

Др Борис Беговић*

Stucke, Maurice E., Ariel Ezrachi. 2020. *Competition Overdose: How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen Kings to Market Servants*. New York: HarperCollins Publishers, 401.

Познаваоцима права конкуренције добро је познат досадашњи изузетан допринос аутора ове књиге. На пример, Езракијев преглед случајева у европском праву конкуренције (Ezrachi 2012), који је незаобилазно штиво за сваког ко има амбицију да тврди да нешто зна у тој области. Када њих двојица објаве књигу о конкуренцији, онда су очекивања читалачке публике која макар и површно познаје ту област свакако велика. Али када наслов књиге гласи *Предозирање конкуренцијом*, сва звона и клаксони почињу да се оглашавају. Шта се то догађа? Да ли је могуће да смо сви ми наркомани, „навучени“ на конкуренцију у раној младости, још у основној школи. А наркоманија је, показало се, нешто лоше, независно од дозирања. Да ли је и конкуренција, сходно таквом наслову, нешто лоше?

Не, смерно тврде аутори, противречивши сами себи, конкуренција може да буде добра, али, према њиховом мишљењу, није увек добра. А ми, независно од тога што читалац до краја књиге не сазнаје ко смо то „ми“, који смо „предозирани конкуренцијом“, треба да се освестимо, да прихватимо да конкуренција понекад заиста није добра – да је понекад „токсична“. Аутори, на самом почетку књиге, тврде да ће нам помоћи да препознамо те случајеве.

Први случај токсичне конкуренције који се у књизи описује јесте трка ка дну, када, тврде аутори, интерес појединачног конкурента није истоветан њиховом колективном интересу, односно интересу друштва у целини, и када конкуренти не могу да прекину са таквом конкурентском борбом. Читаоцу пада на памет случај трке у нуклеарном наоружању, када се ограничавањем таквог надметања, уз ниже трошкове, може постићи истоветан ниво одвраћања – равнотеже

* Редовни професор, Правни факултет Универзитета у Београду, begovic@ius.bg.ac.rs.

страха. Но, аутори се баве обавезом ношења кацига у хокеју на леду (баш релевантно за право конкуренције) и процесом примања бруцоша на америчке универзитете. Показало се да је проценат одбијених кандидата један од индикатора квалитета америчких универзитета који се користи приликом њиховог рангирања. Тај показатељ је створио подстицај америчким универзитетима да позивају да се што већи број кандидата пријави управо код њих, како би на тај начин имали што већи проценат одбијених кандидата, тиме наводно показали свој квалитет, па тако напредовали на ранг-листи и претекли конкуренте. Потпуно је јасно да је реч искључиво о погрешном показатељу који се користи и који ствара неодговарајуће подстицаје, а не о лошим ефектима конкуренције између америчких универзитета. Ипак, за ауторе је то први случај токсичне конкуренције.

Коњско месо уместо говеђег резултат је другог случаја токсичне конкуренције. За случај коњског меса које се нашло у лазањама у европским самопослугама, које су, према декларацији 100% од говеђег меса, крива је, бар тако аутори сматрају, конкуренција. Конкурентски притисак је створио добављачима подстицај да умањују трошкове како би задржали високу профитну стопу, а они су то учинили обарајући квалитет свог производа, па је у млевеном месу јефтиније коњско месо делом заменило говеђе. Читалац, нарочито онај који макар површно познаје микроекономску теорију, ипак би се усудио да примети да је реч о класичном случају асиметрије информација, каква постоји на многим тржиштима, па стога треба увести добро уређен процес контроле квалитета, какав је по избијању тог скандала и уведен, а не спутавати конкуренцију. Узгред, асиметрија информација је опаснија у случају монопола него у случају конкуренције, а основни мотив пословне активности, максимизација профита, па стога и мотив за обарање квалитета, чиме се обарају трошкови, постоји независно од стања конкуренције. Наравно, легитимно је да се тврди да је максимизација профита сама по себи токсична, али то је онда пледоаје против капитализма, приватне својине и тржишне привреде, а не случај токсичне конкуренције.

