог спољног деловања. Закон о заштити конкуренције се примењује у свим секторима привреде, као и за сва приватна и државна предузећа која послују на територији Албаније, као и предузећа која послују ван ове територије, али последице се осећају на унутрашњем тржишту. Важан аспект важећег закона о конкуренцији је право сваке особе да се директно обрати суду ако постоје забрањени споразуми или злоупотреба доминантног положаја (Duka и Власса, 2012).

Законом о конкуренцији из 2001. године први пут је регулисана политика конкуренције у **Босни и Херцеговини**. Овај Закон је садржао основна правила о заштити конкуренције која су дефинисана члановима 101 и 102 Уговора о оснивању ЕУ, али у пракси није пратио прописе дефинисане овим члановима. Сходно томе, 2005. године усвојен је нови Закон о конкуренцији Босне и Херцеговине који садржи мотивишућу политику казни за привредне субјекте (*leniency policy*), механизме контроле интерног тржишта и успостављање сарадње са међународним институцијама из ове области (Конкуренијски савјет Босне и Херцеговине, 2020). Организација задужена за спровођење политике заштите конкуренције у Босни и Херцеговини је Конкуренијски савјет Босне и Херцеговине који је основан Законом о конкуренцији из 2001. године. Међутим, Конкуренијски савјет је успостављен од 2005. године и има овлашћење у одлучивању о постојању забрањеног конкуренијског деловања на тржишту Босне и Херцеговине.

Закон о заштити конкуренције у **Црној Гори** донет је 2012. године да би био измењен 2018. године. Овај Закон уређује заштиту конкуренције на тржишту Црне Горе и контролу и праћење усклађености државне помоћи и друга питања од значаја за заштиту конкуренције и контролу државне помоћи (Закон о заштити конкуренције "Службени листи ЦГ", бр. 44/2012 и 13/2018). Надлежна организација за спровођење Закона је Агенција за заштиту конкуренције. У складу са Законом, Агенција за заштиту конкуренције као независна организација одговорна је за следеће (Јоковић, 2019):

- прати и анализира услове конкуренције на тржишту;
- одобрава изузећа од забране одређених споразума;
- одобрава концентрације предузећа;
- предузима мере против предузетника због повреде конкуренције на тржишту;
- врши контролу усклађености државне помоћи са законом којим се уређује државна помоћ, као и усклађености доделе и коришћења додељене државне помоћи;
- прати спровођење и ефекте додељене државне помоћи;
- налаже повраћај незаконите и неусаглашене државне помоћи;
- прикупља податке о планираној државној помоћи, као и о употреби и ефектима додељене државне помоћи;
- води управни поступак и доноси одлуке у појединачним управним стварима; подноси захтев за покретање прекршајног поступка надлежном суду и / или издаје прекршајне налоге у складу са Законом којим се уређују прекршаји;
- води евиденцију о одобреним и пријављеним концентрацијама;
- контролише спровођење мера изречених одлукама, итд.

Антимонополско законодавство тежи да кроз постизање већег степена конкуренције у економском систему, омогући постизање вишег друштвеног благостања уз исте расположиве ресурсе, штитећи не само слободу предузећа већ и права потрошача. Законодавство у области заштите конкуренције не делује изоловано на постизању циљева ефикасности привредног система, већ је део ширег контекста инструмената и политика у привреди. Сходно томе, улога државе у овој области није јединствена и непроменљива током времена што се види и на основу промена које су се догодиле у области заштите конкуренције како у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, тако и земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, при чему је већина ових земаља донела законе о заштити конкуренције у складу са захтевима савремених тржишта у 21. веку.

4.4. Политика заштите конкуренције и СДИ

Конкуренција на тржиштима роба и услуга је од суштинског значаја за економски развој и за побољшање благостања потрошача. Конкурентна тржишта су пресудна за повећану продуктивност, а без конкуренције, компаније немају подстицај да буду ефикасније, уводе иновације, побољшавају квалитет роба и услуга, повећавају ниво инвестиција и отварају више радних места. На овај начин, већа конкуренција је веома важан елемент за ефикасно функционисање тржишта, односно корисна је за потрошаче, повећава продуктивност и промовише раст економије.

Политика заштите конкуренције треба да промовише ефикасно функционисање тржишта, сузбијајући и санкционишући антиконкурентске праксе са крајњим циљем побољшање благостања потрошача. То се чини кроз спровођење закона и заступање и заговарање конкурентских пракси. Поштовање закона је важно како за кажњавање непримереног понашања учесника на тржишту, тако и за одвраћање да учесници поступају на тај начин (Поповић и Вукадиновић, 2007). У том смислу, државе су успоставиле прописе и законе којима забрањују споразуме који ограничавају конкуренцију и сузбијају злоупотребу тржишне моћи од стране компанија са доминантним положајем. Поред тога, ови прописи и закони утичу и на компаније са значајним степеном концентрације које могу негативно да утичу на функционисање тржишта. На крају, овакво понашање доводи до лоших услова за потрошаче као што су веће цене, нижи квалитет или ограничења у приступу робама и услугама. Због тога је неопходно да постоје релевантни прописи о заштити конкуренције на тржишту који укључују идентификацију, анализу и кажњавање поступака који могу створити правне или структурне баријере уласку и изласку економских субјеката са тржишта и ометати слободну конкуренцију (Motta, 2004).

Иако су се праксе попут картела и глобалних спајања углавном осећале на националним тржиштима, оне су утицале и на међународну трговину пошто је свет ушао у процес глобализације и стварања јединственог тржишта. У ствари, дошло је до глобалних спајања компанија које послују у многим земљама и имају тржишну снагу која може утицати на светску трговину. Глобална спајања могу имати значајне ефекте посебно на земље у развоју на чијим тржиштима се последњих година бележи значајна прилив СДИ и улазак великог броја ТНК. Институције за заштиту конкуренције појединих земаља најчешће су немоћне пред оваквим ситуацијама ван граница земље и

унутар правних ингеренција других земаља (Љутић, 2013). Према томе, постоји потреба за сарадњом између земаља у различитим областима, посебно на политикама које треба да се следе како би се неутралисале антиконкурентне праксе. Један од највећих разлога за то је што се сматра да либерализација трговине отвара пут картелизацији на међународним тржиштима (Joekes и Evans, 2008). Либерализована светска трговина не може ефикасно да функционише без успостављања глобалног система прописа о конкуренцији, јер овај процес либерализације у светској трговини захтева одређени степен усклађености између политика заштите конкуренције земаља и постизање одређених компромиса у вези са неким основним принципима (Родрик, 1997).

Услови конкуренције на тржиштима регулисани су политиком заштите конкуренције. Ефикасна политика заштите конкуренције, која је у стању да обезбеди квалитетну тржишну утакмицу и неометани улазак нових играча на домаће тржиште има позитиван утицај на ниво конкурентности земље, привлачење иностраних и домаћих инвестиција и компетентност домаћих предузећа у укључивању у конкурентску утакмицу на развијеним тржиштима (Стојановић и сар., 2012).

Политике заштите конкуренције појединих држава брзо се претварају у међународне политике, јер антиконкурентске праксе које угрожавају конкуренцију на домаћем тржишту углавном обављају предузећа која су основала предузећа из других држава. Студије о политици заштите конкуренције у оквиру Светске трговинске организације започеле су првом конференцијом Светске трговинске организације одржаној у Сингапуру 1996. године. Већина чланица СТО већ има законе о конкуренцији. Главни проблем је што постоје разлике између националних закона о конкуренцији и они утичу на међународну трговину. Иако већина држава чланица има законе и политике о конкуренцији, потребна је транспарентнија и доследнија примена (Тасић, 2017). Недостатак усклађености између постојеће праксе конкуренције и мноштва пракси које су изузете од политике конкуренције ограничавају светску трговину.

Један од најважнијих разлога зашто политика конкуренције не може да реши глобалне проблеме је тај што је политика конкуренције усмерена на решавање проблема у границама земље. Политика конкуренције односи се на конкуренцију унутар граница земље, а трговинска политика на такмичење у комерцијалним односима са другим земљама. У политици конкуренције, праксе попут монополизације, одређивања цена, спајања компанија које предузимају предузећа подлежу националном закону о конкуренцији. Поред тога, различити ставови Европске уније и Сједињених Америчких Држава по овом питању стварају проблеме везане за заштиту конкуренције на глобалном нивоу. Иако Европска унија жели да све чланице Светске трговинске организације доносе законе о конкуренцији и успостављају међународна правила за заштиту конкуренције, Сједињене Америчке Државе не желе да закон о конкуренцији подлеже међународном режиму (Hoeckman, 1999).

Други аспект прекограничне антиконкурентске праксе и сродних међународних сукоба појављује се у погледу спајања. Последњих година међу земљама су настали сукоби у вези са глобалним спајањем. Главне тачке ових неслагања су да спајање негативно утиче на услове конкуренције у другим земљама. Ако тело за заштиту конкуренције у држави у којој се налази седиште одобри спајање компанија, то не уклања проблем. Разлог за то је што тело за заштиту конкуренције друге државе може успротивити овој одлуци. Међутим, из многих разлога тела за заштиту конкуренције

земаља у развоју, нису у могућности да самостално изричу санкције или забрањују такво спајање (Bishop, 2003). У Светској трговинској организацији не постоји механизам где се може жалити или спречавати таква пракса спајања, јер још увек нису успостављена правила против такве праксе. Земље у развоју суочавају се са великим изазовима против глобалних картела и глобалних спајања. Ова ситуација се посебно јавља у извозним картелима које су основале компаније из развијених земаља. Извозни картели су добили изузеће од закона о конкуренцији у скоро свим земљама, јер утичу на страна тржишта, а не на домаће.

Што се тиче усклађивања земаља у развоју са правилима политике конкуренције, приликом доношења прописа о политици конкуренције, контрола удруживања (која представља важан део политике конкуренције) требало би да буде флексибилнија. Другим речима, требало би следити толерантнији став у надзору спајања предузећа с предузећима у земљама у развоју. Земље у развоју истичу да је на почетку процеса економског развоја индустријализација важнија од осигурања конкуренције, па им прописи о политици конкуренције нису приоритет у овом процесу (Singh, 2002). Заправо, структурни проблеми земаља у развоју подржавају став да политике конкуренције не могу бити исте као оне у развијеним земљама. Иако је обезбеђивање ниских цена за потрошаче у развијеним земљама важан циљ политике конкуренције, главни циљ за земље у развоју је развој. С друге стране, улагања у развој морају бити велика. Да би улагање било велико, потребно је подстицати инвестиције компанија (Singh и Dhumale, 2001). Међутим, чињеница да је профит који ће се добити као резултат конкуренције низак, односно повећање конкуренције елиминира прекомерни профит и приморава предузећа да раде са нормалном добити, прекинуће тенденцију улагања у земље у развоју. Стога је преинтензивна конкуренција за земље у развоју једнако штетна као и премала конкуренција (UNCTAD, 2008). Потреба ових земаља није тако јака конкуренција да би се елиминисала тенденција улагања. Како се земље у развоју развијају, потребни су им развијенији прописи о конкуренцији.

Било би корисно следити политику конкуренције која олакшава активности малих и средњих предузећа, која имају важно место у производњи, посебно у земљама у развоју. С друге стране, ревизија пословних спајања, која представља важан део политике конкуренције у развијеним земљама, може се на флексибилнији и толерантнији начин укључити у политике конкуренције земаља у развоју (Salazar-Xirinachs и сар., 2014). У конкурентском окружењу, које је постало сложеније услед процеса глобализације, спајање компанија у земљама у развоју биће важно у смислу економске ефикасности и продуктивности, и што је најважније, у смислу могућности да се такмиче са компанијама развијених земаља. С друге стране, у потпуном одсуству политике конкуренције у земљама у развоју, доћи ће до монополизације и картелизације. Ако узмемо у обзир да ће монополи и картели смањити производњу и повећати цене, политика конкуренције је важно питање за земље у развоју, али је корисније циљати оптималну конкуренцију, а не максималну конкуренцију.



**V ДЕО
ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ УТИЦАЈА СДИ НА НИВО
ТРЖИШНЕ КОНЦЕНТРАЦИЈЕ У ЗЕМЉАМА ЈУГОИСТОЧНЕ
ЕВРОПЕ (ЈИЕ)**



1. Уводне напомене о истраживању

Полазећи од теоријских поставки о страним директним инвестицијама и тржишној концентрацији извршено је емпиријско истраживање утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ. Истраживање је спроведено од јула до новембра 2020. године, а обухватало је следеће фазе:

- дефинисање проблема и припрема истраживања,
- прикупљање података,
- обрада података,
- анализа прикупљених података и
- интерпретација добијених резултата и доношење одговарајућих закључака.

Свака од наведених фаза је обухватала скуп активности које је неопходно спровести како би се фаза истраживања реализовала.

Дефинисање проблема и припрема истраживања су обихватили идентификовање проблема који ће се истраживати, односно сагледавање стања на анализираним тржиштима, као и идентификовање података који ће бити прикупљени и њихових извора.

Након утврђивања потребних података и њихових извора, приступљено је *прикупљању података*. Подаци су прикупљани приступањем Интернет страницама националних регулаторних тела за телекомуникације земаља ЈИЕ и преузимањем података из њихових база података и извештаја у случају тржишта мобилне телефоније. У случају тржишта дувана и дуванских производа, подаци су прикупљени приступањем базама података националних агенција за привредне регистре земаља ЈИЕ и извештајима о финансијским резултатима компанија.

Обрада података је вршена применом различитих статистичко-економетријске метода за испитивање утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације одабраних сектора економије држава ЈИЕ. За обраду података су коришћени статистички софтвери *IBM SPSS Statistics v.22*, *EViews 10* и *Stata 15*.

Анализа података је извршена на основу добијених резултата обраде података, интерпретирани су добијени резултати и донети су одговарајући закључци о утицају СДИ на ниво тржишне концентрације одабраних сектора економије држава ЈИЕ.

2. Предмет и циљ истраживања

Имајући у виду значај СДИ како за развој националних економија тако и за ниво тржишне концентрације и услова конкуренције, предмет истраживања докторске дисертације биће усмерен на испитивање утицаја прилива СДИ на ниво тржишне концентрације и посредно конкуренцију на тржиштима земаља Југоисточне Европе и то тржишту мобилне телефоније и тржишту дуванских производа. На овај начин обухваћен

је производни и услужни сектор националних економија које су предмет анализе. Паралелно ће се анализирати утицај које СДИ имају на тржишну концентрацију држава Југоисточне Европе чланица ЕУ и држава које су у фази прикључења ЕУ.

Теоријска и емпиријска истраживања о утицају СДИ на ниво тржишне концентрације и самим тим на услове конкуренцију указују на значај овог проблемског подручја у савременој економској теорији, посебно у оном делу који се тиче индустријске организације. Креирање окружења које је погодно за привлачење СДИ представља један од приоритета сваке земље, а посебно оне у развоју, јер СДИ утичу на економски раст и технолошки напредак, али и промену тржишних структура у земљама домаћинима. Сходно томе, очигледан је значај истраживања ове теме који се огледа у бољем разумевању начина на који СДИ утичу на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљама домаћинима СДИ.

Основни циљ истраживања је да се на бази спроведеног истраживања сагледа ефекат који СДИ имају на ниво тржишне концентрације и услове конкуренције у земљи домаћину. Такође, биће испитано какав је утицај СДИ на тржишта држава ЈИЕ са посебним освртом на државе чланице ЕУ и оне које то нису. Сходно напред изнетим констатацијама произилазе два специфична циља истраживања.

Први специфични циљ се односи на испитивање утицаја који прилив СДИ има на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ.

Други специфични циљ се односи на компарацију утицаја прилива СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ које припадају ЕУ и земљама које нису чланице ЕУ.

Сходно опредељеном предмету и циљевима истраживања биће тестиране следеће истраживачке хипотезе:

Хипотеза 1а: Стране директне инвестиције (СДИ) имају статистички значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима у дугом року.

Хипотеза 1б: Стране директне инвестиције (СДИ) имају статистички значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима у кратком року.

Хипотеза 2а: У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације у дугом року.

Хипотеза 2б: У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације у кратком року.

Добијени резултати треба да укажу на најзначајније ефекте које СДИ имају на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ било да су чланице ЕУ или су у процесу прикључења.

3. Извори података и методологија истраживања

3.1. Извори података

Истраживање спроведено за потребе израде докторске дисертације засновано је на подацима прикупљеним из секундарних извора. У случају мобилне телефоније коришћени су подаци прикупљени приступањем Интернет страницама националих регулаторних тела за телекомуникације земаља ЈИЕ и преузимањем података из њихових база података и извештаја. Секундарни подаци су преузети из следећих извора:

- *Национално тело за управљање и регулисање комуникација Румуније (ANCOM)*
Подаци су преузети из Извештаја статистичких података о електронским комуникационим услугама које ово тело објављује на својој Интернет страници (<https://www.ancom.ro/en/>)
- *Комисије за регулацију комуникација Бугарске*
Подаци су преузети из Годишњих извештаја Комисије који су објављени на Интернет адреси овог тела (<https://crc.bg/en>).
- *Хрватска регулаторна агенција за мрежне делатности (НАКОМ)*
Подаци о тржишту мобилне телефоније преузети су из Годишњих извештаја о тржишним показатељима (<https://www.hakom.hr/>).
- *Хеленска комисија за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)*
Подаци о тржишту мобилне телефоније Грчке су преузети из Годишњих прегледа о грчким телекомуникацијама и поштанским услугама које Комисија објављује на Интернет страници (<https://www.eett.gr/>).
- *Регулаторна агенција за електронске комуникације и поштанске услуге Републике Србије (РАТЕЛ)*
Подаци за истраживање тржишта мобилне телефоније у Србији су преузети из Годишњих прегледа тржишта које ова агенција објављује на својој Интернет страници (<https://www.ratel.rs/>).
- *Агенција за електронске комуникације Северне Македоније*
Подаци су преузети из Годишњих извештаја и анализа тржишта које Агенција објављује на својој Интернет страници (<https://aek.mk/en/>).
- *Управа за електронске и поштанске комуникације Албаније (АКЕП)*
Подаци су преузети из годишњих извештаја који су објављени на Интернет страници ове управе (<http://www.aker.al/>).
- *Регулаторна агенција за комуникације Босне и Херцеговине*
Подаци о тржишту мобилне телефоније су преузети из годишњих анализа тржишта телекомуникација објављених на Интернет страници Регулаторне агенције (<https://rak.ba/sr-Cyrl-BA/>).

Наведени извори података се сматрају релевантним изворима података, јер представљају националне базе података, односно регулаторна тела у области електронских комуникација и прикупљају и објављују податке из сектора мобилне телефоније.

У случају тржишта дувана и дуванских производа подаци су прикупљени из следећих извора:

- *Агенција за привредне регистре Републике Србије*
Подаци су преузети из базе података Агенције за привредне регистре (<https://www.apr.gov.rs/>).
- *Централни регистар Северне Македоније* који представља регистар привредних субјеката на територији Северне Македоније. Подаци су преузети из базе података овог регистра (<https://www.crm.com.mk/>).
- *Регистар привредних субјеката у Федерацији Босне и Херцеговине* (<http://www.kfbih.com/registar-privrednih-subjekata>) и портал *Bisnode* (<https://www.bisnode.ba/>) који поседује регистар привредних субјеката на тржишту Босне и Херцеговина и финансијске показатеље привредних субјеката
- Портал *Statista.com* је коришћен за преузимање података о тржишту дувана и дуванских производа Румуније и Бугарске (<https://www.statista.com/>).
- Портал *Дигитална комора Хрватске* је коришћен за преузимање података о тржишту дувана и дуванских производа Хрватске (<https://digitalnakomora.hr/home>).
- Националне студије о тржишту дувана и дуванских производа Института економских наука у Београду (<http://tobaccotaxation.org/>).

Наведени извори података се сматрају релевантним изворима података, јер представљају националне и међународне базе података о пословним субјектима у земљама које су предмет анализе.

Анализа ће бити извршена на узорку од осам земаља ЈИЕ, четири земље чланице ЕУ (Хрватска, Румунија, Бугарска и Грчка) и четири земље ЈИЕ које још увек нису чланице ЕУ (Србија, Црна Гора, Босна и Херцеговина и Албанија) у случају тржишта мобилне телефоније. За тржиште дувана и дуванских производа, анализа ће бити извршена на узорку од шест земаља ЈИЕ, три земље чланице ЕУ (Хрватска, Румунија, Бугарска) и три земље које још нису чланице ЕУ (Србија, Босна и Херцеговина и Северна Македонија).

3.2. Методологија истраживања

У складу са постављеним предметом, циљем и хипотезама истраживања, примењена је и одговарајућа методологија за анализу прикупљених података. У анализи података се прво полази од дескриптивне статистике, односно сажетог описа података како би се на одговарајући начин сагледало стање на тржишту мобилне телефоније и дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ. У оквиру дескриптивне статистике су представљене аритметичка средина, односно средња вредност података, стандардна девијација, минималне и максималне вредности као одговарајући показатељи мера централне тенденције и мера дисперзије узорка.

T-тест независних узорака ће се користити да се утврди да ли постоје статистички значајне разлике у просечним вредностима варијабли које су предмет истраживања између земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ и земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. На овај начин ће се створити основа за даљу оцену ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације сектора мобилне телефоније и тржишта дувана и дуванских производа одвојено у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ.

С обзиром на то да подаци имају просторну и временску димензију, ради се о анализи панел података. У истраживању су коришћени подаци за земље ЈИЕ (просторна димензија) у периоду од 2003. до 2018. године (временска димензија).

Пре испитивања стационарности варијабли извршено је тестирање међузависности између података панела користећи *Breusch-Pagan LM* и *Pesaran CD* тест (2004) чија је нулта хипотеза да не постоји међузависност између група. Уколико постоји међузависност између података панела за тестирање стационарности варијабли се користе тестови јединичног корена друге генерације, док се тестови прве генерације користе уколико не постоји међузависност између панела података.

Да би се одредила статистичка техника која ће бити корићена за анализу података неопходно је прво испитати стационарност посматраних варијабли. Стационарност временске серије подразумева да се временска серија креће по препознатљивој путањи током времена, односно да њена својства остају непромењена током времена (Младеновић, 2010). Ако постоји бар једна карактеристична вредност дате матрице која је по модулу једнака један, док су остале по модулу строго мање од један, тада векторска временска серија поседује јединични корен и није стационарна. Код временских серија стационарност игра једну од веома битних улога. У зависности од тога да ли је временска серија стационарна или не, бирамо различите статистичке методе за анализу временских серија. У литератури постоји више тестова јединичног корена којима се испитује стационарност временских серија, а у раду су коришћени Im, Pesaran и Shin (1997) тестови прве и друге генерације.

Након примене тестова јединичних корена и утврђивања стационарности варијабли, за анализу података је коришћен модел *AutoRegressive Distributed Lag (ARDL)* или модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи који се користи за анализу података када су варијабле различитог реда интегрисаности, односно реда интегрисаности $I(0)$ и $I(1)$, али ни једна варијабла нема ред интегрисаности $I(2)$ (Pesaran и сар., 1999).

Модел тестиран у раду је заснован на моделу Forte и Sarmento (2014) и укључује следеће варијабле:

- За апроксимацију *СДИ* је коришћено учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ. За апроксимацију *СДИ*, аутори користе учешће прихода од продаје страних компанија у укупним приходима и учешће у укупној запослености (Lall, 1979; Blomstrom, 1986; Bourlakis, 1987; Willmore, 1989; Cho, 1990; Forte и Sarmento, 2014; Adam и Khalifah, 2012). Према томе, оправдана је употреба учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ за анализу ефекат *СДИ* на ниво тржишне концентрације. Ово је независна варијабла у истраживању.
- *Величина тржишта* изражена у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ. Ово је независна варијабла у истраживању.
- *Стопа раста тржишта* изражена у процентима и представља стопу раста прихода на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ. Ово је независна варијабла у истраживању.

Већина аутора користи величину тржишта и стопу раста тржишта као променљиве у истраживању утицаја *СДИ* на ниво тржишне концентрације (Lall, 1979; Blomstrom, 1986; Bourlakis, 1987; Willmore, 1989; Cho, 1990; Forte и Sarmento, 2014; Adam и Khalifah, 2012).

- *Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације* представља меру концентрације на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ. Израчунат је као збир квадрата тржишних учешћа учесника на наведеним тржиштима. Овај показатељ тржишне концентрације у својим истраживањима ефеката *СДИ* на ниво тржишне концентрације користе Sathye (2002), Amess и Roberts (2005), Blomstrom (1986), мада већина студија користи рацио концентрације. Ово је зависна варијабла у истраживању.

За испитивање ефеката *СДИ* на ниво тржишне концентрације биће коришћен модел дефинисан следећом једначином:

$$HHI_{it} = f(FP_{it}, MS_{it}, MG_{it}) \quad (1)$$

С обзиром на то да ће за испитивање ефеката *СДИ* на ниво тржишне концентрације бити коришћен *ARDL* модел, следеће једначине краткорочне и дугорочне повезаности ће бити оцењене истовремено:

$$HHI_{it} = \alpha_1 + \sum_{l=1}^{p_i-1} \beta_{il}^* HHI_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{q_i} \delta_{il}^* FP_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{k_i} \theta_{il}^* MG_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{m_i} \gamma_{il}^* MS_{i,t-l} + e_{it} \quad (2)$$

$$\Delta HHI_{it} = \varphi ECT_{i,t-l} + \sum_{l=1}^{p_i-1} \beta_{il} \Delta HHI_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{q_i} \delta_{il} \Delta FP_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{k_i} \theta_{il} \Delta MS_{i,t-l} + \sum_{l=0}^{m_i} \gamma_{il} \Delta MG_{i,t-l} + \alpha_{it} + e_{it} \quad (3)$$

где је HHI_{it} – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације у периоду t у земљи i , FP_{it} – учешће страних компанија у укупним приходима у периоду t у земљи i , представља апроксимацију СДИ, MS_{it} – укупни приходи на тржишту у периоду t у земљи i (величина тржишта), MG_{it} стопа раста укупних прихода на тржишту у периоду t у земљи i (стопа раста тржишта), β_{it}^* , δ_{it}^* , θ_{it}^* , γ_{it}^* коефицијенти дугорочне повезаности, β_{it} , δ_{it} , θ_{it} , γ_{it} , коефицијенти краткорочне повезаности, $i = 2003, \dots, 2018$.

Једначине ће бити оцењене за све земље ЈИЕ заједно, али и посебно за категорију земаља које су чланице и које нису чланице ЕУ. Анализе и оцене једначина по напред датим категоријама биће извршене посебно за тржиште мобилне телефоније и тржиште дувана и дуванских производа.

4. Резултати истраживања и дискусија

4.1. Прелиминарна процена стања на тржишту мобилне телефоније

У овом поглављу ће бити представљена динамика промене услова конкуренције на тржишту мобилне телефоније Југоисточне Европе које је и предмет истраживања ове докторске дисертације. Сходно томе, биће представљене основне карактеристике тржишта мобилне телефоније релевантне за даље истраживање у докторској дисертације следећих земаља: Србија, Босна и Херцеговина, Албанија, Црна Гора, Хрватска, Румунија, Бугарска и Грчка.

4.1.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ

У оквиру анализе услова конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ биће представљени услови конкуренције на тржиштима следећих земаља:

- Румунија,
- Бугарска,
- Хрватска и
- Грчка.

У оквиру овог дела докторске дисертацији биће приказане основне карактеристике тржишта мобилне телефоније као што су број учесника, приходи, Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације и сл.

4.1.1.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Румуније

На тржишту мобилне телефоније Румуније у 2018. години је пословало седам оператера:

- *Orange Romania S.A.*
- *Vodafone Romania S.A.*
- *Telekom RMC S.A.*
- *RCS & RDS S.A.*
- *Lycamobile S.R.L.*
- *Akta Telekom S.A.*

Од шест оператера, два су виртуелни оператери (*Lycamobile S.R.L.* и *Akta Telekom S.A.*).

Orange Romania S.A. је предузеће основано 1997. године под називом Мобилром под којим послује до 2002. године. У 2002. години *France Telecom* је купио већински удео у компанији. *Orange Romania* такође поседује 4% власништва молдавског оператера *Orange Moldova*.

Vodafone Romania је предузеће основано 1997. године под називом *Connex*. 2006. године извршена је аквизиција *Connex*-а од стране *Vodafone Group* и предузеће наставља да послује под називом *Vodafone Romania*. *Vodafone Group* је постала већински власник *Mobifon*-а куповином 79% акција од канадске компаније *Telesystem Internationsl Wireless*.

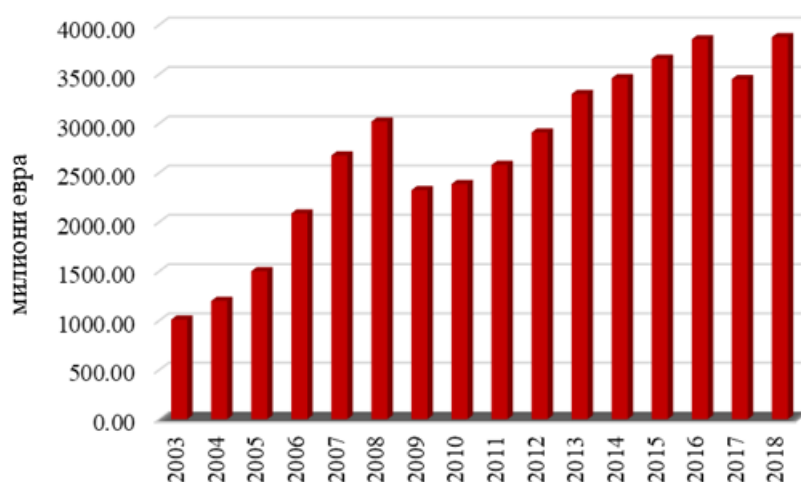
Telekom Romania (раније *RomTelecom* и *Cosmote Romania*) је компанија која је за пружање услуга мобилне телефоније основана 1998. године под називом *Cosmorom*. *Cosmorom* је у почетним годинама пословања био у власништву компаније ОТЕ, већинског власника *RomTelecom*-а и државе. 2005. године *Cosmote* купује 70% акција *Cosmoroma* од *RomTelecom*-а и компанија наставља да послује под називом *Cosmote Romania*. 2014. године *RomTelecom* и *Cosmote Romania*, под контролом ОТЕ Групе у којој *Deutsche Telekom* поседује 40% удела, започели су процес усвајања брэнда *Telekom Romania* (*Telekom Romania*, 2020). У 2018. години, ОТЕ је поседовао 69.99% удела у власништву *Telekom Romania*, 30.00% је у власништву *Telekom Romania Communications*, а 0,01% је у власништву малих акционара. *Telekom Romania* врши аквизицију компаније *Zapp Mobile* 2009. године. *Zapp Mobile* је компанија основана 1992. године под називом *Telefonica Romania* и био је у власништву *RomTelecom*-а (20%), *Radiocom*-а (20%) и *Telefonica Spain* (60%). 1998. године компанија *Romanian Domestic Telephony (RDT)* купује већински удео у компанијама *Telefonica Romania* када компаније послује под називом *Telemobil*. *Inquam*, заједничко улагање *Omnia Holdings* и *Qualcomm* купује акције *RDT*-а 2000. године и послује под називом *Zapp Mobile*.

RCS & RDS S.A је предузеће познато и под називом *Digi communications*, основано 1994. године, а поред Румуније послује и на тржишту Мађарске, Шпаније и Италије. 1997. компанија је променила име у *Romania Cable Sistems S.A. (RCS)*, а исте године основана је и компанија *Romania Data Systems S.A. (RDS)*. Компаније *RCS* и *RDS* су спојене у компанију *RCS & RDS* 2005. године.

Lusamobile S.R.L. је највећи светски међународни виртуелни мобилни оператер, а од 2015. године послује на тржишту мобилне телефоније Румуније у партнерству са компанијом *Telecom Romania*.

Akta Telekom S.A. је компанија основана 2005. године, а припадала је компанији *Digital Cable Systems* у оквиру које је пословала под називом Мак ТВ. Од 2008. године послује под називом *Akta Telekom S.A.*

График 39. Приходи на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Националног тела за управљање и регулацију у комуникацијама Румуније (ANCOM)

Најнижи приходи на тржишту мобилне телефоније у Румунији су забележени у 2003. години (1.011 милијарди евра), док су највећи приходи забележени у 2018. години (3.876 милијарди евра). Од 2009. до 2013. године приходи на тржишту мобилне телефоније Румуније расту, након чега долази до благог пада прихода у 2017. години. Такође, приходи расту од 2003. до 2008. године (График 39).

График 40. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2004-2018. година

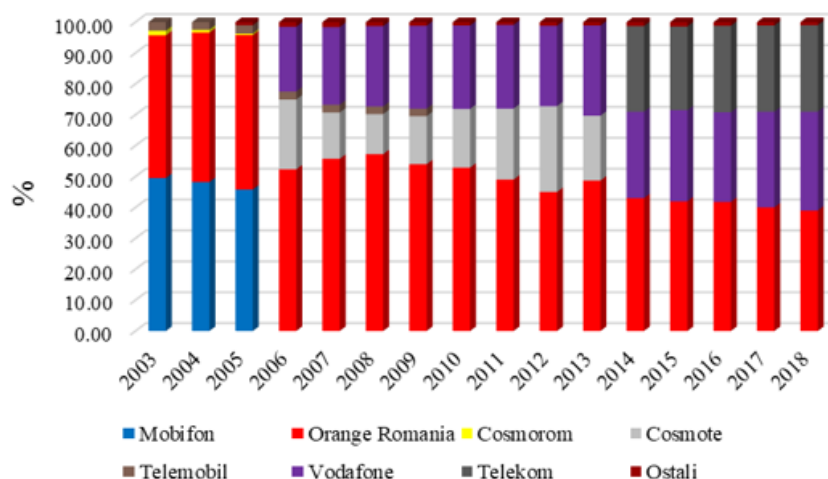


Извор: Аутор на основу података Националног тела за управљање и регулацију у комуникацијама Румуније (ANCOM)

Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Румуније креће се у распону од -23.03% (2009. година) до 39.05% (2006. година). Само 2009. и 2017. године приходи бележе негативне стопе раста на тржишту мобилне телефоније Румуније (График 40).

Orange Romania бележи највеће учешће у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Румуније у свим годинама посматраног периода, а у учешће је веће од 40%, осим у последњој години посматраног периода. Други оператер по учешћу у укупним приходима и главни конкурент оператера *Orange Romania* је *Vodafone Romania*, који у посматраном периоду бележи учешће веће од 20%. *Orange Romania* и *Vodafone Romania* заједно имају учешће у укупним приходима веће од 70%. *Cosmorum* је предузеће које је имало учешће мање од 2% на тржишту. Међутим, преузимањем од стране *Cosmote*-а и касније *Telekom Romania*, оператер од 2011. године има учешће веће од 20% у укупним приходима тржишта мобилне телефоније у Румунији. Остали оператери имају учешће у укупним приходима мање од 3% у посматраном периоду (График 41).

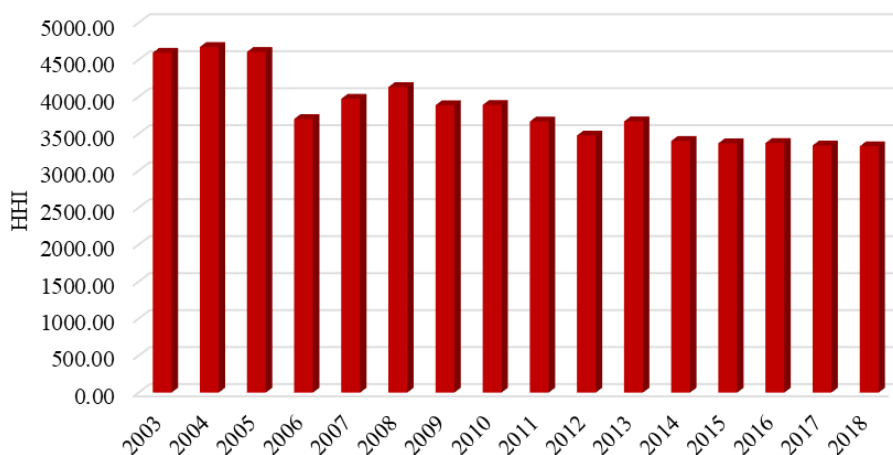
График 41. Учешће појединачних оператера у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Националног тела за управљање и регулацију у комуникацијама Румуније (ANCOM)

Најнижа вредност Херфиндал-Хиршманов индекса концентрације на тржишту мобилне телефоније Румуније забележена је у 2018. години (3330), док је највиша вредност забележена у 2004. години (4672). Према томе, тржиште мобилне телефоније Румуније је веома високо концентрисано тржиште. У 2018. години, када је вредност *HH* индекса била 3330, на тржишту мобилне телефоније Румуније је пословало шест оператера, од чега су два виртуелни оператери, а највеће учешће у приходима има оператер *Orange Romania* (График 41).

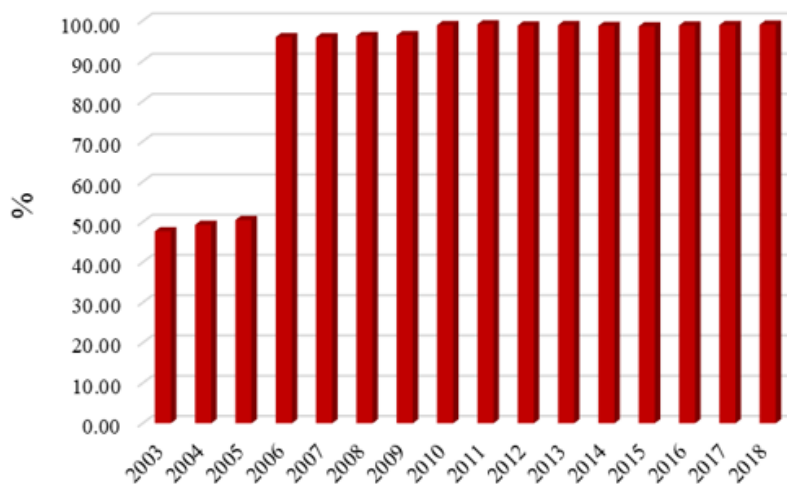
График 42. Херфиндал-Хиршманов индекс на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Националног тела за управљање и регулацију у комуникацијама Румуније (ANCOM)

На тржишту мобилне телефоније Румуније, од 2006. године стране компаније имају учешће у укупним приходима веће од 90%. Најниже учешће страних компанија у посматраном периоду је забележено у 2003. години (47.70%) када су на тржишту пословала два оператера у већинском страном власништву (*Orange Romania* и *Cosmorom*).

График 43. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Националног тела за управљање и регулацију у комуникацијама Румуније (ANCOM)

Највеће учешће страних компанија у посматраном периоду је забележено у 2011. години (99,10%), када су на тржишту пословала три оператера у већинском страном власништву (*Orange Romania*, *Cosmote* и *Vodafone Romania*) (График 43).

4.1.1.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Бугарске

На тржишту мобилне телефоније у Бугарској у 2018. години је пословало пет оператора:

- *А1*,
- *ВТС*,
- *Bulsatcom EAD (Bulsatcom)*,
- *Telenor Bulgaria* и
- *Ti.Com AD*.

А1 Bulgaria је предузеће основано 1994. године под називом *Мобилтел*, а од 2018. године послује под називом *А1 Bulgaria*. Предузеће је од 2015. године у власништву *Telecom Austria Group*, а поседује и највећег виртуелног мобилног оператора у Бугарској, *Loop*, који је првенствено намењен млађој генерацији.

ВТС - Bulgarian Telecommunications Company EAD (Бугарска телекомуникациона компаније ЕАД) је највећа телекомуникациона компанија у Бугарској, раније у власништву државе. 2004. године бугарска Влада је продала свој удео од 65% чиме је компанија приватизована. Од 2005. године компанија је лансирала своје мобилне услуге под брэндом „*Vivatel*“, након чега постаје најбрже растући мобилни оператор у Бугарској. 2007. године, *AIC Investments* је купио 90% предузећа. 2009. године *ВТС* се уједињује са својим огранком *Vivatel* стварајући нови брэнд *Vivacom*. 2012. године *VTB Capital*, односно *Viva Telekom Bulgaria EAD* купује 93.99% удела у *ВТС* предузећу. У 2015. години луксембуршка компанија *LIC33* је извршила аквизицију *Vivacom*-а за скоро 900 милиона евра, али је аквизиција отказана због откривених малверзација.

Bulsatcom EAD је предузеће основано 2000. године са седиштем у Софији и Старој Загори.

Telenor Bulgaria је предузеће основано 2014. године, а настало је преузимањем предузећа *Cosmo Bulgaria Mobile* од стране Теленор Групе. Ово предузеће је 2018. године купио чешки приватни инвестициони фонд *PPF*, али компанија наставља да користи назив Теленор. *Cosmo Bulgaria Mobile EAD* је предузеће основано 2001. године од стране ОТЕ групе, а од 2005. до 2013. године је била део *COSMOTE* групе. До 2014. године је пословала под називом Глобул. Од 2013. године је у 100% власништву норвешке телекомуникационе компаније Теленор.

