



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

POLITIKA KONKURENCIJE I EFIKASNOST PRIVREDE

Apstrakt

Primarni cilj politike zaštite konkurencije je ostvarivanje efikasne alokacije resursa kroz promociju procesa efektivne konkurencije. Implementacija režima slobodne konkurencije je preduslov povećanja konkurentnosti dobara i usluga. Principi i ciljevi politike zaštite konkurencije, regulisanih odgovarajućim zakonima, je generalna zaštita konkurencije, borba protiv monopola, zloupotrebe dominantnog položaja i kontrola koncentracija tržišnog učesća. Efikasnost politike zaštite konkurencije ostvaruje se koordinisanjem svih delova ekonomske politike sa ciljem povećanja ekonomskih performansi privrede.

Ključne reči: konkurencija, politika, konkurentost, tržište, država, efikasnost

COMPETITION POLICY AND ECONOMIC EFFICIENCY

Abstract

The prime purpose of competition policy is to promote and maintain a process of effective competition so as to achieve a more efficient allocation of resources. The improvement of competition regime is necessary for ensuring competitiveness of goods and services. The purpose and aims of competition policy (giving in the competition law) are general protection of competition, anti-collusion, anti-monopoly and merger control, conduct of public agents (including firms enjoying exclusive rights). Competition policy also depends on the pro-competitive nature of other parts of economic policy (for example, trade policy).

Key words: competition, policy, competitiveness, market, state, efficiency

U otvorenoj tržišnoj privredi postoji potreba za definisanjem i implementacijom ekonomske politike koja treba da održava efikasno funkcionisanje proizvodnje i razmene. Pod pojmom efikasnosti u ovom smislu podrazumeva se da ekonomija mora biti u mogućnosti da ispuni tražnju za dobrima i uslugama potrošača na domaćem tržištu, da realizuje dovoljno svojih proizvoda u inostranstvu i da uz to omogući ostvarivanje ciljnih funkcija tržišnih aktera.

U analizi uticaja ekonomske politike ograničićemo se na politiku konkurencije kao važnog segmenta ekonomske politike. Pretpostaviće se da uloga politike konkurencije mora da reguliše ekonomsko ponašanje koje, u sprezi sa ostvarivanjem brojnih i kompleksnih ciljeva, vodi postizanju efikasnosti privrede i društva. To znači da treba stimulisati konkurentno ponašanje i regulisati monopolska i druga ograničenja konkurencije kako bi se osigurala proizvodnju proizvoda i usluga dovoljno visokog kvaliteta i uz dovoljno niske cene i troškove.

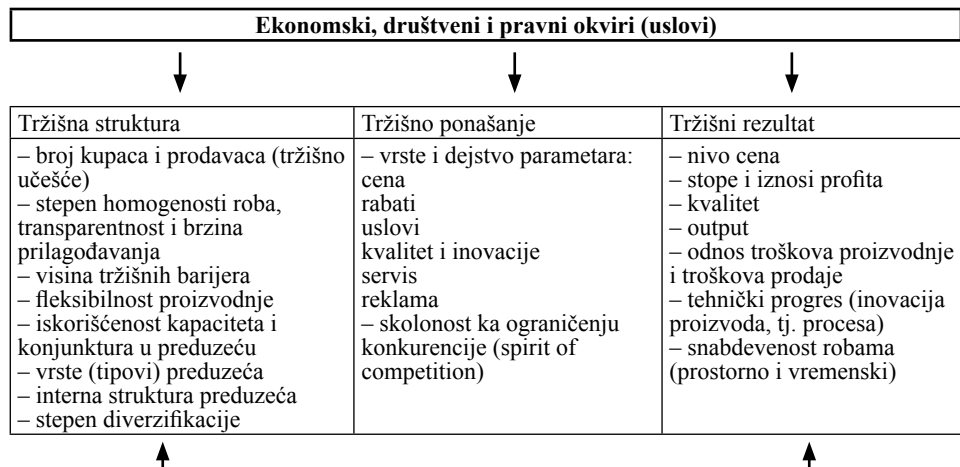
Politika stimulisanja konkurencije predstavlja važan segment ekonomske politike. Njenom primenom se regulišu ekonomska ponašanja koja vode postizanju efikasnosti privrede i društva. To znači da treba stimulisati konkurentno ponašanje i regulisati monopolska i druga ograničenja konkurencije kako bi se osigurala proizvodnju proizvoda i usluga dovoljno visokog kvaliteta i uz dovoljno niske cene i troškove. Efektivna konkurencija pri tome predstavlja poželjno stanje odnosa tržišnih aktera. Ukoliko ona ne postoji, merama politike konkurencije je treba uspostaviti. To se ostvaruje ograničavanjem monopolskog ponašanja i drugih vidova dominacije koji ugrožavaju položaj ostalih tržišnih aktera.

