Privatizacija prirodnih monopola

Špehar, Iva

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:516170

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

IVA ŠPEHAR

PRIVATIZACIJA PRIRODNIH MONOPOLA

ZAVRŠNI RAD

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

IVA ŠPEHAR

PRIVATIZACIJA PRIRODNIH MONOPOLA

Završni rad

JMBAG: 0303065249, **redovita studentica**
Studijski smjer: Marketinško upravljanje
Kolegij: Mikroekonomija
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Mikroekonomija
Mentor: izv. prof. dr. sc. Daniel Tomić

Pula, 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Iva Špehar, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera Marketinško upravljanje ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Iva Špehar dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „PRIVATIZACIJA PRIRODNIH MONOPOLA“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

Predgovor

Kao pojedinac u društvu mogla sam osjetiti monopol na vlastitoj koži, ponajviše kao dio srednjeg poduzeća koje posluje u mojoj obitelji. Izradom proizvoda, kojemu je glavna sirovina drvo, kao i cijeloj proizvodnji u poduzeću, sa monopolom se susrećemo svaki dan. Teorijske nedostatke i prednosti najbolje možemo objasniti vlastitom praksom.

Izabrala sam ovu temu, zbog, prije svega proširenja vlastitog znanja, pokušaja gledanja iz druge perspektive, one teorijske, te uravnotežiti praktičan i teorijski dio u jednom radu. Isto tako sam je izabrala jer mi je dovoljno bliska da bi mi bila izuzetno zanimljiva, a isto tako dovoljno daleka da bi proširila svoje znanje.

Jedan od vlastitih ciljeva ovog rada mi je pridonijeti obiteljskom poduzeću sa dobivenim i steknutim znanjem te proširiti vlastito.

Student

_____

Sadržaj

1. Uvod 1
   1.1. Predmet i cilj rada 1
   1.2. Izvori podataka i metode istraživanja 1
   1.3. Sadržaj i struktura rada 1
2. Tržište 3
   2.1. Nepotpuna konkurencija – nesavršena konkurencija 3
      2.1.1. Duopol 3
      2.1.2. Oligopol 4
      2.1.3. Monopol 5
3. Prirodni monopol 11
4. Privatizacija prirodnih monopola 14
   4.1. Metode privatizacije u Hrvatskoj 16
   4.2. Specifičnost te faze hrvatskog procesa privatizacije 16
      4.2.1. Prva faza privatizacije 17
      4.2.2. Druga faza privatizacije 17
      4.2.3. Treća faza privatizacije 18
      4.2.4. Četvrta faza privatizacije 18
   4.3. Privatizacija danas 19
   4.4. Prednosti i nedostaci 21
   4.5. Privatizacije i njezine prednosti u praksi 22
5. Hrvatske šume kao prirodni monopol 25
   5.1. Privatizacija Hrvatskih šuma kao prirodni monopol 25
   5.2. Modeliranje i provedba privatizacije društva kćeri Hrvatskih šuma d.o.o. 27
6. Zaključak 29

Literatura 31

Popis grafova i tablica 33

Sažetak na Hrvatskom jeziku 34

Sažetak na Engleskom jeziku - Summary 35

1. Uvod

1.1. Predmet i cilj rada

Ovim radom želi se prikazati proces privatizacije prirodnih monopola, odnosno što je to privatizacija a što prirodni monopol. Svrha rada je upoznavanje teorije monopola, poslovanja prirodnog monopola, privatizacije kao procesa, kako na samom početku uvođenja privatizacije u RH, tako i privatizacije danas. Unutar rada upoznat ćemo se i sa privatizacijom prirodnih monopola te nedostacima i prednostima same privatizacije. Cilj ovog rada je stjecanje teorijskih spoznaja privatizacije s primjerom iz prakse prirodnog monopola, poduzeća Hrvatske šume d.o.o..

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

U izradi završnog rada korištena je stručna literatura iz područja mikroekonomije, također su korišteni relativni podaci na različitim dostupnim internetskim stranicama, kako i podaci iz zakonskih propisa te godišnja financijska izvješća poduzeća Hrvatske šume d.o.o.. Podaci su prikupljeni u svrhu cjelovite obrade problematike rada te kako bi se potvrdila, praktičnim primjerima, teorijska podloga. Metode korištene unutar ovog rada su deskriptivne metode odnosno definiranje pojmova te podjela koja je vezana za samu tematiku rada. Isto tako koriste se metode analize i sinteze te deskripcije, komplikacije kako bi raščlanili pojmove unutar rada.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od pet glavnih poglavlja unutar kojih će se objasniti tema samoga rada. Razradom uvodnog dijela definira se pojam tržišta te sama podijela istoga. Kako dijelimo tržište na savršenu i nesavršenu konkurenciju, sa fokusom na nesavršenu konkurenciju kako bi se približili glavnoj tematici rada. Nakon što smo objasnili značenje monopola, monopolsku dobit, diskriminaciju cijena, podjelu istoga uvodimo se u treće poglavlje, prirodni monopol. U trećem poglavlju razmatramo značenje prirodnog monopola te glavne karakteristike, prilikom čega dolazimo do privatizacije istih, odnosno mogućnost privatiziranja prirodnih monopola što nas uvodi u četvrto poglavlje. Privatizacija prirodnih monopola obilježava nam glavni dio završnog rada te samim time će se proći kroz sve bitne značajke, kako privatizacije tako i privatizacije prirodnog monopola, odnosno karakteristike, pozitivne i negativne