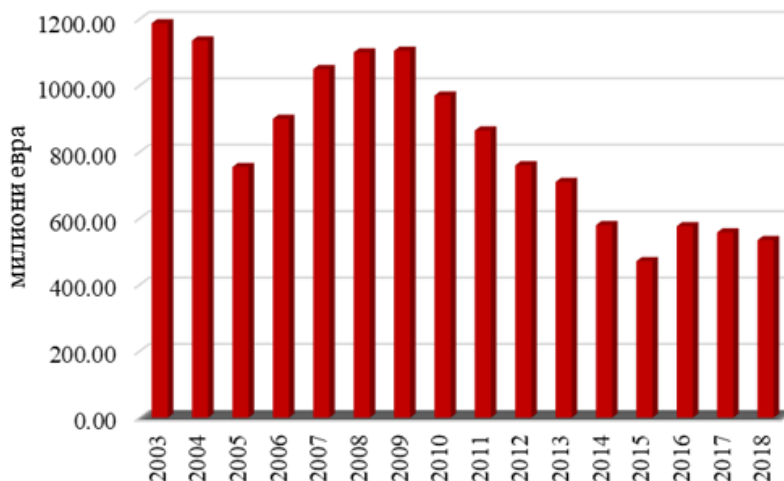
Мобиком је предузеће основано 1992. године и пословало је до 2008. године на тржишту мобилне телефоније у Бугарској. Основано је од стране компанија *Cable & Wireless* (49%), *Bulgarian Telecommunications Company* (39%) and *Radioelectronic Systems* (2%).

Max Telecom је предузеће основано 2005. године, а касније је пренело овлашћења на *Ti.com a.d.* које није пружало услугу мобилне телефоније у 2018. години. *Max Telecom* је престао са пружањем услуге почетком 2017. године.

Приходи на тржишту мобилне телефоније Бугарске у периоду од 2003. до 2018. године се крећу у распону од 471 милиона евра (2015. година) до 1.188 милијарди евра

(2003. година) (График 44). Од 2003. до 2005. године и од 2009. до 2015. године приходи на тржишту мобилне телефоније Бугарске опадају, док од 2006. до 2009. године приходи расту.

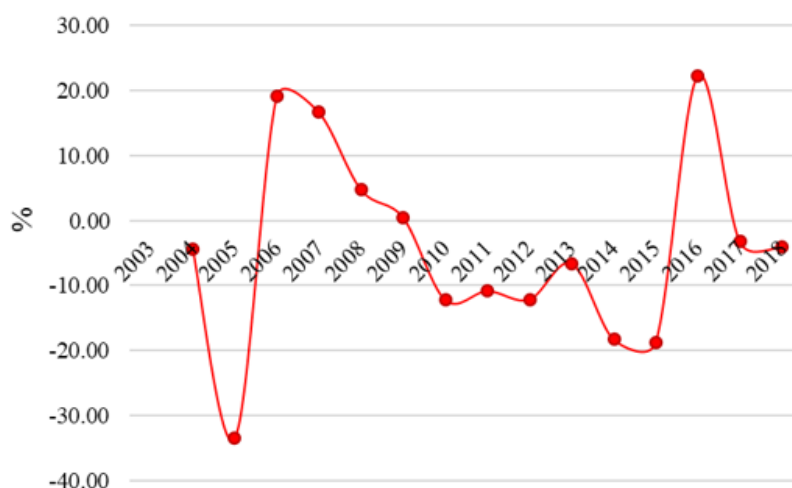
График 44. Приходи на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Комисије за регулацију комуникација Бугарске

Највећа негативна стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Бугарске је забележена 2005. године, док је највећа позитивна стопа раста забележена 2016. године. Од 2010. до 2012. године и у 2014, 2015, 2017. и 2018. години приходи на тржишту мобилне телефоније Бугарске бележе негативну стопа раста (График 45).

График 45. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2004-2018. година

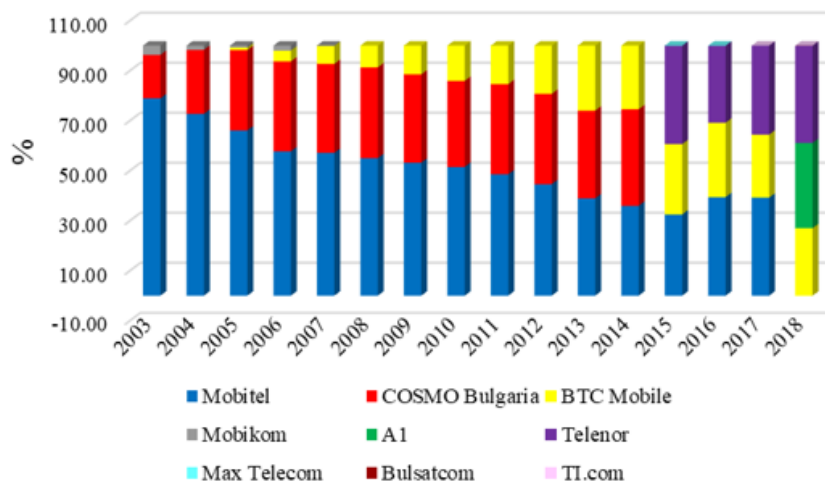


Извор: Аутор на основу података Комисије за регулацију комуникација Бугарске

Главни разлози који су довели до пада прихода у 2018. години су стални тренд смањења броја претплатника и прихода од месечних претплата и прихода од пружања услуге у пакету са другим електронским комуникационим услугама. Поред тога, уредба о накнадама за позиве и СМС поруке „Roam Like At Home“ у земљама Европског

економског простора одразила се на пад прихода услуга роминга, а самим тим и на пад укупних прихода на тржишту мобилне телефоније (Комисије за регулацију комуникација Бугарске, 2019).

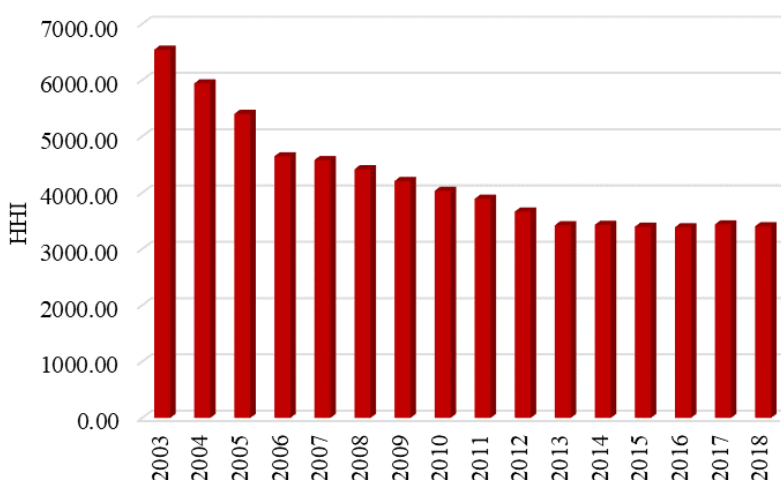
График 46. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Комисије за регулацију комуникација Бугарске

A1 Bulgaria (раније Мобилтел) има највеће учешће на тржишту у посматраном периоду, мада учешће овог оператора на тржишту мобилне телефоније Бугарске опада са 78.90% 2003. године на 39.20% у 2017. години. Други оператор по учешћу у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске је *Cosmo Bulgaria* који од 2003. до 2016. године бележи раст учешћа. Након аквизиције овог предузећа од стране Теленора, предузеће задржава приближно исто учешће у укупним приходима тржишта мобилне телефоније. *BTC Mobile* бележи константан раст учешћа у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске (График 46).

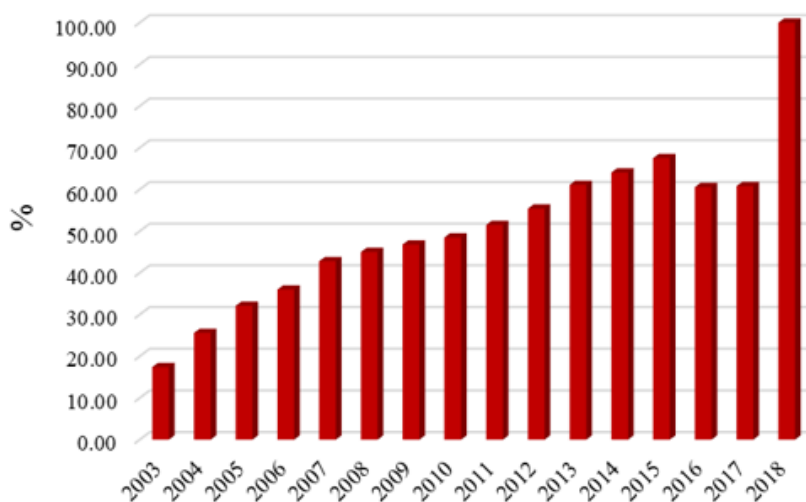
График 47. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Комисије за регулацију комуникација Бугарске

Најнижа вредност Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније забележена је у 2015. години (3387), док је највиша вредност забележена у 2003. години (6541). Према томе, тржиште мобилне телефоније Бугарске је веома високо концентрисано тржиште. Од 2003. године вредности *HH* индекса опада, а на тржишту највеће учешће имају три главна играча на тржишту: *A1* (раније Мобител), Теленор и *BTC* (График 46).

График 48. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Комисије за регулацију комуникација Бугарске

На тржишту мобилне телефоније Бугарске послују четири компаније у страном власништву, *A1*, *BTC*, Теленор и *Cosmo Bulgaria* у посматраном периоду. Уколико се посматра учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније уочљиво је да су стране компаније имале најмање учешће на тржишту мобилне телефоније Бугарске у 2003. години (17.40%), а највеће у 2018. години (99.99%). У посматраном периоду, учешће страних компанија у укупним приходима има тенденцију раста (График 48).

4.1.1.3. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Хрватске

На тржишту мобилне телефоније Хрватске у 2018. години је пословало шест оператора:

- Хрватски Телеком (ХТ),
- А1 Хрватска,
- Теле 2,
- Бонбон,
- Томато и
- Симпа,

од којих су три оператора виртуелни (Бонбон, Томато и Симпа).

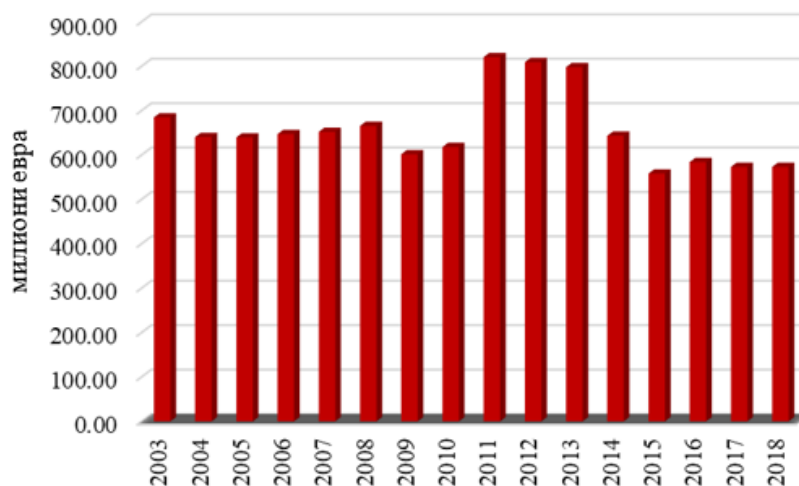
Хрватски Телеком (ХТ) је предузеће настало 1991. године одвајањем хрватског дела телекомуникација од југословенског предузећа ПТТ (Пошта, телефон и телеграф). На почетку је предузеће названо ХПТ, да би у току исте године променило назив у Хрватски Телеком (ХТ). Имовина телекомуникационог дела ХПТ-а се региструје на Хрватски Телеком 1999. године, а касније постаје акционарско друштво (Клаић и Турек, 2002). Од 2016. године предузеће је у већинском власништву *Deutsche Telecom AG* (51%), док *Raiffeisen* обавезни пензијски фондови, Фонд хрватских бранитеља и Центар за реструктурирање и продају хрватске владе поседују 8.90%, 6.70% и 2.90%, респективно, а остатак је у власништву приватних и институционалних инвеститора. Виртуелни оператери Бонбон и Симпа користе мрежу Хрватског Телекома за пружање својих услуга.

A1 Хрватска је предузеће основано 1998. године под називом *VIPNet* д.о.о., а са радом почиње 1999. године као први приватни мобилни оператор у Хрватској. Предузеће је део *Telecom Austria Group* и стратешки партнер компаније *Vodafone*. Виртуелни оператер Томато користи мрежу А1 Хрватска за пружање својих услуга, а на тржишту Хрватске постоји од 2006. године.

Теле2 д.о.о. је оператер који на тржишту мобилне телефоније Хрватске послује од 2005. године, прво у 100% власништву предузећа *Теле2 Sverige A.B.*

Приходи на тржишту мобилне телефоније Хрватске се крећу у распону од 558.16 милиона евра у 2015. години до 820.60 милиона евра у 2011. години. Од 2009. до 2011. године приходи на овом тржишту расту, док од 2012. године па до краја посматраног периода опадају (График 49).

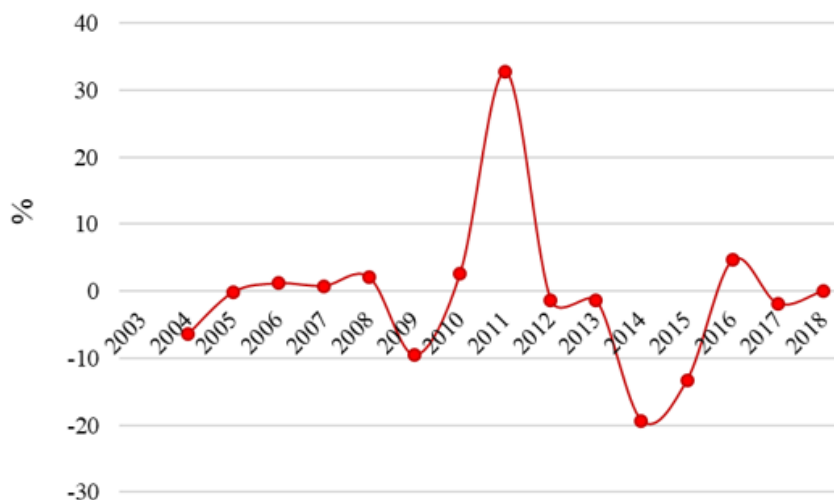
График 49. Приходи на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хрватске регулаторне агенције за мрежне дјелатности (ХАКОМ)

Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Хрватске се креће у распону од -19.36% (2014. година) до 32.78% (2011. година) (График 50).

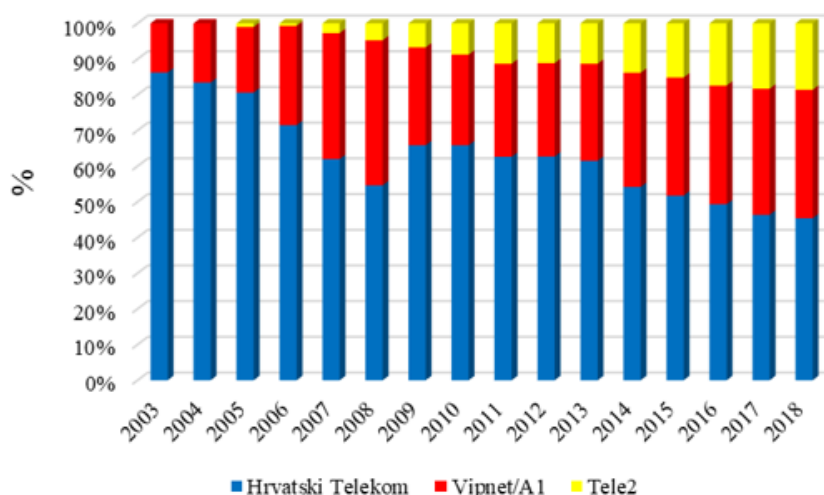
График 50. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2004-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хрватске регулаторне агенције за мрежне дјелатности (ХАКОМ)

Тржиште мобилне телефоније у Хрватској је у почетним годинама карактерисала дуополска структура. Са уласком Теле2 2005. године на тржишту послују три оператора и ова структура је карактеристична до краја посматраног периода. Хрватски Телеком има највеће учешће у укупним приходима тржишта мобилне телефоније у Хрватској (веће од 45%) у посматраном периоду. До уласка оператора Теле2 на тржиште мобилне телефоније у Хрватској, чак и у првој години пословања овог оператора, Хрватски Телеком је имао учешће у укупним приходима веће од 80%.

График 51. Учешће појединачних оператора у укупним приходима мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година

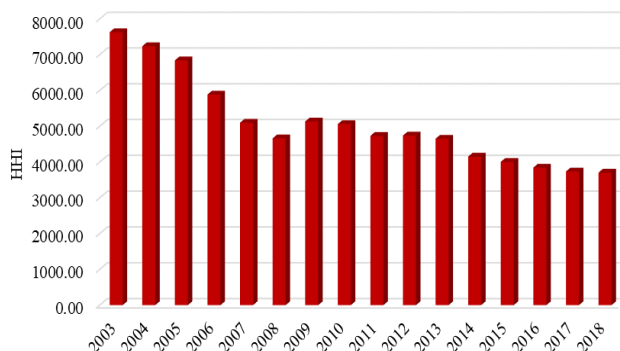


Извор: Аутор на основу података Хрватске регулаторне агенције за мрежне дјелатности (ХАКОМ)

Од 2003. године када је учешће Хрватског Телекома у укупним приходима било 86.27%, овај оператор бележи смањење учешћа у укупним приходима до 2018. године

скоро за половину (45.40% учешће у 2018. години). Учешће *Vipnet*-а, односно *AI* Хрватска до 2008. године бележи раст, након чега долази до опадања учешћа у укупним приходима и креће се у распону од 25% до 35%. Оператер Теле2 бележи раст учешћа у укупним приходима тржишта мобилне телефоније од уласка на тржиште да би у 2018. години учешће износило 18%. (График 51).

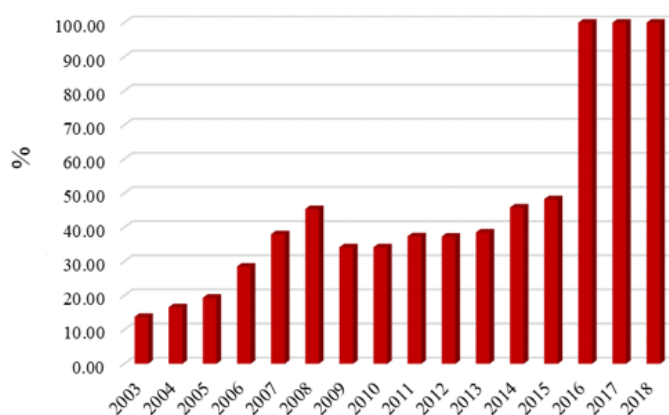
График 52. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хрватске регулаторне агенције за мрежне дјелатности (ХАКОМ)

График 52 приказује вредности Херфиндал-Хиршманов индекса концентрације (*Herfindahl-Hirschman Index* – *HHI*), показатеља тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније Хрватске. Најмања вредност *HHI* индекса је забележена у 2018. години (7625), а највиша вредност у 2003. години (3703). Према Костић (2013) и Беговић и сар. (2002), уколико се вредности *HHI* индекса налазе у распону од 2600 до 10000, тржиште карактерише веома високо концентрисана понуда. Према томе, тржиште мобилне телефоније у Хрватској мерено преко прихода, је веома високо концентрисано тржиште. Оно што је позитивно јесте то да се од 2003. до 2018. године вредност *HHI* индекса смањује, што указује на побољшање услова конкуренције на тржишту мобилне телефоније Хрватске.

График 53. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Хрватске, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хрватске регулаторне агенције за мрежне дјелатности (ХАКОМ)

На тржишту мобилне телефоније Хрватске је пословало два оператера у већинском страном власништву (*Vipnet/A1* и *Теле2*) до 2016. године, а од 2016. године, Хрватски Телеком је у већинском страном власништву, тако да су сви оператери на тржишту мобилне телефоније у страном власништву. До 2008. године расте учешће страних компанија у укупним приходима мобилне телефоније, да би након тога дошло до благог пада, а од 2012. до поновног раста (График 53).

4.1.1.4. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Грчке

На тржишту мобилне телефоније Грчке је пословало четири оператора у 2018. године:

- *COSMOTE*,
- *CYTA*,
- *Vodafone* и
- *Wind Hellas*.

COSMOTE Mobile Telekommunikations S.A. је предузеће основано 1998. године и највећи је мобилни оператор мобилне телефоније у Грчкој. Предузеће је огранак Хеленске организације за телекомуникације (ОТЕ). Поред Грчке, *COSMOTE* има своје огранке и у Албанији преко Телекома Албаније и у Румунији преко Телекома Румуније, а до 2013. године је пословао и у Бугарској преко предузећа Глобул и Германос који су продати Теленору.

CYTA (Cyprus Telecommunication Authority) је предузеће основано 1961. године на Кипру, а услуге мобилне телефоније пружа од 1988. године. Предузеће послује под називом *Citamobile-Vodafone*, након споразума са компанијом *Vodafone* 2004. године.

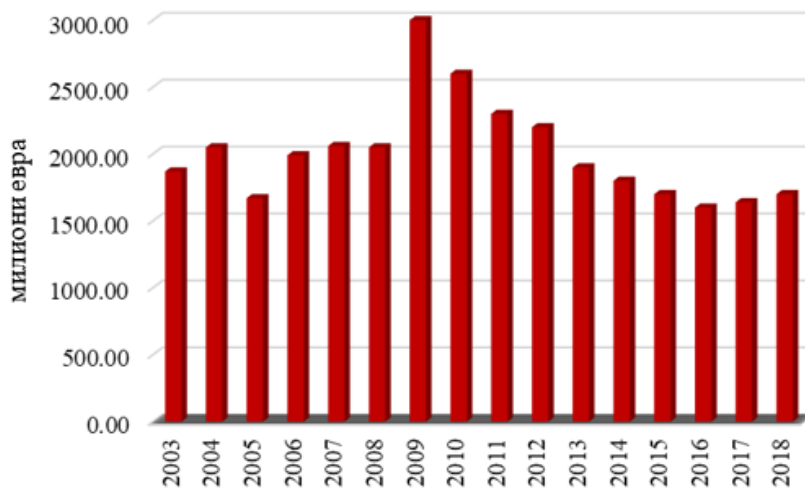
Vodafone Greece S.A. је основан 1992. године под називом Панафон од стране компанија *Vodafone Group*, *France Telekom*, *Intracom* и *Data Bank* да би 2002. године променио назив у *Vodafone*. Компанија је 99.80% у власништву *Vodafone Group*. *Vodafone* Албанија је огранак овог предузећа.

Wind Hellas је трећи по величини оператор на тржишту мобилне телефоније у Грчкој, а основан је 1992. године под називом *STET Hellas*, односно *Telestet* као огранак италијанске компаније *STET* која је касније преименована у Телеком Италија. Услуге мобилне телефоније предузеће пружа од 1993. године. 2004. године предузеће мења назив у *TIM Hellas*, а 2005. године компанија *TIM* продаје 80.87% удела у компанији предузећу *Weather Investments*. 2006. године *Wind Hellas* купује *Q-Telecom*, четвртог по величини оператора на тржишту мобилне телефоније у Грчкој, а предузећа су званично спојена 2007. године. *Q-Telecom* је био четврти по величини оператор на тржишту мобилне телефоније у Грчкој и на овом тржишту послује од 2002. године. Предузеће је први приватни оператор на тржишту мобилне и фиксне телефоније у Грчкој.

Приходи на тржишту мобилне телефоније Грчке у периоду од 2003. до 2018. године се крећу у распону од 1.6 милијарди евра (2016. година) до 3 милијарде евра

(2009. година) (График 54). Од 2005. до 2010. године приходи на тржишту мобилне телефоније Грчке расту, а након тога до 2016. године опадају.

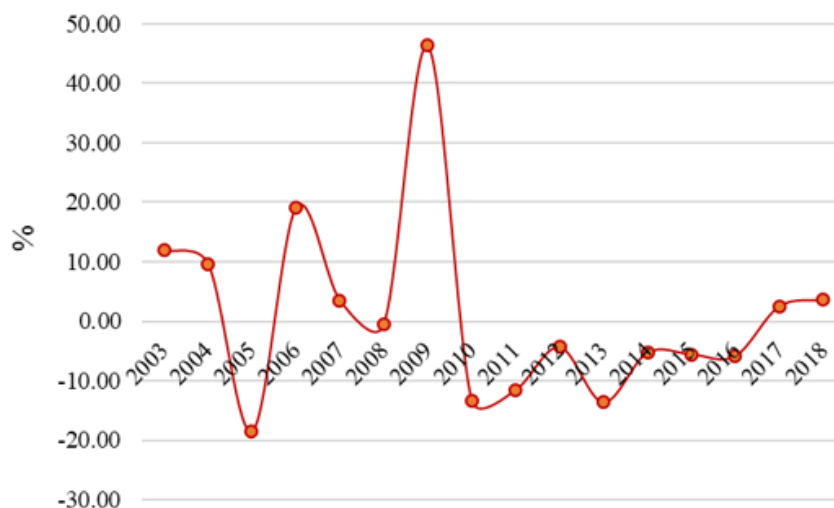
График 54. Приходи на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хеленске комисије за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)

Највећа негативна стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Грчке је забележена 2005. године, док је највећа позитивна стопа раста забележена 2009. године. Од 2010. до 2016. године приходи на тржишту мобилне телефоније Грчке бележе негативну стопа раста, након чега долази до благог опоравка тржишта (График 55).

График 55. Стопа раста прихода тржишту мобилне телефоније Грчке, 2004-2018. година

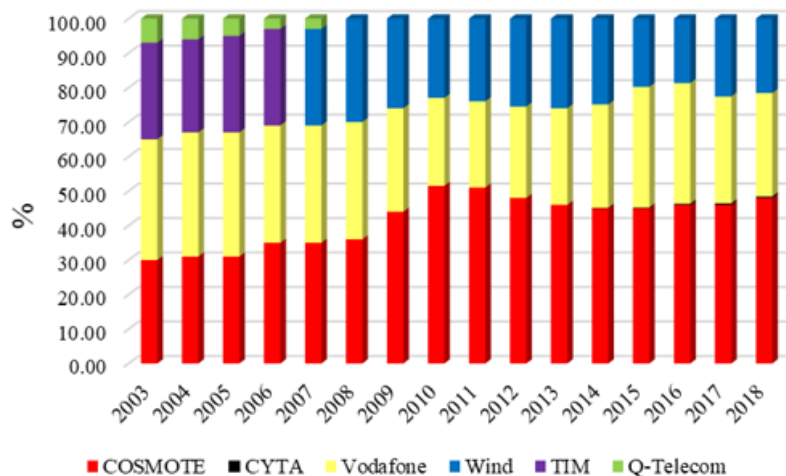


Извор: Аутор на основу података Хеленске комисије за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)

Од 2006. године *COSMOTE* има највеће учешће у укупним приходима мобилне телефоније Грчке (преко 35%). Рекордно учешће ова компанија је имала у 2010. и 2011. години када је оно било изнад 50%. Други оператор по учешћу у укупним приходима у

посматраном периоду је предузеће *Vodafone* са учешћем већим од 30% осим од 2010. до 2013. године. *Q-Telecom (Wind Hellas)* и *CYTA* су предузећа са најмањим учешћем на тржишту мобилне телефоније Грчке, при чему *CYTA* има учешће у укупним приходима мање од 1% (График 56).

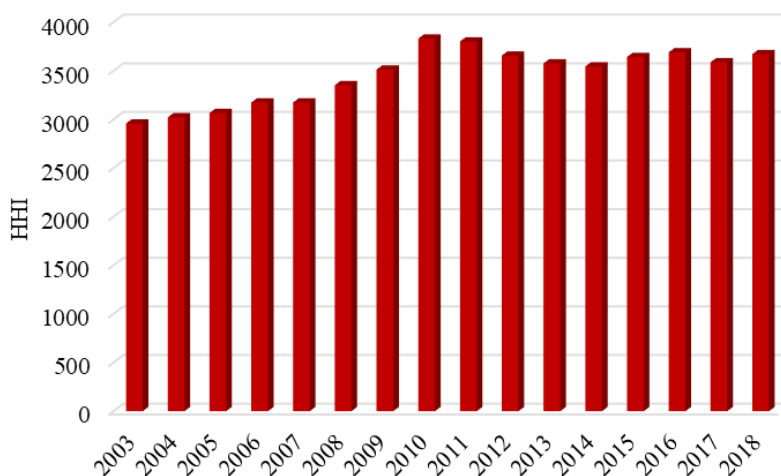
График 56. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хеленске комисије за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)

Најнижа вредност Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације забележена је у 2003. години (2958), док је највиша вредност забележена у 2010. години (3832). Према томе, тржиште мобилне телефоније Грчке је веома високо концентрисано тржиште, мада на тржишту послују четири оператора од 2014. године. До 2010. године долази до раста вредности Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације, након чега долази до благих осцилација и смена раста и пада овог показатеља (График 57).

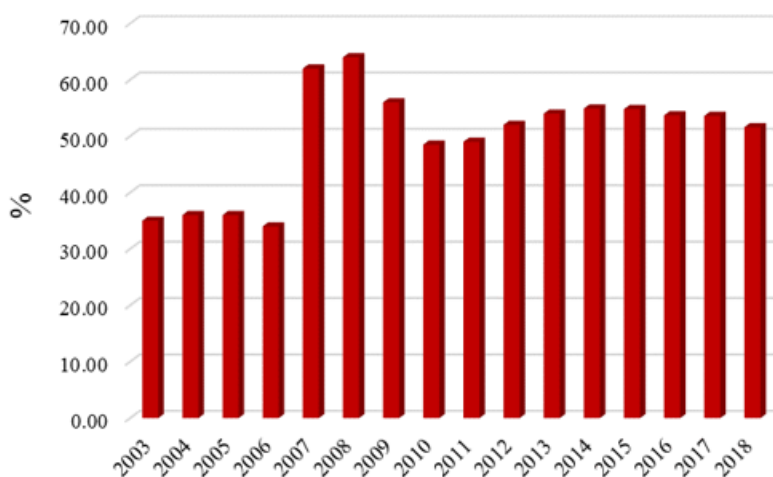
График 57. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хеленске комисије за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)

На тржишту мобилне телефоније Грчке послују само две компаније у страном власништву, *Vodafone* и *Wind Hellas*. Уколико се посматра учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније уочљиво је да су стране компаније 2006. године имале најмање учешће на тржишту мобилне телефоније Грчке (34%), а највеће учешће 2008. године (64%). Од 2012. године, учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Грчке је у континуитету веће од 50% (График 58).

График 58. Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Грчке, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Хеленске комисије за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ)

Уколико се посматрају компаније на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ може се уочити да компаније Теленор и *AI* послују на тржишту више земаља, као и грчка компанија *COSMOTE*. Такође, појединачна тржишта мобилне телефоније анализираних земаља се могу окарактерисати као олигополска тржишта са малим бројем учесника и високим нивоом концентрације

4.1.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ

У оквиру анализе услова конкуренције на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ биће представљени услови конкуренције на тржиштима следећих земаља:

- Србија,
- Босна и Херцеговина,
- Албанија и
- Црна Гора.

У оквиру овог дела докторске дисертације биће приказане основне карактеристике тржишта мобилне телефоније као што су број учесника, приходи, Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације и сл.

4.1.2.1. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Србије

Тржиште мобилне телефоније Србије карактерише олигополска тржишна структура, при чему се на овом тржишту у периоду овог истраживања, према подацима РАТЕЛ-а пословало пет оператера, али само четири оператера реално пружају услуге мобилне телефоније и то:

1. Телеком Србија а.д.,
2. Теленор д.о.о.,
3. *Vip mobile* д.о.о. и
4. Глобалтел д.о.о.

Предузеће за телекомуникације Телеком Србија а.д. је основано 1997. године. У периоду од 2006. до 2010. године предузеће је било 80% у власништву ЈП ПТТ саобраћаја Србија и 20% у власништву ОТЕ из Грчке. Телеком Србија је у 2007. години пословање проширио и на тржиште мобилне телефоније Републике Српске и Црне Горе у 2007. години (РАТЕЛ, 2008). У 2011. години предузеће мења власничку структуру, при чему је 80% у власништву Републике Србије тј. Владе Републике Србије и 20% у власништву преузима Телеком Србија. Наредне, 2012. године, предузеће поново мења власничку структуру. Од 2012. до 2018. године предузеће је 58.11% у власништву Републике Србије, 20% у власништву Телекома Србија, 14.95% у власништву грађана Републике Србије и 6.94% у власништву садашњих и бивших радника Телекома Србије а.д. и његовог претходника (РАТЕЛ, 2008).

Telenor д.о.о. Србија је основан 1994. године као предузеће 063 Мобтел Србија и било је 51% у власништву ЈП ПТТ Србија и 49% у власништву домаће компаније БК Trade. У 2006. години се мења власничка структура предузећа. Од 2006. до 2009. године предузеће је 100% у власништву предузећа *Sonofon A/S* из Данске, који је у власништву предузећа *Telenor ASA* из Норвешке и мења назив у *Теленор д.о.о.* Компанија Моби63 је купљена путем јавног надметања 31.07.2006. године и постала је тринаеста компанија у оквиру Теленор телекомуникационе групе и на тржишту Србије је почела пословање 01.09.2006. године када је и добила лиценцу за пружање телекомуникационих услуга од РАТЕЛ-а (РАТЕЛ, 2006). Теленор је у тренутку инвестирања био највећа појединачна СДИ у Србији у износу већем од 1.6 милијарди евра. Од 2010. до 2016. године предузеће је 100% у власништву *Теленор А/С* из Данске, док је од 2017. године 100% у власништву *PPF TMT Bidco I B. V.* из Холандије.

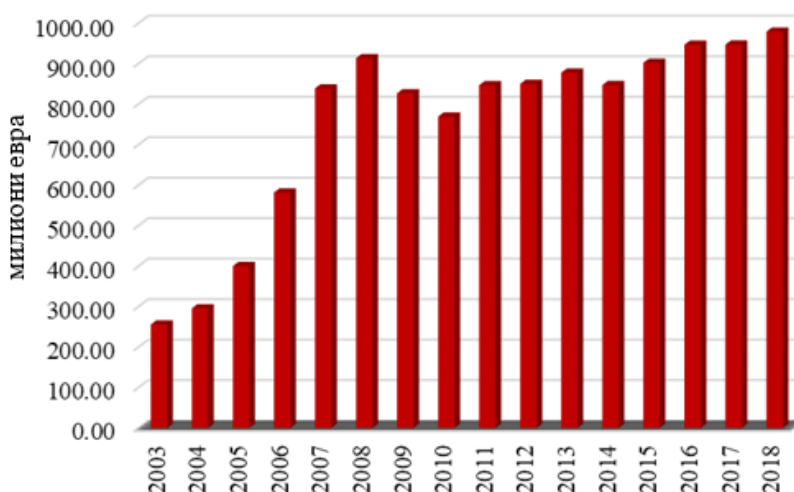
Предузеће Vip Mobile д.о.о. послује на тржишту Републике Србије од 2007. године, али је лиценцу добило 01.12.2006. године. До 2009. године предузеће је било у 100% у власништву Телеком Аустрија групе из Аустрије, а од 2010. године, предузеће је 100% у власништву *Mobilkoma CEE Beteiligungsverwaltungs GmbH* из Аустрије. *Vip mobile* д.о.о. је највећа *greenfield* инвестиција у Србији у 2007. години (570 милиона евра

укупних инвестиција) (РАТЕЛ, 2007). Након уласка *Vip Mobile* д.о.о. на тржиште мобилне телефоније, више није било СДИ на овом тржишту.

Сва три предузећа поседују лиценце за пружање телекомуникационих услуга на територији Републике Србије издате 2006. године на период од 10 година, чије је важење 2016. године продужено на период од још 10 година (РАТЕЛ, 2016). Осим издавања лиценци за три постојећа оператора, 2016. године су регистрована и два виртуелна мобилна оператора, *Mundio Mobile* д.о.о. и Глобалтел д.о.о., при чему је до 2018. године пословало само предузеће Глобалтел д.о.о.

Учешће прихода на тржишту мобилне телефоније је највеће у приходима телекомуникационог тржишта у односу на остале секторе телекомуникација (фиксна телефонија, Интернет, и сл.), при чему се учешће креће од 45% (2005. година) до 61% (2008. година). Осим у првим годинама посматраног периода, учешће прихода на тржишту мобилне телефоније је веће од 50% прихода телекомуникационог сектора. На основу овога може се закључити да је учешће мобилне телефоније у сектору телекомуникационих услуга веће од заједничког учешћа свих осталих телекомуникационих услуга. Ова чињеница говори о доминацији мобилне телефоније у сектору телекомуникација.

График 59. Приходи на тржишту мобилне телефоније Србије, 2003-2018. година



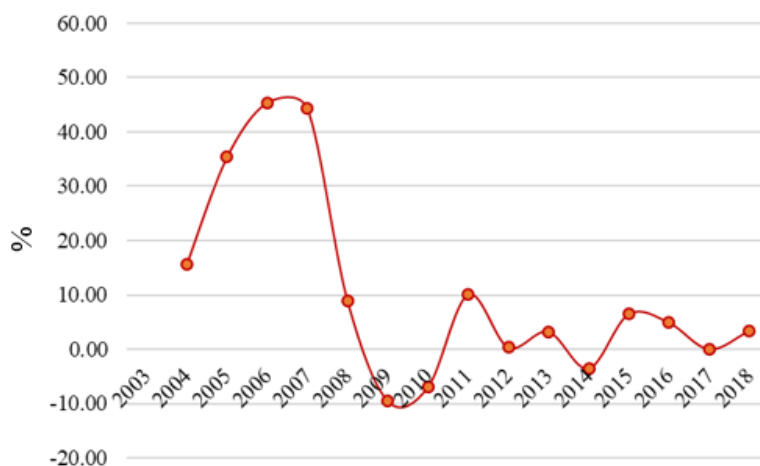
Извор: Аутор на основу података РАТЕЛ-а

Приходи на тржишту мобилне телефоније Србије од 2003. године бележе раст да би у 2018. годни (979 милиона евра) били скоро четири пута већи у односу на 2003. годину (255.5 милиона евра). График 59 приказује кретање прихода на тржишту мобилне телефоније Србије у периоду од 2003. до 2018. година. Уочљиво је да је само у три године посматраног периода уочен мањи пад прихода (2009, 2010. и 2014. година). У 2009. и 2010. години долази до смањења прихода на тржишту мобилне телефоније првенствено због привремених мера Владе Републике Србије за смањење ефеката светске економске кризе и увођења додатног пореза од 10% који је укинут 2011. године (РАТЕЛ, 2010).

Међутим, ако се посматра раст прихода на тржишту мобилне телефоније уочљиво је да је највећи раст забележен у почетним годинама посматраног периода (до

2006. године), а да потом долази до пада и осцилација које се крећу у интервалу од -10% до +10% (График 60). Такође, је интересантно да је раст тржишта мобилне телефоније Србије у 2005. години износио преко 45% (РАТЕЛ, 2005).

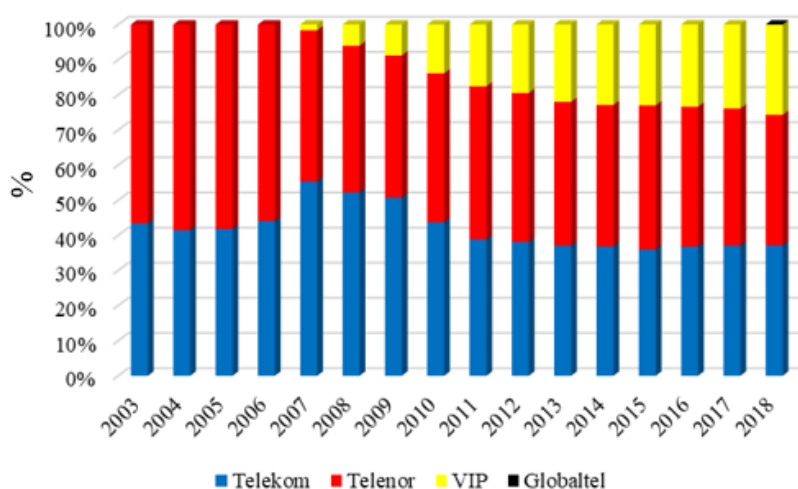
График 60. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Србије, 2004-2018. година



Извор: Аутор на основу података РАТЕЛ-а

График 61 приказује појединачно учешће учесника на тржишту мобилне телефоније Србије у периоду од 2003. до 2018. године. Као што је већ поменуто, до 2007. године на тржишту мобилне телефоније Србије је пословало 2 предузећа, а од 2007. до 2018. године 3 предузећа. У 2018. години на тржиште улази и четврти учесник, виртуелани оператер Глобалтел д.о.о.