Ekonomska politika i efikasnost

Efektivna konkurencija predstavlja poželjno stanje odnosa tržišnih aktera. Ukoliko ona ne postoji, merama politike konkurencije je treba uspostaviti. Ne postoji garancija da će krajnji rezultat samog procesa konkurencije neophodno ispuniti sveukupni cilj efikasnosti u pogledu nivoa i stopa promena operative efikasnosti proizvođača. Mogućnosti konflikta različitih metoda ekonomske politike mogu čak dovesti do ugrožavanja konkurencije. To se dešava kada se stvori jaz između promocije konkurentnog ponašanja preko politike konkurencije i mogućeg smanjenja konkurentnog ponašanja podstaknutog drugim aspektima vladine politike u vezi sa “nacionalnim” interesima, zahtevima za pomoć industrijskim granama (poljoprivreda, brodogradnja, nove tehnologije) ili zbog povećanja zaposlenosti. Mogućnost konflikta je najočiglednija u stvaranju ili ohrabriranju pozicija domaćih dominantnih firmi preko postupaka koje sponzorise vlada.

Ovi zaključci su u nekim slučajevima suprotni od većine akademskih argumenata u ovoj oblasti. U relevantnoj savremenoj literaturi povećan naglasak stavlja se na gubitke blagostanja zbog integracija, povećane moći monopola i restrikcija slobodne trgovine. Upravo zbog toga se u svetlu postojećih ekonomskih i političkih odnosa ukazuje na neophodnost eksternog direktnog i indirektnog regulisanja uslova konkurencije primenom adekvatne politike konkurencije.

Na sledećoj šemi će se prikazati kako ekonomski, društveni i pravni okviri determinišu tržišnu strukturu, tržišno ponašanje i tržišni rezultat.



Slika 1. Koncept efektivne konkurencije

Uloga države u povećanju ekonomske efikasnosti privrede

Država određuje komplekse sistemotvornih i regulativnih elemenata kojima se uspostavlja ambijent za ispoljavanje individualnih i kolektivnih preferencija. Svojim delovanjem u raznim sferama definišu se i ostvaruju ciljevi društveno-ekonomskog razvoja. Pri tome, veoma bitan zadatak kreatora tog razvoja je određivanje optimalne kombinacije različitih politika (*policy mix*).

Jedna od najznačajnijih oblasti direktnog i indirektnog delovanja države je ekonomija. Kompleksnost ekonomskih odnosa i interakcija ekonomskih subjekata prouzrokuje i složenost regulisanja te sfere. Ekonomska politika zbog toga ima zadatak da u okviru sistemskih opredeljenja definiše ciljeve privrednog rasta i razvoja, da odredi mesto i ulogu privrednih subjekata i da osmisli metode i primeni instrumentarijum i sredstva za ostvarivanje ciljeva.

Savremene privrede imaju tržišni karakter. U njima se simultano javlja tržište kao regulator ekonomskih tokova i država koja svojim delovanjem treba da omogućiti nesmetano ispoljavanje interesa ekonomskih aktera. Odnos države prema tržištu je veoma značajan zbog činjenice da postoje brojni modaliteti tog odnosa. Prevelika ingerencija države direktno utiče na ograničavanje uloge tržišta. S druge strane, država bi trebalo da stvara povoljan ambijent za ispoljavanje preferencija pojedinaca i društva kao celine. Pri tome, tržištu se prepušta da svojim funkcionisanjem obezbedi ekonomsku efikasnost.

Pragmatično postavljanje prema problemu slobodnog tržišta najčešće se svodi na povlačenje države iz ekonomske regulative privrednih tokova. Taj pragmatizam, međutim, podrazumeva selektivnu ingerenciju u slučajevima kada je ugrožena ekonomska sloboda privrednih subjekata. Država može, na primer, na bazi antimonopolskog zakonodavstva zabraniti fuziju preduzeća, kupovine firmi ili međusobno učešće u kapitalu firmi iz iste oblasti u slučaju da se radi o narušavanju konkurencije. S druge strane, ona sama predstavlja monopol, te mora uskladiti monopolski položaj javnog sektora i ostvariti veći nivo društvenog blagostanja.