Трећи случај токсичне конкуренције је за цео свет изузетно релевантан начин на који хотели у Лас Вегасу исказују своје цене на сајтовима на резервисање смештаја. Њихова цена није консолидована, већ се састоји из неколико делова, при чему неки од њих на сајтовима за резервацију нису баш најјасније приказани – користи се ситан фронт – што може да доведе до забуне потрошача. Међутим, пита се читалац, какве то има везе са конкуренцијом? Ласвегаски хотелијери, сасвим очекивано, хоће да зараде што више на онима који би тамо да дођу и да немилице троше своје паре – шта би тек чинили да нема конкуренције између њих? Тим пре што је решење

тог проблема једноставно: хотеле треба прописима обавезати да исказују само консолидовану, укупну цену смештаја. Сами аутори наводе да је надлежно тело у Аустралији учинило управо то и да они који резервишу ласвегаски смештај то чине из Аустралије, добијају пуну информацију о цени. И жале што америчко надлежно тело није учинило то исто. Због чега? Читалац ће помислити да је то могуће због тога што се један од тамошњих хотела с добрим разлогом зове *Trump International Hotel Las Vegas*. Није баш да је неочекивано, дешава се то када тајкун постане председник, али остаје мистерија какве то има везе са конкуренцијом.

Прекомеран избор је, према мишљењу аутора, четврти случај токсичне конкуренције. Реч је о томе да превелика диверзификација понуде ствара такве когнитивне захтеве купцима да они, наводно, због тога веома често одустају од куповине. Аутори не споре погодности које по купца ствара могућност избора, једино тврде да је прекомеран избор контрапродуктиван. Како, онда, разликовати примерени од прекомерног избора? У књизи нема ниједне једине назнаке која би се могла сматрати елементом одговора на то питање. Једино што се одбацује прилично разборита теза да ће продавци, суочени са одустајањем купаца од куповине услед прекомерне диверзификације понуде, и суочени са притиском конкурената, смањити понуђени избор како би увећали продају, па тиме и свој профит. Аргументи? Нема их.¹

Следећи део књиге посвећен је разлозима због којих смо предозирани конкуренцијом. Први разлог је делање заговорника идеологије конкуренције, отелотворене у реченици „Конкуренција је увек пожељна“. Порекло те идеологије, сматрају аутори, треба тражити у Чикашкој школи, чије се идеје у књизи потпуно нетачно приказују. Дакле, ти идеолози, произвођачи наркотика званог конкуренција, успели су да формулишу правни оквир, закон за заштиту конкуренције и сродне прописе, који, према мишљењу аутора, безусловно штитећи

¹ У свом походу доказивања да је прекомеран избор контрапродуктиван, аутори повезују напредак електронских платформи за (емотивно) повезивање, које омогућавају већу разноликост потенцијалних животних сапутника који се упознају, и опадање броја бракова склопљених у САД. Будући да, наравно, број бракова зависи од веома великог броја разноликих чинилаца, аутори избегавају да закључе да је напредак електронских платформи проузроковао пад тог броја, али закључују да свакако није довео до његовог значајног увећања (стр. 115). То је методолошки неодржив закључак, будући да се ни на који начин не контролише дејство осталих фактора. Сасвим је могуће да би напредак електронских платформи омогућио значајно повећање броја бракова да није било других фактора са супротним смером дејства. Другим речима, сасвим је могуће да је пад броја бракова, који изазива дејство других фактора, мањи него што би био да није било напретка електронских платформи и увећање разноликости понуде потенцијалних животних сапутника, што само за себе, *ceteris paribus*, доводи до повећања броја закључених бракова.

конкуренцију, онемогућавају њено ограничавање у оним ситуацијама у којима је она контрапродуктивна. Пример – споразум о ограничавању (плафонирању) плата тренерима у Америчкој аматерској кошаркашкој лиги (*NCAA*), који су колективном тужбом на суду оспорили тренери. Међутим, сви закони о заштити конкуренције у савременом свету поседују механизме којима се може спречити она конкуренција која је контрапродуктивна, односно сачувати оно нарушавање конкуренције које увећава друштвено благостање. У европском праву конкуренције, то су изузећа, појединачна или колективна, рестриктивних споразума. У америчком праву конкуренције то се постиже на неколико начина: изузимањем целе области из примене права конкуренције (на пример синдикати, према члану 17 Клејтоновог закона), применом институћа сигурне луке (*safe harbor*) и сигурне зоне (*safety zone*) и применом стандарда заснованог на правилу разума (*rule of reason*). Дакле, ипак постоји обиље инструмената и механизма да се постигне оно што аутори тврде да уопште није могуће, а то наводно због деловања идеолога конкуренције, који су сходно својој идеологији осмислили и прописе о заштити конкуренције. Управо су ти механизми омогућили ограничавање конкуренције у далеко озбиљнијој лиги, Америчкој лиги професионалне кошарке (*NBA*) у којој је ограничен (плафониран) фонд надница играчима, како би се спречила трка до дна. Дакле, нарушена је конкуренција на тржишту радне снаге. Правило *salary cap*, којим су ограничене наднице, уведено је као део колективног уговора – дакле, синдикална ствар – а синдикати су већ поменути чланом Клејтоновог закона изузети из права конкуренције. Дакле, нека правници *NCAA* ступе у контакт са адвокатима *NBA* и науче како се, у складу са законом, решавају проблеми који произлазе из прекомерне конкуренције, али њихово незнање заиста не треба користити као аргумент у прилог тезе о идеолозима конкуренције који онемогућавају да се предупреди конкуренција која је контрапродуктивна.