График 61. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података РАТЕЛ-а

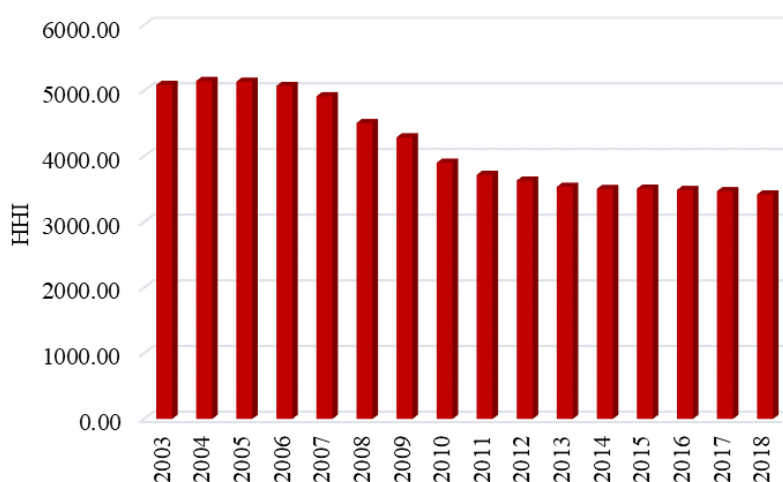
До 2010. године предузеће 063 Мобтел Србија, односно Теленор д.о.о. је имало највеће учешће у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније, да би од 2011.

до 2017. године предузеће Телеком д.о.о. преузело доминантну позицију. Улазак трећег оператера на тржиште мобилне телефоније Србије *Vip Mobile*, 2007. године променио је учешће оператера у укупним приходима мобилне телефоније.

Од уласка на тржиште, учешће *Vip Mobile* у укупним приходима мобилне телефоније се константно повећава да би у 2018. години чинило једну четвртину укупних прихода. С друге стране, то је утицало на смањење учешћа друга два оператера, Телеком д.о.о. и Теленор д.о.о, у укупним приходима да би њихово учешће у укупним приходима у 2018. години било скоро једнако (37.10% и 37.18%, респективно). Глобалтел д.о.о. као нови и четврти учесник на тржишту мобилне телефоније Србије у 2018. години бележи учешће од 0.02% укупних прихода.

С обзиром на то да је предмет истраживања ове докторске дисертације тржишна концентрација, посебну пажњу треба обратити на ниво концентрације на тржишту мобилне телефоније Србије, при чему је за утврђивање тржишног учешћа коришћен укупан приход компаније.

График 62. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Србије, 2003-2018. година



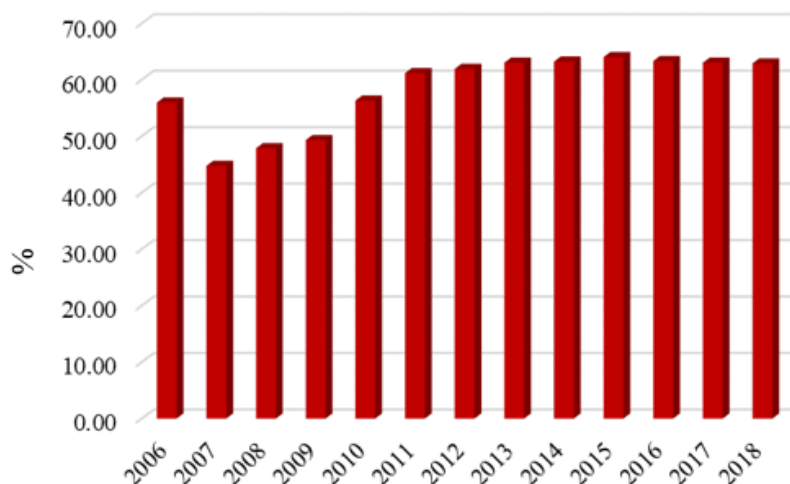
Извор: Аутор на основу података РАТЕЛ-а

График 62 приказује вредности Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Србије. Од 2004. до 2018. године вредност индекса се константно смањује, с тим да су највеће вредности овог показатеља забележене у 2004. години (5146), а најниже вредности у 2018. години (3419). Према Костић (2013) и Беговић и сар. (2002), уколико се вредности *HH* индекса налазе у распону од 2600 до 10000, тржиште карактерише веома високо концентрисана понуда. Према томе, тржиште мобилне телефоније у Србији је веома високо концентрисано тржиште. Смањење *HH* индекса у посматраном периоду указује на повећање конкуренције на тржишту мобилне телефоније Србије што доводи до понуде нових услуга, увођења нових технологија и већег инвестирања у развој услуга (РАТЕЛ, 2008).

С обзиром на то да су предмет докторске дисертације СДИ и ниво тржишне концентрације, битно је да се прикаже и учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Србије (График 63). Од 2011. године, две

стране компаније на наведеном тржишту, Теленор д.о.о. и *Vip mobile* д.о.о. имају учешће у укупним приходима мобилне телефоније преко 60%.

График 63. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Србије, 2006-2018. година



Извор: Аутор на основу података РАТЕЛ-а

Сходно напред наведеном, може се закључити да се на тржишту мобилне телефоније Србије смањује ниво тржишне концентрације и повећава конкуренција, о чему сведочи и регистравање нових виртуелних оператера чији ће се ефекти на тржиште мобилне телефоније видети у наредним годинама.

4.1.2.2. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Албаније

На тржишту мобилне телефоније у Албанији у 2018. години су пословала три оператера:

- *Vodafone* Албанија,
- Телеком Албанија (раније *Albanian Mobile Communications - AMC*),
- *Eagle Mobile* (раније *ALBtelecom mobile*) и
- *Plus Communication*.

Међутим, периоду од 2003. до 2018. године на тржишту мобилне телефоније Албаније су пословала четири оператора *Vodafone* Албанија, Телеком Албанија (*AMC*), *Eagle Mobile (ALBtelecom mobile)* и *Plus Communication* која је 2018. године престала да постоји.

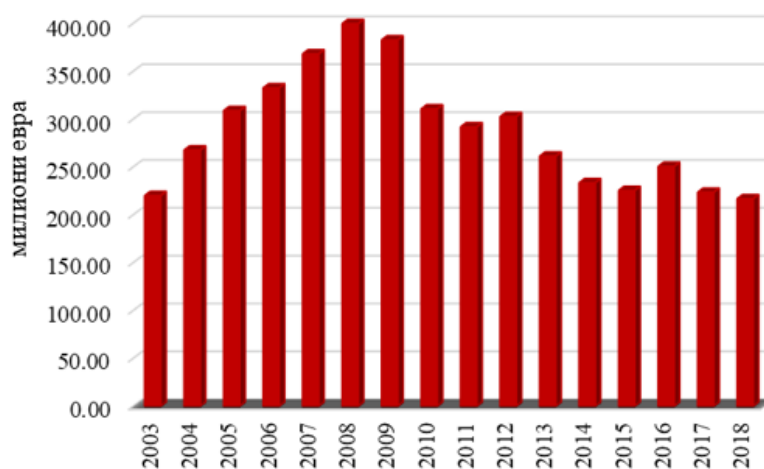
Vodafone Албанија је присутан на тржишту телекомуникационих услуга Албаније од августа 2001. године и део је међународне компаније *Vodafone Group Plc*. *Vodafone* Албанија је 50% у власништву *Vodafone International Holding B.V.* из Велике Британије и 50% у власништву *Vodafone Panafone International B.V.* из Холандије.

Телеком Албанија, односно *Albanian Mobile Communications - AMC*, је пристутан на тржишту телекомуникација Албаније од 1995. године када је основан као државна компанија. Међутим, пословање почиње 1996. године као први мобилни оператор у Албанији. Компанија је први пут приватизована 2000. године када је грчка телекомуникациона компаније *COSMOTE* постала власник 85%. *AMC* је био део *COSMOTE* компаније до 2008. године када постаје део *Deutsch Telekom* групе.

Eagle Mobile, односно *AlbTelecom Mobile* је присутан на тржишту мобилне телефоније Албаније од 2008. године. Компанија је основана од стране албанске владе 2003. године као саставни део компаније *AlbTelecom*, а приватизована је у октобру 2007. године. Приватизација компаније је почела 2005. године, а завршена 2007. године и тада је била 76% у власништву *Calik Holdinga-a* и *Türk Telekom-a*, а 24% у власништву албанске Владе. Данас је *ALBtelecom Mobile* 80% у власништву *Calik Holding* компаније и 20% у власништву *Türk Telekom* компаније (Mukli, Cota и Mersini, 2012). Од 2017. године компанија опет послује под називом *ALBtelecom Mobile*.

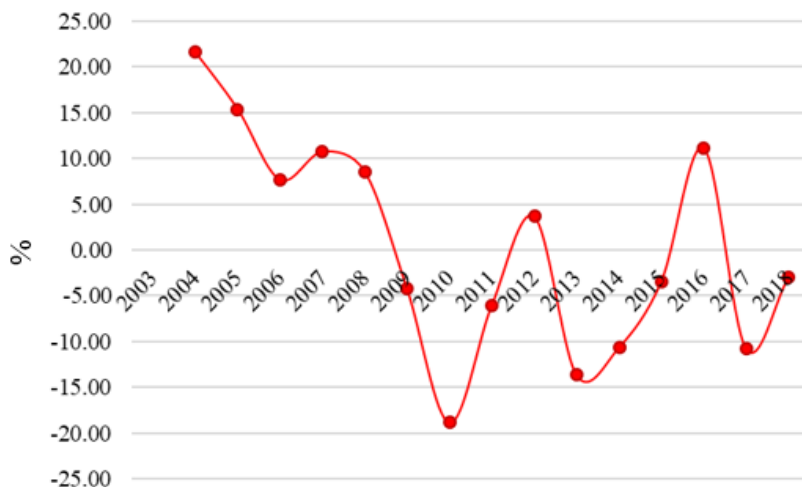
Plus Communication је основан 2009. године од стране албанске владе која је и управљала компанијом. Компанија је почела пословање крајем 2010. године. 2018. године компанија је престала да постоји, а *Vodafone* Албанија је преузео 50% фреквенција ове компаније.

График 64. Приходи на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података АКЕП-а

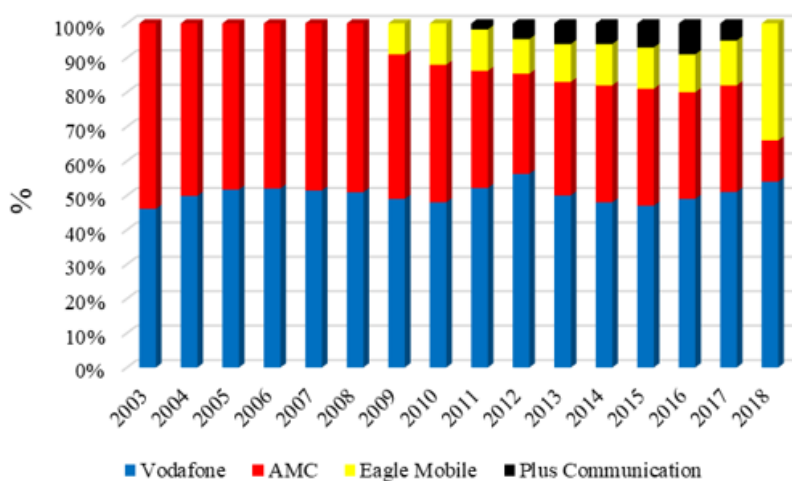
Приходи на тржишту мобилне телефоније Албаније се крећу у распону од 216.98 милиона евра (2018. година) до 399.92 милиона евра (2008. година). График 64 приказује кретање прихода на тржишту мобилне телефоније Албаније у периоду од 2003. до 2018. година. Уочљиво је да су до 2008. године приходи тржишта мобилне телефоније расли, а да након тога долази до пада прихода, са изузетком повећања прихода 2012. и 2016. године. У 2018. години је забележен најмањи приход на тржишту мобилне телефоније Албаније, а пад прихода је резултат престанка постојања компаније *Plus Communication*. Други разлог за пад прихода у 2018. години је пад прихода од међународних позива (АКЕП, 2019).

График 65. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2004-2018. година

Извор: Аутор на основу података АКЕП-а

Иако су приходи до 2008. године расли, уочљиво је да је највећи раст прихода у посматраном периоду забележен 2004. године, а највећи пад прихода у 2010. години. У 2016. години је забележен значајан раст прихода мобилне телефоније (око 11%), с обзиром на то да је у периоду пре и након ове године бележена негативна стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Албаније (График 65).

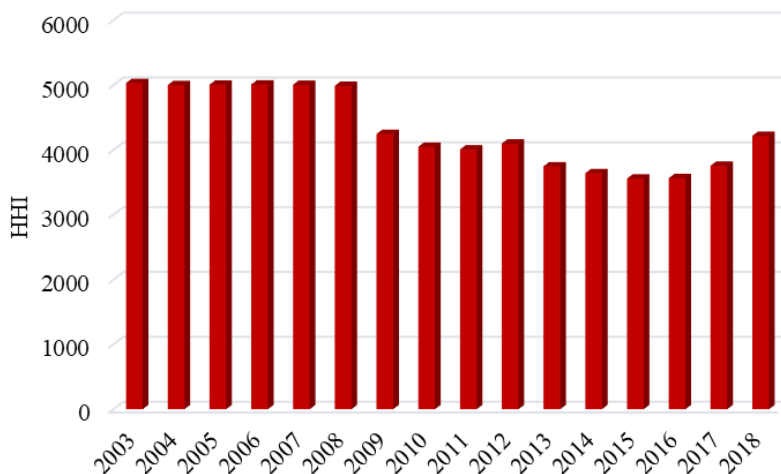
Vodafone Албанија је 10 од 16 година посматраног периода имао учешће у укупним приходима мобилне телефоније Албаније преко 50% и од 2005. године у континуитету има веће учешће у укупним приходима од осталих учесника на тржишту. *Eagle Mobile* је од 2009. до 2017. године био трећи учесник по уделу у укупним приходима мобилне телефоније Албаније, али у 2018. години заузима другу позицију испред *АМС/Телеком* Албанија са уделом од 34%.

График 66. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година

Извор: Аутор на основу података АКЕП-а

Plus communication је имао удео у укупним приходима тржишта мобилне телефоније испод 10%. (График 66). 2011. године *Plus Communication* је имао повећање прихода око 75 пута у односу на претходну годину, али треба узети у обзир да је за 2010. годину *Plus communication* био на тржишту само месец дана (АКЕП, 2012).

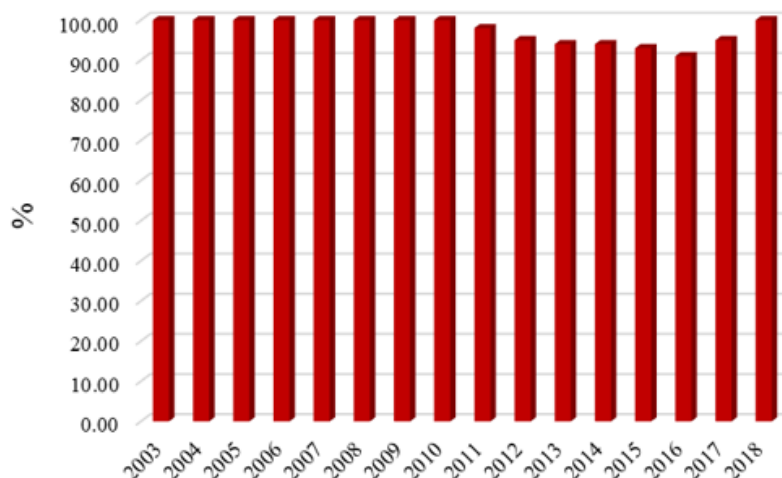
График 67. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података АКЕП-а

Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације креће се у распону од 3558 (2015. година) до 5031 (2003. година) што показује да је тржиште мобилне телефоније у Албанији мерено преко укупних прихода веома високо концентрисано (График 67). Од 2003. до 2017. године бележи се пад *HH* индекса и повећање конкуренције на тржишту, док се у 2018. години бележи раст овог индекса пре свега због изласка компаније *Plus communication* са тржишта.

График 68. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Албаније, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података АКЕП-а

С обзиром на то да су до 2008. године на тржишту мобилне телефоније Албаније пословале само две компаније и то у страном власништву, *Vodafone* Албанија и *АМС*, учешће страних компанија у укупним приходима је било 100%. Уласком трећег оператора, *Eagle Mobile*, на тржиште, овај тренд се наставља до 2011. године, јер је и наведена компанија у страном власништву. Улачком *Plus Communication* на тржиште у 2011. години долази до смањења учешћа страних компанија у укупним приходима од 9% (График 68). Изласком *Plus Communications* са тржишта 2018. године, стране компаније поново имају 100% учешћа у приходима на тржишту мобилне телефоније.

4.1.2.3. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине

У посматраном периоду на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине пословало је 8 оператора:

- БХ Телеком д.д. Сарајево,
- Хрватске телекомуникације д.д. Мостар,
- Телеком Српске а.д. Бања Лука,
- *Blic.net* д.о.о. Бања Лука,
- Логософт д.о.о. Сарајево,
- ЕЛТА-КАБЕЛ д.о.о. Добој,
- ТЕЛРАД НЕТ д.о.о. Бијељина и
- ДАСТО СЕМТЕЛ д.о.о. Бијељина.

БХ Телеком д.д. Сарајево је основан 1992. године, а једини власник је била Федерација Босне и Херцеговине. БХ Телеком постаје акционарско друштво у већинском власништву државе 2004. године (БХ Телеком, 2021).

Хрватске телекомуникације д.д. Мостар компанија је основана 2003. године након раздвајања Хрватске поште Мостар и Хрватских телекомуникација. Реорганизацијом предузећа 2006. године, предузеће ХТ Мобилне д.о.о. су припојене предузећу ХТ Мостар и настало је предуће ХТ д.о.о. Мостар. Од 2009. године предузеће постаје акционарско друштво са 50.10% у власништву Владе Федерације Босне и Херцеговине, 39.10% у власништву Хрватског Телекома, 5.23% у власништву Хрватске Поште и 5.57% у власништву малих акционара (ХТ Еронет, 2020).

Телеком Српске а.д. Бања Лука компанија је настала 1996. године, да би 2006. године било приватизовано од стране Телекома Србија. Укупно 65.01% компаније је у власништву Телекома Србија, 8.92% у власништву Фонда за пензијско и инвалидско осигурање, 5.03% у власништву Фонда за реституцију, 3.30% у власништву *DUIF Krist.Invest* а.д. и 17.74% у власништву малих акционара (Мтел Босна и Херцеговина, 2020).

Blic.net д.о.о. Бања Лука је компанија основана 1992. године у Републици Српској, а на тржишту мобилне телефоније послује од 2014. године. Компанија је члан Мтел групе (Телеком Српске).

Логософт д.о.о. Сарајево је виртуелни мобилни оператор. Компанија је основана 1995. године са основном делатношћу информатички инжењеринг. Од 1998. године компаније се бави и пружањем интернет услуга. 2014. године Логософт д.о.о. Сарајево постаје део Мтел групе (Телеком Српске) и почиње са пружањем услуга мобилне телефоније (Логософт, 2020).

ЕЛТА-КАБЕЛ д.о.о. Добој је предузеће основано 2003. године. На тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине послује од 2016. године.

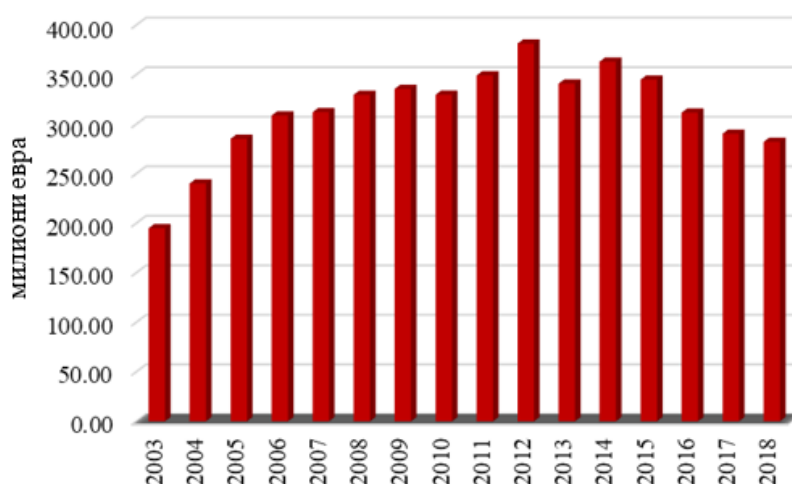
ТЕЛРАД НЕТ д.о.о. Бијељина је компанија настала одвајањем од компаније Телрад д.о.о. 2011. године. Од 2015. године предузеће се бави пружањем услуга мобилне телефоније (Телрад, 2020).

Изи Мобил д.о.о. Сарајево је виртуелни мобилни оператор који послује на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине од 2012. године. Компанија је део Изи Мобил групе из Словеније. На тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине је пословао до 2016. године.

ДАСТО СЕМТЕЛ д.о.о. Бијељина је основан још 2002. године у Бијељини, али на тржиште мобилне телефоније улази тек 2017. године.

Учешће тржишта мобилне телефоније у укупним приходима телекомуникација у посматраном периоду је изнад 45%. Приходи на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине се крећу у распону од 194.87 милиона евра (2003. година) до 381.27 милиона евра (2012. година) (График 69). До 2009. године приходи на тржишту мобилне телефоније расту, а од 2014. године опадају, да би у 2018. години достигли нижи ниво него 2005. године.

График 69. Приходи на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година

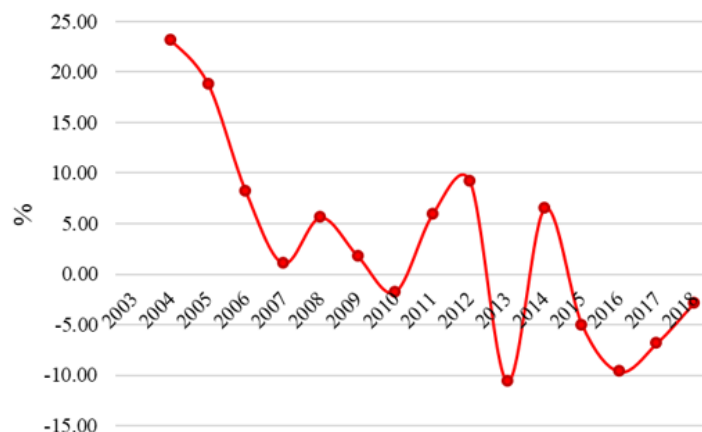


Извор: Аутор на основу података Регулаторне агенције за комуникације Босне и Херцеговине

Ако се посматра стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније, уочљиво је да је у посматраном периоду, највећа стопа раста забележена у 2004. години, да би се

након тога стопа раста смањивала и у 2010. години била негативна. Након кратког опоравка тржишта у наредним година, од 2015. године, стопа раста прихода опет постаје негативна (График 70).

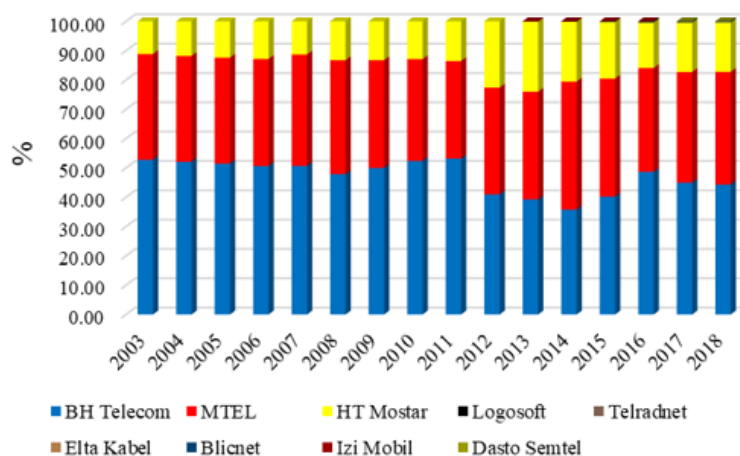
График 70. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2004-2018. година



Извор: Аутор на основу података Регулаторне агенције за комуникације Босне и Херцеговине

Само три оператора (БХ Телеком, Мтел и ХТ Мостар) послују на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине од 2003. године. Логософт и Телраднет послују од 2015. године, Елта кабел од 2016. године, Блицнет од 2014. године, Изи мобил од 2013. до 2016. године, и Дасто Семтел од 2017. године. Поменути три оператора (БХ Телеком, Мтел и ХТ Мостар) представљају ефективну конкуренцију на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, јер је учешће осталих оператора практично безначајно. До 2013. године и од 2016. до 2018. године, БХ Телеком је имао највеће учешће на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, а 2014. и 2015. године Мтел. Логософт, Телраднет, Елта Кабел, Блицнет, Изи Мобил и Дасто Семтел су имали учешће у укупним приходима мобилне телефоније мање од 1%. (График 71).

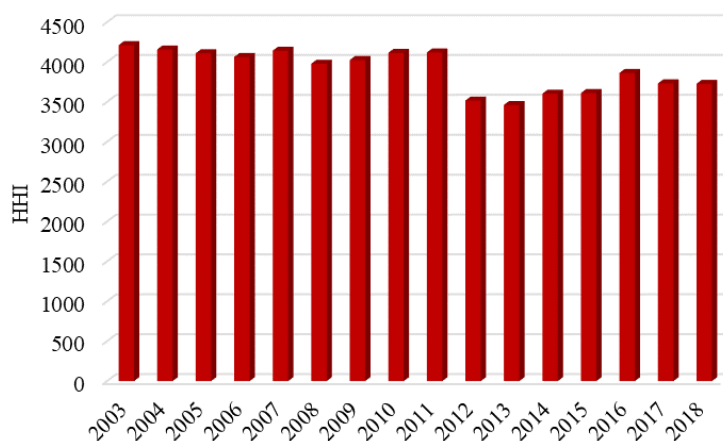
График 71. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Регулаторне агенције за комуникације Босне и Херцеговине

У 2013. години је дошло да пада прихода БХ Телекома за 14%, Телекома Српске (Мтел) за 10% и ХТ Мостара за 5%, првенствено због пада прихода од СМС порука и прихода од међународних позива као последице коришћења апликација за бесплатне позиве и поруке (Регулаторна агенције за комуникације Босне и Херцеговине, 2014). Наредне, 2014. године, наставља се пад прихода БХ Телекома и ХТ Мостара, али долази до раста прихода Телекома Српске (Мтел) приближно за 25%.

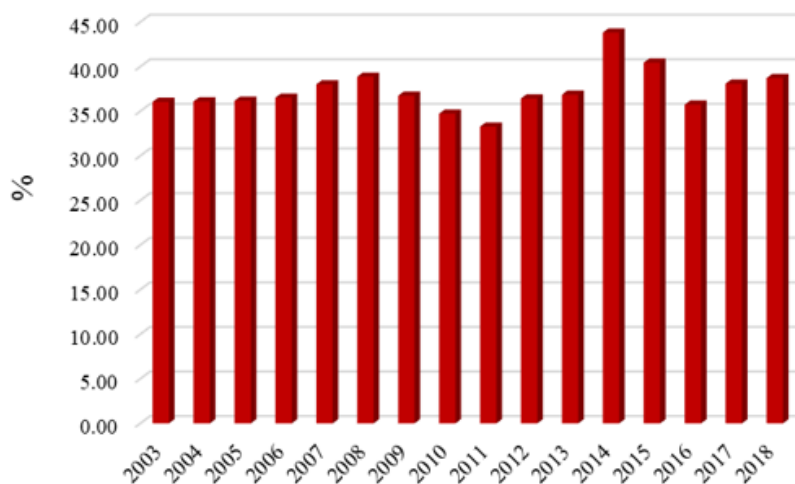
График 72. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Регулаторне агенције за комуникације Босне и Херцеговине

Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације креће се у распону од 3462 (2013. година) до 4211 (2003. година) што показује да је тржиште мобилне телефоније у Босни и Херцеговини веома високо концентрисано тржиште (График 72). У периоду пре 2011. године Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације је био већи него после ове године, с тим да након пада од 2014. године долази до благог раста концентрације на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине.

График 73. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Регулаторне агенције за комуникације Босне и Херцеговине

На тржишту мобилне телефоније Босне и Херцеговине у посматраном периоду послују четири стране компаније (Мтел, Блицнет, Логосфт и Изи Мобил; Блицнет, Логосфт су касније преузети од стране Мтел компаније). Ефективно гледано од већих учесника на тржишту само је Мтел (са својим зависним компанијама) у 100% иностраном власништву. Остали велики учесници, БХ Телеком и ХТ Мостар, су у већинском домаћем власништву. До 2008. године учешће страних компанија у укупним приходима мобилне телефоније расте, а након тога долази до осцилација, при чему је највеће учешће страних компаније у укупним приходима забележено 2014. године (43.82%). У посматраном периоду, учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније Босне и Херцеговине је у континуитету изнад 30% (График 73).

4.1.2.4. Услови конкуренције на тржишту мобилне телефоније Црне Горе

У 2018. години на тржишту мобилне телефоније Црне Горе је пословало 3 оператора:

- Црногорски Телеком,
- Теленор Црна Гора и
- Мтел ЦГ

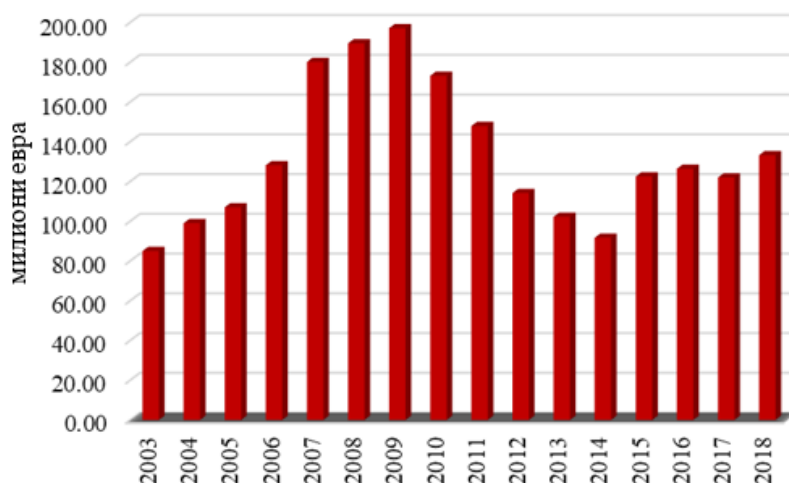
Црногорски Телеком је предузеће основано 1998. године поделом предузећа ПТТ саобраћај Црне Горе на Телеком Црне Горе и Пошту Црне Горе. Предузеће се назива Црногорски телеком од 2006. године, а од 2005. године је у већинском власништву мађарског Телекома (*Magyar Telecom*). Од 2009. године, саставни део Црногорског Телекома постају и *T-Mobile* Црне Горе д.о.о. и Интернет Црна Гора д.о.о. Од 2017. године 76.53% Црногорског Телекома је у власништву компаније ХТ Холдинг д.о.о. која је у власништву Хрватског Телекома (Црногорски Телеком, 2020).

Теленор Црне Горе је основан 1996. године као заједничка компанија ПТТ саобраћаја Црне Горе и конзорцијума ЕТЛ под називом ПроМонте. Компанија је од 2004. године у власништву Теленор групе, а од 2010. године се назива Теленор Црна Гора.

Мтел Црна Гора је предузеће основано 2007. године и у власништву је предузећа Телеком Србија. Компанија *Ogalar B.V.* је била један од оснивача овог предузећа, али је 2010. године продала свој удео од 49% предузећу Телеком Српске. Према томе, 51% Мтел Црна Гора је у власништву Телекома Србија, а 49% у власништву Телеком Српске. (Мтел Црна Гора, 2020)

До 2007. године тржиште мобилне телефоније Црне Горе је имало карактеристике дуопола, јер су пословала само два предузећа, ПроМонте (Теленор Црне Горе) које је било у власништву Теленора и Монет д.о.о. које је било у власништву Телекома Црне Горе (Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе, 2009).

График 74. Приходи на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година

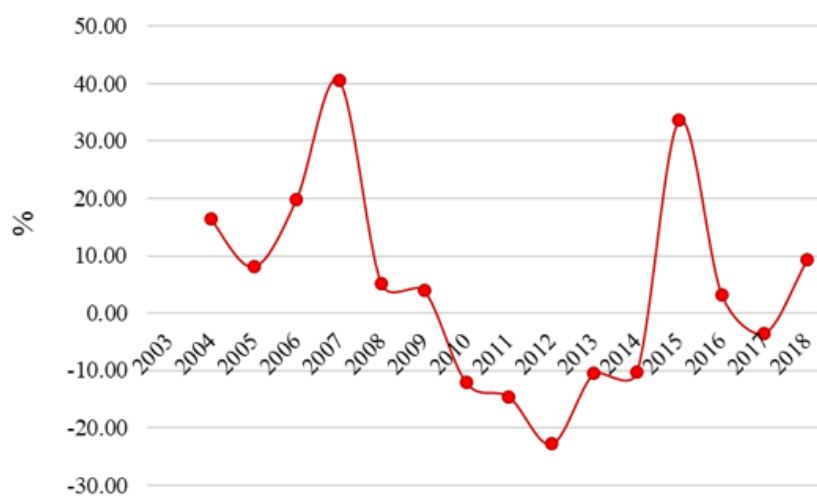


Извор: Аутор на основу података Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе

Највећи приход на тржишту мобилне телефоније Црне Горе забележен је у 2009. години (197.13 милиона еура), док је најмањи приход забележен 2003. године (око 85 милиона еура) (График 74). До 2009. године приходи на тржишту мобилне телефоније Црне Горе расту, а потом опадају до 2014. године, након чега следи поново тренд раста.

Од 2010. до 2014. године и у 2017. години, тржиште мобилне телефоније Црне Горе бележи негативне стопе раста, док су у осталим годинама посматраног периода бележе позитивне стопе раста. Највећа стопа раста је забележена 2007. године (График 75).

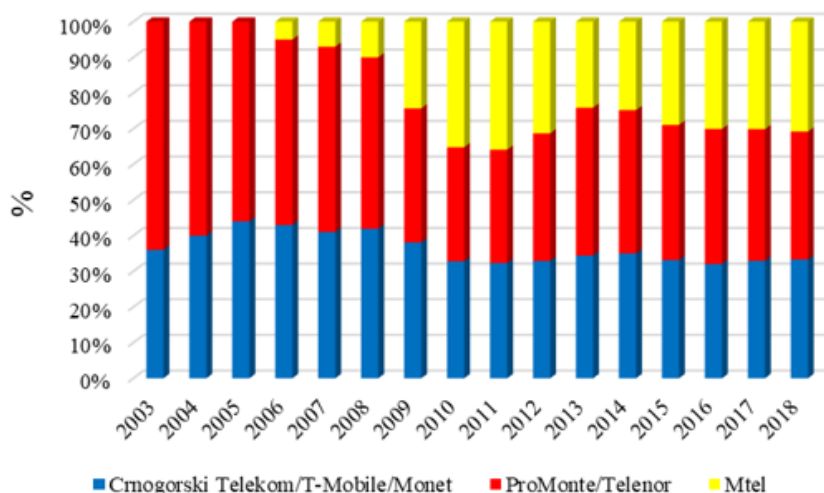
График 75. Стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2004-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе

До 2009. године, Теленор (Промонте) је имао највеће тржишно учешће, као и од 2012. године до краја посматраног периода. Мтел је само у 2010. и 2011. години имао веће учешће на тржишту од остала два оператора (График 76).

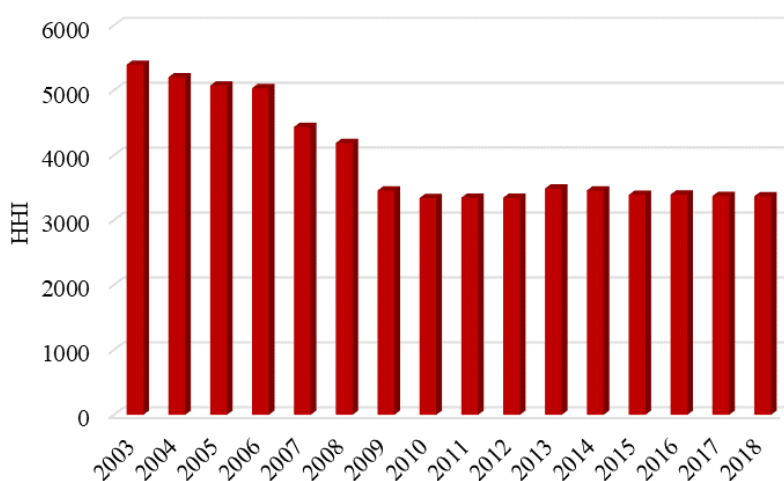
График 76. Учешће појединачних оператора у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе

Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације креће се у распону од 3339 (2010. година) до 5392 (2003. година) што показује да је тржиште мобилне телефоније у Црној Гори веома високо концентрисано тржиште (График 77). У посматраном периоду долази до опадања Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације.

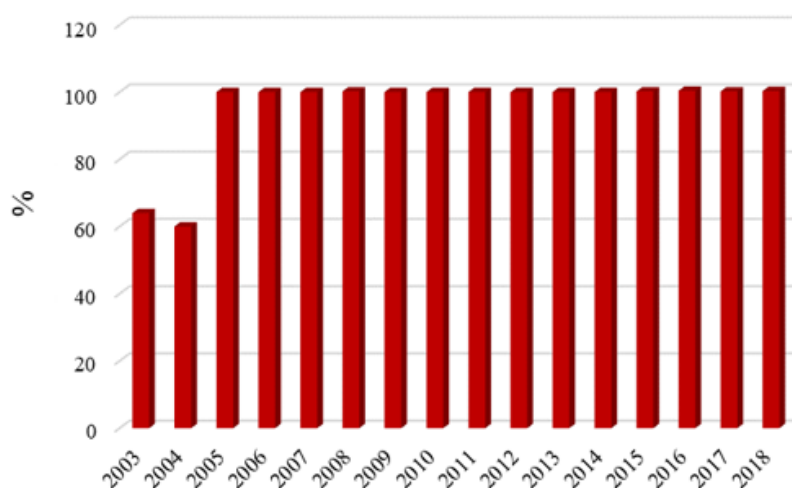
График 77. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе

Од 2005. године тржиште мобилне телефоније Црне Горе је 100% у власништву страних компанија. До 2005. године Црногорски Телеком је био у већинском домаћем власништву, а од тада постаје власништво мађарског Телекома, потом ХТ Холдинга, док је Теленор Црне Горе у власништву Теленор групе, а Мтел Црна Гора у власништву Телекома Србија и Телекома Српске (График 78).

График 78. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније Црне Горе, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе

Као и у случају земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, и на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЈИЕ, на већини тржишта послују компаније Теленор и *А1*. Карактеристично за земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ је да је у одређеним земљама целокупно тржиште мобилне телефоније у власништву страних компанија.

4.2. Резултати истраживања и дискусија резултата везаних за тржиште мобилне телефоније у земљама ЈИЕ

4.2.1. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ

У овом делу докторске дисертације прво ће бити представљена дескриптивна статистика, а потом резултати тестова јединичног корена, и *ARDL* модела. Анализа ће бити извршена на целокупном узорку земаља ЈИЕ без раздвајања на земље чланице и земље које нису чланице ЕУ.

Табела 11 приказује дескриптивну статистику за све варијабле. Просечна вредност *HH* индекса у периоду од 2003. до 2018. године је 4110.48. Најнижа вредност *HH* индекса је 2958.00 и односи се на Грчку у 2003. години, док је највиша вредност овог

индекса 7625.00 и односи се на Хрватску у 2003. години. Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније ЈИЕ износи 64.12%, док је најмање учешће забележено у Хрватској 2003. године (13.77%), а највеће учешће је забележено у Црној Гори од 2005. до 2018. године и у Албанији од 2003. до 2010. године и у 2018. години (100.00%). Просечни укупни приходи на тржишту мобилне телефоније ЈИЕ износе 960.79 милиона евра. Најмањи приходи у посматраном период су забележени у Црној Гори 2003. године (85 милиона евра), а највећи приходи у Румунији 2018. године (3.876 милијарди евра). Просечна стопа раста тржишта мобилне телефоније ЈИЕ је 3.72%, најнижа стопа раста је -33.54% (Бугарска 2005. године), а највиша стопа раста је 46.34% (Грчка 2009. године) (Табела 11).

Табела 11. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	4110.48	841.80	2958.00	7625.00	128
<i>FP</i>	64.12	29.06	13.77	100.00	128
<i>MS</i>	960.79	931.41	85.00	3876.00	128
<i>MG</i>	3.72	14.98	-33.54	46.34	128

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Bresuch-Pagan LM тест и *Pesaran CD* тест су коришћени да се утврди да ли постоји међузависност података панела, односно корелација. Тестира се нулта хипотеза да не постоји међузависност података панела. Пошто је *p*-вредност мања од 0.01 за све варијабле, одбацујемо нулту хипотезу и закључујемо да постоји међузависност панела података код свих варијабли (Табела 12).