Efikasna država lako otklanja uočljive nedostatke i prilagođava organizacione šeme savremenim zahtevima. Ona bi trebalo da uvodi metode decentralizovanog odlučivanja. Uporedo sa deregulacijom, treba stvarati ekonomski snažan i efikasan javni sektor kao pretpostavku ostvarivanja maksimuma društvenog blagostanja.

Pri koncipiranju ciljeva i načina transformisanja privrede često se polazi od normi liberalne tržišne privrede, tj. od postojanja integralnog tržišta i univerzalnosti delovanja tržišnog mehanizma sa informativnom, selektivnom, alokativnom i distributivnom funkcijom. Glorifikovanje moći tržišta u regulisanju ekonomskih tokova ipak ima granice. Tržište, naime, ne funkcioniše uvek na zadovoljavajući način. Postoje oblasti, grane i delatnosti u kojima funkcionisanje tržišta ne daje dobre rezultate sa stanovišta ekonomskih subjekata ili društva u celini. U takvim slučajevima se javlja država sa svojom ekonomskom ulogom supstituta tržišta ili kao dopuna delovanja tržišnog mehanizma.

Ciljevi politike konkurencije

Osnovni cilj politike konkurencije je obezbeđivanje i očuvanje uslova konkurencije kroz: 1) otklanjanje veštačke, svojevolske aktivnosti preduzeća ili države koje utiču na slabljenje konkurencije; 2) poboljšanje uslova za konkurenciju uz uvažavanje prirodnih ograničenja. Pri tome se pretpostavlja da je konkurencija moguća, da postoji „*spirit of competition*“ i da su ekonomske transakcije organizovane prema određenim pravilima.

Politika konkurencije bi trebalo da obezbedi delikatan balans različitih ciljeva. Svi ciljevi bi trebalo da promovišu efektivnu konkurenciju, tako što će obezbediti efikasnu alokaciju resursa. Ovako postavljeni zadatak sugerise odgovor na pitanje šta je predmet politike konkurencije. To je ekonomska efikasnost postignuta tako što će konkurencija na tržištu obezbediti optimalnu alokaciju ograničenih resursa. Osnovni ciljevi politike konkurencije su uskladjeni sa zahtevima za slobodom i socijalno-političkim zahtevima. Navedimo najvažnije:

- integracija tržišta,
- blagostanje potrošača koje se uvećava sa povećanjem stepena konkurentnosti u određenoj privredi,
- zaštita potrošača u smislu opšte zaštite individa kao moralna i politička obaveza,
- redistribucija dohotka (bogatstva) koja se ogleda u sprečavanju koncentracije bogatstva kod malog broja ekonomskih subjekata i disperziji tog bogatstva na što veći broj aktera, srazmerno njihovom doprinosu na slobodnom tržištu,
- zaštita malih i srednjih preduzeća, što ne znači zaštitu nesposobnih privrednih subjekata, već da je povećanje njihovog broja poželjno sa stanovišta politike konkurencije,
- regionalna, socijalna i strukturalna pitanja koja se ogledaju u intervencijama (kada je neophodno) u oblasti razvoja određenih regiona ili industrijskih grana, povećanja zaposlenosti i dr.

Navedeni ciljevi su veoma različiti, te se simultano teško ostvaruju. Zbog toga, su neke mere politike konkurencije orijentisane na realizaciji određenog cilja, bez ostvarivanja drugih ili čak uz negativan uticaj na ostale ciljeve. Ovi ciljevi nisu fiksirani i nepromenljivi. Zavisno od situacije na određenom tržištu, neki od njih će biti značajniji u odnosu na druge. Takođe, intezitet primene mera politike konkurencije je različit za

različite stepene realizacije ciljeva. U svemu tome značajnu ulogu ima političko opredjeljenje za rešavanje određenih problema, te će hijerarhija navedenih ciljeva zavistiti od toga.

Implementacija politike konkurencije

U nastojanju da se ostvare ciljevi politike konkurencije neophodna je regulativna uloga nadležnih državnih ili paradržavnih institucija. Zbog immanentne težnje da se konkurencija ograniči ili odstrani, nadležni organi preduzimaju mere protiv nosilaca inkriminiranih postupaka. Mere zaštite uslova konkurencije su usmerene s jedne strane ka preduzećima, a s druge strane ka državnim ili paradržavnim fondovima.