Идеологију конкуренције, сматрају аутори, пласирају лобисти оних грана делатности и оних корпорација које желе што мање регулације, па им је та идеологија покриће за дерегулацију, односно за умањење регулације која не одговара корпоративном сектору.² Занимљиво да се потпуно пренебрегава обимна литература о економској теорији регулације (Stigler 1971; Peltzman 1976), у којој се детаљно објашњава како лобисти које ангажују корпорације утичу на регулацију, прецизније речено, на успостављање регулације којом се спутава конкуренција, нарочито регулације уласка нових конкурената – стварање правних баријера уласку. А те баријере су у америчкој привреди данас далеко значајније него што су биле пре не-

² Како наводе аутори, „идеологија конкуренције може да прикрива корупцију, експлоатацију, некомпетентност и незнање“ (стр. 146). Као и свака друга идеологија, додао би непристрасан читалац.

колико деценија управо због деловања лобиста (Gutiérrez, Philippon 2019).

Занимљиво је, додуше, како аутори у поглављу о лобирању узгред доказују генералну токсичност конкуренције. Будући да конкуренција за њих у самом свом срцу треба да поткопа концентрисану економску моћ, а све је већа неједнакост у расподели богатства (у САД), конкуренција је очигледно токсична и контрапродуктивна. Сврха конкуренције, међутим, бар се тако тврди у свим важећим уџбеницима и већини закона о њеној заштити, јесте увећање економске ефикасности и, тиме, максимизација друштвеног благостања, односно благостања потрошача, а не равномерна расподела тог благостања. Неоправдано је конкуренцију оптуживати за нешто што не спада у њен „опис посла“.

Идеологију конкуренције намећу, како сматрају аутори, и заговорници приватизације (функција) јавног сектора, и као аргумент у прилог те тезе нуде своје виђење епизоде приватизације затвора у САД, којом се казнени заводи на конкурсима препуштају приватним компанијама, које својим пословањем обезбеђују извршавање затворских казни. Према мишљењу аутора, управо због тога је Америка земља са највећим бројем затвореника у односу на број становника, високим степеном рецидивизма и, генерално, неповољним статистикама криминала. Но, нису ни покушали да докажу оно што се не може доказати. Да би то што тврде могло да буде тачно, требало би да приватне компаније које воде затворе утичу на кривично законодавство, то јест на политику сузбијања криминала, и да дају смернице судовима за изрицање казни итд. А да би таква теза постала уверљива, требало би показати бар да се успоном приватних затворских компанија десила промена на том плану. А таква се промена није догодила. Америка је одавно била и остала земља у којој се дубоко верује у затворску казну, у којој је основни циљ кажњавања онемогућавање преступника да поново учини кривично дело („њих треба склонити са улица наших градова“), а не његово одвраћање или ресоцијализација, па је онда логично што се кажњавање своди на затворску казну – није чудо што су амерички затвори препуни преступника. То нема никакве везе ни са приватизацијом те државне функције ни са конкуренцијом. Међутим, и са једним и са другим је повезан износ трошкова извршења затворске казне који се намирују из буџета. Стидљиво се на једном месту у књизи (стр. 170) напомиње да су трошкови по затворенику по дану у приватним затворима којима је поверен посао 34 америчка долара, а исти ти трошкови су у истој савезној држави (Луизијана) у класичним државним затворима 52 америчка долара – 35% више. На основу тога, читалац закључује да и у случају затвора конкуренција даје резултате тамо где резултате

од ње треба и очекивати – у сфери економске ефикасности и обарања (просечних) трошкова.³

Када се свему томе додају они најгори, *Facebook* и *Google*, који нам ништа не наплаћују, али нас, како тврде аутори, експлоатишу тако што нас надгледају и знају све о нама, па онда те информације продају онима који усмеравају своје рекламирање, јасно је да почињено да живимо неку варијанту 1984 Џорџа Орвела. Додуше, Орвелов телеекран никако није могао да се искључи, а милијарде људи у свету, не само у сиромашним земљама, нормално живе иако немају налог на Фејсбуку и нико их на то не тера. Но, остаје мистерија какве везе све то има са конкуренцијом, токсичном, како воле на нагласе аутори.