Табела 12. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Bresuch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	314.68***	8.92***
<i>FP</i>	136.09***	6.61***
<i>MS</i>	95.51***	4.25***
<i>MG</i>	60.36***	5.11***

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

С обзиром на то да постоји међузависност панела података, неопходно је да се за тестирање стационарности података панела користи тест јединичног корена друге генерације. Im, Pesaran и Shin (1997) - *IPS* тест јединичног корена ће бити коришћен да се утврди да ли варијабле *HHI*, *FP*, *MG* и *MS* поседују јединични корен. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin* теста јединичног корена су приказани у Табели 13.

Табела 13. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin (IPS)* теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа и тренд	Ред интеграције
<i>HHI</i>	-1.55	0.43	I(1)
$\Delta(HHI)$	-2.05**	-1.43**	
<i>FP</i>	-224.48***	-191.75***	I(0)
<i>MS</i>	-1.18	-0.47	I(1)
$\Delta(MS)$	-2.94***	-1.89**	
<i>MG</i>	-2.30**	-1.05	I(1)
$\Delta(MG)$	-6.53**	-4.55**	

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Резултати *IPS* теста јединичног корена су показали да варијабле *HHI*, *MS* и *MG* поседују јединични корен у нивоу ($p > 0.05$, па је нулта хипотеза прихваћена), односно нису стационарне. Према томе, тестирано је да ли прва диференца ових варијабли поседује јединични корен. С обзиром на то да су за прве диференце варијабли *HHI*, *MS* и *MG* p -вредности мање од 0.05, нулта хипотеза о постојању јединичног корена је одбачена и закључујемо да су варијабле стационарне у првој диференци. Резултати *IPS* теста за варијаблу *FP* показују да варијабла не поседује јединични корен у нивоу, односно стационарна је ($p < 0.05$, па је нулта хипотеза одбачена). Варијабле *HHI*, *MS* и *MG* су реда интеграције I(1), док је варијабла *FP* реда интеграције I(0) (Табела 13). С обзиром на то да су варијабле различитог реда интеграције, односно I(0) и I(1), а ниједна варијабла није реда интеграције I(2), за анализу података ће бити коришћен модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи (*Auto Regressive Distributed Lag - ARDL*) (Pesaran и сар., 1999). Акаике информациони критеријум (*Akaike Information Criteria – AIC*) је коришћен за утврђивање оптималног *ARDL* модела. Резултати су показали да је оптимални модел *ARDL* (1, 2, 2, 2).

Табела 14 приказује резултате *ARDL* модела, односно краткорочне и дугорочне коефицијенте овог модела. Резултати *ARDL* модела показују да постоји позитивна и статистички значајна повезаност између варијабли *FP* и *HHI* ($p < 0.001$) у дугом року, односно да постоји статистички значајна позитивна повезаност између СДИ мерених кроз учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније и нивоа тржишне концентрације. То нам показује да са повећањем СДИ у сектору мобилне телефоније долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року. Резултати

показују да постоји статистички значајна негативна повезаност између величине тржишта (укупних прихода тржишта мобилне телефоније - MS) и нивоа тржишне концентрације ($p = 0.002$) у дугом року. То нам показује да са повећањем величине тржишта мерене преко укупних прихода на тржишту мобилне телефоније долази до смањења нивоа тржишне концентрације у дугом року. Резултати су такође показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између варијабли MG и HHI ($p < 0.001$) у дугом року, односно да постоји статистички значајна позитивна повезаност између стопе раста тржишта мобилне телефоније JIE и нивоа тржишне концентрације. То значи да са повећањем стопе раста тржишта (стопе раста прихода) долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року (Табела 14).

Коефицијент прилагођавања (*error correction term* - ECT) је негативан и статистички значајан и показује колики ће део неравнотеже изазване краткорочним шоком бити дугорочно исправљен. Коефицијент прилагођавања износи -0.26 и показује да као одговор на шок брзина прилагођавања ка равнотежи износи 26% годишње (Табела 14).

Табела 14. Резултати $ARDL$ модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	t	p
Једначина дугорочне повезаности				
FP	28.74	2.55	11.28	< 0.001
MS	-0.21	0.07	-3.18	0.002
MG	92.53	12.38	7.48	< 0.001
Једначина краткорочне повезаности				
ECT	-0.26	0.07	-3.76	< 0.001
$\Delta(FP)$	5.71	11.21	-0.51	0.612
$\Delta(FP(-1))$	5.87	4.66	1.26	0.212
$\Delta(MS)$	0.30	1.99	0.15	0.879
$\Delta(MS(-1))$	-5.21	2.30	-2.26	0.027
$\Delta(MG)$	-17.92	7.64	-2.35	0.022
$\Delta(MG(-1))$	-2.75	2.33	-1.18	0.244
C	446.50	191.14	2.34	0.023

Напомена: HHI – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; FP – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; MS – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); MG – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

У кратком року повезаност између варијабли FP и HHI није статистички значајна како и у периоду t ($p = 0.612$) тако и у периоду $t-1$ ($p = 0.212$). Сходно томе, не постоји статистички значајна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације у кратком року.

Повезаност између варијабли *MS* и *HHI* није статистички значајна у кратком року у периоду t ($p = 0.879$). Међутим, повезаност између варијабли *MS* и *HHI* је статистички значајна и негативна у кратком року у периоду $t-1$ ($p = 0.027$). Према томе, са повећањем величине тржишта, односно прихода на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ, долази до смањења нивоа тржишне концентрације, али са заостајањем од једне године. Повезаност између варијабли *MG* и *HHI* је статистички значајна и негативна у кратком року у периоду t ($p = 0.022$), док у периоду $t-1$ она није статистички значајна ($p = 0.244$). То нам показује да са повећањем стопе раста тржишта (стопе раста прихода) мобилне телефоније земаља ЈИЕ долази до смањења нивоа тржишне концентрације у кратком року (Табела 14).

Резултати ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ се разликују у дугом и кратком року, односно повезаност постоји само у дугом року када са повећањем СДИ у овом сектору долази до повећања нивоа тржишне концентрације. С друге стране, ефекти величине тржишта на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ су негативни и у дугом и у кратком року, с тим што су у кратком року ефекти остварени са заостајањем од једне године. Поред тога, ефекти су јачи у кратком року ($B = -5.21$) него у дугом ($B = -0.21$). Ефекти стопе раста тржишта на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ су позитивни у дугом, а негативни у кратком року (Табела 14).

Пре него што се изврши оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније посебно у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, а посебно у земљама које нису чланице ЕУ, испитано је да ли постоје статистички значајне разлике у просечним вредностима варијабли *HHI*, *FP*, *MS* и *MG* између земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ и оних које то нису.

Табела 15. Резултати т-теста независних узорака

<i>Levene's Test for Equality of Variances</i>				
Варијабла	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<i>HHI</i>	6.19	0.014	-0.45	0.654
<i>FP</i>	5.16	0.025	2.06	0.042
<i>MS</i>	8.66	< 0.001	-9.22	< 0.001
<i>MG</i>	0.01	0.918	1.47	0.144

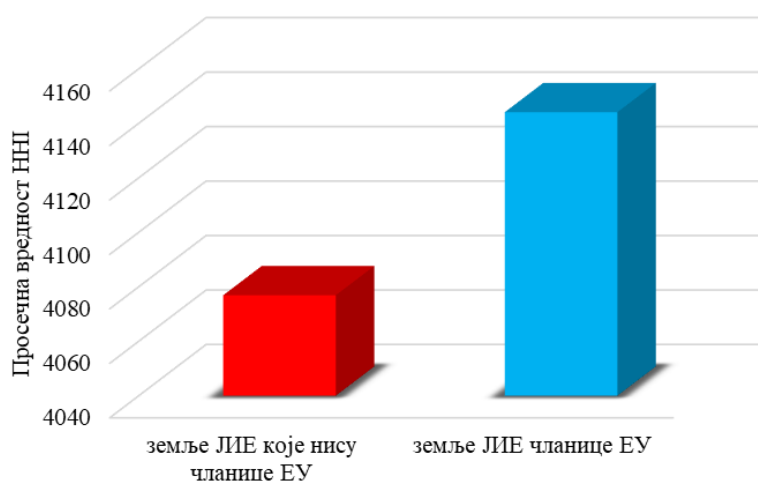
Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Аутор у *IBM SPSS Statistics v.22*

Резултати т-теста независних узорака су приказани у Табели 15. Резултати су показали да између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ не постоји статистички значајна разлика у ниво тржишне концентрације мерене преко Херфиндал-Хиршмановог индекса (*HHI*), $t(126) = -0.45$; $p = 0.654$. Просечан ниво

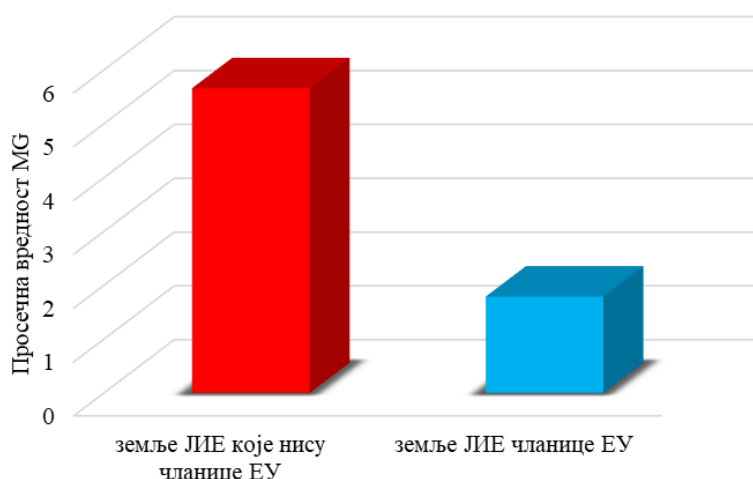
тржишне концентрација мерене преко Херфиндал-Хиршмановог индекса (*HHI*) је већи у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ него у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ (График 79). Поред тога, резултати т-теста независних узорака су показали да између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ не постоји статистички значајна разлика у стопи раста тржишта мерене преко стопе раста укупних прихода, $t(126) = 1.47$; $p = 0.144$. Просечна стопа раста тржишта мерена преко стопе раста укупних прихода је нижа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ него у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ (График 780).

График 79. Просечна вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

График 80. Просечна вредност стопе раста укупних прихода тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ

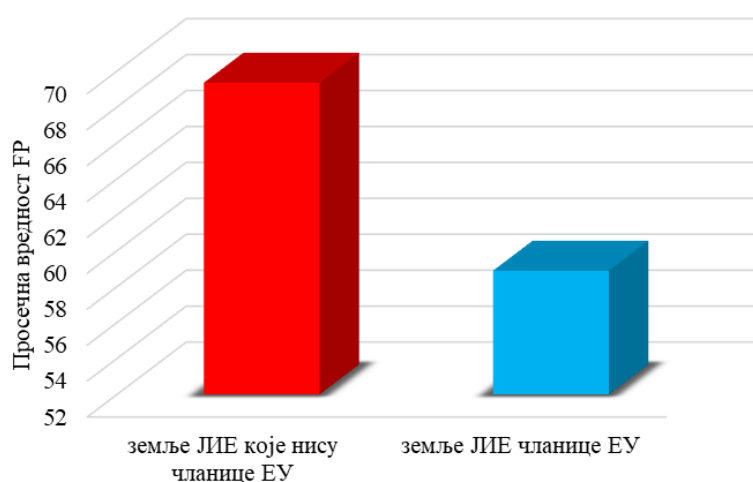


Извор: Аутор

С друге стране, резултати т-теста независних узорака су показали да постоји статистички значајна разлика између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ у СДИ мереним преко учешћа страних компанија у укупним приходима

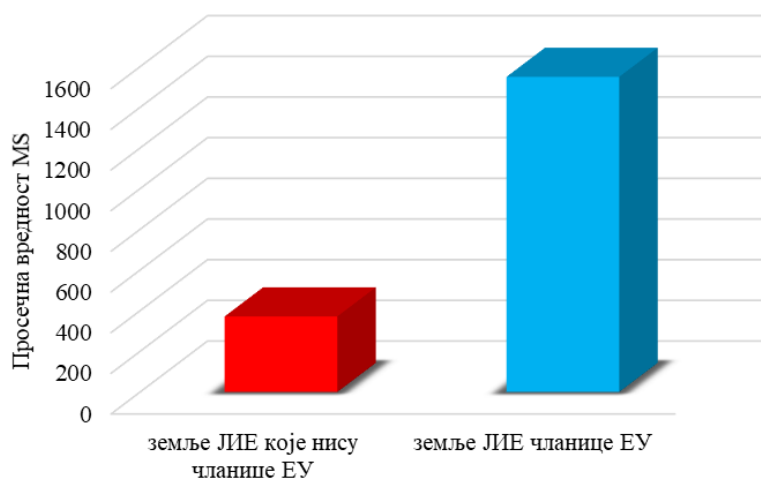
сектора мобилне телефоније ($t(126) = 2.06$; $p = 0.042$), при чему је просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније веће у земљама које нису чланице ЕУ (69.33%) него у земљама које су чланице ЕУ (58.59%) (График 81). Резултати т-теста независних узорака су такође показали да постоји статистички значајна разлика између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ у величини тржишта мобилне телефоније мерене преко укупних прихода на тржишту мобилне телефоније, $t(126) = -9.22$; $p < 0.001$. Просечи укупни приходи тржишта мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ (1.549 милијарди евра) су већи у односу на земље које нису чланице ЕУ (371.76 милиона евра) (График 82).

График 81. Просечна вредност учешћа страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

График 82. Просечна вредност укупних прихода тржишта мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

С обзиром на то да је утврђено да постоје статистичке значајне разлике у учешћу страних компанија у укупним приходима на тржишту мобилне телефоније између земаља које су чланице ЕУ и оних које то нису, а да је управо то варијабла која се користи за апроксимацију СДИ у докторској дисертацији и да се оцењују ефекти ове варијабле на ниво тржишне концентрације, у даљем раду је извршена оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније посебно у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, а посебно у земљама које то нису.

4.2.2. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ

Након анализе ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније за све земље ЈИЕ, извршена је оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ. Као и у претходном поглављу, прво је представљена дескриптивна статистика за све варијабле, а потом су представљени резултати тестова јединичног корена, тестова међузависности података панела и *ARDL* модела.

Табела 16 приказује дескриптивну статистику за све варијабле за земље ЈИЕ чланице ЕУ. Просечна вредност *HHI* индекса у периоду 2003. до 2018. године је 4114.08. Најнижа вредност *HHI* индекса је 2958.00 и односи се на Грчку у 2003. години, док је највиша вредност овог индекса 7625.00 и односи се на Хрватску у 2003. години. Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније ЈИЕ које су чланице ЕУ износи 58.89%. Најмање учешће забележено у Хрватској 2003. године (13.77%), а највеће такође у Хрватској у периоду од 2016. до 2018. године (100,00%). Просечни укупни приходи на тржишту мобилне телефоније ЈИЕ износе 1.549 милијарди евра. Најмањи приходи у посматраном период су забележени у Бугарској 2015. године (471.42 милиона евра), а највећи у Румунији 2018. године (3.876 милијарди евра). Просечна стопа раста тржишта мобилне телефоније ЈИЕ које су чланице ЕУ је 1.79%, најнижа стопа раста је -33.54% (Бугарска 2005. године), а највиша 46.34% (Грчка 2009. године) (Табела 16).

Табела 16. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	4144.08	1014.41	2958.00	7625.00	64
<i>FP</i>	58.89	26.54	13.77	100.00	64
<i>MS</i>	1549.82	987.09	471.42	3876.00	64
<i>MG</i>	1.79	14.86	-33.54	46.34	64

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Breusch-Pagan LM тест и *Pesaran CD* тест су коришћени да се утврди да ли постоји међузависност података панела, односно корелација. Тестира се нулта хипотеза да не постоји међузависност података панела. Пошто је p -вредност мања од 0.01 за варијаблу *FP*, одбацујемо нулту хипотезу и закључујемо да постоји међузависност панела података за ову варијаблу. Пошто је p -вредност већа од 0.05 за варијабле *HHI*, *MS* и *MG*, прихвата се нулта хипотеза да не постоји међузависност података панела код ових варијабли (Табела 17).

Табела 17. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Breusch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	75.49	0.53
<i>FP</i>	38.20***	6.08***
<i>MS</i>	18.95	-0.34
<i>MG</i>	6.87	0.59

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

С обзиром на то да постоји међузависност панела података, за тестирање стационарности варијабле *FP* користи се тест јединичног корена друге генерације, док се за тестирање стационарности варијабли *HHI*, *MS* и *MG* користи тест јединичног корена прве генерације. *Im*, *Pesaran* и *Shin* (1997) тест јединичног корена прве и друге генерације ће бити коришћен да се утврди да ли варијабле *HHI*, *FP*, *MG* и *MS* поседују јединични корен. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin* теста јединичног корена су приказани у Табели 18.

Резултати *IPS* теста јединичног корена су показали да варијабле *HHI*, *FP* и *MS* поседују јединични корен у нивоу ($p > 0.05$, па је нулта хипотеза прихваћена), односно варијабле нису стационарне. Затим је тестирано да ли прва диференца ових варијабли поседује јединични корен. С обзиром на то да су за прве диференце варијабли *HHI*, *FP* и *MS* p -вредности мање од 0.05, нулта хипотеза о постојању јединичног корена је одбачена и закључујемо да су варијабле стационарне у првој диференци. Резултати *IPS* теста за варијаблу *MG* показују да варијабла не поседује јединични корен у нивоу, односно стационарна је ($p < 0.05$, па је нулта хипотеза одбачена). Варијабле *HHI*, *FP* и *MS* су реда интеграције $I(1)$, док је варијабла *MG* реда интеграције $I(0)$ (Табела 18). С обзиром на то да су варијабле различитог реда интеграције, односно $I(0)$ и $I(1)$, а ниједна варијабла није реда интеграције $I(2)$, за анализу података ће бити коришћен модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи. Акаике информациони критеријум (*Akaike Information Criteria* - *AIC*) је коришћен за утврђивање оптималног *ARDL* модела. Резултати су показали да је оптимални модел *ARDL* (1, 1, 1, 1).

Табела 18. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin (IPS)* теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа и тренд	Ред интеграције
<i>HHI</i>	-1.78	-0.78	I(1)
$\Delta(HHI)$	-2.30**	-2.07**	
<i>FP</i>	0.06	-0.69	I(1)
$\Delta(FP)$	-2.78***	-1.95**	
<i>MS</i>	-0.20	-0.19	I(1)
$\Delta(MS)$	-2.77***	1.61**	
<i>MG</i>	-2.29**	-1.09**	I(0)

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10* и *Stata 15*

Табела 19 приказује резултате *ARDL* модела, односно краткорочне и дугорочне коефицијенте овог модела.

Табела 19. Резултати *ARDL* модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	<i>t</i>	<i>p</i>
Једначина дугорочне повезаности				
<i>FP</i>	26.18	5.69	4.60	< 0.001
<i>MS</i>	-0.05	0.16	-0.31	0.756
<i>MG</i>	75.71	25.97	2.92	0.006
Једначина краткорочне повезаности				
ECT	-0.14	0.06	-2.33	0.025
$\Delta(FP)$	-11.39	3.63	-3.13	0.003
$\Delta(MS)$	-0.64	0.35	-1.85	0.071
$\Delta(MG)$	-3.03	1.45	-2.09	0.043
C	287.57	158.35	1.82	0.077

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Резултати *ARDL* модела су показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између варијабли *FP* и *HHI* у дугом року ($p < 0.001$), док је та повезаност статистички значајна и негативна у кратком року ($p = 0.003$). То показује да са повећањем СДИ на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року, док у кратком року са повећањем СДИ долази до смањења нивоа тржишне концентрације. Поред тога, резултати су показали да не постоји статистички значајна повезаност између варијабли *MS* и *HHI* ($p = 0.756$) у дугом року, као и у кратком року ($p = 0.071$). У дугом року, постоји статистички значајна позитивна повезаност између варијабли *MG* и *HHI* ($p = 0.006$), док у кратком року постоји статистички значајна негативна повезаност између ових варијабли ($p = 0.043$). Према томе, са повећањем стопе раста тржишта мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року, док у кратком року долази до смањења нивоа тржишне концентрације.

Коефицијент прилагођавања (*ECT*) је негативан и статистички значајан и показује колики ће део неравнотеже изазване краткорочним шоком бити дугорочно исправљен. Коефицијент прилагођавања износи -0.14 и показује да као одговор на шок, брзина прилагођавања ка равнотежи износи 14% годишње (Табела 19).

4.2.3. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ

Након оцене ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније свих земаља ЈИЕ и земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, извршена је анализа ових ефеката у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Прво је приказана дескриптивна статистика, а потом тестови јединичног корена, тестови међузависности података панела и *ARDL* модела.

Табела 20 приказује дескриптивну статистику за све варијабле на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ (Србија, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Албанија). Просечна вредност *HH* индекса у периоду 2003. до 2018. године је 4076.88 . Најнижа вредност *HH* индекса је 3338.00 и односи се на Црну Гору у 2010. години, док је највиша вредност овог индекса 5392.00 и односи се такође на Црну Гору у 2003. години. Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније економија ЈИЕ које нису чланице ЕУ износи 69.35% , док је најмање учешће забележено у Босни и Херцеговини 2011. години (33.27%), а највеће у Црној Гори од 2005. до 2018. године и у Албанији од 2003. до 2010. године и у 2018. години (100.00%). Просечни укупни приходи на тржишту мобилне телефоније економија ЈИЕ које нису чланице ЕУ износе 371.76 милиона евра. Најмањи приходи у посматраном периоду су забележени у Црној Гори 2003. године (85 милиона евра), а највећи у Србији 2018. године (979 милиона евра). Просечна стопа раста тржишта мобилне телефоније економија ЈИЕ које нису чланице ЕУ је 5.66% , најнижа стопа раста је -22.80% (Црна Гора 2012. године), а највиша стопа раста је 45.38% (Србија 2006. године) (Табела 20).

Табела 20. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	4076.88	630.23	3338.00	5392.00	64
<i>FP</i>	69.35	30.69	33.27	100.00	64
<i>MS</i>	371.76	263.79	85.00	979.00	64
<i>MG</i>	5.66	14.96	-22.80	45.38	64

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Breusch-Pagan LM тест и *Pesaran CD* тест су коришћени да се утврди да ли постоји међузависност података панела, односно корелација. Тестира се нулта хипотеза да не постоји међузависност података панела. Пошто је p -вредност мања од 0.01 за варијабле *HHI*, *MS* и *MG*, одбацујемо нулту хипотезу и закључујемо да постоји међузависност панела података ових варијабли. Пошто је p -вредност већа од 0.05 за варијаблу *FP*, прихвата се нулта хипотеза да не постоји међузависност података панела (Табела 21).

Табела 21. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Breusch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	64.88***	7.98***
<i>FP</i>	18.62	0.10
<i>MS</i>	23.88***	4.22***
<i>MG</i>	29.04***	5.06***

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

С обзиром на то да постоји међузависност панела података, за тестирање стационарности варијабле *HHI*, *MS*, *MG* користи се тест јединичног корена друге генерације, док се за тестирање стационарности варијабли *FP* користи тест јединичног корена прве генерације. *Im*, *Pesaran* и *Shin* (1997) тест јединичног корена прве и друге генерације ће бити коришћен да се утврди да ли варијабле *HHI*, *FP*, *MS* и *MG* поседују јединични корен. Резултати су приказани у Табели 22.

Табела 22. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin (IPS)* теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа и тренд	Ред интеграције
<i>HHI</i>	-0.42	1.39	I(1)
$\Delta(HHI)$	-0.46**	1.17***	
<i>FP</i>	-128.47***	-128.68***	I(0)
<i>MS</i>	-1.47	-0.48	I(1)
$\Delta(MS)$	-1.40**	-1.01**	
<i>MG</i>	-0.96	-0.39	I(1)
$\Delta(MG)$	-4.24***	-3.28***	

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10* и *Stata 15*

Резултати *IPS* теста јединичног корена су показали да варијабле *HHI*, *MS* и *MG* поседују јединични корен у нивоу што значи да нису стационарне ($p > 0.05$, па је нулта хипотеза прихваћена). Након тога, тестирано је да ли прва диференца ових варијабли поседује јединични корен. С обзиром на то да су за прве диференце варијабли *HHI*, *MS* и *MG* p -вредност мање од 0.05, нулта хипотеза о постојању јединичног корена је одбачена и закључујемо да су варијабле стационарне у првој диференци. Резултати *IPS* теста за варијаблу *FP* показују да варијабла не поседује јединични корен у нивоу, односно стационарна је ($p < 0.05$, па је нулта хипотеза одбачена). Варијабле *HHI*, *MS* и *MG* су реда интеграције I(1), док је варијабла *FP* реда интеграције I(0) (Табела 22). С обзиром на то да су варијабле различитог реда интеграције, односно I(0) и I(1), а ниједна варијабла није реда интеграције I(2), за анализу података ће бити коришћен модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи (*ARDL*) (*Pesaran* и сар., 1999). Акаике информациони критеријум (*Akaike Information Criteria - AIC*) је коришћен за утврђивање оптималног *ARDL* модела. Резултати су показали да је оптимални модел *ARDL* (1, 1, 1, 1).

Табела 23 показује резултате краткорочне и дугорочне повезаности између варијабли *HHI*, *FP*, *MS* и *MG*. Резултати *ARDL* модела у показали да постоји статистички значајна и позитивна повезаност између варијабли *FP* и *HHI* у дугом року ($p < 0.001$). То показује да постоји статистички значајна дугорочна повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, односно да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року. Резултати су показали да у дугом року не постоји статистички значајна повезаност између варијабли *MS* и *HHI* ($p = 0.134$). У дугом року постоји статистички значајна негативна повезаност између варијабли *MG* и *HHI* ($p < 0.001$). То показује да постоји статистички значајна повезаност између стопе раста тржишта мобилне телефоније и нивоа тржишне концентрације у дугом року, односно да са повећањем стопе раста тржишта долази до смањења нивоа тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ.

Коефицијент прилагођавања (*ECT*) је негативан и статистички значајан и показује колики ће део неравнотеже изазване краткорочним шоком бити дугорочно исправљен. Коефицијент прилагођавања износи -0.53 и показује да као одговор на шок, брзина прилагођавања ка равнотежи износи 53% годишње (Табела 23).

У кратком року не постоји статистички значајна повезаност између варијабли *FP* и *HHI* у периоду t ($p = 0.232$) и у периоду $t-1$ ($p = 0.791$) и између варијабли *MG* и *HHI* у периоду t ($p = 0.536$) и у периоду $t-1$ ($p = 0.202$). То значи да не постоји статистички значајна повезаност између СДИ, стопе раста тржишта мобилне телефоније и нивоа тржишне концентрације у кратком току на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. У кратком року постоји статистички значајна и позитивна повезаност између варијабли *MS* и *HHI* у периоду t ($p = 0.050$). То значи да са повећањем укупних прихода долази до повећања нивоа тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ (Табела 23).

Табела 23. Резултати *ARDL* модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	t	p
Једначина дугорочне повезаности				
<i>FP</i>	139.26	18.81	7.40	< 0.001
<i>MS</i>	-1.17	0.75	-1.55	0.134
<i>MG</i>	-35.79	8.15	-4.39	< 0.001
Једначина краткорочне повезаности				
<i>ECT</i>	-0.53	0.43	-1.22	0.049
$\Delta(FP)$	-59.92	40.53	-1.48	0.232
$\Delta(FP(-1))$	-8.71	32.44	-0.27	0.791
$\Delta(MS)$	11.59	6.06	1.91	0.050
$\Delta(MS(-1))$	-0.95	7.70	-0.12	0.903
$\Delta(MG)$	-10.71	17.08	-0.63	0.536
$\Delta(MG(-1))$	7.67	5.86	-1.31	0.202
<i>C</i>	-4972.09	3809.36	-1.30	0.203

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту мобилне телефоније изражени у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту мобилне телефоније)

Извор: Калкулација аутора у *EViews10*

Резултати оцене ефеката СДИ на ниво концентрације на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ разликују се у дугом и кратком року, односно у дугом року су ефекти позитивни, док у кратком року ти ефекти не постоје, односно нису статистички значајни. У дугом року не постоје ефекти величине тржишта на ниво тржишне концентрације, док су у кратком року ти ефекти позитивни. У дугом

року постоје негативни ефекти стопе раста тржишта на ниво тржишне концентрације, док у дугом року ови ефекти не постоје.

4.3. Закључна разматрања и препоруке истраживања за тржиште мобилне телефоније земаља ЈИЕ

Тржиште мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ има структуру олигопола. Највише компанија на тржити мобилне телефоније послује у Босни и Херцеговини, док најмање компанија на овом тржишту послује у Црној Гори. Уочљиво је да у више земаља *Telenor*, *Vodafone* и *Vip/A1* поседују компаније у свом власништву, док на одређеним тржиштима као што је тржиште мобилне телефоније Босне и Херцеговине послује и више мањих компанија у приватном власништву.

На тржишту мобилне телефоније ЈИЕ у периоду од 2003. до 2018. године догодиле су се значајне СДИ као што је улазак компанија *Telenor* и *Vip* на тржиште мобилне телефоније Србије. Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније ЈИЕ износи око 64% што значи да је више од половине тржишта мобилне телефоније овог региона у власништву страних компанија. Упоредном анализом тржишта у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и свих земаља ЈИЕ, може да се закључи да је учешће компанија у страном власништву, као показатеља СДИ, ниже у земљама чланицама ЕУ него у свим посматраним земљама ЈИЕ, али је такође изнад 50%. С друге стране, ако се упореде тржишта у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ и свих земаља ЈИЕ, може се уочити да је учешће компанија у страном власништву, као показатеља СДИ, веће него у случају свих посматраних земаља ЈИЕ и износи скоро 70%.

Резултати *ARDL* модела за све посматране земље ЈИЕ су показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између СДИ мерених кроз учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније и нивоа тржишне концентрације у дугом року. То значи да прилив СДИ повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ у дугом року. Такође, резултати су показали да постоји статистички значајна и позитивна веза између СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, али и у земљама које су чланице ЕУ. То значи да прилив СДИ у земљама ЈИЕ доводи до повећања нивоа тржишне концентрације, односно до смањења конкуренције у дугом року, било да су земље чланице ЕУ или нису, при чему је утицај већи у земљама које нису чланице ЕУ. Разлог за овакве ефекте СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ је што је на тржишту мобилне телефоније пословао мали број компанија пре уласка страних компанија, а након уласка ових компанија оне постају најзначајнији учесници на тржишту. Такође, утицај СДИ на тржишну концентрацију је већи код земаља које нису чланице ЕУ због тога што је регулатива заштите конкуренције код ових држава слабија. Улазак иностране конкуренције код ове категорије земаља имао је снажнији утицај на ограничавање конкуренције. Добијени резултати су у складу са *Bourlakis (1986)* који је утврдио позитивну повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Грчке, *Blomstrom (1989)* у прерађивачкој индустрији у Мексика, *Willmore*

(2001) у прерађивачкој индустрији Бразила, Yun и Lee (2001) у прерађивачкој индустрији Кореје, Singh (2011) у прерађивачкој индустрији Индије, Adam и Khalifah (2012) у прерађивачкој индустрији и Lall (1979) у прерађивачкој индустрији Малезије. Такође, Радуловић (2018) у аутомобилској индустрији Србије, Кастратовић (2018) у прерађивачкој индустрији Босне и Херцеговине. Међутим, добијени резултати су супротни резултатима које су утврдили Cho (1990) и Ranjaitan и сар. (2016) у банкарском сектору Индонезије и Радуловић (2020) у сектору финансијског лизига Србије. С обзиром на то да сектор мобилне телефоније припада терцијарном сектору, као и сектор банкарства и финансијског лизинга, може се закључити да су добијени резултати о ефектима СДИ на ниво тржишне концентрације тржишта мобилне телефоније у дугом року у земљама ЈИЕ, супротни резултатима добијеним у претходним истраживањима ових ефеката у терцијарном сектору.

Коефицијент прилагођавања је статистички значајан и негативан и у случају свих земаља ЈИЕ, како у случају земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, тако и у случају земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Ако се упореде коефицијенти прилагођавања у ова три случаја, закључује се да се као одговор на шок тржиште мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ брже прилагођава равнотежи.

Према резултатима *ARDL* модела ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ у кратком року нису статистички значајни, као ни у случају земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Добијени резултати су у складу са резултатима које је добио Sathye (2002) за банкарско тржиште Индије. Супротно овоме резултати *ARDL* модела су показали да са повећањем СДИ на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ долази до смањења нивоа тржишне концентрације у кратком року. Ово је још један доказ о одступању регулативе заштите конкуренције између држава чланица ЕУ и оних које то нису. Државе чланице ЕУ имају снажнију регулативу заштите конкуренције и јачу домаћу конкуренцију, па у кратком року улазак СДИ смањује ниво тржишне концентрације. Добијени резултати су у складу са резултатима Cho (1990) и Ranjaitan и сар. (2016) у банкарском сектору Индонезије и Радуловић (2020) у сектору финансијског лизига Србије.

Према напред наведеним резултатима, може се закључити да је *хипотеза 1а* да стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво концентрације тржишта мобилне телефоније земаља Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима у дугом року *потврђена*, а да је *хипотеза 1б* да стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације тржишта мобилне телефоније земаља Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима у кратком року *одбачена*. Даље, *хипотеза 2а* да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у дугом року је *одбачена*, док је *хипотеза 2б* да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у кратком року *делимично прихваћена*.

Резултати истраживања су показали да повећање СДИ мерено учешћем страних компанија у укупном приходу свих компанија на тржишту води ка повећању тржишне концентрације у дугом року. Ово важи за целокупни регион ЈИЕ. Разлог за овакав развој нивоа концентрације лежи у чињеницама да су стране компаније након уласка на домаће тржиште преузимале компаније у домаћем власништву и ограничавале конкуренцију.

У кратком року утицај СДИ на тржишну концентрацију није најјаснији. Код држава које нису чланице ЕУ, он није статистички значајан, док је у случају држава које су чланице ЕУ он статистички значај и негативан. То значи да у кратком року, прилив СДИ у земљама ЈИЕ чланицама ЕУ води ка смањењу концентрације и побољшању конкуренције. Ипак оно што је позитивно у кратком року, у дугом року је поништено деловањем иностраних компанија које, кроз преузимање мањих домаћих компанија, смањују конкуренцију. За преузимање је потребно више времена, па су ови ефекти дугорочни.

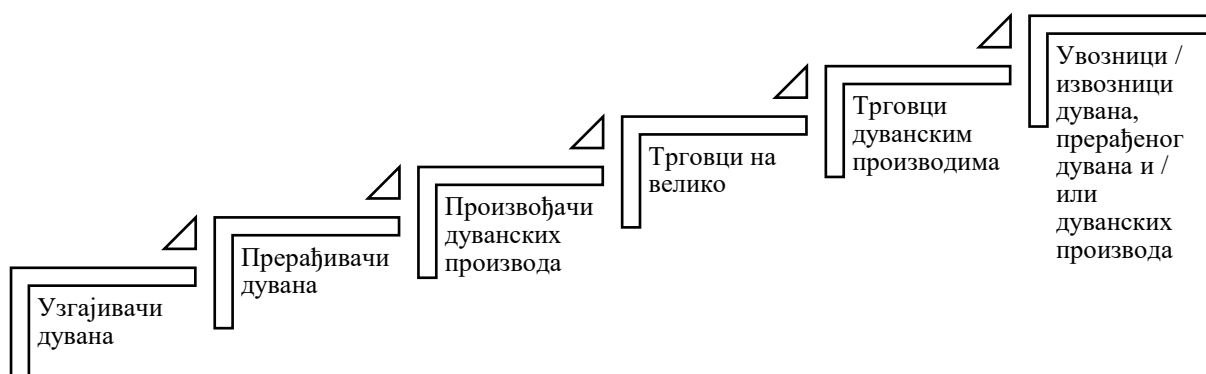
4.4. Прелиминарна процена стања на тржишту дувана и дуванских производа

За разлику од тржишта мобилне телефоније на коме су учесници само оператери који пружају услуге мобилне телефоније, на тржишту дувана и дуванских производа ситуација је сложенија. Наиме, тржиште дувана и дуванских производа се састоји од следећих учесника:

- Узгајивачи дувана,
- Прерађивачи дувана,
- Произвођачи дуванских производа,
- Трговци на велико,
- Трговци дуванским производима и
- Увозници / извозници дувана и / или дуванских производа (Институт економских наука Београд, 2019).

Међутим, већина компанија на тржишту се бави свим наведеним делатностима.

Слика 11. Учесници на тржишту дувана и дуванских производа



Извор: Аутор према Институт економских наука Београд (2019)

Узимајући у обзир напред наведено, а у складу са доступним подацима у докторској дисертације ће бити представљено стање на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ.

4.4.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ

У овом поглављу докторске дисертације биће дат приказ услова конкуренције у дуванској индустрији земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ:

- Румунија,
- Бугарска и
- Хрватска.

Биће приказане основне карактеристике овог тржишта као што су најзначајније компаније на овом тржишту, приходи и њихова стопа раста, Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације, учешће страних компаније и сл.

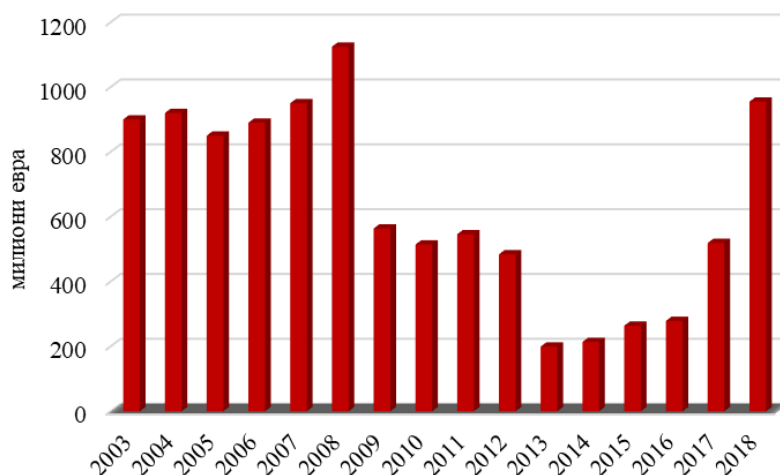
4.4.1.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији Румуније

Најзначајније компаније на тржишту дувана и дуванских производа Румуније у посматраном периоду су:

- *Philip Morris International*,
- *Japan Tobacco International* и
- *British American Tobacco*.

Поред наведених компанија на тржишту дувана и дуванских производа Румуније у посматраном периоду су пословале и компаније *Imperial Tobacco* и *Karelia*, мада су имале учешће мање од 1%. На тржишту Румуније, пре отпочињања процеса транзиције била је доминантна државна компанија, од које је након пада комунизма у Румунији процесом приватизације настало више компанија од којих су најзначајније биле *Societatea Nationala Tutunul Romanesc (SNTR)* и *Papastratos Cigarette Manufacturing Company (PCMC)*. Ове компаније су постојале до 2004. године када су продате страним компанијама. *R.J. Reynolds* је прва ТНК која је ушла на тржиште дувана и дуванских производа, али је касније преузета од стране компаније *Japan Tobacco International*. Након уласка ове компаније на тржиште Румуније, на тржиште дувана и дуванских производа ушле су и компаније *Philip Morris International* и *British American Tobacco* (Szabó и сар., 2016).

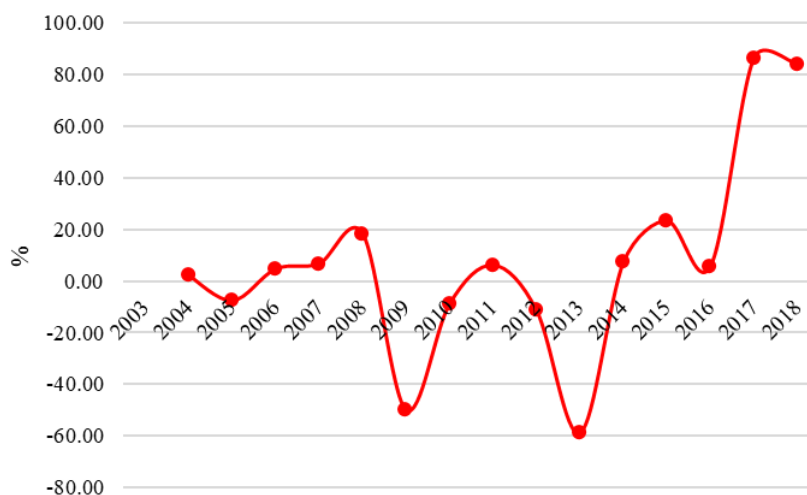
График 83. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Statista.com

Графици 83 и 84 приказују укупне приходе на тржишту дувана и дуванских производа Румуније и стопа раста прихода. Највећи приходи на тржишту су забележени 2008. године (преко милијарду евра), а најмањи приходи су забележени у 2013. години. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Румуније расту у континуитету од 2014. године.