Navedimo osnovna ponašanja ili aktivnosti koji vode ograničavanju konkurencije:

1. Preduzeća mogu preduzimati aktivnosti koje vode formiranju kartela. Sporazumi o udruživanju, koji mogu biti neformalni i "nepotpisani", u oblasti cena (kartel cena) sadrže saglasnost da se cene formiraju nezavisno od tržišnih cena (*price fixing*) sa namerom da cenama potisnu ostale učesnike sa tržišta. To ponašanje je tipično za monopole, tako da su sporazumom vezana preduzeća praktično monopolisti sa određenom značajnom moći na tržištu.

Postoje dva vida međusobnog sporazumevanja ekonomskih subjekata na određenom tržištu. Prvi je dogovor konkurentskih firmi o zajedničkom nastupu na tržištu. Njihovi proizvodi prestaju biti supstituti, jer međusobni sporazum prodrasumeva da se konkurencija između povezanih preduzeća eliminiše. Ovde se radi o horizontalnom sporazumevanju ili dogovaranju.

Drugi vid sporazumevanja se odnosi na različite faze procesa proizvodnje i distribucije. To znači da se proizvođači sporazumevaju sa veletrgovinama o načinu plasmana robe kroz dalju prodaju sve do maloprodaje. Ugovori ovog tipa često sadrže odredbe o postprodajnom periodu u smislu servisiranja proizvoda i pružanje drugih vidova usluga. S obzirom da se dogovaranja odnose na faze proizvodnje i prodaje koje su sukcesivne, vremenski i prostorno odvojene, odnosno da postoji redosled po horizontalnoj vezi, ovakvi ugovori sadrže sporazume o vertikalnom povezivanju. Sporazumi se odnose na cene po kojima će se roba prodavati u svakoj fazi trgovine i na druge uslove plasmana roba, servisa i usluga koji takodje, saglasno sporazumu, moraju biti jedinstveni. Ovakva ponašanja su vid politike kartela koja ima za cilj dominaciju na tržištu.

2. Postojanje monopola i oligopola bitno utiče na uslove i efekte konkurencije na određenom tržištu. Kako se ovde radi o dominaciji na tržištu, koja je kod monopola izraženija nego kod oligopola, preduzeća koriste svoju poziciju moći na tržištu za formiranje visokih cena ili cena koje ne odgovaraju konkurentima (*predatory pricing*). U oba slučaja politika monopola ugrožava poziciju ostalih tržišnih aktera, bitno ograničava konkurenciju i smanjuje blagostanje potrošača.

3. Fuzije i neki vidovi zajedničkih ulaganja (*joint ventures*) takodje imaju negativne implikacije na konkurenciju. Kroz proces konkurencije povećava se tržišna moć uz istovremeno smanjivanje efektivne konkurencije. Posledice po blagostanje su slične slučaju monopola.

4. Državna davanja u vidu pomoći preduzećima ili sektorima privrede takodje ugoržavaju zdravu, lojalnu konkurenciju. Na bazi raznih vidova subvencija i ostalih vidova pomoći od države, preduzeća koja primaju finansijsku podršku postaju privilegovana od drugih. Ona mogu da koriste supsidije za ne-fer ili nelojalnu konkurenciju.

Da bi se razlikovalo konkurentno i nekonkurentno ponašanje i definisala veza između ponašanja tržišnih aktera koja vode ekonomskoj efikasnosti, mora da se objasni ekonomsko značenje koncepta konkurencije. Najčešće korišćen pojam konkurencije u formalnoj ekonomskoj analizi je inherentan tržišnoj strukturi koja se u relevantnoj literaturi naziva savršena, perfektna ili potpuna konkurencija. Povezanost između ekonomske efikasnosti i konkurencije datira još iz vremena formulisanja čuvene metafore Adama Smita "nevidljiva ruka tržišta". Deo ogromne gradje kasnijeg rada u teoriji vrednosti bavi se normativnim pitanjima vezanim za konkurenciju, prvenstveno za svojstva *ekonomskog modela* ravnoteže u savršenoj konkurenciji (parcijalna i opšta privredna ravnoteža).