У покушају да понуде некакво светло на крају тунела, некакву детоксикацију конкуренцијом смеждених наркомана, аутори се баве питањем колико смо ми, људска бића, похлепни. Нисмо, закључују аутори, наводећи налазе неких експеримената, исходе неких од игара. Па онда закључују да нас похлепнима чини конкуренција, и то оваква каква нас сада окружује и која је, према њиховом мишљењу, игра са нултом сумом – све је усмерено на преотимање, онолико колико неко изгуби други добије, а таква конкуренција, како наводе, истискује све друштвене, моралне и етичке норме (*sic*).⁴ И онда постајемо похлепни.

Две напомене. Прво, није спорно да су (многи) људи похлепни. Није спорно ни то да похлепа постоји од почетка историје човечанства. Неизвестан је одговор на питање да ли се похлепа појачала у последњих неколико деценија, уз успон идеологије слободног тржишта. Да ли се променио систем вредности, да ли је порасла себичност? Противречни су одговори на та питања. Али не постоји никаква потврда да постоји узрочно-последична веза између конкуренције и похлепе. Извесно је, међутим, да људи не постају похлепнији због конкуренције – похлепни су због свог система вредности, због својих преференција, због одлика својих моралних норми. У супротном, монополисти, они који су елиминисали сву конкуренцију, одједном би престали да буду похлепни. Нема емпиријске потврде такве промене.

³ Занимљива је опаска аутора да су појам приватизације, прецизније реприватизације, у економску терминологију наводно увели нацисти тридесетих година прошлог века и да је та приватизација служила „централизацији власти и у корист неколицине, а на штету многих“ (стр. 190). Баш живописна идеолошка етикета – ако се неко данас залаже за приватизацију, мора да је следбеник нациста! Можда не само у питању приватизације?

⁴ Аутори конзистентно у књизи пишу о „друштвеним, моралним и етичким нормама“. Остаје нејасно, у том контексту, која је то разлика између моралних и етичких норми. Читалац очекује то разјашњење, али га до краја књиге не добија. Узгред, те норме, биле оне моралне и етичке, никако се не истискују, како тврди аутор, него се само мењају.

Друго, конкуренција није игра са нултом сумом. Конкуренција није пуко преотимање богатства – тако нешто се зове пљачка. Конкуренција, пише у свим озбиљним уџбеницима права конкуренције и индустријске организације, као специјализоване дисциплине економске науке, ствара подстицаје за алокативну, производну и динамичку ефикасност. То не пише због тога што тако желе некакви идеолози, него због тога што је то јасно образложила економска теорија и потврдила емпиријска анализа. То што конкуренција није побољшање за свакога не значи да је конкуренција игра са нултом сумом, будући да је добитак свих оних који конкуренцијом добијају већи од губитка оних који губе.

Нажалост, за ауторе ове књиге конкуренција је игра са нултом сумом увек када су играчи мотивисани сопственим интересом, а игра са позитивном сумом је само онда када је реч о етичкој (овог пута је изостало моралној) конкуренцији. А *grand finale*, нирвана у свету конкуренције, јесте оно што аутори називају – племенита конкуренција. Признају, додуше, да је то идеал који се не може потпуно досећи, али друштво њему треба да тежи. Па добро, чему то ми онда као друштво треба да тежимо? Племенита конкуренција означава „помагање сопственом супарнику да развије свој пуни потенцијал“ (стр. 256). Читаоцу ту већ застаје дах, али се ипак нада да ће до краја тог поглавља, последњег у књизи, добити бар неку назнаку, ако не баш смернице, шта то треба да се учини да се, ако већ не достигне такав идеал, оно бар крене ка њему. Нажалост, у завршном поглављу следи непојмљив галматификација у коме се могу наћи кеноза (*sic*), холивудски глумци (*Matt Damon*), прича о томе зашто се срушио Боингов модел 737 MAX, Повеља Уједињених нација о људским правима, догодовштине о томе како се у жаргону запослених у једној инвестиционој банци (*Goldman Sachs*) називају клијенти, шта запослени осим плате очекују од послодавца, опис чувеног Милиграмовог експеримента из 1961. године, извештај о закључцима до којих је дошао Комитет за истраживање финансијске кризе 2008. године, шта је на саслушању пред тим комитетом рекао некадашњи гувернер америчке централне банке (*Alen Greenspan*), као и садржај говора америчког председника Рузвелта из 1941. године, додуше не онај после Перл Харбура. Читаоца је већ одавно напустила нада да ће добити било какве назнаке о путу ка племенитој конкуренцији, али је на крају тог поглавља ипак усхићен што више неће морати да чита такве несувисле текстове и што је целој књизи најзад дошао крај.