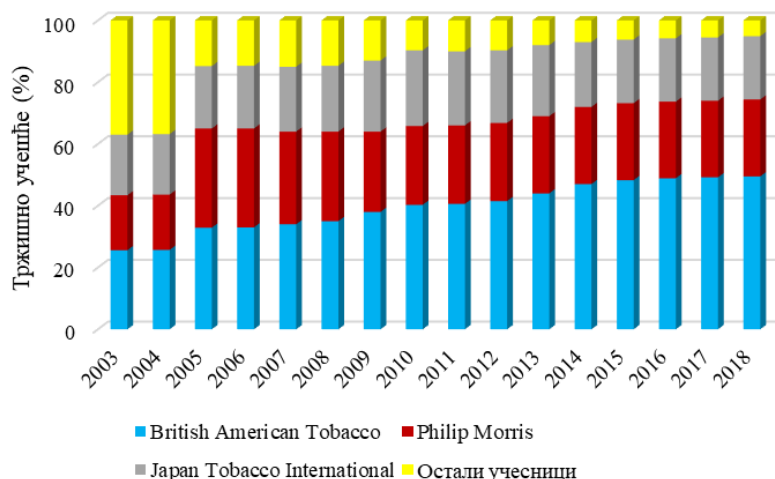
График 84. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Statista.com

Стопе раста прихода у посматраном периоду се крећу до преко 80% у последњим годинама посматраног периода. Највећа негативна стопа раста прихода је забележена у 2013. години (око -50%) (График 84).

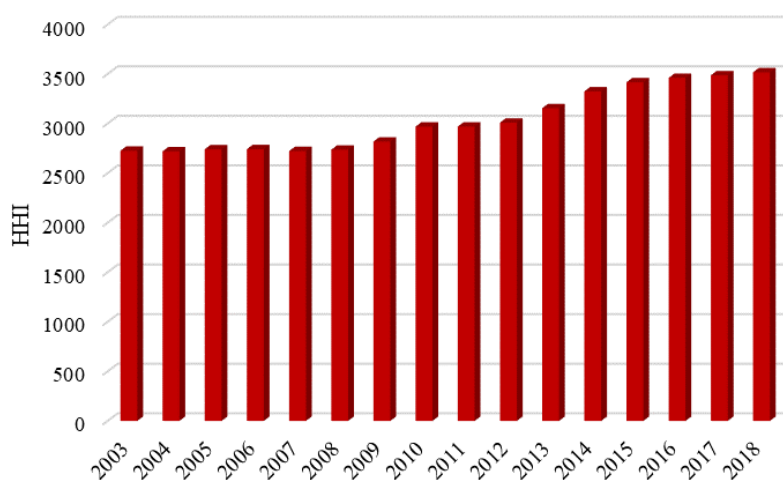
График 85. Учешће предузећа у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Румунији, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Statista.com

Ако се посматра појединачно учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Румунији, највеће учешће има компанија *British American Tobacco*, при чему се њено учешће на тржишту дувана и дуванских производа повећава током посматраног периода и достиже скоро 50%. Друга компанија према тржишном учешћу је *Philip Morris International*, а трећа компанија је *Japan Tobacco International* (График 85).

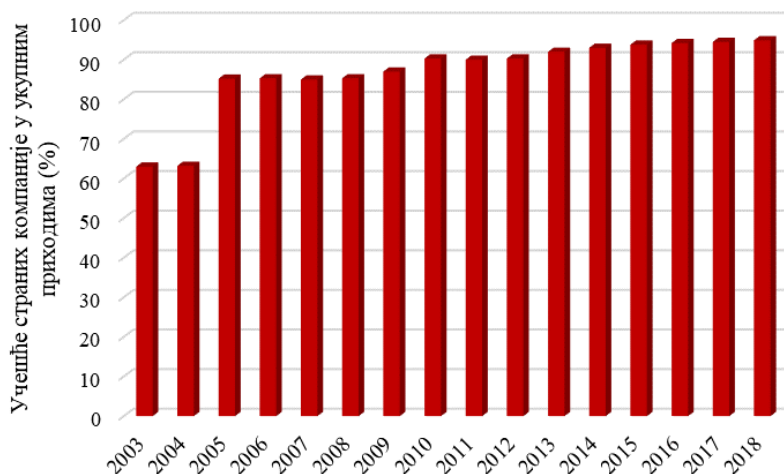
График 86. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Румуније, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Statista.com

Према вредности Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације, тржиште дувана и дуванских производа Румуније карактерише веома високо концентрисана понуда. Вредност индекса се креће у распону од 2700 (2004. година) до 3500 (2018. година) (График 86). Уочљив је тренд раста индекса концентрације.

График 87. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Румунији, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима *Statista.com*

Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Румунији се повећава у посматраном периоду. Најмање учешће у укупним приходима стране компаније су имале у 2003. години (око 60%), а највеће учешће у 2018. години (преко 90%) (График 87).

4.4.1.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији Бугарске

На тржишту дувана и дуванских производа у Бугарској у периоду од 2003. до 2018. године најзначајнији учесници су:

- *Bulgartabac*,
- *Philip Morris International*,
- *British American Tobacco*,
- *Japan Tobacco International*,
- *Imperial Tobacco* и
- *Karelia*.

Улазак Бугарске у ЕУ 2007. године подразумевао је укидање државног монопола на дуванске производе који је одржаван наплатом царина, а доминантна компанија на тржишту је била државна компанија *Bulgartabac*. У 2007. години на тржиште дувана и дуванских производа Бугарске је ушло пет страних компанија *Philip Morris International*, *British American Tobacco*, *Japan Tobacco International*, *Imperial Tobacco* и *Karelia*, при чему су ове компаније за годину дана достигле тржишно учешће око 25%. Након уласка

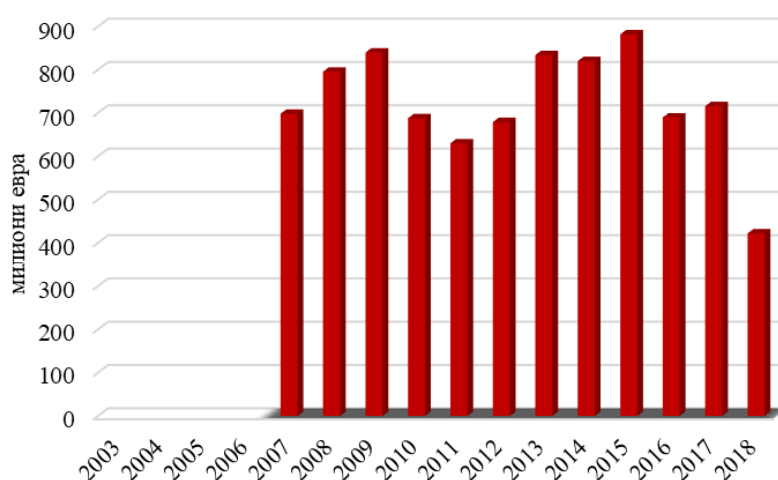
ових компанија на тржиште, две државне компаније *Bulgartabac* продате су такође бугарским компанијама *Kings Tobacco International* и *Sluntse Stara Zagora – Tabac*. (Center for the Study of Democracy Bulgaria, 2018).

*Bulgartabac*⁶ је била државна компанија основана 1947. године и монополиста на тржишту дувана и дуванских производа до либерализације тржишта и уласка нових компанија на тржиште Бугарске у 2007. години. Било је 13 неуспелих покушаја приватизације ове компаније да би 2011. године продата руској компанији *VTB Capital*. Након тога, 2014. године компанија је продата компанији *Levero Estates* из Лихтенштајна. Од 2017. године компанија *British American Tobacco* постаје власник свих брендова ове компаније и њеног дистрибутера *Express Logistics and Distribution* и водећа компанија на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске (Center for the Study of Democracy Bulgaria, 2018).

Karelia Tobacco Compani Inc. је највећи је грчки произвођач цигарета основана још 1888. године, а компанија *Karelia Bulgaria EOOD*⁷ је основана 2007. године када је ова грчка компанија ушла на бугарско тржиште дувана и дуванских производа. Тржишно учешће ове компаније се креће у интервалу од 5% до 18% тржишта.

У посматраном периоду, приходи на бугарском тржишту дувана и дуванских производа бележе осцилације. Од 2007. до 2009. године, бележи се раст укупних прихода на тржишту дувана и дуванских производа, да би након тога дошло до пада укупних прихода до 2011. године. Највећи укупни приходи на бугарском тржишту дувана и дуванских производа забележени су у 2015. години (881.7 милиона евра), а најмањи приходи у 2018. години (421.8 милиона евра). Бугарско тржиште дувана и дуванских производа бележи и негативне стопе раста у 2010, 2016. и 2018. години, при чему је највећа негативна стопа раста била у 2018. години (око -41%). Највећа стопа раста тржишта је забележена 2013. године (око 23%) (График 89).

График 88. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година

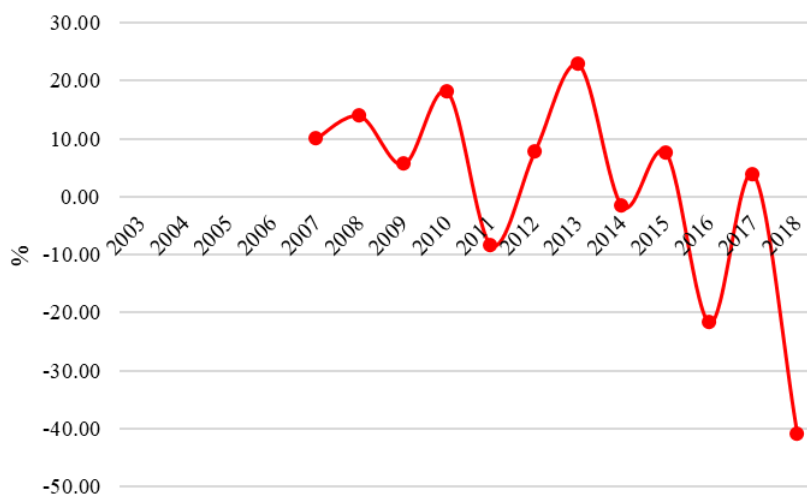


Извор: Аутор према подацима *Statista.com*

⁶ <http://www.bulgartabac.bg/bg/>

⁷ <https://www.hbcbg.com/member/Karelia-bulgaria/>

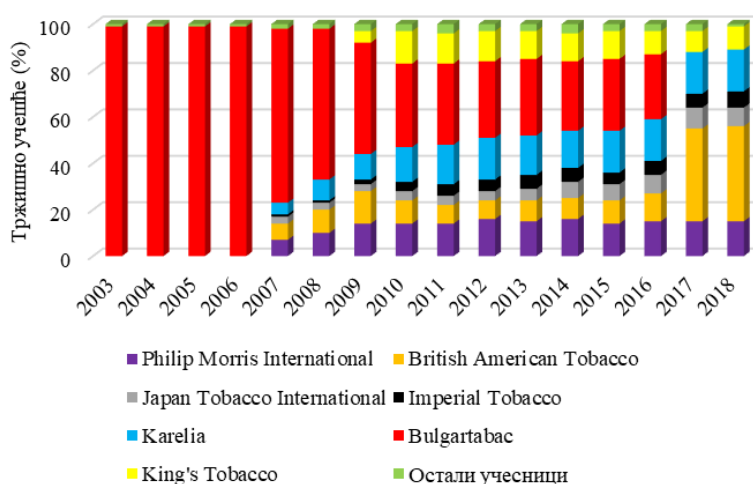
График 89. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Statista.com

Иако су на тржиште дувана и дуванских производа ушле стране компаније и допринеле смањењу тржишног учешћа, *Bulgartabac* је имао највеће учешће на тржишту све до преузимања од стране компаније *British American Tobacco*. На другој, трећој и четвртој позицији према учешћу у укупним приходима на тржишту смењују се *British American Tobacco*, *Karelia Bulgaria* и *Philip Morris International* са тржишним учешћима до 20% у посматраном периоду. Потом следи компанија *King's Tobacco* (раније *Bulgartabac*), а најмање учешће на тржишту има компанија *Imperial Tobacco* (График 90).

График 90. Учесће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година

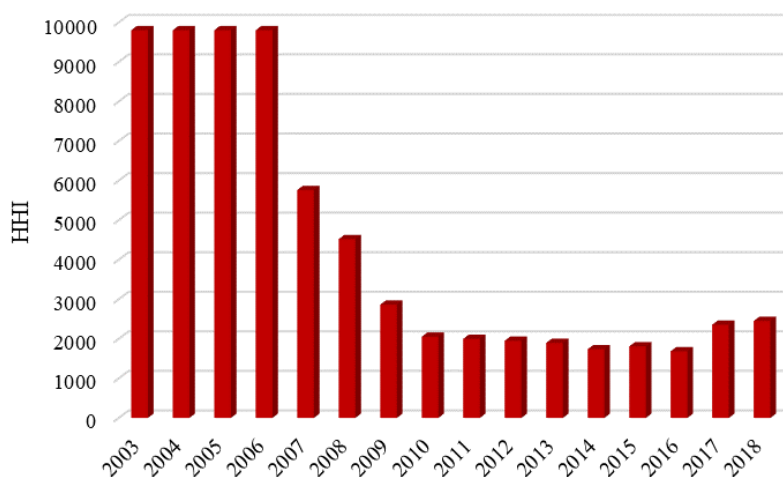


Извор: Аутор према подацима Statista.com

Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације (*Herfindahl-Hirschman Index - HHI*) у посматраном периоду се креће од 1680 у 2016. години до скоро 10000 у 2003.

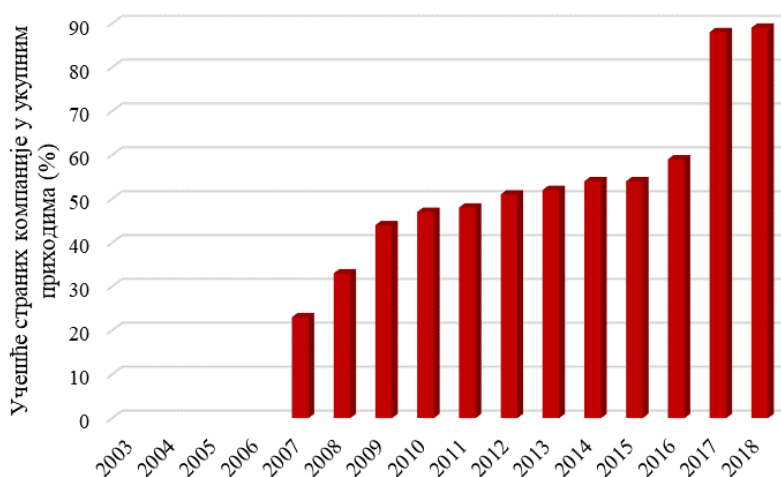
години. Висока вредност овог индекса до 2006. године је очекивана, јер је једино предузеће на тржишту било *Bulgartabac*. Од 2007. године долази до пада вредности овог индекса до 2017. године када *British American Tobacco* преузима *Bulgartabac* и долази до повећања индекса концентрације (График 91). Према вредности овог индекса, до 2009. године је тржиште било веома високо концентрисано. Од 2014. до 2016. године, тржиште је било средње концентрисано, а у осталим годинама је било високо концентрисано.

График 91. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима *Statista.com*

График 92. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Бугарске, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима *Statista.com*

Уколико се посматра учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Бугарској, уочљиво је да је највеће учешће у последњој години посматраног периода, односно 2018. години (око 88%), а најмање учешће у 2017. години (око 25%). Учешће страних компанија у укупним приходима на

тржишту дувана и дуванских производа у Бугарској расте од њиховог уласка на тржиште 2007. године (График 92).

4.4.1.3. Услови конкуренције у дуванској индустрији Хрватске

На тржишту дувана и дуванске индустрије у Хрватској у периоду од 2003. до 2018. године функционисале су следеће компаније:

- Творница духана Ровињ (ТДР),
- *Philip Morris International* Хрватска,
- *Japan Tobacco International* Хрватска,
- *Imperial Tobacco* и
- *British American Tobacco* Хрватска.

Творница духана Ровињ (ТДР) је домаћа компанија на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске која је од 2016. године преузета од стране компаније *British American Tobacco*.

Philip Morris International Хрватска на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске је присутна од 2005. године када на овом тржишту преузима увоз и продају бренда Марлборо цигарета.

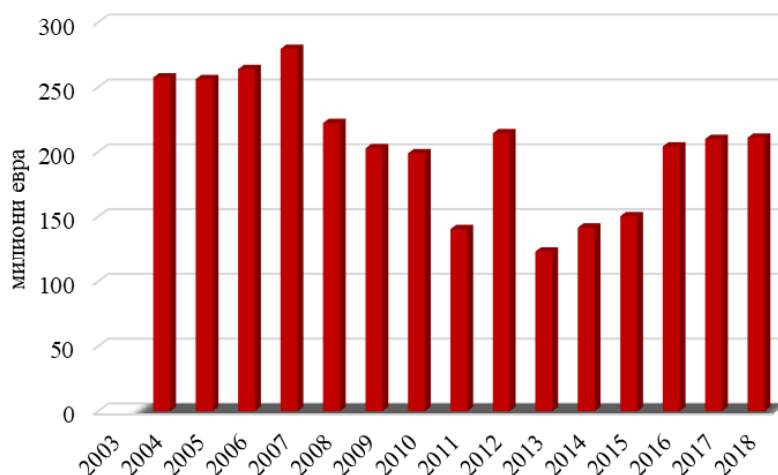
Japan Tobacco International Хрватска, једна од највећих светских компанија, улази на тржиште дувана и дуванских производа Хрватске 2010. године.

Imperial Tobacco д.о.о. Загреб је компаније основана 2006. године и део је компаније *Imperial Tobacco Overseas Holdings LTD* и бави се трговином на велико дуванским производима.

Највећи увозници на тржишту дувана и дуванских производа у Хрватској су *Philip Morris International*, *Japan Tobacco International*, *Imperial Tobacco* и *British American Tobacco* (Бараћ и сар., 2018).

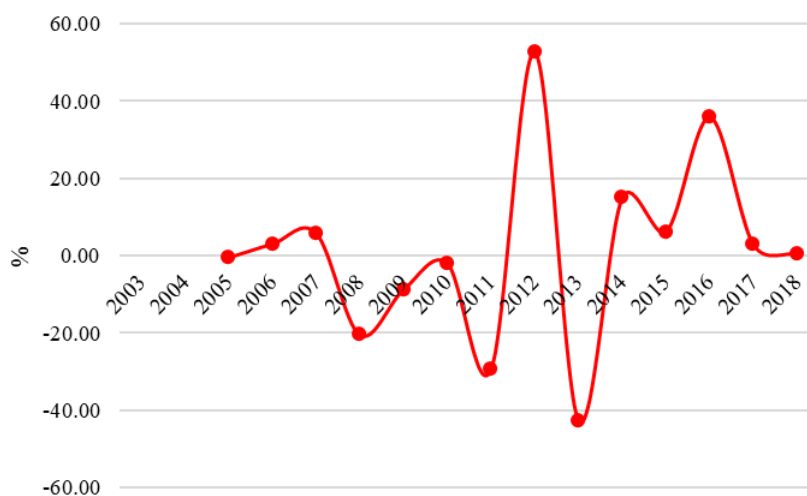
Најмањи приходи на тржишту дувана и дуванских производа у Хрватској су забележени у 2013. години, док су највећи приходи забележени 2007. године и крећу се у распону од око 120 милиона евра до око 280 милиона евра (График 93). Уочљиво је да се од 2003. године до краја посматраног периода бележи тенденција раста укупних прихода на тржишту дувана и дуванских производа у Хрватској. Уочљиво је да је највећа стопа раста забележена у 2013. години, након чега долази до највећег пада прихода од око 40%.

График 93. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година



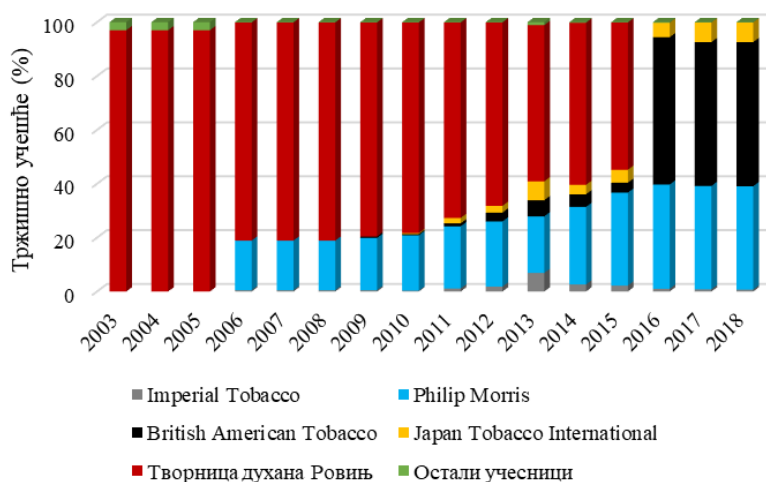
Извор: Аутор према подацима портала Дигитална комора Хрватске

График 94. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година



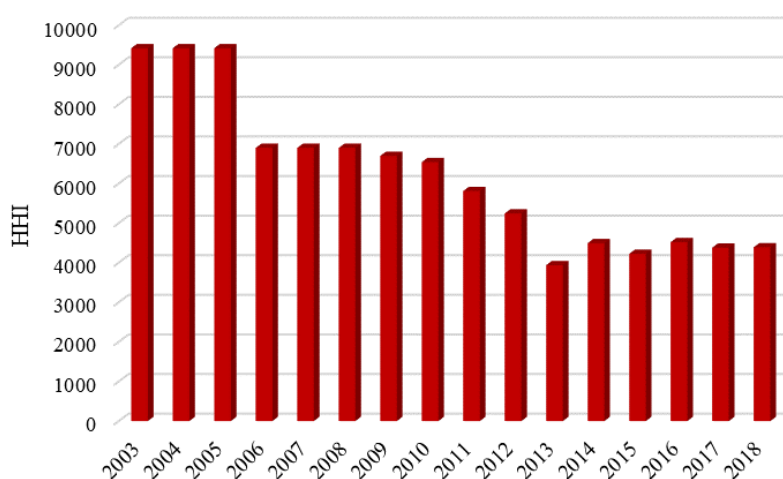
Извор: Аутор према подацима портала Дигитална комора Хрватске

Ако се посматра тржишно учешће на тржишту дувана и дуванских производа у Хрватској, уочљиво је да је Творница духана Ровињ имала највеће учешће на тржишту до 2016. године када је преузета од стране компаније *British American Tobacco*. Компанија *British American Tobacco* има учешће веће од 50% на тржишту од када је преузела Творницу духана Ровињ, што је чини лидером на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске. Следећа компанија по величини тржишног учешћа је *Philip Morris International* Хрватска (График 95).

График 95. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Хрватској, 2003-2018. година

Извор: Аутор према подацима портала Дигитална комора Хрватске

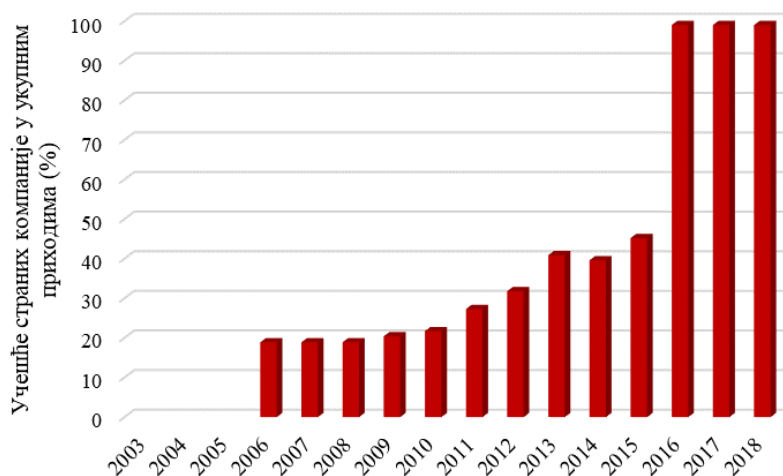
Уколико се посматра вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентracије, тржиште дувана и дуванских производа у Хрватској карактерише високо концентрисана понуда. Најмања вредност овог индекса забележена је у 2013. години, а највећа вредност у 2003. години (График 96). Вредност индекса се креће у распону од 3900 до 9500. Вредност индекса опада од почетка посматраног периода до 2013. године, након чега следи стабилизација вредности индекса око вредности од 4000 поена.

График 96. Херфиндал-Хиршманов индекс концентracије на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година

Извор: Аутор према подацима портала Дигитална комора Хрватске

Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Хрватској расте, од 2006. године када је износило око 20% до скоро 100% у 2018. години (График 97). Оваквој ситуацији је допринело преузимање домаће компаније Творница дувана Ровињ од иностране компаније.

График 97. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Хрватске, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима портала Дигитална комора Хрватске

На основу прелиминарне анализе тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године може се закључити да у свим земљама послују компаније *Philip Morris International*, *Japan Tobacco International* и *British American Tobacco* и да заједно имају већински удео у приходима овог тржишта. Поред тога, и компанија *Imperial Tobacco* се појављује као компанија за значајним учешћем на овом тржишту. Сходно томе, може се закључити да већински удео у приходима на тржишту дувана и дуванских производа посматраних земаља имају стране компаније. Ниво концентрације мерен *HH* индексом је прилично неуједначен између земаља и креће се од око 1600 до око 10000 поена.

4.4.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ

У овом поглављу докторске дисертације биће дат приказ услова конкуренције на тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ:

- Србија,
- Северна Македонија и
- Босна и Херцеговина).

Биће приказане основне карактеристике овог тржишта као што су најзначајније компаније на овом тржишту, приходи и њихова стопа раста, Херфиндал – Хиршманов индекс концентрације, учешће страних компаније и сл.

4.4.2.1. Услови конкуренције у дуванској индустрији Србије

На тржишту дувана и дуванских производа у Србији, предузећа које се баве производњом дуванских производа су регистрована код Агенције за привредне регистре Републике Србије под шифром делатности 12.00 – производња дуванских производа. У 2018. години под овом шифром делатности је регистровано 10 предузећа:

1. *Philip Morris Operations* Ниш,
2. *British American Tobacco* Врање,
3. Монус Београд,
4. *Japan Tobacco International* Сента,
5. Дуванска индустрија Чока а.д. Чока,
6. Дуван а.д. Љубовија,
7. Дуванска индустрија Бујановац,
8. Интабак Љубовија,
9. Табак Ниш,
10. Дуванска Хан Владичин Хан.

Међутим, у периоду од 2003. до 2018. године под шифром делатности 12.00 је било регистровано још неколико предузећа: ДИГ Дуванска индустрија Београд, Нишавска долина Ниш, Дуван Кооп Бачка Паланка, Дуван Коцељева, Друштвено предузеће за производњу и обраду дувана Прешево и Дуванска индустрија Крагујевац.

*Philip Morris Operations a.d. Ниш*⁸ послује на тржишту Србије од 2003. године када је приватизована Дуванска индустрија Ниш која је основана 1930. године.

British American Tobacco a.d. Врање на тржишту Србије послује од 2003. године када је приватизована Дуванска индустрија Врање, компанија која је основана још 1885. године.

*Japan Tobacco International a.d. Сента*⁹ послује на тржишту Србије од 2006. године када је приватизована Дуванска индустрија Сента.

*Монус Београд*¹⁰ је предузеће основано 1993. године, али од 1999. године послује на тржишту дувана и дуванских производа. Компанија је своје производе прво производила у фабрикама у Нишу, Врању и Подгорици, да би 2005. године почела са производњом у сопственој фабрици у Инђији (Монус, 2020).

*Дуванска индустрија Чока а.д. Чока*¹¹ је предузеће основано 1876. године, али је од тада мењало називе, да би од 1919. до 1940. године било у власништву државе. У периоду од 1967. до 1983. године предузеће послује у саставу Творнице духана Загреб, да би од 1991. године предузеће наставило самостално пословање под називом Дуванска индустрија Чока. Данас је 64.48% акција предузећа у власништву акционара, 9.35% у власништву ПИО фонда и 26.17% у власништву Акцијског фонда Републике Србије (Дуванска индустрија Чока, 2020).

⁸ <https://www.pmi.com/markets/serbia/rs/>

⁹ <https://www.jti.com/sr/europe/serbia>

¹⁰ <https://www.monus.rs/rs/index.php>

¹¹ <http://www.dic-coka.co.rs/pages/home>

Дуван а.д. Љубовија је предузеће основано 1989. године за производњу и прераду дувана и дуванских производа. Интабак д.о.о. Љубовија је предузеће основано 2017. године у Љубовији. Табак а.д. Ниш је предузеће основано 1989. године за производњу и обраду дувана. Дуванка д.о.о. Хан Владичин Хан је предузеће основано 1989. године за производњу дуванских производа.

Дуванска индустрија Бујановац а.д.¹² је предузеће основано 1937. године, али је до 1990. године било у саставу Дуванске индустрије Врање. 2017. године предузеће је продату предузећу Сремска млекара д.о.о. из Сремске Митровице.

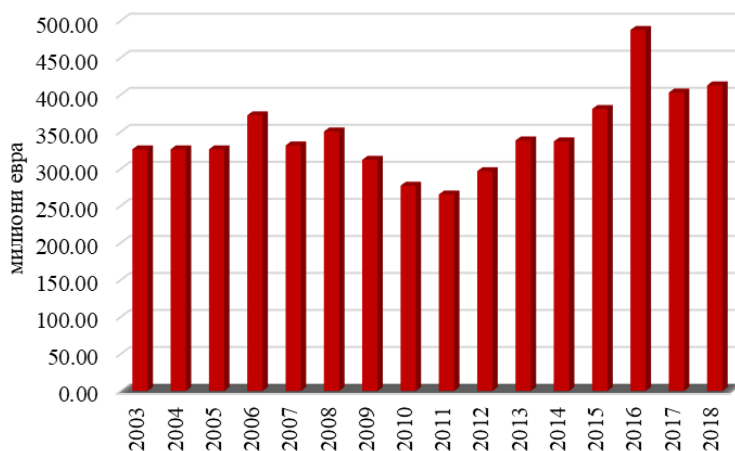
Од напред наведених предузећа, одређена предузећа се поред производње дуванских производа баве и узгајањем дувана као што су предузећа Дуван, а.д. Љубовија, Монус, д.о.о Београд, *Japan Tobacco International* а.д. Сента. Поред ових предузећа узгајањем дувана се баве и Интабак д.о.о., *Tabex* д.о.о., *Copex*, д.о.о., Трговине Босо, д.о.о. и још више од 900 физичких лица регистрованих као произвођачи дувана. Према Институту економских наука у Београду, прерадом дувана се баве *Japan Tobacco International* а.д. Сента, *Alliance one Tobacco* д.о.о., Дуванска индустрија Бујановац а.д. (ДИБ), Дуван а.д., Дуванска индустрија Чока, *Tabex* д.о.о. На тржишту дувана и дуванских производа Србије послују и око 10 трговаца на велико дуваном и дуванским производима попут Велетабак, д.о.о., *Mercata* д.о.о., *Japan Tobacco International* а.д. Сента, *British American Tobacco* а.д. Врање, *Dinamic Tobacco* д.о.о. и други.

Поред наведених узгајивача, прерађивача и производјача дувана и дуванских производа, битан део тржишта дувана и дуванских производа у Србији чине и увозници дувана и дуванских производа као што су *Philip Morris Operations* а.д. Ниш, *British American Tobacco* а.д. Врање, *Imperial Tobacco* д.о.о., Творница духана Ровињ (ТДР), Монус Београд, Велетабак и други. Извозници ових производа су *Philip Morris Operations* а.д. Ниш, *British American Tobacco* а.д. Врање, Монус д.о.о. Београд, *Tobacco Team*, Интабак д.о.о., *Reserve* д.о.о. Панчево и други. Из напред наведеног је очигледно да су највећи учесници на тржишту дувана и дуванских производа у Србији компаније *Philip Morris Operations* Ниш, *British American Tobacco* Врање, Монус Београд, *Japan Tobacco International* Сента, али да значајну улогу на тржишту имају и компаније попут *Imperial Tobacco* и ТДР.

Графици 98 и 99 приказују укупне приходе на тржишту дувана и дуванских производа у Србији и њихову стопу раста. Најмањи приходи су забележени 2011. године (265.36 милиона евра), а највећи приходи су забележени 2016. године (487.41 милиона евра). Уочљиво је да од 2011. до 2016. године приходи на тржишту дувана и дуванских производа у Србији расту, а да потом долази до благог пада.

¹² <https://dib.rs/>

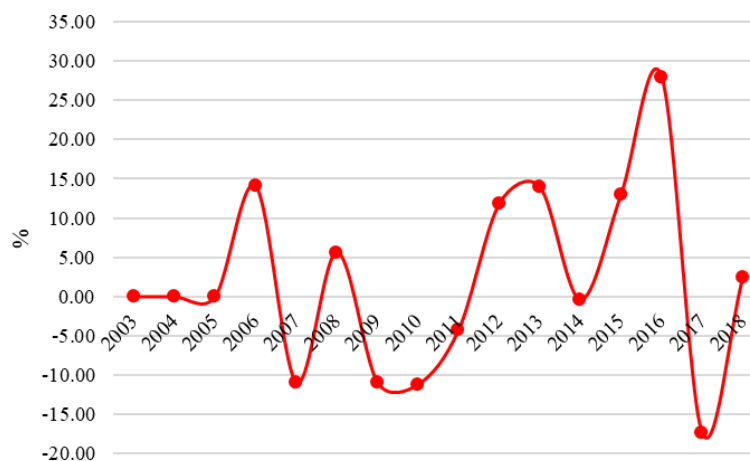
График 98. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за привредне регистре Републике Србије

Најмања стопа раста тржишта мерена преко стопе раста прихода је забележена у 2017. години (-17.35%), а највећа стопа раста 2016. године (28.02%). Уочљиве су честе осцилације стопе раста прихода, а самим тим и тржишта. Једино у периоду од 2012. до 2016. године уочава се да је ова стопа била константно позитивна, са тенденцијом раста.

График 99. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година

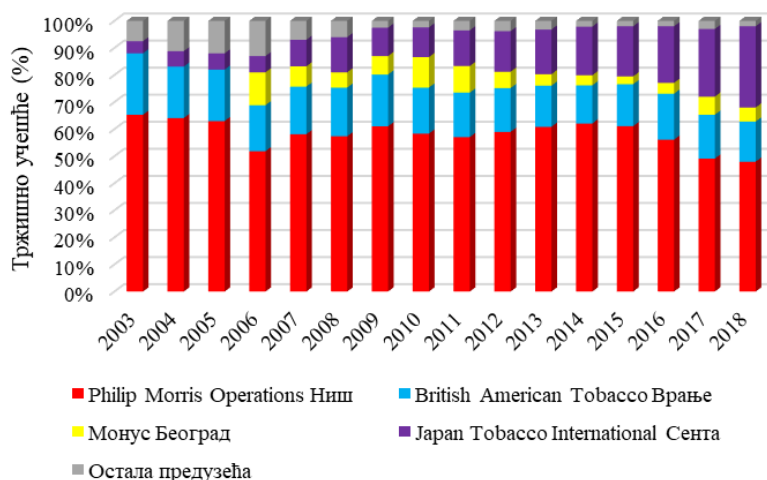


Извор: Аутор на основу података Агенције за привредне регистре Републике Србије

Највеће учешће у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у посматраном периоду има компанија *Philip Morris Operations* Ниш чије се учешће у укупним приходима креће између 43% (2018. година) и 71% (2003. година). Предузеће бележи непрекидан пад учешћа у укупним приходима, пре свега због уласка на тржиште компаније *Japan Tobacco International* Сента 2006. године, мада до 2017. године *Philip Morris Operations* Ниш има учешће веће од 50%. Предузеће *British American Tobacco* Врање је највеће учешће у укупним приходима имало 2005. године (24%). Учешће овог предузећа у укупним приходима се смањује од 2005. до 2016. године, да би до повећања учешћа дошло у последње две године посматраног периода. Од 2006. године компанија

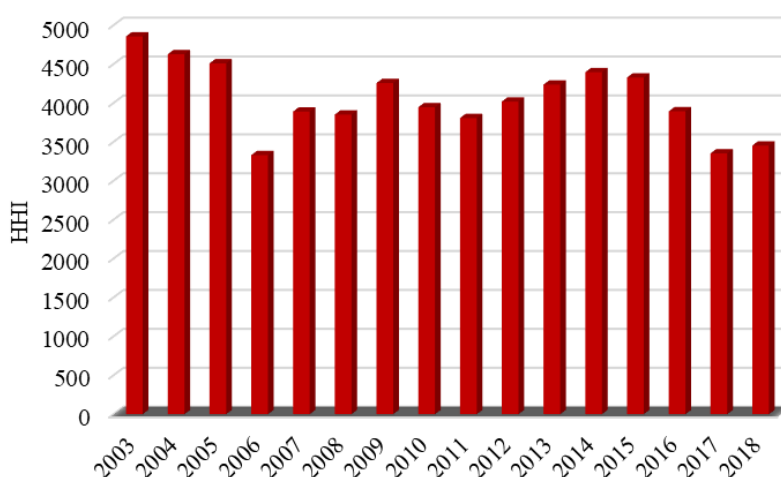
Japan Tobacco International Сента бележи раст учешћа у укупним приходима, да би у 2018. години достигла највеће учешће (34%). Домаћа компанија Монус Београд бележи највеће учешће у укупним приходима 2006. године (12%), а најмање учешће 2015. године (2,80%). Остала предузећа која су пословала на тржишту дувана и дуванских производа Србије у периоду од 2003. до 2018. године највеће учешће бележе у 2008. години (8%), а најмање учешће 2003. године (1%) (График 100).

График 100. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Србији, 2003-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за привредне регистре Републике Србије

График 101. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Србије, 2003-2018. година

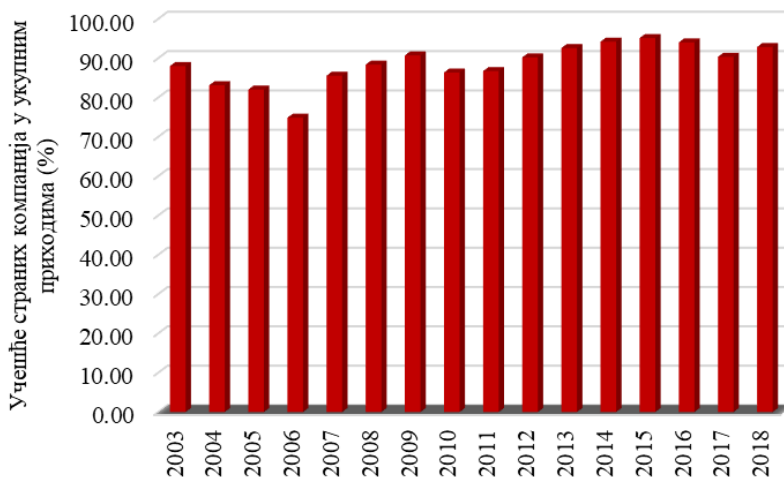


Извор: Аутор на основу података Агенције за привредне регистре Републике Србије

График 101 приказује вредности Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације (*Herfindahl-Hirschman Index - HHI*), показатеља тржишне концентрације, на тржишту дувана и дуванских производа у Србији. Према Костић (2013) и Беговић и сар. (2002), уколико се вредности *HHI* индекса налазе у распону од 2600 до 10000, тржиште карактерише веома високо концентрисана понуда. С обзиром на то да се вредности *HHI*

индекса крећу од 3330 (2006. година) до 4856 (2003. година), тржиште дувана и дуванских производа у Србији карактерише веома високо концентрисана понуда. Од 2003. до 2006. године долази до опадања *HH* индекса, а од 2011. до 2014. године до раста, да би након тога дошло поново до опадања вредности овог индекса.

График 102. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Србији, 2006-2018. година



Извор: Аутор на основу података Агенције за привредне регистре Републике Србије

На тржишту дувана и дуванских производа у Србији послују три стране компаније: *Philip Morris Operations* Ниш, *British American Tobacco* Врање и *Japan Tobacco International* Сента и имају већинско учешће на тржишту дувана и дуванских производа. У посматраном периоду, ове три компаније имају учешће у укупним приходима веће од 80%. Најмање учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Србији је било 2006. године, а највеће 2015. године (94.56%) (График 102).

4.4.2.2. Услови конкуренције у дуванској индустрији Северне Македоније

Најзначајнији учесници на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније у посматраном периоду су биле следеће компаније:

- *Imperial Tobacco* ТКС,
- ТДР Скопје - *British American Tobacco*,
- ПримаМК Скопје – *Japan International Tobacco*,
- Дувански комбинат Скопље и
- *Phillip Morris*.

Imperial Tobacco ТКС је предузеће основано 1991. године у Скопљу, а 2002. године британска компанија *Imperial Tobacco* стиче већински удео у компанији. Средином 2018. године компанија престаје да постоји на тржишту Северне Македоније.