Brojna literatura iz ove oblasti pokazuje da će, pod određenim vrlo restriktivnim uslovima, savršena konkurencija dovesti do ekonomske efikasnosti u tradicionalnom Pareto smislu. Resursi su tako alocirani da niko ne može da poboljša svoj položaj bez pogoršanja položaja drugog. Savršena konkurencija i Pareto kriterijum efikasnosti, i pored svoje restriktivnosti i apstraktnosti, mogu da posluže kao korisni temelji za analizu politike konkurencije. Stanje stvari koje je svojstveno savršenoj konkurenciji apstrahuje brojne aspekte poslovnog ponašanja sa kojima se dovodi u vezu politika konkurencije, kao što je rivalstvo u pogledu određivanja cena, inovacija u proizvodima i procesima, marketinške aktivnosti.

Analiza savršene konkurencije se isključivo koncentriše na dobiti koje bi proistekle iz realokacije resursa između savršenih interno efikasnih proizvođača. Pri tome, unutar ograničene sfere primene čistog modela savršene konkurencije mogu se usvojiti i doneti nekoliko korisnih pravila za nesavršen svet. Uz to, ako ne postoje neophodni uslovi za savršenu konkurenciju na bilo kojem tržištu, tada se ništa ne može reći uopšteno o korektnom ponašanju koje ostatak ekonomije mora slediti. Dobar primer za to je rešenje savršeno konkurentne parcijalne i opšte ravnoteže koje podrazumeva određivanje cena koje su jednake marginalnim troškovima.

Konkurencija se analizira ne kao stanje stvari, već kao dinamički proces koji povezuje strukturne promene sa ponašanjem tržišta. Konkurencija podrazumeva postojanje aktivnosti koje imaju za cilj ispunjenje ciljeva jednog proizvođača na račun drugih, tako da uključuje rivalitet između proizvođača. Pod konkurentnim rivalstvom podrazumevaju se i oblici takmičenja unutar postojećih tržišta, kao i barijere ulaska na određeno tržište. To uključuje rivalstvo u cenama, ali i promenjenih ili poboljšanih tehnika proizvodnje ili proizvoda i pružanja informacija potrošačima o proizvodima. Sve ove forme rivaliteta imaju implikacije na nivo i stopu rasta tehničke efikasnosti proizvodnje i standarda potrošnje, na alokaciju resursa između sektora i na evoluciju struktura samih tržišta.

Bez obzira o kakvom se tržištu radi, možemo očekivati da će firme sa najnižim troškovima (koji su nasledjeni iz prošlosti) za svaku određenu tržišnu cenu imati najveće šanse za uspeh. Polazeći od racionalnog ponašanja firme, od njihove politike određivanja cena se očekuje da uspostave cene koje mogu privući potrošače i pružiti maksimum profita. U tim uslovima, relativno mali troškovi i relativno brzi rast uslovljava konkurentni transfer tržišnih učešća iz manje efikasnog ka uspešnijem preduzeću. Pri tome, ovaj mehanizam transfera može imati efekt povratne sprege na efikasnost u smislu da manje efikasno preduzeće bude „prestrašeno“ svojim padom tržišnog učešća. Moguća posledica je dodatna motivacija za poboljšanje pozicije, na primer snižavanjem troškova kroz uvođenje inovacija u proizvodnu tehnologiju.

Transfer i inovacijski mehanizmi unutar tržišta tako imaju pozitivne efekte na alokativnu efikasnost, jer se realokacija outputa i resursa odvija ka najefikasnijim proizvodnjama, tj. ka najprofitabilnijim ulaganjima. U tom smislu dolazi do izražaja tehnički progres.

Ishod ovog konkurentnog procesa, međutim, može biti jačanje malog broja uspešnih firmi u određenom vremenskom periodu. Ponavljanjem uspeha iz prošlosti i rezultirajuća dobit ostvarena delovanjem ekonomije obima ili pojačanom inovativnom sposobnošću može dovesti do transfernog mehanizma koji kao posledicu ima osvajanje tržišta od strane malog broja sve većih firmi. Taj proces teorijski može voditi eliminisanju svih konkurenata i apsolutnoj dominaciji jednog preduzeća. Tada govorimo o čistom monopolu. Ukoliko postoje ovakve tendencije u stvarnosti, konkurentni proces se spontano završava u dominantnoj formi monopolske ili oligopolske strukture.