Остаје отворено битно питање. Како то да читалац, дрогиран конкуренцијом, не види све те силне наводно белодане истине на које аутори указују у овој књизи и не разуме (неизоставан корак пре евентуалног слагања) њихове предлоге за будућност? Једна је могућност да је та непрестана дрогираност, та наркоманска зави-

ност од конкуренције, иреверзибилно умањила читаочеве когнитивне способности. Друга је могућност да је ово до зла бога лоше осмишљена и још горе написана књига. И да читаоца није успела да убеди готово ни у једну изнету тврдњу, а нарочито није успела да га убеди у токсичност конкуренције, чак ни у случају епизода које су понуђене као докази.

Према свему судећи, друга могућност је тачан одговор. Но, то онда отвара веома озбиљно и болно питање: због чега су два изузетна познаваоца права конкуренције и реномирана аутора у тој области написала овако лошу и неуверљиву књигу? Одговор свакако треба ставити у контекст онога што се у погледу конкуренције и њеног права у последње време дешава у САД, будући да је ова књига писана пре свега за то тржиште. У последњих десетак година на дневном реду је свеобухватно преиспитивање америчког права конкуренције. Успон популизма у америчком праву конкуренције, оличен у тзв. необрандејзијанском покрету и његовој ведети Лини Кан (Kahn 2018), ојачао је становиште да је америчко право конкуренције немоћно пред ширењем и продубљивањем тржишне моћи у тој земљи.⁵ За разлику од таквих популистичких налаза, озбиљни радови се баве узроцима слабљења конкуренције на америчким тржиштима (Philippon 2019) и предлозима како да се темељито унапреди право конкуренције у тој земљи, нарочито његова примена (Baker 2019). Очигледно је да више нема сагласности да америчку привреду одликују висок интензитет конкуренције и сигуран напредак, већ је у току расправа безмало о сваком аспекту конкуренције и њеног права у Америци – готово да нема више неприкосновених истина на том плану.

Стаки и Езраки су, очигледно и сасвим природно, били мотивисани да уђу у ту расправу. Није, међутим, проблем само учешће него његов карактер. Изгледа да су аутори желели да њихову читалачку публику не чине само специјалисти права конкуренције, не само академска заједница, већ да то буде широка публика у доба популизма, чију глад за сензацијама и једноставним истинама надјачава само потреба да нађу жртвеног јарца. Према свему судећи, желећи да постану популарни ван академских кругова, а имајући у том погледу славне узоре попут нобеловаца Стиглица (*Joseph Stiglitz*) и Кругмана (*Paul Krugman*), аутори су се препустили таблоидно-сензационалистичком приступу, надајући се да њихов допринос неће остати незапажен међу широким масама – да ће постати популарни у народу. Тако је, највероватније, и настала ова књига.

Узгред, што се похлепе тиче, она не мора да се односи искључиво на материјално богатство. Славољубље је такође похлепа.

⁵ Беговић (2018) разматра успон популизма у праву конкуренције, нарочито у САД, који се догодио после Велике рецесије крајем прве деценије XXI века.

ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)

- Baker, Jonathan B. 2019. *The Antitrust Paradigm: Restoring a Competitive Economy*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Беговић, Борис. 10–12/2018. Популизам у праву конкуренције: анатомија, дијагностика и могуће последице. *Право и привреда* 56: 31–54.
- Ezrachi, Ariel. 2012. *EU Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases*. 3rd Edition. Oxford and Portland, Oregon: Hart Publishing.
- Gutiérrez, Germán, Thomas Philippon. 2019. The Failure of Free Entry. Working Paper 26001, NBER Working Papers Series. Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research.
- Kahn, Lina. 2018. The New Brandeis Movement: America's Antimonopoly Debate. *Journal of European Competition Law and Practice* 9: 131–132.
- Peltzman, Sam. 2/1976. Toward a More General Theory of Regulation. *The Journal of Law and Economics* 19: 211–240.
- Philippon, Thomas. 2019. *The Great Reversal: How America Gave up on Free Markets*. Cambridge, Massachusetts: Belknap Press of Harvard University Press.
- Stigler, George J. 1/1971. The Theory of Economic Regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science* 2: 3–21.