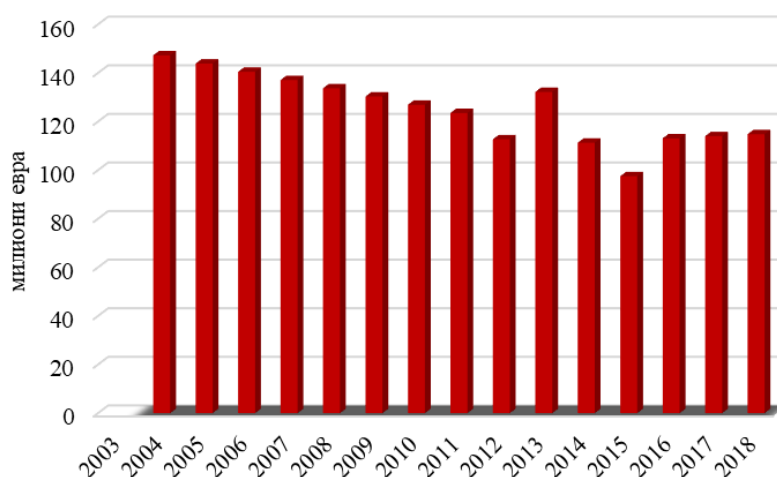
ТДР Скопје компанија је део *British American Tobacco* компаније и бави се велепродајом дувана и дуванских производа. Компаније је основана 2004. године.

ПримаМК Скопје је компанија основана 2004. године и бави се увозом и дистрибуцијом водећих дуванских производа. Ова компанија је заступник компаније *Japan International Tobacco* на тржишту Северне Македоније.

Дувански комбинат Скопље је компанија основана 1991. године, а од 2005. године Агенција за приватизацију Северне Македоније покушава да приватизује ову компанију.

Phillip Morris компанија је извршила аквизицију једног од највећих произвођача дуванских производа у Северној Македонији, Тутунског комбината Прилеп а.д. 2014. године.

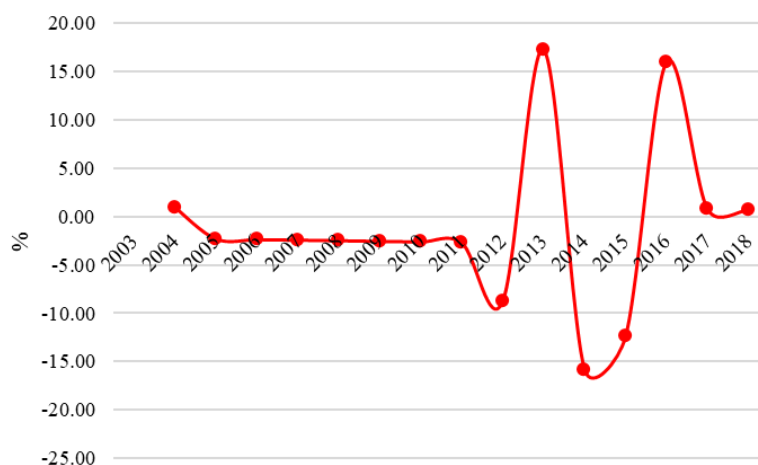
График 103. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Централног регистра Северне Македоније и студијама Института економских наука (2018)

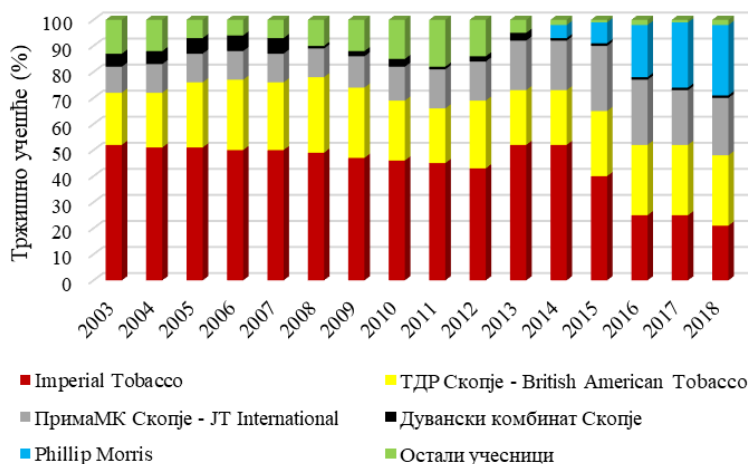
Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније бележе пад од почетка посматраног периода до 2012. године (График 103). Највећи приходи на тржишту дувана и дуванских производа су забележени на почетку посматраног периода, а најмањи приходи су забележени у 2014. години након чега следи раст прихода.

Негативна стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније је забележена у већини година посматраног периода, осим 2004, 2013, 2016, 2017. и 2018. године (График 104).

График 104. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година

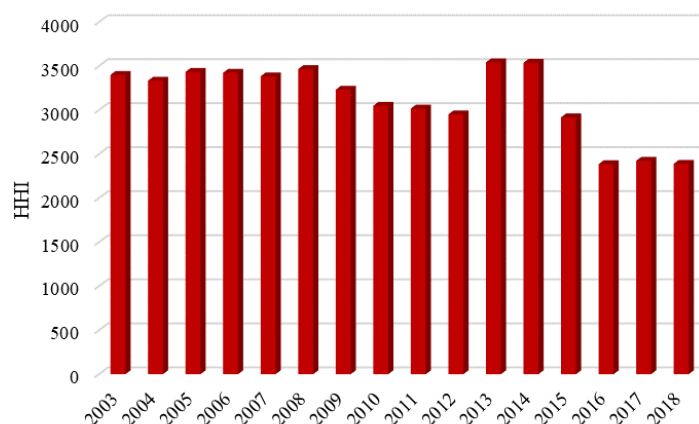
Извор: Аутор према подацима Централног регистра Северне Македоније и студијама Института економских наука (2018)

Највеће учешће у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Северној Македонији има компанија *Imperial Tobacco* ТКС, али њено учешће значајно опада од 2014. године. Друга компанија према учешћу на тржишту је ТДР Скопје која је преузета од компаније *British American Tobacco*, потом Прима МК Скопје која је преузета од стране компаније *Japan International Tobacco* (График 105).

График 105. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година

Извор: Аутор према подацима Централног регистра Северне Македоније и студијама Института економских наука (2018)

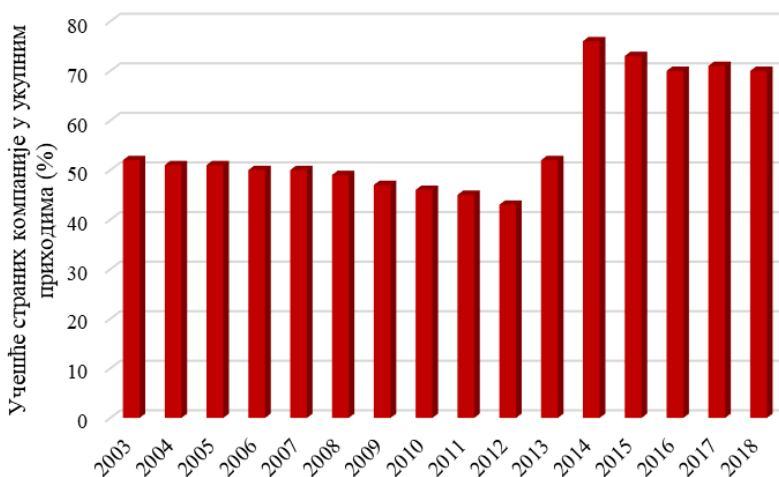
График 106. Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Централног регистра Северне Македоније и студијама Института економских наука (2018)

Вредност Херфиндал-Хиршманов индекса концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у посматраном периоду се креће од 2380 у 2016. години до 3540 у 2013. години и показује нам да је понуда на овом тржишту веома високо концентрисана (График 106).

График 107. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Северне Македоније, 2006-2018. година



Извор: Аутор према подацима Централног регистра Северне Македоније и студијама Института економских наука (2018)

Учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Северној Македонији се креће од 43% (2012. година) до 76% (2014. година). Од 2012. до 2014. године долази до раста учешћа страних компанија у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа у Северној Македонији (График 107).

4.4.2.3. Услови конкуренције у дуванској индустрији Босне и Херцеговине

Најзначајнији учесници на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине у посматраном периоду су:

- Фабрика дувана Бања Лука,
- *Imperial Tobacco* Босна и Херцеговина,
- *Philip Morris* Босна и Херцеговина,
- Фабрика духана Сарајево и
- ТДР д.о.о. Сарајево.

Поред ових компанија на тржишту дувана и дуванских производа су пословале и компаније *General Tobacco Industry* д.о.о. Љубушки, Духан Чапљина, Херцеговина табак Љубишки и друге компаније.

Фабрика дувана Бања Лука је основана 1888. године, а од 2003. године 55% удела у компанији поседује домаћа компанија *Antonic Trade* д.о.о. 2011. године долази до раскида уговора о приватизацији са овом компанијом, да би 2013. године бугарска компанија *Blagoevgrad-VT* постала једини власник Фабрике дувана Бања Лука.

Imperial Tobacco Босна и Херцеговина је компанија основана 1996. године под називом *Tobacna Grosist Boss* д.о.о., а од 2009. године послује под називом *Imperial Tobacco* Босна и Херцеговина.

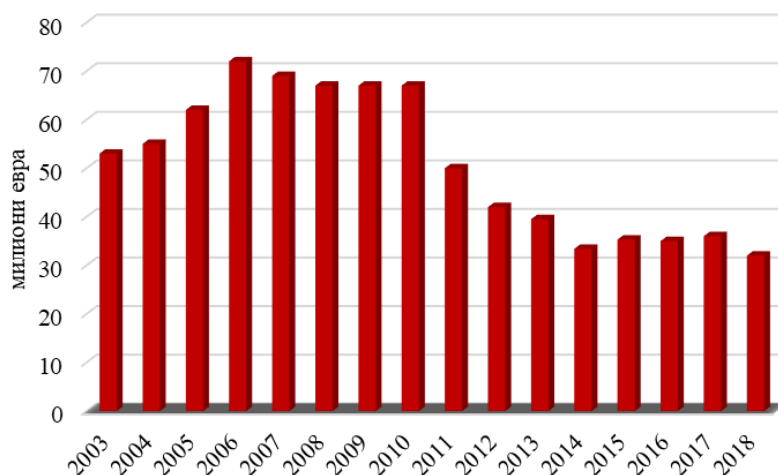
Philip Morris Босна и Херцеговина послује на тржишту Босне и Херцеговине од 2006. године.

Фабрика духана Сарајево је основана 1880. године. Аустријска инвестициона компанија *CID Adriatic Investments GmbH* преузима 39,90% ове компаније 2016. године, да би компанија *British American Tobacco* наредне године преузела ову компанију. Компанија послује под називом *Vadeco Adria* д.д. од 2018. године.

ТДР д.о.о. Сарајево (Творница духана Ровињ) је компанија основана 2001. године за трговину на велико дуванским производима, њихов увоз и извоз.

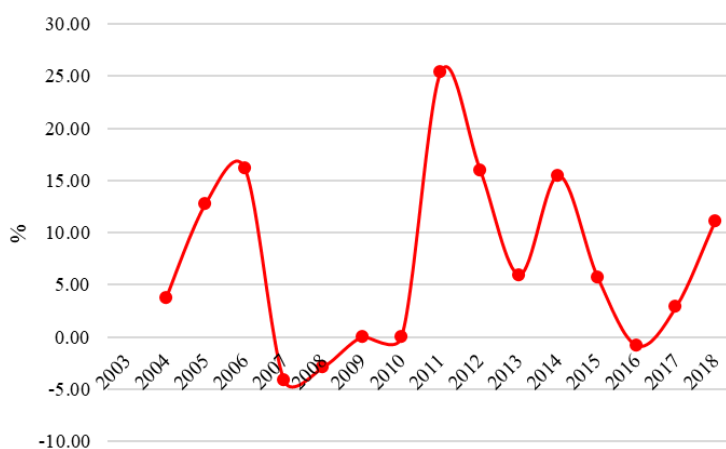
Графици 108 и 109 приказују укупне приходе на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине и стопа раста прихода у периоду од 2003. до 2018. године. Најмањи приходи на овом тржишту у посматраном периоду су забележени у 2018. години, а највећи приходи у 2006. години. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа су били значајно већи до 2010. године (График 108). Највећа стопа раста прихода је забележена у 2011. години (График 109).

График 108. Приходи на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Регистра привредних субјеката Босне и Херцеговине и студијама Института економских наука (2018)

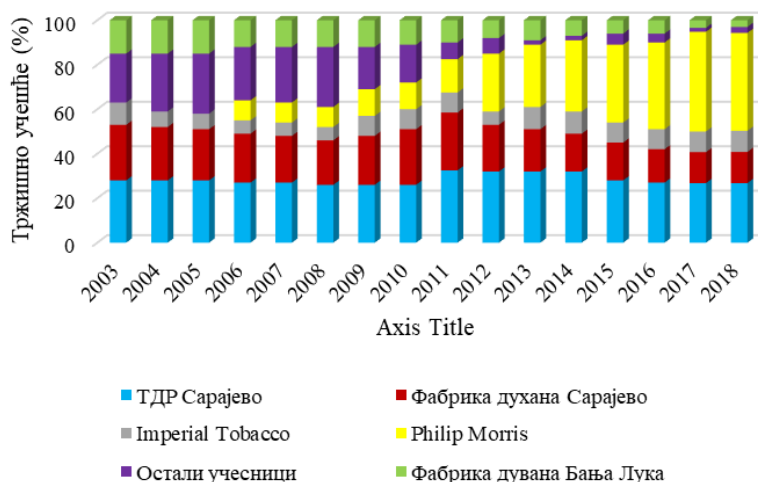
График 109. Стопа раста прихода на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Регистра привредних субјеката Босне и Херцеговине и студијама Института економских наука (2018)

На тржишту дувана и дуванских производа у Босни и Херцеговини највеће учешће у укупним приходима имала је компанија ТДР Сарајево, потом Фабрика духана Сарајево, а од улакса на тржиште компаније *Philip Morris*, ова компанија остварује непрекидни раст тржишног учешћа да би последњих година истраживања постала највећи учесник на тржишту (График 110).

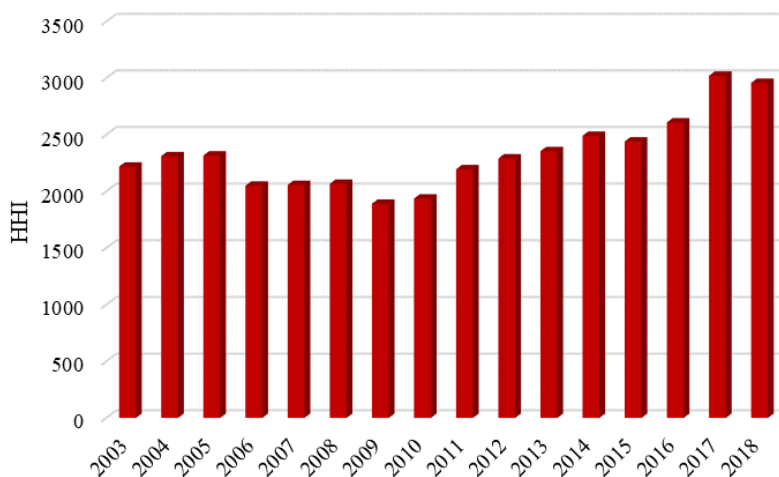
График 110. Учешће предузећа у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Регистра привредних субјеката Босне и Херцеговине и студијама Института економских наука (2018)

Према Херфиндал-Хиршмановом индексу концентracије, понуда на тржишту дувана и дуванских производа је веома високо концентрисана, јер се вредности овог индекса крећу од 1890 у 2009. години до 3020 у 2017. години (График 111).

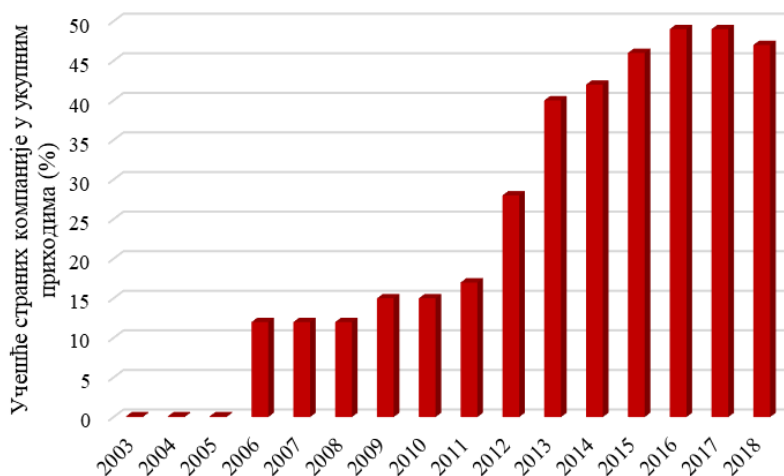
График 111. Херфиндал-Хиршманов индекс концентracије на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Регистра привредних субјеката Босне и Херцеговине и студијама Института економских наука (2018)

Учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа у Босни и Херцеговини достиже скоро 50% у последњим годинама посматраног периода, док је у претходним годинама било значајно мање (График 112).

График 112. Учешће страних компаније у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа Босне и Херцеговине, 2003-2018. година



Извор: Аутор према подацима Регистра привредних субјеката Босне и Херцеговине и студијама Института економских наука (2018)

Прелиминарна анализа тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ је показала да највеће учешће на овом тржишту имају стране компаније као што су *Imperial Tobacco*, *British American Tobacco*, *Japan International Tobacco* и *Phillip Morris*. Ове компаније су најчешће улазиле на тржиште дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ преузимањем домаћих компанија кроз процес приватизације. Долазак страних компанија на ово тржиште резултирало је тиме да највећи удео у приходима имају управо ове компаније, учесници који се појављују као најзначајнији на овим тржиштима земаља које су чланице ЕУ. Ово говори о томе колики је значај и утицај великих ТНК у дуванској индустрији. Ниједно национално тржиште практично није без њиховог присуства.

4.5. Резултати истраживања и дискусија резултата везаних за тржиште дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ

4.5.1. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ

Да би се испитала повезаност СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ извршена је оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на овом тржишту у земљама ЈИЕ. Прво су приказане основне карактеристике овог тржишта помоћу мера декриптивне статистике, а потом је извршено тестирање да ли варијабле поседују јединични корен и да ли постоји међузависнот података панела. На крају је извршена оцена ефеката у дугом и кратком року применом *ARDL* модела.

Табела 24 приказује дескриптивну статистику за све варијабле које су коришћене за оцену ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ.

Табела 24. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	3852.13	2020.18	1686.00	9802.00	96
<i>FP</i>	55.26	32.03	0.10	99.00	96
<i>MS</i>	335.30	282.99	32.00	1124.50	90
<i>MG</i>	0.88	20.30	-58.83	86.29	93

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Просечна вредност *HH* индекса износи 3852.13, док максимална вредност износи 9802.00 (Бугарска 2003. година), а минимална вредност 1686.00 (Бугарска 2016. година). Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа у периоду од 2003. до 2018. године износи 55.26%, при чему је највеће учешће било у Хрватској од 2016. до 2018. године, а најмање учешће у Босни и Херцеговини од 2003. до 2005. године. Просечни приходи на тржишту дувана и дуванских производа износе 335.30 милиона евра. Најмањи приходи су забележени у Босни и Херцеговини у 2018. години, а највећи у Румунији у 2008. години (1.12 милијарди евра). Просечна стопа раста тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ у периоду од 2003. до 2018. године износи 0.88%. Најмања стопа раста тржишта је забележена у Румунији 2013. године (-58.83%), а највећа стопа раста у такође у Румунији 2016. године (86.29%).

Табела 25. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Breusch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	85.21***	-0.38**
<i>FP</i>	119.30***	10.69***
<i>MS</i>	50.50***	2.46**
<i>MG</i>	11.31	-0.35

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *Breusch-Pagan LM* теста и *Pesaran CD* тест су показали да за варијабле *HHI*, *FP* и *MS* одбацујемо нулту хипотезу и закључујемо да постоји међузависност

података панела ($p < 0.05$), док за варијаблу *MG* прихватамо нулту хипотезу и закључујемо да не постоји међузависност података панела ($p > 0.05$) (Табела 25). Сходно томе, за тестирање стационарности варијабли *HHI*, *FP* и *MS* користиће се Im, Pesaran и Shin (1997) тест јединичног корена друге генерација, док ће се за тестирање стационарности варијабли *MG* користити наведени тест прве генерације.

Резултати Im, Pesaran и Shin теста јединичног корена прве и друге генерације су приказани у Табели 26.

Табела 26. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin* (IPS) теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа и тренд	Ред интеграције
<i>HHI</i>	0.34	0.46	I(1)
$\Delta(HHI)$	-2.51***	-2.81***	
<i>FP</i>	-0.76	-6.45	I(1)
$\Delta(FP)$	-7.83***	-5.21***	
<i>MS</i>	0.72	1.26	I(1)
$\Delta(MS)$	-2.01**	-0.62**	
<i>MG</i>	-1.91***	-0.80***	I(0)

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10* и *Stata 15*

Резултати су показали да варијабле *HHI*, *FP* и *MS* поседују јединични корен у нивоу, али су стационарне у првој диференци. Осим тога, резултати показују да је варијабла *MG* стационарна у нивоу. С обзиром на то да су варијабле *HHI*, *FP*, *MS* и *MG* различитог реда интеграције, односно I(1) и I(0), а ниједна варијабла није I(2), за анализу података ће се користити модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи (*ARDL*) (Pesaran и сар., 1999). Према Акаике информационом критеријуму (*Akaike Information Criteria – AIC*) оптималан *ARDL* модел је *ARDL* (1, 1, 1, 1).

Резултати *ARDL* модела су показали да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између варијабли *FP* и *HHI* ($p = 0.008$), што показује да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ (Табела 27).

Табела 27. Резултати *ARDL* модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	t	p
Једначина дугорочне повезаности				
<i>FP</i>	26.49	9.45	2.80	0.008
<i>MS</i>	0.17	0.64	0.26	0.793
<i>MG</i>	7.21	2.10	3.43	0.001
Једначина краткорочне повезаности				
ECT	-0.19	0.14	-1.29	0.202
$\Delta(FP)$	23.45	14.30	1.57	0.124
$\Delta(MS)$	3.86	6.35	0.61	0.545
$\Delta(MG)$	1.35	4.50	0.29	0.776
C	335.16	215.39	1.56	0.127

Напомена: *HNI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати истраживања показују да повећање СДИ воде ка већој концентрацији тржишта дувана и дуванских производа држава ЈИЕ у дугом року. Резултати показују да не постоји статистички значајна повезаност између величине тржишта и нивоа тржишне концентрације ($p = 0.793$) у дугом року. Резултати су такође показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између варијабли *MG* и *HNI* ($p = 0.001$) у дугом року, односно да постоји статистички значајна позитивна повезаност између стопе раста тржишта дуванских производа и нивоа тржишне концентрације земаља ЈИЕ. То значи да са повећањем стопе раста тржишта долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року (Табела 27).

Коефицијент прилагођавања (ECT) је негативан и није статистички значајан ($p = 0.202$) (Табела 27). Повезаност између варијабли *FP* и *HNI* није статистички значајна у кратком року ($p = 0.124$). Такође, повезаност између варијабли *MS* и *HNI* није статистички значајна у кратком року ($p = 0.545$), као ни повезаност између варијабли *MS* и *HNI* ($p = 0.776$). Према томе, у кратком року не постоји статистички значајна повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа земаља ЈИЕ (Табела 27). СДИ не утичу на тржишну концентрацију дуванског тржишта у кратком року.

Пре него што се изврши оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа посебно у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, а посебно у земљама које нису чланице ЕУ, испитано је да ли постоје статистички значајне разлике у просечним вредностима варијабли *HNI*, *FP*, *MS* и *MG* између земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ и оних које то нису.

Табела 28. Резултати т-теста независних узорака

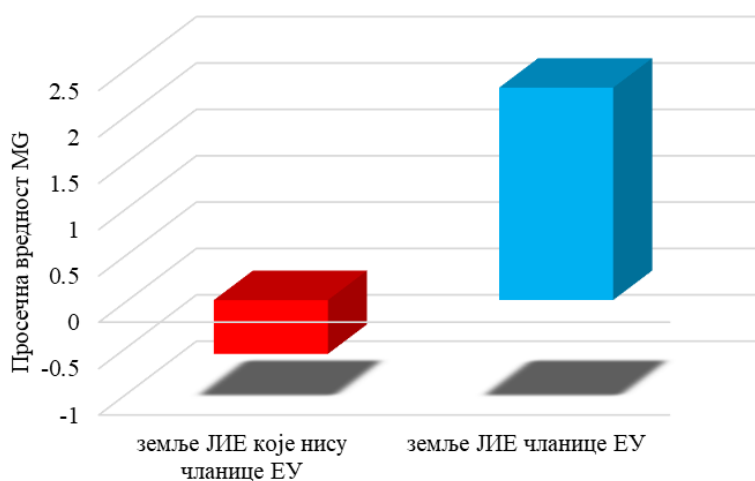
<i>Levene's Test for Equality of Variances</i>				
Варијабла	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<i>HHI</i>	32.05	< 0.001	-3.19	0.002
<i>FP</i>	1.54	0.218	0.43	0.049
<i>MS</i>	53.01	< 0.001	-6.94	< 0.001
<i>MG</i>	19.87	< 0.001	0.68	0.499

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Аутор у *IBM SPSS Statistics v.22*

Резултати т-теста независних узорака (Табела 28) су показали да између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ не постоји статистички значајна разлика у стопи раста тржишта мерене преко стопе раста укупних прихода, $t(94) = 0.68$; $p = 0.499$ (График 113).

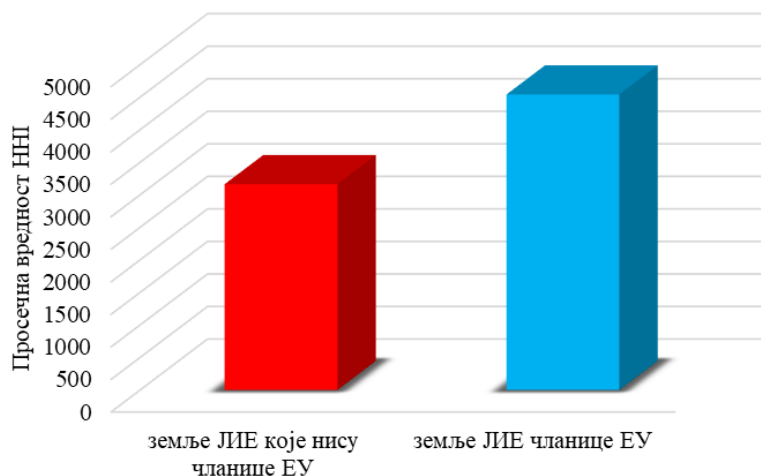
График 113. Просечна вредност стопе раста укупних прихода тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

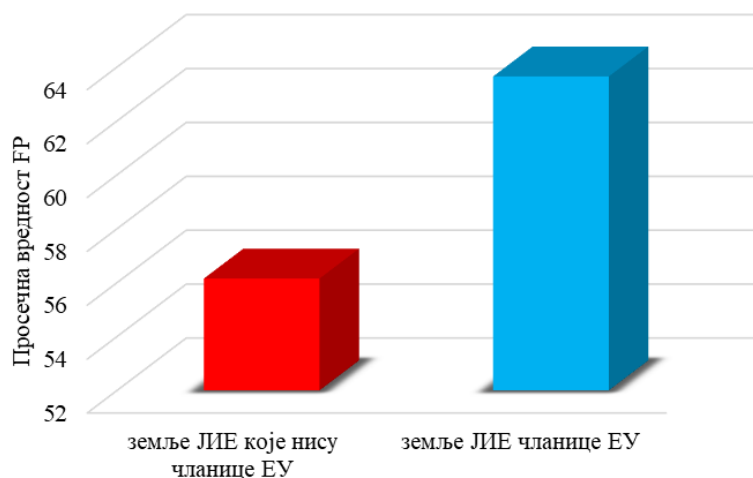
С друге стране, резултати т-теста независних узорака су показали да између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ постоји статистички значајна разлика у нивоу тржишне концентрације мерене преко Херфиндал-Хиршмановог индекса (*HHI*), $t(126) = -3.19$; $p = 0.002$. Просечна вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације је већа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ (4541.58) у односу на земље које нису чланице ЕУ (3162.68) (График 114).

График 114. Просечна вредност Херфиндал-Хиршмановог индекса концентрације у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

График 115. Просечна вредност учешћа страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ

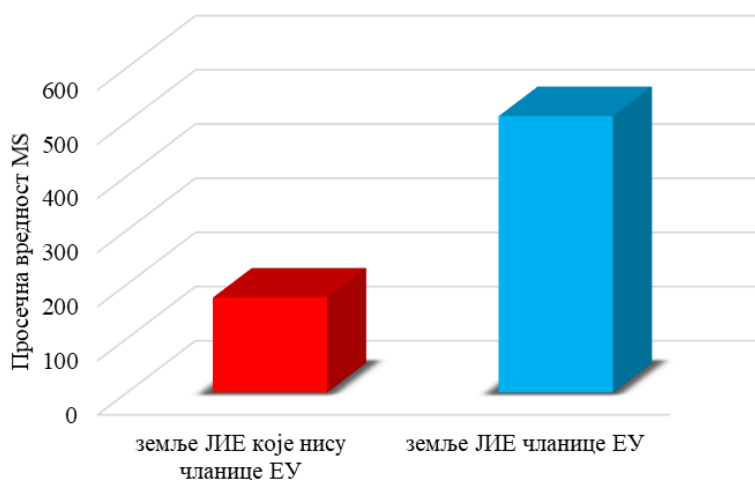


Извор: Аутор

Такође, резултати т-теста независних узорака су показали да постоји статистички значајна разлика између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ у СДИ мереним преко учешћа страних компанија у укупним приходима сектора мобилне телефоније ($t(94) = -3.19$; $p = 0.002$), при чему је просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа веће у земљама које су чланице ЕУ (63.65%) него у земљама које нису чланице ЕУ (56.15%) (График 115). Резултати т-теста независних узорака су такође показали да постоји статистички значајна разлика између земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ и оних које су чланице ЕУ у величини тржишта мобилне телефоније мерене преко укупних прихода на тржишту мобилне телефоније, $t(94) = -6.94$; $p < 0.001$. Просечи укупни приходи тржишта мобилне телефоније земаља

ЛИЕ које су чланице ЕУ (510.24 милиона евра) су већи у односу на земље које нису чланице ЕУ (175.26 милиона евра) (График 116).

График 116. Просечна вредност укупних прихода тржишта дуванских производа у земљама ЛИЕ које су чланице ЕУ и које нису чланице ЕУ



Извор: Аутор

С обзиром на то да је утврђено да постоје статистичке значајне разлике у учешћу страних компанија у укупним приходима на тржишту дувана и дуванских производа и у нивоу тржишне концентрације на овом тржишту између земаља које су чланице ЕУ и оних које то нису, у наставку истраживања извршена је оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа посебно за земље чланице ЕУ и оне које то нису.

4.5.2. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЛИЕ које су чланице ЕУ

Након оцене ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЛИЕ, извршена је оцена ових ефеката за земље ЛИЕ које су чланице ЕУ.

Табела 29 приказује дескриптивну статистику за све варијабле које су коришћене за оцену ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЛИЕ које су чланице ЕУ. Просечна вредност *HH* индекса износи 4541.58. Максимална вредност износи 9802.00 (Бугарска 2003. година), а минимална вредност 1686 (Бугарска 2016. година). Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа у периоду од 2003. до 2018. године износи 63.65, при чему је највеће учешће било у Хрватској од 2016. до 2018. године (99.00%), а најмање учешће такође у Хрватској од 2006. до 2008. године (18.90%). Просечни приходи на тржишту дувана и дуванских производа износе 510.24 милиона евра. Најмањи приходи забележени у Хрватској у 2013. години (123.10 милиона евра), а највећи у Румунији 2008. године (1.12 милијарди евра). Просечна стопа раста тржишта

дуванских производа у земљама ЈИЕ у периоду од 2003. до 2018. године износи 2.29%. Најмања стопа раста тржишта је забележена у Румунији 2013. године (-58.83%), а највећа стопа раста у такође у Румунији 2016. године (86.29%).

Табела 29. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	4541.58	2573.19	1686.00	9802.00	48
<i>FP</i>	63.65	28.44	18.90	99.00	41
<i>MS</i>	510.24	300.88	123.10	1124.50	43
<i>MG</i>	2.29	26.64	-58.83	86.29	47

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *Breusch-Pagan LM* теста и *Pesaran CD* теста су показали да одбацујемо нулту хипотезу за варијабле *HHI*, *FP* и *MS* и закључујемо да постоји међузависност података панела ($p < 0.05$), док за варијаблу *MG* прихватамо нулту хипотезу и закључујемо да не постоји међузависност података панела ($p > 0.05$) (Табела 30). Сходно томе, за тестирање стационарности варијабле *HHI*, *FP* и *MS* користиће се *Im*, *Pesaran* и *Shin* (1997) тест јединичног корена друге генерација, док ће се за тестирање стационарности варијабле *MG* користити наведени тест прве генерације.

Табела 30. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Breusch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	31.73***	1.57***
<i>FP</i>	25.95***	5.09***
<i>MS</i>	12.95***	0.56***
<i>MG</i>	5.39	-1.26

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin* теста јединичног корена прве и друге генерације су приказани Табели 30. Резултати су показали да оригиналне варијабле *HHI*, *MG* и *MS* поседују јединични корен и да су стационарне у првој диференци. Варијабла *FP* је стационарна у оригиналном облику. С обзиром на то да су варијабле *HHI*, *FP*, *MS* и *MG* различитог реда интеграције, односно $I(1)$ и $I(0)$, а ниједна варијабла није $I(2)$, за анализу податаке ће се користити модел заснован ан ауторегресивном распореду доцњи (*ARDL*)

(Pesaran и сар., 1999). Према Акаике информационом критеријуму (*Akaike Information Criteria – AIC*) оптималан *ARDL* модел је *ARDL* (1, 2, 2, 2).

Табела 31. Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin (IPS)* теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа	Ред интеграције
<i>HNI</i>	0.21	0.86	I(1)
$\Delta(HNI)$	-1.35**	-1.55**	
<i>FP</i>	-1.42**	-7.97***	I(0)
<i>MS</i>	0.36	2.29	
$\Delta(MS)$	-0.68***	0.30***	I(1)
<i>MG</i>	-0.09	0.48	
$\Delta(MG)$	-3.12***	-2.26***	I(1)

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HNI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10* и *Stata 15*

Табела 32. Резултати *ARDL* модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	<i>t</i>	<i>p</i>
Једначина дугорочне повезаности				
<i>FP</i>	46.50	15.21	3.06	0.009
<i>MS</i>	1.23	0.88	1.39	0.186
<i>MG</i>	3.71	1.67	2.21	0.044
Једначина краткорочне повезаности				
ECT	-0.05	0.14	-0.37	0.715
$\Delta(FP)$	6.96	12.16	0.57	0.576
$\Delta(MS)$	-0.80	0.62	-1.29	0.218
$\Delta(MG)$	7.25	4.53	1.60	0.131
C	27.39	247.46	0.11	0.913

Напомена: *HNI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *ARDL* модела су показали да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између варијабли *FP* и *HNI* ($p = 0.009$), што показује да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ (Табела 32).

Резултати показују да не постоји статистички значајна повезаност између величине тржишта и нивоа тржишне концентрације ($p = 0.186$) у дугом року (Табела 32). Ова чињеница указује на то да величина неког тржишта није пресудна за ниво тржишне концентрације у дугом року. Резултати су такође показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између варијабли *MG* и *HNI* ($p = 0.044$) у дугом року, односно да постоји статистички значајна позитивна повезаност између стопе раста тржишта дуванских производа и нивоа тржишне концентрације земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ. То значи да са повећањем стопе раста тржишта долази до повећања нивоа тржишне концентрације у дугом року.

Коефицијент прилагођавања (*ECT*) је негативан и није статистички значајан ($p = 0.715$) (Табела 32). Повезаност између варијабли *FP* и *HNI* није статистички значајна у кратком року ($p = 0.576$). Повезаност између варијабли *MS* и *HNI* није статистички значајна у кратком року ($p = 0.218$), као ни повезаност између варијабли *MG* и *HNI* ($p = 0.137$). Према томе, у кратком року не постоји статистички значајан утицај СДИ, као и стопе раста тржишта и његове величине на ниво тржишне концентрације тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ (Табела 32).

4.5.3. Оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ

Након оцене ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ и земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, извршена је оцена ових ефеката у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ.

Табела 33 приказује дескриптивну статистику за све варијабле које су коришћене за оцену ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Просечна вредност *HH* индекса износи 3162.68. Максимална вредност износи 4856.00 (Србија 2003. година), а минимална вредност 1890.00 (Босна и Херцеговина 2009. година). Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дуванских производа у периоду од 2003. до 2018. године износи 56.15, при чему је највеће учешће било у Србији 2015. године, а најмање учешће у Босни и Херцеговини 2006. године. Просечни приходи на тржишту дувана и дуванских производа износе 175.26 милиона евра. Најмањи приходи забележени у Босни и Херцеговини у 2018. години, а највећи у Србији 2016. године. Просечна стопа раста тржишта дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године износи -0.58%. Најмања стопа раста тржишта је забележена у Босни и Херцеговини 2006. године (-25.37%), а највећа стопа раста у такође у Србији 2016. године (28.02%) (Табела 33).

Табела 33. Дескриптивна статистика

Варијабла	Аритметичка средина	Стандардна девијација	Минимум	Максимум	Број опсервација
<i>HHI</i>	3162.68	810.49	1890.00	4856.00	48
<i>FP</i>	56.15	29.47	12.00	95.12	48
<i>MS</i>	175.26	132.34	32.00	487.41	47
<i>MG</i>	-0.58	10.73	-25.37	28.02	45

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *Breusch-Pagan LM* теста и *Pesaran CD* тест су показали да за варијабле *HHI*, *FP* и *MS* одбацујемо нулту хипотезу и закључујемо да постоји међузависност података панела ($p < 0.05$), док за варијаблу *MG* прихватамо нулту хипотезу и закључујемо да не постоји међузависност података панела ($p > 0.05$) (Табела 34). Сходно томе, за тестирање стационарности варијабле *HHI*, *FP* и *MS* користиће се *Im*, *Pesaran* и *Shin* (1997) тест јединичног корена друге генерација, док ће се за тестирање стационарности варијабле *MG* користити наведени тест прве генерације.

Табела 34. Резултати тестова међузависности података панела

Варијабла	<i>Breusch-Pagan LM</i> тест	<i>Pesaran CD</i> тест
<i>HHI</i>	13.30***	-1.60***
<i>FP</i>	23.83***	4.88***
<i>MS</i>	14.19***	-0.60***
<i>MG</i>	5.39	-1.26

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

Резултати *Im*, *Pesaran* и *Shin* теста јединичног корена прве и друге генерације су приказани Табели 35. Резултати су показали да варијабле *HHI*, *FP* и *MS* поседују јединични корен у нивоу и да су стационарне у првој диференци, док је варијабла *MG* стационарна у нивоу.

С обзиром на то да су варијабле *HHI*, *FP*, *MS* и *MG* различитог реда интеграције, односно $I(1)$ и $I(0)$, а ниједна варијабла није $I(2)$, за анализу податаке ће се користити модел заснован на ауторегресивном распореду доцњи (*ARDL*) (*Pesaran* и сар., 1999). Према Акаике информационом критеријуму (*Akaike Information Criteria – AIC*) оптималан *ARDL* модел је *ARDL* (1, 2, 2, 2).

Табела 35. Резултати *Im, Pesaran i Shin (IPS)* теста јединичног корена

Варијабла	Константа	Константа и тренд	Ред интеграције
<i>HNI</i>	0.27	-0.21	I(1)
$\Delta(HNI)$	-2.19***	-2.42***	
<i>FP</i>	0.58	-0.45	I(1)
$\Delta(FP)$	-2.03**	-0.67***	
<i>MS</i>	0.67	-0.60	I(1)
$\Delta(MS)$	-2.50**	-1.38**	
<i>MG</i>	-2.52***	-1.55***	I(0)

*** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Напомена: *HNI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10* и *Stata 15*

Резултати *ARDL* модела су показали да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између варијабли *FP* и *HNI* ($p < 0.01$), што показује да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Ово указује на чињеницу да пораст СДИ на тржишту дуванских производа води ка вишим нивоима тржишне концентрације, у дугом року.

Резултати показују да постоји статистички значајна позитивна повезаност између величине тржишта и нивоа тржишне концентрације ($p < 0.001$) у дугом року, односно да са повећањем прихода на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ долази до повећања нивоа тржишне концентрације (Табела 36). За разлику од земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, код оних држава које нису чланице ЕУ, величина тржишта игра значајну улогу за ниво тржишне концентрације. Тако са повећањем величине тржишта расте и ниво тржишне концентрације. Резултати су такође показали да постоји статистички значајна негативна повезаност између варијабли *MG* и *HNI* ($p < 0.001$) у дугом року, односно да постоји статистички значајна негативна повезаност између стопе раста тржишта дуванских производа и нивоа тржишне концентрације земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. То значи да са повећањем стопе раста тржишта долази до смањења нивоа тржишне концентрације у дугом року.