Monololska pozicija bitno relaksira uslove konkurencije. Ona redukuje pritisak na povećanje nivoa efikasnosti. Tržišna cena je veća, a output (ponuda) niži nego u uslovima konkurencije. Visoki fiksni troškovi koji prate ukрупnjavanje preduzeća i, po pravilu, smanjena ekonomska efikasnost uslovljavaju zadržavanje stečene pozicije politikom povećanja cena. Uz to, smanjuju se stimulacije za poboljšanje proizvoda i metoda proizvodnje. Posledica toga je pad efikasnosti na monopolskom ili oligopolskom tržištu uz ograničenja ulaska novih tržišnih aktera (jačanje barijera ulaska).

U kontekstu ove analize, cilj politike konkurencije bi bilo identifikovanje i regulacija onih vrsta ponašanja, struktura i restrikcija kojima se ograničava proces konkurencije. Namera je da se omogući ostvarivanje sledećih osnovnih funkcija konkurencije:

– *Odvijanje ekonomskih transakcija na bazi ograničenih resursa i uspešnosti poslovanja.* U tim uslovima se određuju cene kao funkcije: intenzivnosti potreba, tržišne selekcije proizvoda i usluga, a time i proizvodjača, alokacije resursa i koordinacije.

– *Funkcija podsticaja* za sniženje troškova, uvođenje novih proizvoda i tehničkog progressa.

– *Funkcija distribucije* koja se ogleda u određivanju cena, odnosno u vrednovanju proizvoda i faktora proizvodnje.

– *Obezbeđivanje slobodnog uređenja* kroz slobode u potrošnji, u izboru između različitih mogućnosti upošljavanja faktora proizvodnje i kroz jednake startne pozicije i šanse za uspeh za sve učesnike na tržištu.

Zaključak

Politika konkurencije je važan deo ekonomske politike kojom se ekonomskim subjektima određuju okvirni uslovi za ponašanje na tržištu. Ona obuhvata definisanje ciljeva, sredstava i nosilaca sprovođenja mera (kreatora politike). Kompleks međuzavisnosti unutar trougla *cilj-instrumenti-nosioci* služi ostvarivanju željenog stepena konkurentnosti. Funkcionalnost tržišta se pri tome ostvaruje obezbeđivanjem preduslova za efikasnu i otvorenu tržišnu privredu i sprečavanjem i odstranjivanjem tržišnih ograničavanja.

Ekonomska sloboda sadrži latentnu opasnost za sopstvenu destrukciju. Ekonomskim tokovima je inherentna težnja ka udruživanju radi obezbeđivanja većeg profita, na stvaranju monopola ili kartela, za sticanje ekskluzivnosti i slično. Takve aktivnosti dovode

do ograničavanja sloboda ostalih učesnika na tržištu. Ovakve tendencije nepovoljne za društvo u celini treba preventivnim merama onemogućiti ili legalnim (zakonskim) merama sankcionisati.

Politika konkurencije treba da obezbedi zaštitu slobode uspostavljanja ekonomskih odnosa i realizaciju interesa ekonomskih subjekata na tržištu. To se postiže mehanizmima upravljanja i kontrole. Cilj je zaštita funkcionisanja konkurencije koja se ogleda u: 1) funkciji distribucije, 2) suverenitetu ekonomskih subjekata, 3) optimalnoj alokaciji roba i faktora proizvodnje, 4) fleksibilnosti prilagođavanja, 5) inovativnosti i inventivnosti, 6) kontrolisanoj ekonomskoj moći.

LITERATURA

1. Cohen, S. I., (2001), *Microeconomic Policy*, Routledge, London
2. Diller, H., (2000), *Preispolitik*, Kohhammer, Stuttgart
3. Đurićin, D., (2008), “Srbija na raskršću: dostizanje EU ili tranzicionizam”, Kopaonik biznis forum, *Tranzicija, dostizanje EU i povezane teme*, Kopaonik.
4. Đukić, P., (2008), “Jačanje tržišta i zaštita konkurencije u Srbiji”, Kopaonik biznis forum, *Tranzicija, dostizanje EU i povezane teme*, Kopaonik.
5. Eucken, W., (1990), *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, J.C.B. Mohr, Tuebingen.
6. Jones, A., Surfin, B., (2001), *EC Competition Law*, Oxford University Press, Oxford.
7. Mankiw, G., (2001), *Principles of Microeconomics*, Thomson, Mason
8. Stojanović, B., (2008), “Metode i ciljevi zaštite konkurencije”, Kopaonik biznis forum, *Tranzicija, dostizanje EU i povezane teme*, Kopaonik..
9. Stojanović, B., (2003), Tržište Evropske unije, Ekonomski fakultet, Niš.