Коефицијент прилагођавања (*ECT*) је негативан и није статистички значајан ($p = 0.321$) (Табела 36). Повезаност између варијабли *FP* и *HNI* је статистички значајна и позитивна у кратком року у периоду t ($p < 0.001$) што значи да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Повезаност између варијабли *MS* и *HNI* није статистички значајна у кратком року, као ни повезаност између варијабли *MG* и *HNI* (Табела 36). Ова чињеница указује на то да само прилив СДИ утиче на ниво тржишне концентрације у кратком року на овом тржишту у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Утицај осталих варијабли практично не постоји.

Табела 36. Резултати *ARDL* модела

Варијабла	Коефицијент	Стандардна грешка	<i>t</i>	<i>p</i>
Једначина дугорочне повезаности				
<i>FP</i>	70.17	4.02	17.43	< 0.001
<i>MS</i>	48.65	4.17	11.66	< 0.001
<i>MG</i>	-102.85	7.57	-13.59	< 0.001
Једначина краткорочне повезаности				
ECT	-0.77	0.76	-1.02	0.321
$\Delta(FP)$	75.19	10.54	7.12	< 0.001
$\Delta(FP(-1))$	-39.18	28.71	-1.36	0.189
$\Delta(MS)$	102.79	50.52	2.03	0.057
$\Delta(MS(-1))$	20.7	104.12	0.20	0.845
$\Delta(MG)$	-39.89	61.25	-0.65	0.523
$\Delta(MG(-1))$	-15.57	13.73	-1.13	0.272
C	-186.67	170.78	-1.10	0.288

Напомена: *HHI* – Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације; *FP* – учешће страних компанија у укупним приходима на тржишту дуванских производа; *MS* – величина тржишта (укупни приходи на тржишту дуванских производа у милионима евра); *MG* – стопа раста тржишта (стопа раста прихода на тржишту дуванских производа)

Извор: Калкулација аутора у *EViews 10*

4.6. Закључна разматрања и препоруке истраживања за тржиште дувана и дуванских производа одабраних земаља ЈИЕ

Прелиминарном анализом стања на тржишту дувана и дуванских производа одабраних земаља ЈИЕ утврђено је да на скоро свим тржиштима посматраних земаља послују стране компаније *British American Tobacco*, *Philip Morris*, *Japan Tobacco International* и *Imperial Tobacco* и заузимају значајно учешће у укупним приходима на тржиштима ових земаља.

Према вредности Херфиндал – Хиршмановог индекса концентрације на тржишту дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ може се закључити да је тржиште веома високо концентрисано, али да су просечне вредности овог индекса веће у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, него у земљама које нису чланице ЕУ. Према томе, можемо закључити да је већа конкуренција на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ него у земљама које су чланице ЕУ. Разлог за ову чињеницу може бити и то што су ове земље касније кренуле са приватизацијом дуванских

компанија, па поред иностраних у њима послују и домаће (најчешће државне) компаније. Ову тезу поткрепљују и подаци везани за учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ чланице ЕУ и оних које нису чланице ЕУ.

Просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа посматраних земаља ЈИЕ износи преко 50% што значи да је тржиште дувана и дуванских производа ЈИЕ у већинском страном власништву. Просечно учешће страних компанија у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ је веће у односу на просечно учешће страних компанија земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, просечно учешће страних компанија у укупним приходима тржишта дувана и дуванских производа је нешто преко 60%, док је у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ нешто преко 50%.

Резултати *ARDL* модела су показали да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у земљама ЈИЕ, односно да са повећањем прилива СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације. Ако се анализирају ови ефекти посебно за земље ЈИЕ које су чланице ЕУ и посебно за земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ, утврђено је да у дугом року такође постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа код обе категорије земаља. Већи је ефекат СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Разлог за овакав утицај СДИ на тржишну концентрацију земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ јесте то што су ове земље касније кренуле у приватизацију домаћих дуванских компанија. Овај процес се убрзано одвијао током периода који је укључен у истраживање. Стране компаније, које приватизују домаће компаније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, врше снажнији притисак да се тржишта концентришу и претворе у чврста олигополска тржишта, него у земљама које су чланице ЕУ где је овај процес завршен.

Добијени резултати о ефектима СДИ на ниво тржишне концентрације су у складу са резултатима Bourlakis (1986) који је утврдио позитивну повезаност између СДИ и нивоа тржишне концентрације у прерађивачкој индустрији Грчке, Blomstrom (1989) у прерађивачкој индустрији Мексика, Willmore (2001) у прерађивачкој индустрији Бразила, Yun и Lee (2001) у прерађивачкој индустрији Кореје, Singh (2011) у прерађивачкој индустрији Индије, Adam и Khalifah (2012) у прерађивачкој индустрији и Lall (1979) у прерађивачкој индустрији Малезије, Радуловић (2018) у аутомобилској индустрији Србије и Кастратовић (2018) у прерађивачкој индустрији Босне и Херцеговине.

Према резултатима *ARDL* модела, ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације у кратком року су статистички значајни и позитивни само у случају тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ што значи да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа ових земаља. Ово је потврда напред наведене тезе везане за то због чега је дугорочни утицај СДИ на ниво тржишне концентрације већи код земаља које нису чланице ЕУ у поређењу са земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ. Добијени резултати су у складу са резултатима Bourlakis (1986), Blomstrom (1989), Willmore (2001), Yun и Lee (2001), Singh (2011), Adam и Khalifah (2012), Lall (1979) и Кастратовић (2018).

Према резултатима истраживања може се закључити да је *хипотеза 1а* да стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земаљама Југоисточне Европе на тржишту дуванских производа и на тај начин на услове конкуренције у њима у дугом року *потврђена*, а да је *хипотеза 1б* да стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земаљама Југоисточне Европе на тржишту дуванских производа и на тај начин на услове конкуренције у њима у кратком року *одбачена*. Даље, *хипотеза 2а* да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у дугом року је *одбачена*, док је *хипотеза 2б* да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту дуванских производа у кратком року *делимично прихваћена*.

5. Ограничења и препоруке за будућа истраживања

Истраживање ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ на тржишту мобилне телефоније и дувана и дуванских производа садржи одређена ограничења која не умањују значај истраживања, већ служе као основа за будућа истраживања овог проблемског подручја.

Истраживање на тржишту мобилне телефоније и дувана и дуванских производа извршено је у периоду од 2003. до 2018. године што је довољно дуг период на коме може да се примени панел анализа временских серија. Недостатак података из ранијег периода истраживања није дозволио да временска серија буде дужа. Без обзира на то и овај временски оквир је довољан да се примени адекватна анализа. За анализу података коришћен је модел ауторегресивних дистрибутивних доцњи (AutoRegressive Distributed Lag (ARDL)) који према Ghatak и Siddiki (2001) даје статистички значајне и валидне резултате и на малим узорцима. Оно што анализа није могла да избегне на овако датом временском оквиру јесте чињеница да је дошло и до светске економске кризе у периоду након 2008. године Привреда се још увек опоравља од ове кризе. Њен ефекат није мерен. С обзиром на то да је криза погодила све анализиране земље на сличан начин може се сматрати да њен утицај није пресудан ако се коментаришу и пореде резултати истраживања између земаља ЈИЕ које су чланице и оне које нису чланице ЕУ. Из тог разлога резултати истраживања су валидни.

Следеће ограничење истраживања се односи на узорак истраживања и то његову просторну компоненту. Земље ЈИЕ су Србија, Босна и Херцеговина, Румунија, Албанија, Хрватска, Бугарска, Северна Македонија, Грчка, Словенија и Црна Гора. У раду су анализирана тржишта мобилне телефоније Србије, Босне и Херцеговине, Румуније, Хрватске, Бугарске, Грчке и Црне Горе, док су и анализирана тржишта дувана и дуванских производа Србије, Босне и Херцеговине, Румуније, Хрватске, Бугарске и Северне Македоније. У случају анализе тржишта мобилне телефоније анализирано је осам земаља ЈИЕ, док је у случају тржишта дуванских производа анализирано шест земаља. Оваква анализа је извршена због недостатка података за анализу у осталим земљама.

Варијабле коришћене у истраживању су варијабле које су већ коришћене у претходним истраживањима ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације. С обзиром на то да је Херфиндал-Хиршманов индекс концентрације најпоузданији показатељ концентрације, избор варијабли је одговарајући. Извршено истраживање представља оцену ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације у периоду од 2003. до 2018. године и резултати треба да се тумаче у овом контексту.

Допринос овог истраживања огледа се у чињеници да представља прво истраживање ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ, али и прво истраживање ових ефеката на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа. Будућа истраживања би могла да обухвате више тржишта и држава како би могла да се изврши компарација података и потврда или одбацивање добијених закључака. Такође, временски оквир истраживања би могао да буде другачији, опет са циљем потврде или одбацивања резултата добијених у овом истраживању.

Такође, будућа истраживања би могла да укључују више експланаторних или контролних варијабли као што су улагања у истраживање и развој и слично како би могли да се оцене и ефекти ових варијабли на ниво тржишне концентрације, али и њихов утицај на СДИ.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Циљ докторске дисертације је био да се испита повезаност између страних директних инвестиција и нивоа тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе (ЈИЕ). Сходно томе, прво су анализиране основне карактеристике СДИ и ефекти које оне имају на земљу домаћина. Према анализи прилива СДИ у земљама ЈИЕ, утврђено је да су *greenfield* СДИ изостале у првој фази транзиције, првенствено због тога што су се на почетку транзиционог периода скоро све земље одлучиле за приватизације великих државних предузећа. Анализа секторске дистрибуције прилива СДИ у овим земљама је показала да је најмањи прилив забележен у примарном сектору, а да је највећи прилив забележен у терцијарном сектору, при чему се у одређеним земљама мења структура прилива СДИ након светске економске кризе када долази до смањења прилива СДИ у терцијарном сектору. Разлог за смањење прилива СДИ у терцијарном сектору првенствено лежи у томе што је највећи прилив СДИ у овом сектору забележен у банкарске, финансијске услуге, односно делатности које су највише погођене светском финансијском кризом. Значајан прилив СДИ у терцијарном сектору ових земљама пре светске економске кризе је и резултат повећања СДИ у сектору трговине због доласка великих ланаца хипермаркета и супермаркета, што је касније допринело смањењу прилива СДИ у овом сектору. С обзиром на то да се сматра да СДИ у прерађивачкој индустрији више доприносе економском расту и развоју него СДИ у сектор услуга, креатори политика треба да развију и спроведу политике привлачења СДИ чији ће главни циљ бити привлачење већег обима СДИ у прерађивачку индустрију, како би се повећао економски раст земаља у развоју.

Преглед теоријске и емпиријске литературе о односу СДИ и економског раста у земљама ЈИЕ је показао да у литератури не постоји консензус о утицају СДИ на економски раст у земљама ЈИЕ, посматраним појединачно или као регион у целини. Резултати истраживања о ефектима СДИ на економски раст земаља ЈИЕ нису јединствени и зависе од различитих фактора као што су коришћена методологија истраживања, период истраживања и многих других фактора, али су ови ефекти у већини случајева позитивни. Спроведена анализа величине БДП, стопе раста БДП и прилива СДИ, показује да у већини земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ постоји позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП (Босна и Херцеговина, Северна Македонија и Србија), док је у осталим земљама овај однос негативан (Албанија и Црна Гора). У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ постоји позитиван однос између учешћа СДИ у БДП и стопе раста БДП. Од посматраних земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ, најмањи БДП у посматраном периоду је забележен у Црној Гори, а највећи у Србији. У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ, најмањи БДП је забележен у Словенији, а највећи у Грчкој.

Полазећи од чињенице да се ниво концентрације објашњава факторима као што су број учесника, улазне баријере, величина и раст тржишта, у литератури постоје два различита става о ефектима које СДИ имају на ниво тржишне концентрације и на тржишну структуру земаља домаћина. С једне стране, прилив СДИ и улазак страних компанија на тржиште земље домаћина може да утиче на повећање конкуренције и смањење нивоа концентрације, првенствено због тога што стране компаније могу лакше од домаћих компанија да савладају баријере за улазак на одређено тржиште. Уласком нових компанија, пре свега кроз *greenfield* инвестиције, повећава се број учесника,

смањује концентрација и унапређују услови конкуренције на тржишту. С друге стране, улазак страних компанија може довести до повећања нивоа концентрације и смањења конкуренције на тржишту. Стране компаније, увођењем нових и развијенијих технологија и метода рада и производње на тржишту земље домаћина могу створити препреке за улазак. Такође, оне могу да приморају мање ефикасне домаће фирме да напусте тржиште или да их преузме, те да на тај начин повећају концентрацију и смање конкуренцију на тржишту.

Како би се оценили ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и земљама које нису чланице ЕУ, извршена је анализа два тржишта, тржишта мобилне телефоније и тржишта дувана и дуванских производа. На тај начин је обезбеђена анализа сектора услуга и производног сектора економије како би се сагледали ови ефекти у овим секторима економије. Пре статистичке анализе података извршена је прелиминарна процена стања на тржишту мобилне телефоније и на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ. Прелиминарна процена стања на овим тржиштима је показала да у већини земаља доминирају исти тржишни учесници, односно компаније. Уколико се посматрају компаније на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ може се уочити да компаније Теленор и А1 послују на тржишту више земаља, као и грчка компанија *COSMOTE*. Поред тога, на тржишту ових земаља послује 3 или више компанија у посматраном периоду, при чему најмање компанија послује на тржишту Хрватске. Као и у случају земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ, и на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које нису чланице ЈИЕ, на већини тржишта послују компаније Теленор и А1. Карактеристично за земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ је да је у одређеним земљама целокупно тржиште мобилне телефоније у власништву страних компанија.

На основу прелиминарне анализе тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ у периоду од 2003. до 2018. године може се закључити да у свим земљама послују компаније *Philip Morris International*, *Japan Tobacco International* и *British American Tobacco* и да заједно имају већински удео у приходима овог тржишта. Поред тога, и компанија *Imperial Tobacco* се појављује као компанија за значајним учешћем на овом тржишту. Сходно томе, може се закључити да већински удео у приходима на тржишту дувана и дуванских производа посматраних земаља имају стране компаније. Слично као код земаља ЈИЕ чланица ЕУ, прелиминарна анализа тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ је показала да највеће учешће на овом тржишту имају стране компаније као што су *Imperial Tobacco*, *British American Tobacco*, *Japan International Tobacco* и *Phillip Morris*. Ове компаније су најчешће улазиле на тржиште дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ преузимањем домаћих компанија кроз процес приватизације. Долазак страних компанија на ово тржиште резултирало је тиме да највећи удео у приходима имају управо ове компаније.

Након прелиминарне процене стања на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа, извршена је оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ применом *ARDL* модела. Пре него што је извршена оцена ефеката СДИ на ниво тржишне концентрације посебно у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и оних које нису чланице ЕУ, извршено је поређење свих битних показатеља за анализу применом т-теста независних узорака. Како је утврђено да постоје статистички значајне разлике у одређеним показатељима између земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ и оних које нису чланице ЕУ, извршена је оцена ефеката СДИ на ниво

тржишне концентрације посебно у земљама ЈИЕ које су чанице ЕУ, посебно у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ применом *ARDL* модела.

Резултати *ARDL* модела за све посматране земље ЈИЕ су показали да постоји статистички значајна позитивна повезаност између СДИ мерених кроз учешће страних компанија у укупним приходима тржишта мобилне телефоније и нивоа тржишне концентрације, односно да прилив СДИ повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ у дугом року. Такође, резултати су показали да постоји статистички значајна и позитивна веза између СДИ у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, али и у земљама које су чланице ЕУ. То значи да прилив СДИ у земљама ЈИЕ доводи до повећања нивоа тржишне концентрације, односно до смањења конкуренције, било да с земље чланице ЕУ или нису, али ефекат је јачи у земљама које нису чланице ЕУ. Разлог за овакве ефекте СДИ на ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ је што је на тржишту мобилне телефоније пословао мали број компанија и пре уласка страних компанија. Према резултатима *ARDL* модела ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније у земљама ЈИЕ као целини у кратком року нису статистички значајни, као ни у случају земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Супротно је код земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ где повећање прилива СДИ смањује ниво тржишне концентрације и побољшава услове конкуренције на овом тржишту.

Резултати *ARDL* модела су показали да у дугом року постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дувана и дуванских производа у земљама ЈИЕ, односно да са повећањем прилива СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације. Ако се анализирају ови ефекти посебно за земље ЈИЕ које су чланице ЕУ и посебно за земље ЈИЕ које нису чланице ЕУ, утврђено је да у дугом року такође постоји статистички значајна позитивна веза између СДИ и нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа код обе категорије земаља. Већи је утицај СДИ на ниво тржишне концентрације код земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ. Разлог за овакав утицај СДИ на тржишну концентрацију земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ јесте то што су ове земље касније кренуле у приватизацију домаћих дуванских компанија. Овај процес се убрзано одвијао током периода који је укључен у истраживање. Стране компаније, које приватизују домаће компаније у земљама ЈИЕ које нису чланице ЕУ, врше снажнији притисак да се тржишта концентришу и претворе у чврста олигополска тржишта, него у земљама које су чланице ЕУ где је овај процес завршен. Према резултатима *ARDL* модела, ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације у кратком року статистички значајни и позитивни само у случају тржишта дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ што значи да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације на тржишту дуванских производа земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ у кратком року.

Према напред наведеним резултатима обезбеђено је довољно доказа да *Хипотеза 1*: Стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земаљама Југоисточне Европе и на тај начин на услове конкуренције у њима буде **делимично потврђена**. Хипотеза 1 је делимично потврђена, јер је утврђено да стране директне инвестиције (СДИ) имају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земаљама Југоисточне Европе на тржишту мобилне телефоније и на тржишту дуванских производа и на тај начин на услове конкуренције у њима у дугом року. С друге стране, утврђено је да стране директне инвестиције (СДИ) немају значајан утицај на ниво тржишне концентрације у земаљама Југоисточне Европе на тржишту

мобилне телефоније и на тржишту дуванских производа и на тај начин на услове конкуренције у њима у кратком року.

Такође, обезбеђено је да довољно доказа да **хипотеза 2**: У земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације, буде **делимично потврђена**. Хипотеза 2 је делимично потврђена, јер су хипотезе да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа у дугом року су одбачене. Разлог за то јесте чињеница што је код обе категорије земаља и оба тржишта прилив СДИ повећао ниво тржишне концентрације. С друге стране, хипотезе да у земљама ЈИЕ које су чланице ЕУ већи обим СДИ смањује, док у земљама које нису чланице повећава ниво тржишне концентрације на тржишту мобилне телефоније и тржишту дувана и дуванских производа у кратком року су делимично прихваћене. Разлог за то је чињеница што је прилив СДИ у кратком року смањио ниво концентрације само на тржишту мобилне телефоније земаља ЈИЕ које су чланице ЕУ. Код земаља које нису чланице ЕУ овог утицаја није било. Такође, ако се посматра тржиште дувана и дуванских производа, једино је код земаља ЈИЕ које нису чланице ЕУ прилив СДИ водио ка повећању концентрације, док код друге категорије земаља тог утицаја није било.

У погледу треће хипотезе, да се добро конципираном стратегијом привлачења СДИ може смањити негативан и повећати позитиван утицај ових инвестиција на тржишну концентрацију (односно њено смањење) и самим тим побољшају услови конкуренције на тржишту ЈИЕ, очекивано је да се применом одговарајућих техника обезбеди довољно доказа за прихватање овакве хипотезе полазећи од ранијих истраживања која су потврдила да утицај СДИ на тржишну концентрацију зависи пре свега од облика њиховог уласка, али и од политике њиховог привлачења.

Стране компаније на тржишту мобилне телефоније и дувана и дуванских производа земаља ЈИЕ су углавном на тржишта ових земаља улазиле путем мерџера и аквизиција и путем процеса приватизације, а мали број СДИ су биле *greenfield* инвестиције. Оцењени ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације на посматраним тржиштима указују на то да са повећањем СДИ долази до повећања нивоа тржишне концентрације, што значи смањење конкуренције на посматраним тржиштима у дугом року. То значи да политика привлачења СДИ није била адекватна и није деловала у правцу побољшања услова конкуренције на тржишту земаља ЈИЕ. На овај начин је обезбеђено довољно доказа за потврду **хипотезе 3**. Ефекти СДИ на ниво тржишне концентрације би били другачији, односно деловали би у правцу побољшања услова конкуренције да су СДИ улазиле на тржиште путем *greenfield* инвестиција, а не преузимањем постојећих компанија. На пример, у већини земаља ЈИЕ на тржишту дувана и дуванских производа домаће компаније су престале да постоје, или су преузете од страних компанија. На овај начин доказано је да добро конципирана политика привлачења СДИ, каква није била у земљама ЈИЕ (посебно оним које нису чланице ЕУ), може смањити негативан и повећати позитиван утицај ових инвестиција на услове конкуренције на тржишту. Ово није био случај код анализираних држава због неадекватне политике привлачења СДИ.

Постојећи резултати теоријских и емпиријских истраживања у овој области су поприлично неусаглашени. Мали број истраживања се бави овом проблематиком на глобалном нивоу, а недостају и истраживања која се баве испитивањем утицаја СДИ на

ниво тржишне концентрације у земљама ЈИЕ. Допринос докторске дисертације се огледа у чињеници да ће добијени резултати дати одговарајуће закључке који се могу искористити за будућа истраживања утицаја СДИ на ниво тржишне концентрације. Поред тога, већина постојећих теоријских и емпиријских истраживања се односи на ниво једне земље и обухвата краћи временски период. Посебан научни допринос докторске дисертације се огледа и у развоју адекватног економетријског модела који ће показати утицај независне варијабле (СДИ) на зависну варијаблу (ниво тржишне концентрације).

Литература

1. Adam, R., & Khalifah, N. A. (2012). Foreign presence and market concentration in Malaysian manufacturing industries. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 46(1), 119-132.
2. Ahmed, E. M. (2012). Are the FDI inflow spillover effects on Malaysia's economic growth input driven?. *Economic Modelling*, 29(4), 1498-1504.
3. Aitken, B. & Harrison, A. (1999). Do Domestic FIRMS Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela, *American Economic Review* 89(3), 605–618.
4. Akin, T. (2019). The effects of political stability on foreign direct investment in fragile five countries. *Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics*, 237-255.
5. Alfaro, L., A. Chanda, S. Kalemli-Ozcan, and S. Sayek, (2004). FDI and Economic Growth: The Role of Local Financial Markets, *Journal of International Economics*, 64, 113-134.
6. Alfaro, L., Chari, A., Greenland, A. N., & Schott, P. K. (2020). *Aggregate and firm-level stock returns during pandemics, in real time* (No. w26950). National Bureau of Economic Research.
7. Allmuca, A. (2010). The implementation of competition policy in the field of concentration: the Albanian case. *European Research Studies Journal*, XIII(1), 153-168.
8. Altomonte, C., Saggiorato, L., & Sforza, A. (2012). TNCs' global characteristics and subsidiaries' performance across European regions. *Transnational Corporations*, 21(2), 1-20.
9. Amess, K. & Roberts, B. (2005), The impact of foreign and state ownership on post transition industrial concentration: the case of Polish manufacturing, *Economic Change*, 38(3-4), 211–225.
10. Ande, D., Dahlan, R., & Sukardi, S. (2020). The Impact of Global Economic Shift on Outward Foreign Investment. *Indonesian Journal of Business, Accounting and Management*, 2(1), 1-6. <https://doi.org/10.36406/ijbam.v3i1.419>
11. Anyanwu, J. C. (2012). Why does foreign direct investment go where it goes?: New evidence from African countries. *Annals of economics and finance*, 13(2), 425-462.
12. Avci, O. B. и Akin, T. (2020). The interaction between foreign direct investment and domestic investment: Is there crowding out effect? *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 7(2), 163-174.
13. Ayhan, F. (2019). The Effects of Political and Economic Risk on FDI: A Theoretical Survey. In *Global Trends of Modernization in Budgeting and Finance* (44-63). IGI Global.

14. Ayres, I. (1987). How cartels punish: A structural theory of self-enforcing collusion. *Colum. L. Rev.*, 87, 295.
15. Bagchi-Sen, S. (2001). Product innovation and competitive advantage in an area of industrial decline: the Niagara region of Canada, *Technovation*, 21, 1, 45-54.
16. Bain, J. S. (1951), Relation of Profit-Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936-1940, *Quarterly Journal of Economics*, 65, 293-324.
17. Bannerman, E. (2002). *The future of EU competition policy*. London: Centre for European Reform.
18. Barać, Ž. A., Markota, L., Rogošić, A., & Vuko, T. (2018). Tobacco Taxation in Croatia–Comparison Within EU Context. In *6th mediterranean interdisciplinary forum on social sciences and humanities, MIFS 2018*, 24-25 May 2018, Barcelona, Spain
19. Barrios, S., Görg, H. and Strobl, E. (2004). Foreign direct investment, competition and industrial development in the host country. *European Economic Review*, 49, 1761-1784.
20. Barry, F., Görg, H., & Strobl, E. R. I. C. (2005). Foreign direct investment and wages in domestic firms in Ireland: Productivity spillovers versus labour-market crowding out. *International Journal of the Economics of Business*, 12(1), 67-84.
21. Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1990). Managing innovation in the transnational corporation. *Managing the global firm*, 215-255.
22. Беговић, Б., & Буквић, Р. (1998). Институционални Аспекти Антимонополске Политике. *Стратегија развоја Југославије и укључивање предузећа у светску привреду, Савез економиста Југославије, Београд*, 179-186.
23. Беговић, Б., Буквић, Р., Мијатовић, Б., Пауновић, М., Сепи, Р. и Хибер, Д., (2002), Антимонополска политика у СР Југославији, Центар за либерално-демократске студије, Београд
24. Беговић, Б., Мијатовић, Б., Пауновић, М, Поповић, Д. (2008). Grinfeld стране директне инвестиције у Србији. Београд: Центар за либерално-демократске студије
25. Bekmurodova, G. (2019). Theoretical Features of FDI (Foreign Direct Investment) and its influence to Economic Growth. *Journal of International Business Research and Marketing*, 4(5), 13-18.
26. Berglas, E. & Jones, R. W., & (1977). Import demand and export supply: An aggregation theorem. *The American Economic Review*, 67(2), 183-187.
27. Bezuidenhout, H. (2009). A regional perspective on aid and FDI in Southern Africa. *International Advances in Economic Research*, 15(3), 310-321.
28. Biesebroeck, J. V. (2003). Productivity dynamics with technology choice: An application to automobile assembly. *The review of economic studies*, 70(1), 167-198.

29. Bikker, J. A., & Haaf, K. (2002). Measures of competition and concentration in the banking industry: a review of the literature. *Economic & Financial Modelling*, 9(2), 53-98.
30. Bilas, V. (2020). Examining the relationship between foreign direct investment and economic growth: Evidence from Croatia. *Montenegrin Journal of Economics*, 16(2), 117-129.
31. Биљаковић, Ј. (2018). *Анализа тржишта покретних телекомуникацијских мрежа у РХ*. Докторска дисертација, Економски факултет Универзитета у Сплиту
32. Bishop, S. (2003). Pro-Competitive Exclusive Supply Agreements: How Refreshing!. *European competition law review*, 24(5), 229-232.
33. Bitzenis, A., Tsitouras, A., & Vlachos, V. A. (2007). Motives for FDI in a Small EMU Member State: the case of Greece. *Journal of Economics and Business*, 10(2), 11-42.
34. Blalock, G., & Gertler, P. J. (2009). How firm capabilities affect who benefits from foreign technology. *Journal of Development Economics*, 90(2), 192-199.
35. Blomström, M. & Kokko, A. (1997), How Foreign Investment Affect Host Countries, World Bank Policy Research Working Paper 1745. World Bank.
36. Blomstrom, M. & Kokko, A. (2002). FDI and Human Capital: A Research Agenda. OECD Development Centre. *Working Paper No. 195*, doi: 10.1787/658557635021.
37. Blomstrom, M. & Sjöholm, F. (1999). Technology transfer and spillovers: Does local participation with multinationals matter? *European Economic Review*, 43, 915-923.
38. Blomstrom, M. (1986). Multinationals and Market Structure in Mexico. *World Development*, 14(4): 523–530.
39. Blomström, M., Kokko, A. & Zejan, M. (Eds.), (2000). *Foreign Direct Investment: Firm and Host Country Strategies*, New York: Palgrave
40. Bogdan, Ž. (2009). Utjecaj FDI-ja na gospodarski rast europskih tranzicijskih zemalja. *EFZG working paper series*, 06, 1-27.
41. Bogheana, C., & Statea, M. (2015). The Relation between Foreign Direct Investments (FDI) and Labour Productivity in the European Union Countries. *Procedia Economics and Finance*, 32, 278–285. doi:10.1016/s2212-5671(15)01392-1
42. Bolotova, Y. V. (2009). Cartel overcharges: An empirical analysis. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70(1-2), 321-341.
43. Borensztein, E., De Gregorio, J., & Lee, J. W. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth?. *Journal of international Economics*, 45(1), 115-135.
44. Bournakis, C., A. (1987). Multinational Corporations and Domestic Market Structure: The Case of Greek Manufacturing Industries. *Review of World Economics*, 123(4), 719–733.

45. Braconier, H., Norbäck, P. J., & Urban, D. (2005). Multinational enterprises and wage costs: Vertical FDI revisited. *Journal of International Economics*, 67(2), 446-470.
46. Bresnahan, T. F. (1989). Empirical studies of industries with market power. *Handbook of industrial organization*, 2, 1011-1057.
47. Brouthers, L. E., Gao, Y., & McNicol, J. P. (2008). Corruption and market attractiveness influences on different types of FDI. *Strategic management journal*, 29(6), 673-680.
48. Cakerri, L., Muharremi, O., & Madani, F. (2020). An empirical study in Albania of foreign direct investments and economic growth relationship. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(2), 193.
49. Campos, N. F., & Kinoshita, Y. (2002). *When is FDI good for growth? A First Look at the Experience of the Transition Economies* (No. 438). Working Paper.
50. Campos, N. F., & Kinoshita, Y. (2003). *Why does FDI go where it goes? New evidence from the transition economies*. International Monetary Fund.
51. Capobianco, A., & Nyeso, A. (2018). Challenges for competition law enforcement and policy in the digital economy. *Journal of European Competition Law & Practice*, 9(1), 19-27.
52. Carlton, W. D. & Perloff, M. J. (2015). *Modern Industrial Organization*, Boston: Addison Welsley
53. Carp, L. (2015). FDI and Economic Growth in CEE countries. *SEA—Practical Application of Science*, 3(07), 21-26.
54. Casson, M. (1985). Multinational monopolies and international cartels. In *The economic theory of the multinational enterprise* (60-97). London: Palgrave Macmillan.
55. Castellani, D. & Zanfei, A. (2003). Technology gaps, absorptive capacity and the impact of inward investments on productivity of European firms. *Economics of Innovation and New Technology*, 12(6), 555-576.
56. Caves, R. E. (1974). Multinational firms, competition, and productivity in host-country markets. *Economica*, 41(162), 176-193.
57. Caves, R. E., & Porter, M. E. (1978). Market structure, oligopoly, and stability of market shares. *The Journal of Industrial Economics*, 289-313.
58. Chamberlin, E. (1933). *The theory of monopolistic competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press
59. Chen, Y. (2009). Agglomeration and location of foreign direct investment: The case of China. *China economic review*, 20(3), 549-557.

60. Cho, K., R. (1990). Foreign Banking Presence and Banking Market Concentration: The Case of Indonesia. *Journal of Development Studies*, 27(1), 98-110.
61. Choong, C. K., & Lim, K. P. (2009). Foreign direct investment, financial development, and economic growth: the case of Malaysia. *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*, 2(1), 13-30.
62. Cini, M., & McGowan, L. (1998). The 'New' Competition Policy: The Public Sector and the Utilities. In *Competition Policy in the European Union* (160-178). Palgrave, London.
63. Ciobanu, A. (2020). The Impact of FDI on Economic Growth in Case of Romania. *International Journal of Economics and Finance*. 12, 81. 10.5539/ijef.v12n12p81.
64. Comanor, G. W., Jacquemin, K., Jenny, A., Kantzenbach, F., Ordovery, E., & Waverman, L. (2014). *Competition policy in Europe and North America: economic issues and institutions*. Taylor & Francis.
65. Criscuolo, P. (2009). Inter-firm reverse technology transfer: the home country effect of R&D internationalization. *Industrial and Corporate Change*, 18(5), 869-899.
66. Curry, B., and George, K., D. (1983). Industrial Concentration: A Survey. *The Journal of Industrial Economics*, 31(3), 203-255.
67. Dalton, J. A., & Penn, D. W. (1976). The concentration-profitability relationship: Is there a critical concentration ratio?. *The Journal of Industrial Economics*, 133-142.
68. Damijan, J. P., Rojec, M., Majcen, B., & Knell, M. S. (2008). Impact of firm heterogeneity on direct and spillover effects of FDI: Micro evidence from ten transition countries. *Katholieke Universiteit Leuven, LICOS Discussion Paper*, (218). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1361535>
69. Davis, P. & Garcés, E.. (2009). *Quantitative techniques for competition and antitrust analysis*. Princeton University Press
70. Dawar, N., & Frost, T. (1999). Competing with giants: Survival strategies for local companies in emerging markets. *Harvard business review*, 77, 119-132.
71. De Backer, K., & Sleuwaegen, L. (2003). Does foreign direct investment crowd out domestic entrepreneurship?. *Review of industrial organization*, 22(1), 67-84.
72. De Mello J. & Luiz R. (1997). Foreign direct investment in developing countries and growth : A selective survey, *The Journal of development studies*, 34(1), 1-34.
73. De Mello, L. R. (1999). Foreign direct investment-led growth: evidence from time series and panel data. *Oxford Economic Papers*, 51(1), 133-151.
74. Дерадо, Д. (2002). Стране директне инвестиције у Хрватској. Економска истраживања, 15, 2.

75. Dhima, S. (2015). The Trans Adriatic Pipeline-Focus and Impact on Albania. 112-134, doi: 10.3233/978-1-61499-572-2-112
76. Dhingra, S., & Morrow, J. (2019). Monopolistic competition and optimum product diversity under firm heterogeneity. *Journal of Political Economy*, 127(1), 196-232.
77. Dick, A. R. (1996). When are cartels stable contracts?. *The journal of law and economics*, 39(1), 241-283.
78. Dimelis, S., & Louri, H. (2002). Foreign ownership and production efficiency: a quantile regression analysis. *Oxford Economic Papers*, 54(3), 449-469.
79. Dimelis, S., Barrios, S., Louri, H., & Strobl, E. (2004). Efficiency spillovers from foreign direct investment in the EU periphery: A comparative study of Greece, Ireland, and Spain. *Review of World Economics*, 140(4), 688-705.
80. Driffield, N. (2001). Inward Investment and Host Country Market Structure: The Case of the U.K. *Review of Industrial Organization*, 18(4), 363-378.
81. Dritsaki, C., & Stiakakis, E. (2014). Foreign direct investments, exports, and economic growth in Croatia: A time series analysis. *Procedia Economics and Finance*, 14, 181-190.
82. Dritsaki, M., Dritsaki, C., & Adamopoulos, A. (2004). A causal relationship between trade, foreign direct investment and economic growth for Greece. *American Journal of applied sciences*, 1(3), 230-235.
83. Duka, R., & Bllaca, E. (2012). Albanian Competition Policy Versus Implementation Of The Competition Law. *Romanian Economic and Business Review*, 7(1), 14.
84. Dunning, J. H. (1977). Trade, location of economic activity and the MNE: A search for an eclectic approach. In *The international allocation of economic activity* (395-418). London: Palgrave Macmillan
85. Dunning, J. H. (1981). Explaining the international direct investment position of countries: towards a dynamic or developmental approach. In *International Capital Movements* (84-121). London: Palgrave Macmillan
86. Dunning, J. H. (1993). Internationalizing Porter's diamond. *MIR: Management International Review*, 7-15.
87. Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. Edward Elgar Publishing.
88. Dunning, J.H. (1980). Toward an eclectic theory of international production: Some empirical tests. *J. Int. Bus. Stud.*, 11, 9-31.
89. Eben, M., & Robertson, V. H. (2021). The Relevant Market Concept in Competition Law and Its Application to Digital Markets: A Comparative Analysis of the EU, US, and Brazil. *Journal of European Competition Law and Economics*. <https://doi.org/10.1093/joclec/nhab018>

90. Eichner, A. S. (2017). *The megacorp and oligopoly: micro foundations of macro dynamics*. Routledge.
91. Elia, S., & Santangelo, G. D. (2017). The evolution of strategic asset-seeking acquisitions by emerging market multinationals. *International Business Review*, 26(5), 855-866.
92. Elia, S., Maggi, E., & Mariotti, I. (2010). *Horizontal, vertical and conglomerate investments in the Italian logistics industry: drivers and strategies*. *ERSA conference papers ersa10p555*, European Regional Science Association.
93. Elzinga, K. G., & Hogarty, T. F. (1973). The problem of geographic market delineation in antimerger suits. *The Antitrust Bulletin*, 18(1), 45-81.
94. Estrin, S., & Uvalic, M. (2014). FDI into transition economies: are the Balkans different?. *Economics of transition*, 22(2), 281-312.
95. Ethier, W. J., & Markusen, J. R. (1996). Multinational firms, technology diffusion and trade. *Journal of International Economics*, 41(1-2), 1-28.
96. Feenstra, R. & Taylor, A. (2017). *Topics in International Macroeconomics*. In: *International Economics* (759-816). New York: Macmillan Learning
97. Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS: Book plus code for E version of text* (p. 896). London, UK: SAGE Publications Limited.
98. Filipović, M., Avramović, V., & Račić, Ž. (2016). Analiza nivoa koncentracije aktive u bankarskom sektoru Republike Srbije. *Škola biznisa*, (2), 111-119.
99. Fishwick, F. (1993). The definition of the relevant market in the competition policy of the European Economic Community. *Revue d'économie industrielle*, 63(1), 174-192.
100. Forte, R. & Sarmiento, P. (2012), Foreign Presence and Market Concentration: The Case of Portuguese Manufacturing Industries, *FEP Working Papers N°444*, Faculdade de Economia do Porto.
101. Forte, R., & Sarmiento, P. (2014). Does FDI increase market concentration? An evaluation of the Portuguese manufacturing industries. *Acta Oeconomica*, 64(4), 463-480.
102. Fosfuri, A., Motta, M., & Rønde, T. (2001). Foreign direct investment and spillovers through workers' mobility. *Journal of international economics*, 53(1), 205-222.
103. Franco, C. & Gelubcke, W. J. P. (2013). The death of German firms: What role for foreign direct investment?, *Working Paper Series in Economics, No. 264*, Leuphana Universität Lüneburg, Institut für Volkswirtschaftslehre, Lüneburg
104. Friedman, J. (1982). Oligopoly theory. *Handbook of mathematical economics*, 2, 491-534.

105. Gardasević, A. (2013). The influence of direct foreign investments to the economic growth of Montenegro. *Metalurgia International*, 18(9), 227.
 106. Gaugha, P.A. (2002). *Mergers, Acquisitions and Corporate Restructuring*. New York: John Wiley and Sons Inc.
 107. Gaynor, M., Kleiner, S. & Vogt, W. (2006). A Structural Approach to Market Definition With an Application to the Hospital Industry. *Journal of Industrial Economics*. 61. 10.1111/joie.12015.
 108. Georgantopoulos, A. & Tsamis, A.. (2012). The Causal Links Between FDI and Economic Development: Evidence from Greece. *European Journal of Social Sciences (EJSS)*. 27. 12-20.
 109. Georgopoulos, A., & Preusse, H. G. (2006). European integration and the dynamic process of investments and divestments of foreign TNCs in Greece. *European Business Review*, 18(1), 50-59.
 110. Glass, A. J., & Saggi, K. (2002). Multinational firms and technology transfer. *Scandinavian Journal of Economics*, 104(4), 495-513.
 111. Goerke, L. (2020). *Horizontal FDI in a dynamic Cournot-Oligopoly with endogenous entry* (No. 03/2020). IAAEU Discussion Paper Series in Economics.
 112. Goldberg, P. K. (1995). Product differentiation and oligopoly in international markets: The case of the US automobile industry. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 891-951.
 113. Golitsis, P., Avdiu, K., & Szamosi, L. T. (2018). Remittances and FDI effects on economic growth: A VECM and GIRFs for the case of Albania. *Journal of East-West Business*, 24(3), 188-211.
 114. Gorynia, M., Nowak, J., Howak, J., & Wolniak, R. (2007). Motives and modes of FDI in Poland: An exploratory qualitative study. *Journal for East European Management Studies*, 132-151.
 115. Greer, D. F. (1992). *Industrial Organization and Public Policy*, New York: Macmillan
 116. Griffith, R. (1999). Using the ARD Establishment-level Data to Look at Foreign Ownership and Productivity in the United Kingdom, *Economic Journal*, 109, F416-F442.
 117. Hall, M., & Tideman, N. (1967). Measures of concentration. *Journal of the american statistical association*, 62(317), 162-168.
 118. Haller, S. (2004). *The Impact of Multinational Entry on Domestic Market Structure and R&D*. Mimeo, Department of Economics, European University Institute.
 119. Harris, B. C. and Simons, J. J. Focusing Market Definition: How Much Substitution is Necessary? *Research in Law and Economics*, 12, 207-226.
-

120. Havranek, T., & Irsova, Z. (2011). Estimating vertical spillovers from FDI: Why results vary and what the true effect is. *Journal of International Economics*, 85(2), 234-244.
121. Hayat, A. (2018). FDI and economic growth: the role of natural resources?. *Journal of Economic Studies*, 45(2), 283-295.
122. Herger, N., & McCorriston, S. (2014). *Horizontal, vertical, and conglomerate FDI: Evidence from cross border acquisitions* (No. 14.02). Working Paper.
123. Hintošová, A.B. (2021). Inward FDI: Characterizations and Evaluation. *Encyclopedia 2021*, 1, 1026–1037. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia1040078>
124. Hobbs, S., Paparas, D., & E AboElsoud, M. (2021). Does foreign direct investment and trade promote economic growth? Evidence from Albania. *Economies*, 9(1), 1.
125. Hoekman, B. (1999). *Competition Policy and the Global Trading System: a Developing-Country Perspective*. The World Bank.
126. Holmstrom, B. R., & Tirole, J. (1989). The theory of the firm. *Handbook of industrial organization*, 1, 61-133.
127. Hovenkamp, H. (2009). United States competition policy in crisis: 1890-1955. *Minn. L. Rev.*, 94, 311. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(00\)00016-X](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(00)00016-X).
128. Hutchinson, E. (2017). *Principles of Microeconomics*. Преузето са Интернет адресе: <https://pressbooks.bccampus.ca/uvicecon103/>
129. Hymer, S. (1976). *The international Operations of national firms: A Study of direct foreign investment*. Boston: MIT Press
130. Hysa, E. & Hodo, L. (2016). Foreign direct investment and economic growth in Albania: a co-integration analysis, *International Economics*, 15, 234-244.
131. Ietto-Gillies, G. (2019). *Transnational Corporations and International Production Concepts, Theories and Effects*, Third Edition, USA: Edward Elgar Publishing Inc.
132. Ilgün, E. & Coskun, A. (2009). Reconstruction and Developments in the Banking Sector of Bosnia and Herzegovina, *International Symposium on Sustainable Development, Sarajevo*, 1.
133. Im, K.S., Pesaran, M.H., & Shin, Y. (1997). Testing for Unit Roots in Heterogenous Panels, DAE, Working Paper 9526, University of Cambridge.
134. International Monetary Fund. (1948). *Balance of Payments and International Investment Position Manual*. Washington, DC: International Monetary Fund
135. Ivić, M. M. (2013). Foreign direct investment and their characteristics in Bosnia and Herzegovina. *Journal of Process Management. New Technologies*, 1(4), 56-63.

136. Jacquemin, A., & Slade, M. E. (1989). Cartels, collusion, and horizontal merger. *Handbook of industrial organization*, 1, 415-473.
137. Jain, N. K., Kundu, S. K., & Newbury, W. (2015). Efficiency-seeking emerging market firms: Resources and location choices. *Thunderbird International Business Review*, 57(1), 33-50.
138. Jenkins, R. (1996). Theoretical perspectives on the transnational corporation. In *International Political Economy: State-market Relations in the Changing Global Order*, C. Roe. Goddard, John T. Passe-Smith, and John G. Conklin, eds. International political economy: Statemarket relations in the changing global order. Boulder, CO: Lynne Rienner.
139. Joekes, S., & Evans, P. (2008). *Competition and development: the power of competitive markets*. IDRC, Ottawa, ON, CA.
140. Joković, S. (2019). Competition and Serbian Public Procurement Policy. *Eur. Procurement & Pub. Private Partnership L. Rev.*, 14, 174.
141. Joksimović, M., & Mitrović, R. (2017). Foreign direct investments as well as significant factor in the economic development. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 118-125.
142. Jones, J., Serwicka, I., & Wren, C. (2020). Motives for foreign direct investment location in Europe and EU enlargement. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(8), 1681-1699.
143. Јовановић-Гавриловић, Б. (2004). Међународно пословно финансирање, Београд: Економски факултет
144. Kaličanin, T., Hanić, A., Jovanović, M., Knežević, D., & Hasan, K. A. (2017). Influence of the fdi inflows on economic growth in Montenegro. *Sustainable growth in small open economies, Book of abstracts*, 186.
145. Kastratović, R. (2016). The influence of foreign direct investments on economic and social development of Serbia. *Bankarstvo*, 45(4), 70-93.
146. Kastratović, R. (2018). Foreign Direct Investment Impact on Market Concentration in the Manufacturing Sector of Bosnia and Herzegovina. *FACTA UNIVERSITATIS-Economics and Organization*, 15(2), 135-148.
147. Koch, F. E. (1945). Cartels as Instruments of International Economic Organization. Public and Private Legal Aspects of International Cartels. *The Modern Law Review*, 8(3), 130-148.
148. Koenker, R. W., & Perry, M. K. (1981). Product differentiation, monopolistic competition, and public policy. *The Bell Journal of Economics*, 217-231.
149. Kokko, A. (1994). Technology, market characteristics, and spillovers. *Journal of development economics*, 43(2), 279-293.

150. Костић, М. (2018). Теоријско-методолошка анализа услова конкуренције у антимонополској политици. Крагујевац: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
151. Костић, М. (2008). Мерење концентрације понуде гране. *Економски хоризонти*, 10(1), 95.
152. Костић, М. (2013). Тржишна моћ корпорација и концентрација у грани. Крагујевац: Универзитет у Крагујевцу - Економски факултет.
153. Kostić, M., Maksimović, L., & Stojanović, B. (2016). The limitations of competition in the insurance markets of Slovenia, Croatia and Serbia. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 29(1), 395-418.
154. Ковачевић, Р. (2004). Утицај страних директних инвестиција на привредни раст-искуства земаља Европске Уније, Преузето са Интернет адресе: www.doiserbia.nb.rs/iMG/doi/0025-8555/2004/0025-85550404409K.pdf, приступљено: 01.06.2020.
155. Krivka, A. (2016). On the concept of market concentration, the minimum Herfindahl-Hirschman index, and its practical application. *Panoeconomicus*, 63(5), 525-540.
156. Krkoska, L. (2002). *Foreign direct investment financing of capital formation in central and eastern Europe*. Преузето са Интернет адресе: <https://unece.org/fileadmin/DAM/ie/industry/documents/krkosk.pdf>
157. *Krugman, P. & Obstfeld, M., (2003). International Economics, Sixth Edition, Addison Westley.*
158. Kyrkilis, D., Nikolopoulos, E., & Pantelidis, P. (2008). Economic Size, Foreign Direct Investment and Economic Crisis, Management of International Business and Economic Systems (MIBES) International Conference Proceedings, 228-234.
159. Лабус, М. (2008), Упоредна анализа релевантног тржишта – концепт и примена, *Економика предузећа*, 56 (1-2), 48-60.
160. Lall, S. (1979). Multinational and Market Structure in an open Developing Economy: The Case of Malaysia. *Review of World Economies*, 115(2), 325-350.
161. Le Corre, P. (2018). China's Rise as a Goeconomic Influencer: Four European Case Studies. *Carnegie Endowment for International Peace*. Преузето са Интернет адресе: <https://carnegieendowment.org/2018/10/15/china-s-rise-as-geoeconomic-influencer-four-european-case-studies-pub-77462>
162. Leitaο, N. C. (2010). Financial development and economic growth: a panel data approach. *Theoretical and Applied Economics*, 15-24.
163. Lensink, R. и Morrissey, O. (2006). Foreign Direct Investment: Flows, Volatility, and the Impact on Growth. *Review of International Economics*, 14(3), 478-493.

164. Levenstein, M., & Suslow, V. Y. (2003). Contemporary international cartels and developing countries: Economic effects and implications for competition policy. *Antitrust LJ*, 71, 801.
165. Li, C., Luo, Y., & De Vita, G. (2020). Institutional difference and outward FDI: Evidence from China. *Empirical Economics*, 58(4), 1837-1862.
166. Lipczynski, J., Wilson J. & Goddard J., (2009), *Industrial Organisation – competition, strategy, policy*, UK: Prentice Hall
167. Lipsey, R. E. (2002). Home and host country effects of FDI. *NBER Working Paper*, 9293.
168. Liu, X., Wang, C., & Wei, Y. (2001). Causal links between foreign direct investment and trade in China. *China economic review*, 12(2-3), 190-202.
169. Lorenz, M. O. (1905). Methods of measuring the concentration of wealth. *Publications of the American statistical association*, 9(70), 209-219.
170. Ludoşean, B. M. (2012). A VAR analysis of the connection between FDI and economic growth in Romania. *Theoretical and Applied Economics*, 19(575), 115-130.
171. Lundin, N., Sjöholm, F., He, P. & Qian, J. (2007) FDI, Market Structure and R and D Investments in China. *Working Paper No. 708*, The International Centre for the Study of East Asian Development, Ktakyushu.
172. Lyroudi, K., Papanastasiou, J., & Vamvakidis, A. (2004). Foreign direct investment and economic growth in transition economies. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 2(1), 97-110.
173. Љутић, И. (2013). Правна контрола транснационалних компанија. Докторска дисертација. Ниш: Правни факултет Универзитета у Нишу
174. Mamuti, A., & Ganic, M. (2019). Impact of FDI on GDP and Unemployment in Macedonia Compared to Albania and Bosnia and Herzegovina. In *Creative Business and Social Innovations for a Sustainable Future* (167-173). Springer, Cham.
175. Mandrescu, D. (2018). The SSNIP Test and Zero-Pricing Strategies. *Eur. Competition u Reg. L. Rev.*, 2, 244.
176. Мандић, Б (2018). Стране директне инвестиције – стање и перспективе у Босни и Херцеговини. *СВАРОГ*, 16, 179-187.
177. Mankiw, G., (2001), *Principels of Economics*, USA: Harcourt College Publishers
178. Marfels, C. (1975). A bird's eye view to measures of concentration. *The Antitrust Bulletin*, 20(3), 485-503.

179. Марић, К., & Матић, Ј. (2018). Иноземна изравна улагања у Републику Хрватску и успоредба с одабраним неразвијеним земљама. *Зборник свеучилишта Libertas*, 3(3), 147-167.
180. Marinova, S. T. (2018). Motives and strategies for foreign direct investment in Central and Eastern Europe. In *Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe* (pp. 93-116). Routledge.
181. Mariotti, S., Mutinelli, M., & Piscitello, L. (2003). Home country employment and foreign direct investment: evidence from the Italian case. *Cambridge Journal of Economics*, 27(3), 419-431.
182. Marjanović, D., & Đukić, M. (2020). Western Balkan countries as an attractive investment destination. *Economic Analysis: journal of emerging economics*, 53(2), 109-120.
183. Markusen, J. R. (1995). The boundaries of multinational enterprises and the theory of international trade. *Journal of Economic perspectives*, 9(2), 169-189.
184. Markusen, J. R. (2002). *Multinational firms and the theory of international trade*. MIT press. Преузето са Интернет адресе: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/8380/1/MPRA_paper_8380.pdf
185. Markusen, J. R., & Venables, A. J. (1999). Foreign direct investment as a catalyst for industrial development. *European economic review*, 43(2), 335-356.
186. Markusen, J., R. & Venables, A., J. (1997): Foreign Direct Investment as a Catalyst for Industrial Development. Working Paper No: 5696, National Bureau of Economic Research, Cambridge, Mass.
187. Marquez, J. (1994). Life Expectancy of International Cartels: An Empirical Analysis. *Review of Industrial Organization*, 9: 331–341.
188. Мартишковић, Ж., Војак, Н. и Пожега С. (2012). Значај иноземних изравних улагања у Републику Хрватску. *Зборник Велеучилишта у Карловцу*, 2 (1), 125-135.
189. Masanja, C. (2018). The extent to which Foreign Direct Investment (FDI) contribute to the growth of host economies: evidence from Tanzania. *Business Management Review*, 21(1), 1-22.
190. Maskin, E., & Tirole, J. (1987). A theory of dynamic oligopoly, III: Cournot competition. *European economic review*, 31(4), 947-968.
191. Mason, E. S. (1949), The Current State of the Monopoly Problem in the United States, *Harvard Law Review*, 62, 1265-1285.
192. Maudos, J., & Vives, X. (2019). Competition policy in banking in the European Union. *Review of Industrial Organization*, 55(1), 27-46.

193. Маџар, Ј. (2011). Политика конкуренције као фактор интеграција Србије у ЕУ. *Школа бизниса*, 3, 87-101.
194. Mehić, E., Silajdžić, S. & Babić-Hodović, V. (2014) The Impact of FDI on Economic Growth: Some Evidence from Southeast Europe, *Emerging Markets Finance and Trade*, 49(1), 5-20, DOI: [10.2753/REE1540-496X4901S101](https://doi.org/10.2753/REE1540-496X4901S101)
195. Melnyk, L., Kubatko, O. i Pysarenko, S. (2014). The impact of foreign direct investment on economic growth: case of post communism transition economies. *Problems and Perspectives in Management*, 12(1), 17-25.
196. Mencinger, J. (2003). Does foreign direct investment always enhance economic growth?. *Kyklos*, 56(4), 491-508.
197. Mengistu, B., & Adams, S. (2007). Foreign direct investment, governance and economic development in developing countries. *Journal of social political and economic studies*, 32(2), 223.
198. Meyer, K. E. (2015). What is “strategic asset seeking FDI”? *The Multinational Business Review*. 23(1), 57-66. <https://doi.org/10.1108/MBR-02-2015-0007>
199. Mi, L. (2019). *Strategic intent, FDI entry strategies, and emerging market MNEs' subsidiary performance: the strategic fit approach*. A thesis presented in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Management at Massey University, Albany, New Zealand (Doctoral dissertation, Massey University).
200. Milojević, I., Ignjatijević, S., & Đorđević, D. (2016). Analysis of investment factors which are influencing the growth of the Republic of Serbia. *Economics of Agriculture*, 63(4), 1205-1218.
201. Milovanović, G. (2009). Lessons of the global financial crisisi for future regulation of financial institutions and markets. Преузето са Интернет адресе: http://www.ekfak.kg.ac.rs/sites/default/files/InostraniKapital/Inostrani%20kapital%20kao%20faktor%20razvoja%20zemalja%20u%20tranziciji_nov_2009.pdf
202. Младеновић, З. (2010). *Коинтеграција*. Преузето са Интернет адресе: www.avf.ekof.bg.ac.rs/master%20%20primenjena%20analiza%20vremenskih%20serija/materijali/Kointegracija-osnove12%20.pdf
203. Moosa I.A. (2002). Theories of Foreign Direct Investment. In: Foreign Direct Investment. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781403907493_2
204. Moraru, C. (2013). Foreign direct investment and economic growth in Romania. *Theoretical and Applied Economics*, 20(5), 125-134.
205. Motta, M. & Polo, M. (2005). Leniency programs. *3 Issues in Competition Law and Policy*, 2219-2228.

206. Motta, M. (2004). *Competition policy: theory and practice*. Cambridge University Press.
 207. Moura, R. & Forte, R. (2009). The effects of foreign direct investment on the host country's economic growth: theory and empirical evidence. *The Singapore Economic Review*, 58(03), 1350017.
 208. Muaremi, L., Konomi, R., & Salihi, S. (2015). Foreign direct investment in Macedonia. *European Scientific Journal, ESJ*, 11(4). Преузето са Интернет адресе: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/5141>
 209. Muharremi, O., Cakerri, L., & Madani, F. (2020). An empirical study in Albania of foreign direct investments and economic growth relationship. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(2), 193.
 210. Mukli, L., Cota, A., & Mersini, R. (2012). Foreign direct investment and entry modes of mobile telecommunication companies in Albania. *European Scientific Journal*, 8(7).
 211. Mulyaningsih, T. (2014). *Banking competition and its relationship with banking stability: Evidence from Indonesia 1980-2010*. PhD Thesis. Indonesia: Faculty of Business, Government and Law
 212. Nanut, V., & Tracogna, A. (2003). Processi di internazionalizzazione delle imprese: vecchi e nuovi paradigmi. *Sinergie n*, 11-34.
 213. Несторовић, О. (2014). Стране директне инвестиције као фактор одрживог развоја Републике Србије. Крагујевац: Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
 214. Несторовић, О. (2015). Да ли стране директне инвестиције доприносе привредном расту земаља у транзицији?. *Економске теме*, 53(2), 273-282.
 215. Newfarmer, R. S. (1979). TNC Takeovers in Brazil: The Uneven Distribution of Benefits in the Market for Firms. *World Development*, 7(1), 25-43.
 216. Nistor, P. (2015). FDI implications on BRICS economy growth. *Procedia Economics and Finance*, 32, 981-985.
 217. Okafor, G., Piesse, J., & Webster, A. (2017). FDI determinants in least recipient regions: The case of sub-Saharan Africa and MENA. *African Development Review*, 29(4), 589-600.
 218. Olayinka, J. A., & Loykulnanta, S. (2019). How Domestic Firms Benefit from the Presence of Multinational Enterprises: Evidence from Indonesia and Philippines. *Economies*, 7(3), 94.
 219. Orazalin, R. and Dulambaeva, R. (2013). FDI Impact on Host Country's Market Concentration and Profitability. *Actual Problems of Economics*, 139, 428-438.
 220. Oxelheim, L. & Pontus, B. (1999) : Does Foreign Direct Investment Replace Home Country Investment? The Effect of European Integration on the Location of Swedish
-

Investment, IUI Working Paper, No. 522, The Research Institute of Industrial Economics (IUI), Stockholm

221. Pack, H. & Saggi, K. (2001). Vertical technology transfer via international outsourcing. *Journal of Development Economics*, 65(2), 389-415.
222. Pan, Y. (2017). Strategic motives, institutional environments, and firm's FDI ownership. *Multinational Business Review*. 25(4), 307-327.
223. Pananond, P. (2015). Motives for foreign direct investment: a view from emerging market multinationals. *The Multinational Business Review*. 23(1),77-86.
224. Pantelidis, P., & Nikolopoulos, E. (2008). FDI attractiveness in Greece. *International Advances in Economic Research*, 14(1), 90-100.
225. Pantelidis, P., & Paneta, E. (2016). Determinants of inward foreign direct investment in Greece. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(5), 367-371.
226. Pantelidis, P., Rania, V., George, D., & Anastasiadou, K. (2011). *International Banking System. Conceptual Approach, Advantages, and Risks*. Department of Business Administration Technological Educational Institute of Serres
227. Panjaitan, R., Primiana, I., Ariawati, R. R. & Masyita, D. (2016). The effect of foreign bank penetration on the banking concentration and its impact on financial stability in Indonesian banking industry. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(8): 197-210.
228. Parenti, M., Ushchev, P., & Thisse, J. F. (2017). Toward a theory of monopolistic competition. *Journal of Economic Theory*, 167, 86-115.
229. Parežanin, M., Jednak, S., & Kragulj, D. (2016). The impact of FDI on the economic growth of Serbia. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 21(78), 25-32.
230. Patakyová, M. T. (2020). competition law in digital era—how to define the relevant market?. *EMAN 2020—Economics & Management: How to Cope with Disrupted Times*, 171.
231. Пејаковић, Г. (2012). Анализа прилива страних директних инвестиција у Босни и Херцеговини. *Зборник радова Економског факултета*, 6, 339-350.
232. Peritz, R. J. (2000). *Competition policy in America: history, rhetoric, law*. Oxford University Press on Demand.
233. Pesaran, M. H. (2021). General diagnostic tests for cross-sectional dependence in panels. *Empirical Economics*, 60(1), 13-50.
234. Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. P. (1999). Pooled mean group estimation of dynamic heterogeneous panels. *Journal of the American statistical Association*, 94(446), 621-634.

235. Petrochilos, G. A. (1989). *Foreign direct investment and the development process: The case of Greece*. Gower Publishing Company.
236. Phung, H. B. (2016). Determinants of FDI into developing countries. *Mark A. Israel '91 Endowed Summer Research Fund in Economics*. 4. Преузето са Интернет адресе: https://digitalcommons.iwu.edu/israel_economics/4
237. Pindyck, S., R. and Rubinfeld, L., D., (2005), *Microeconomics*, London: Prentice Hall International
274. Поповић, В., и Вукадиновић, Р., (2007), *Међународно пословно право, општи део*, Правни факултет у Бања Луци – Центар за право Европске уније у Крагујевцу, Бања Лука – Крагујевац.
238. Polat, B. (2017). Financial components of FDI and choice of capital structure: an analysis for 30 OECD countries, *Applied Economics*, 49(19), 1901-1912.
239. Porter, M. E. (1980). Industry structure and competitive strategy: Keys to profitability. *Financial analysts journal*, 36(4), 30-41.
240. Poulsen, L., & Hufbauer, G. (2011). Foreign direct investment in times of crisis. *Transnational Corporations*, 20(1), 19-38.
241. Протић, Д., & Лазаревић, Н. (2015). *Политика конкуренције у Србији: у чему је проблем?*. Центар за европске политике.
242. Радивојевић, В. (2013). *Мерење концентрације и тржишне моћи привредних субјеката у функцији унапређења политике заштите конкуренције*. Докторска дисертација, Ниш: Економски факултет Универзитета у Нишу.
243. Радовић, С. (2011). Теорија игара и стратешко понашање олигопола. *Зборник радова Економског факултета у Источном Сарајеву*, (5), 257-269.
244. Radulović, M. (2018). The impact of foreign direct investments on host country market structure: A case of Serbia's automotive industry. *5th International Scientific Conference on Contemporary Issues in Economics, Business and Management* (2018), Крагујевац: Faculty of Economics University of Kragujevac
245. Радуловић, М. (2019). Ефекти страних директних инвестиција на економски раст земаља Југоисточне Европе. *XXIV научни скуп „Регионални развој и демографски токови земаља Југоисточне Европе“*. Ниш: Економски факултет Универзитета у Нишу
246. Radulović, M. (2020). Market concentration and foreign direct investment in the financial leasing sector of the Republic of Serbia. *Škola biznisa*, 17(1), 1-19.
247. Rasiah, R., Gammeltoft, P., & Jiang, Y. (2010). Home government policies for outward FDI from emerging economies: lessons from Asia. *International Journal of emerging markets*. 5 (3/4), 333-357.

248. Ray, S. G. (2017). Impact of macroeconomic uncertainties and political risks on the pattern of fdi in the developing world: An empirical evidence from african, asian and latin american economies. *Asian Journal of Science and Technology*, 8(4), 4671-4678.
249. Rey, P. (2002). Towards a Theory of Competition Policy, IDEI Working Papers 121, Institut d'Économie Industrielle (IDEI), Toulouse.
250. Rivera-Batiz, F. L., & Rivera-Batiz, L. A. (1990). The effects of direct foreign investment in the presence of increasing returns due to specialization. *Journal of Development Economics*, 34(1-2), 287-307.
251. Robinson, J. (1933). *The Economics of imperfect competition*, London: Macmillan
252. Rodrik, D. (2006). The social cost of foreign exchange reserves. *International Economic Journal*, 20(3), 253-266.
253. Romer, P. M. (1993). The origins of endogenous growth. *Journal of Economic perspectives*, 8(1), 3-22.
254. Ross, T. W. (1992). Cartel stability and product differentiation. *International Journal of Industrial Organization*, 10(1), 1-13.
255. Rutkowski, A. (2006). Inward FDI, concentration, and profitability in the CEECs: Were the domestic firms crowded out or strengthened?. *Transnational Corporations*, 15(3), 105.
256. Saglam, Y. (2017). FDI and Economic Growth in European Transition Economies: Panel Data analysis. *Journal of Yaşar University*, 12(46), 123-135.
257. Salazar-Xirinachs, J. M., Nübler, I., & Kozul-Wright, R. (2014). Transforming economies. *Making industrial policy work for growth, jobs and development*. Geneva.
258. Santangelo, G. D. (2018). The impact of FDI in land in agriculture in developing countries on host country food security. *Journal of World Business*, 53(1), 75-84.
259. Sârbu, M. R. & Carp, L., (2014). The Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth: The Case of Romania, *Acta Universitatis Danubius. OEconomica*, 11(4), 127-137.
260. Sathye, M. (2002), The Impact of Foreign Banks on Market Concentration: The case of India, *Applied Econometrics and International Development*, 2(1), 7-20.
261. Sedmihradsky, M., & Klazar, S. (2001). Tax competition for FDI in Central-European countries. *CESifo Working Paper, No. 647*, Center for Economic Studies and ifo Institute (CESifo), Munich
262. Shapiro, C. (1989). The theory of business strategy. *The Rand journal of economics*, 20(1), 125-137.

263. Sharma, K. (2011). SSNIP тест: a useful tool, not a panacea. *Competition Law Rep*, 178, 188-192.
264. Silva, A. L. (2001). Chamberlain on product differentiation, market structure and Competition: An essay. *Porto: Faculdade de Economia do Porto, Universidade do Porto*.
265. Singh, A., & Dhumale, R. (2001). Competition policy, development, and developing countries. In *What Global Economic Crisis?* (122-145). London: Palgrave Macmillan
266. Singh, S. (2011). FDI in retail: Misplaced expectations and half-truths. *Economic and Political Weekly*, 13-16.
268. Smarzynska Javorcik, B. (2004). Does foreign direct investment increase the productivity of domestic firms? In search of spillovers through backward linkages. *American economic review*, 94(3), 605-627.
269. Smarzynska, B. (2003). Does Foreign Investment Increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers through Backward Linkages. *The William Davidson Institute, William Davidson Working Paper*, (548).
270. Smith, J. L. (2005). Inscrutable OPEC? Behavioral tests of the cartel hypothesis. *The Energy Journal*, 26(1).
271. Spencer, J. W. (2008). The impact of multinational enterprise strategy on indigenous enterprises: Horizontal spillovers and crowding out in developing countries. *Academy of management review*, 33(2), 341-361.
272. Stamatiou, P., & Dritsakis, N. (2014, June). The impact of foreign direct investment on the unemployment rate and economic growth in Greece: A time series analysis. In *International Work-Conference on Time Series Analysis (ITISE)*, 1(1), 97-108.
273. Stanišić, N. (2008). Do Foreign Direct Investments Increase the Economic Growth of Southeastern European Transition Economies? *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 1, 29–38.
274. Stankov, B. (2017) *Panel analysis of foreign direct investments and competitiveness in emerging and developing European countries*. Novi Sad: Faculty of Economics and Engineering Management, doctoral dissertation
275. Stankov, B., Markov, J., & Milošević, I. (2015). FDI by economic activities and investment incentives in Bulgaria and Serbia. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 20(77), 61-69.
276. Stefanović, S., Radović-Marković, M. and Ćirilović, T. (2009). Foreign direct investment as a factor of economic growth and development of the Serbia. In: *Business Opportunities in Serbia: the case of Italian business sector and the role of management education*. *Belgrade Banking Academy and Institute of Economic Sciences*, 251-257.

277. Stojanović, B., & Kostić, M. (2013). Competition policy and the impact of market structure on companies' profitability. *Ekonomika preduzeća*, 61(5-6), 325-338.
278. Stojanović, B., Radivojević, V., & Stanišić, T. (2012). Institucionalne pretpostavke efikasnosti politike zaštite konkurencije. *Ekonomski horizonti*, 14(2), 121-131.
279. Stojanović, D. M. (2018). Foreign direct investments, export and economic growth in the Serbia. *Poslovna ekonomija*, 12(1), 54-72.
280. Sutton, J. (2007): Quality, Trade and the Moving Window: The Globalization Process. *The Economic Journal*, 117(524), 469-498.
281. Szczepański, M. (2019). *EU Competition Policy: Key to a Fair Single Market: In-depth Analysis*. European Parliament.
282. Škare, M., Franc-Dąbrowska, J., & Cvek, D. (2020). Cointegration analysis and VECM of FDI, employment, export and GDP in Croatia (2002? 2017) with particular reference to the global crisis and poor macroeconomic governance. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 15(4), 761-783.
283. Šušić, I., Stojanović-Trivanović, M., & Šušić, M. (2017, May). Foreign direct investments and their impact on the economic development of Bosnia and Herzegovina. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 200(1), IOP Publishing.
284. Šušić, M. (2018). Research the impact of fdi on some macroeconomic indicators in Bosnia and Herzegovina by using of program IBM SPSS Statistics. *Journal of Process Management. New Technologies*, 6(3), 13-24.
285. Tushevskaja, B. (2020). Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja u republici Sjevernoj Makedoniji 20 godina Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja u Republici Sjevernoj Makedoniji. *Pravni vjesnik: časopis za pravne i društvene znanosti Pravnog fakulteta Sveučilišta JJ Strossmayera u Osijeku*, 36(3-4), 43-68.
286. Ukav, I. (2017). Market structures and concentration measuring techniques. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 1-16.
287. UNCTAD. (1998). *World Investment Report: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development*, Geneva: United Nations
288. UNCTAD. (2018). Transnational corporations: investment and development. Преузето са Интернет адресе https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2018d3_en.pdf
289. Vanlommel, E., de Brabander, B., & Liebaers, D. (1977). Industrial concentration in Belgium: Empirical comparison of alternative seller concentration measures. *The journal of industrial economics*, 1-20.
290. Vasa, L., & Angeloska, A. (2020). Foreign direct investment in the Republic of Serbia: Correlation between foreign direct investments and the selected economic variables. *Journal of International Studies*, 13(1).
-

291. Видас-Бубања, М. (2008). Методе и детерминате страних директних инвестиција. Београд: Институт економских наука
292. Вучинић, Н. (2010). Стране директне инвестиције у Србији од 2000. године до 2010. године. Београд: Универзитет Сингидунум
293. Wang, C., & Zhao, Z. (2008). Horizontal and vertical spillover effects of foreign direct investment in Chinese manufacturing. *Journal of Chinese economic and foreign trade studies*, 1(1), 8-20.
294. Wang, J. Y., & Blomström, M. (1992). Foreign investment and technology transfer: A simple model. *European economic review*, 36(1), 137-155.
295. Warlouzet, L. (2016). The centralization of EU competition policy: Historical institutionalist dynamics from cartel monitoring to merger control (1956–91). *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 54(3), 725-741.
296. Werden, G. J (1992). The History of Antitrust Market Delineation. *Marquette Law Review*, 76 (1), 123-215.
297. Whitley, S. (2013). Time to Change the Game: Fossil Fuel Subsidies and Climate. London: Overseas Development Institute
298. Willmore, L. N. (1987). Controle estrangeiro e concentração na indústria brasileira. *Pesquisa e planejamento econômico*, 17(1), 161-90.
299. Wu, R., & Tu, M. (2014). The Influence of FDI on the Market Structure of the Port Industry. *Applied Mechanics and Materials*, 590, 895-900.
300. Yun, M. & S. Lee. (2001). Impact of FDI on Competition: The Korean Experience, *Working paper 01-04*. Seoul: Korea Institute for International Economic Policy.
301. Zairis, A. (2016). The course of foreign direct investment in the Greek economy. *Journal of Economics and Business*, 19(2), 11-32.
302. Zhang, J., Hartarska, V., & Malikov, E. (2021). Product and geographic market diversification in US banking. *Finance Research Letters*, 42, 101-881.
303. Zimmerman, J. E., & Connor, J. M. (2005). Determinants of cartel duration: A cross-sectional study of modern private international cartels. Преузето са Интернет адресе: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.523.9687&rep=rep1&type=pdf>

Електронски извори:

295. Хеленска комисија за телекомуникације и пошту (ЕЕТТ): https://www.eett.gr/opencms/opencms/EETT_EN/index.html, приступљено, 07.09.2020.
296. Агенција за електронске комуникације Северне Македоније: <https://aek.mk/en/analiza-na-pazar-2/>, приступљено, 15.10.2020.
297. Агенција за привредне регистре Републике Србије: <https://www.apr.gov.rs/>, приступљено: 05.07.2020.
298. Агенције за електронске комуникације и поштанску дјелатност Црне Горе: <https://www.ekip.me/>
299. Аустријски институт за међународне економске студије: <https://www.wifo.ac.at/>, приступљено: 27.01.2020.
300. Bisnode: <https://www.bisnode.ba>, приступљено: 20.07.2020.
301. Business Info Group: <https://big.co.rs/sr/>
302. Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A52004XC0205%2802%29>
303. Дигитална комора Хрватске: <https://digitalnakomora.hr/home>, приступљено: 05.08.2020.
304. Дуванска индустрија Бујановац: <https://dib.rs/>
305. Дуванска индустрија Чока: <http://www.dic-coke.co.rs/pages/home>
306. Европска комисија: https://ec.europa.eu/info/index_en
307. Закон о заштити конкуренције Републике Србије, Сл. Гласник РС бр. 51/2009 и 95/2013: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_konkurencije.html
308. Закон о заштити конкуренције "Службени листи ЦГ", бр. 44/2012 и 13/2018: <http://www.azzk.me/dp/doc/Pravni%20okvir/Zakon%20o%20zastiti%20konkurencije%202018%20-%20precisceni%20tekst.pdf>, приступљено: 23.12.2020.
309. Invest Slovenia: <https://www.sloveniabusines.eu/why-slovenia/>, www.investslovenia.org
310. Japan Tobacco International: <https://www.jti.com/sr/europe/serbia>
311. Комисија за заштиту конкуренције Србије: <https://www.kzk.org.rs/>

312. Комисије за регулацију комуникација Бугарске: <https://csc.bg/en/rubrics/375/annual-reports>, приступљено 02.08.2020.
313. Конкуренцијски савјет Босне и Херцеговине: <http://bihkonk.gov.ba/sr/>
314. Monus Beograd: <https://www.monus.rs/rs/index.php>
315. Министарство финансија Црне Горе: <https://www.gov.me/mif>
316. Мтел Црна Гора: <https://mtel.me/>
317. Народна банка Србије: https://nbs.rs/sr_RS/indeks/
318. Националне студије о тржишту дувана и дуванских производа Института економских наука у Београду: <http://tobaccotaxation.org/research.php?cID=26&lng=srb>, приступљено: 27.09.2020.
319. Национални статистички института Румуније: <https://insse.ro/cms/en>
320. Национално тело за управљање и регулисање комуникација Румуније (ANCOM): <https://www.ancom.ro/en/>, приступљено, 17.10.2020.
321. OECD: <https://www.oecd.org/>
322. Philip Morris International: <https://www.pmi.com/markets/serbia/rs/>
323. Развојна агенција Србије: <https://ras.gov.rs/>
324. Регистар привредних субјеката у Федерацији Босне и Херцеговине: <http://www.kfbih.com/registar-privrednih-subjekata>), приступљено: 15.07.2020.
325. Регулаторна агенција за електронске комуникације и поштанске услуге Републике Србије (РАТЕЛ): <https://www.ratel.rs/sr/page/godisnji-pregledi-trzista>, приступљено, 07.08.2020.
326. Регулаторна агенција за комуникације Босне и Херцеговине: <https://rak.ba/sr-Cyrl-BA/telecom-market-analysis>, приступљено 24.07.2020.
327. Statista.com: <www.statista.com/>, приступљено: 29.07.2020.
328. UNCTAD: <https://unctad.org/>
329. Управа за електронске и поштанске комуникације Албаније: <https://aker.al/en/publications/statistics/>, приступљено 22.07.2020.
330. Heritage фондација: <https://www.heritagefund.org.uk/>
331. Хрватска регулаторна агенција за мрежне делатности (НАКОМ): <https://www.hakom.hr/hr/analiza-trzista/164>, приступљено, 05.09.2020.
-

332. Center for the Study of Democracy Bulgaria: <https://csd.bg/>
333. Corporate Finance Institute:
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/eclectic-paradigm/>, приступљено: 20.06.2021.
334. China-CEE Institute: <https://china-cee.eu/>
335. Council Regulation (EC) No 139/2004: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32004R0139>
336. Централна банка Црне Горе: <https://www.cbcbg.me/>
337. Централни регистар Северне Македоније: <https://www.crm.com.mk/>,
приступљено: 07.07.2020.
338. Црногорски Телеком: <https://telekom.me/privatni-korisnici>

БИОГРАФИЈА

Марија Радловић је рођена у Крушевцу, 26.01.1986. године. Основну школу "Бранко Радичевић" је завршила у Грачацу, општина Врњачка Бања, као носилац дипломе „Вук Караџић“. Гимназију у Врњачкој Бањи је завршила са одличним успехом. Економски факултет Универзитета у Крагујевцу, одељење у Врњачкој Бањи, је уписала у академској 2006/07. години. Основне академске студије је завршила 24.09.2010. године одбранивши завршни рад са оценом „положила са похвалом“. Мастер академске студије завршила је на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу, 17.11.2015. године. Докторске академске студије је уписала на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу у академској 2016/17. години, на студијском програму Економија, модул Макроекономија. Године 2020. је изабрана у истраживачко звање истраживач-сарадник за ужу научну област Општа економија и привредни развој. Током академске 2021/22. године ангажована је као сарадник (демонстратор) на предмету Микроэкономија на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу.

Од 2014. године ангажована је као консултант и предавач у Центру за људске ресурсе у Београду из области анализе пословног окружења и статистике. У Центру за истраживања Центра за људске ресурсе је ангажована као економиста и статистичар. Од 2021. године је власник Центра за истраживање и развој у друштвеним и хуманистичким наукама ARISE. Поред тога, ангажована је као хонорарни предавач, економиста и статистичар од стране више иностраних компанија. Од марта 2013. године је члан надзорног одбора Специјалне болнице „Меркур“ из Врњачке Бање. Члан је American Economic Association, Royal Statistical Society и International Statistical Institute.

Поседује активно знање рада на рачунару у Microsoft Office пакету и статистичким софтверима IBM SPSS, EVIEWS, Stata, R, OxMetrics, Gretl. На Економском факултету Универзитета у Крагујевцу похађала је курс „Optimization methods and their application in management“. Осим тога, успешно је завршила курс у организацији Међународног монетарног фонда, „Macroeconometric forecasting“ и Barcelona School of Economics „Time Series Models for Macroeconomic Analysis“.

Поседује активно знање енглеског језика, а служи се и француским и италијанским језиком.

Основне сфере научног интересовања су: национална конкурентност, политика заштите конкуренције, тржишна концентрација, стране директне инвестиције и економетријско-статистичке анализе.

Аутор је више радова саопштених на домаћим и међународним научним скуповима и конференцијама и објављених у часописима.

ИЗЈАВА АУТОРА О ОРИГИНАЛНОСТИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ја, **Марија Радуловић**, изјављујем да докторска дисертација под насловом:

„Стране директне инвестиције и ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе“

која је одбрањена на **Економском факултету** Универзитета у Крагујевцу представља *оригинално ауторско дело* настало као резултат *сопственог истраживачког рада*.

Овом Изјавом такође потврђујем:

- да сам *једини аутор* наведене докторске дисертације,
- да у наведеној докторској дисертацији *нисам извршио/ла повреду* ауторског нити другог права интелектуалне својине других лица,
- да умножени примерак докторске дисертације у штампаној и електронској форми у чијем се прилогу налази ова Изјава садржи докторску дисертацију истоветну одбрањеној докторској дисертацији.

У Крагујевцу, 05.04.2022. године,

потпис аутора

**ИЗЈАВА О ИСТОВЕТНОСТИ ШТАМПАНЕ И ЕЛЕКТРОНСКЕ ВЕРЗИЈЕ
ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ**

Ја, **Марија Радуловић**, изјављујем да је штампана верзија моје докторске дисертације под насловом:

„Стране директне инвестиције и ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе“

истоветна електронској верзији коју сам предала за објављивање на порталу Дигиталног репозиторијума Универзитета у Крагујевцу.

У Крагујевцу, 05.04.2022. године,

потпис аутора

ИЗЈАВА АУТОРА О ИСКОРИШЋАВАЊУ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ја, **Марија Радуловић**,

дозвољавам

не дозвољавам

Универзитетској библиотеци у Крагујевцу да начини два трајна умножена примерка у електронској форми докторске дисертације под насловом:

„Стране директне инвестиције и ниво тржишне концентрације у земљама Југоисточне Европе“

која је одбрањена на **Економском факултету** Универзитета у Крагујевцу, и то у целини, као и да по један примерак тако умножене докторске дисертације учини трајно доступним јавности путем дигиталног репозиторијума Универзитета у Крагујевцу и централног репозиторијума надлежног министарства, тако да припадници јавности могу начинити трајне умножене примерке у електронској форми наведене докторске дисертације путем *преузимања*.

Овом Изјавом такође

дозвољавам

не дозвољавам¹³

¹³ Уколико аутор изабере да не дозволи припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци, то не искључује право припадника јавности да наведену докторску дисертацију користе у складу са одредбама Закона о ауторском и сродним правима.

припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од следећих *Creative Commons* лиценци:

- 1) Ауторство
- 2) Ауторство - делити под истим условима
- 3) Ауторство - без прерада
- 4) Ауторство - некомерцијално
- 5) Ауторство - некомерцијално - делити под истим условима
- 6) Ауторство - некомерцијално - без прерада¹⁴

У Крагујевцу, 05.04.2022. године,

потпис аутора

¹⁴ Молимо ауторе који су изабрали да дозволе припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци да заокруже једну од понуђених лиценци. Детаљан садржај наведених лиценци доступан је на: <http://creativecommons.org.rs/>