strane privatizacije. Unutar četvrtog poglavlja ćemo proći i kroz procese privatizacije koje su se dogodile unatrag par godina kako i aktualne privatizacije u RH. Kako bi upotpunili rad sve naučeno primjenjujemo na primjeru Hrvatskih šuma, dakle u zadnjem razradbenom poglavlju, petom, osvrnut ćemo se na Hrvatske šume kao prirodni monopol te kako bi navedeno poduzeće funkcioniralo provođenjem privatizacije, koje bi to bile pozitivne a koje negativne strane samog procesa, te proces privatizacije društva kćeri Hrvatskih šuma. Nakon što smo razradili temu zaključujemo je zaključkom o istoj te sažetkom.

2. Tržište

Tržište se definira kao mjesto na kojem se susreću subjekti ponude i potražnje odnosno tržište se sačinjava od kupaca te prodavatelja koji međusobno određuju cijenu proizvoda ili skupine proizvoda te tako čine tržište (Nordhaus, W., Samuelson, 1992.). Kupnja i prodaja se mogu obavljati i bez nazočnosti robe (na burzama i drugim tržištima), pa čak i bez izravnog kontakta kupaca i prodavača, kao pri kupnji prema katalogu, putem telefona, faksa, interneta i slično. Zbog toga se tržište definira kao stalan i organiziran oblik dovođenja u kontakt ponude s potražnjom roba i usluga. Tržište je istodobno i mehanizam kojim se reguliraju odnosi prodavača i kupaca u uvjetima u kojima sudionici razmjene ili kupoprodaje ostvaruju svoje ciljeve i interese, zbog kojih i stupaju u međusobne odnose (Benić, Đ., 2017.). Možemo razlikovati tržišta savršene konkurencije te tržišta nesavršene konkurencije, odnosno tržište savršene konkurencije na kojima ni jedan prodavatelj kako ni kupac nema utjecaj na cijenu te tržište nesavršene konkurencije na kojima utjecaj na cijenu mogu imati pojedini subjekti.

2.1. Nepotpuna konkurencija – nesavršena konkurencija

Nepotpuna konkurencija je takvo stanje na tržištu u kojem postoji jedan ili više subjekta koji mogu utjecati na formiranje cijena i količina koje se nude ili traže (Benić, Đ., 2017.). Nepotpuna konkurencija prevladava u industriji kad god pojedinačni prodavatelji imaju određeni nadzor nad samom cijenom svog proizvoda. Ako poduzeće može utjecati na tržišnu cijenu svoje proizvodnje i to osjetno tada se poduzeće klasificira kao nesavršeni konkurent, međutim to ne podrazumijeva da poduzeće ima apsolutni nadzor nad cijenom svojeg proizvoda, već ono može odrediti cijenu svojem proizvodu samo u razumnom okviru. Nepotpunu konkurenciju čine oligopol (duopol), monopol te monopolistička konkurencija.

2.1.1. Duopol

Oblik nesavršene konkurencije gdje dva poduzeća kontroliraju čitavu ponudu odnosno proizvodnju na nekom tržištu dok je broj kupaca mnogobrojan (Benić, Đ., 2017.). Svako poduzeće ima samo jednog konkurenta kojeg treba uzeti u obzir pri donošenju svojih odluka. Javlja se u privrednim granama gdje je ulazak konkurenata

otežan. Značajan utjecaj cijene imaju upravo duopolisti upravo radi malih mogućnosti konkurenata da uđu na takvo tržište. Karakteristika duopola je da svaka aktivnost jednog ponuđača utječe na poziciju onog drugog ponuđača te traži od njega protumjeru. Kod duopola je specifično to da koliko god su ta dva poduzeća za sebe toliko i ovise jedan o drugome, odnosno svaki od njih mora imati kontrolu nad radnjama drugog poduzeća unutar duopola. Postoji mogućnost izričitog ili potajnog dogovaranja o cijeni i/ili podijeli tržišta radi međusobne konkurencije uzastopnim obaranjem cijena (Benić, Đ., 2017.)

2.1.2. Oligopol

Situacija na tržištu u kojoj nekoliko proizvođača međusobno konkuriraju proizvodeći ista ili slična dobra. Javlja se u privrednim granama gdje je konkurentima ulazak otežan (Babić, 2007.). Primjer oligopolnog tržišta je tržište automobila. Razlikujemo diferencirani oligopol odnosno poduzeća proizvode slična dobra te čisti oligopol gdje je proizvodnja istog dobara. Na oligopolističkom tržištu, veći dio ili sva proizvodnja otpada na samo nekoliko poduzeća. Jedna od koristi kod poduzeća na oligopolističkom tržištu je ta da prepreka ulaska novih poduzeća omogućavaju nekim poduzećima zarađivanje značajnog profita ponekad i dugoročno, dok istovremeno prouzročava štetu za nova poduzeća koje žele ući na to tržište. Pojedinačna djelovanja poduzeća mogu utjecati na tržišnu cijenu. Kada je u pitanju tržište oligopola, svako poduzeće bi moglo uzeti cijenu ili tržišnu potražnju kao zadanu veličinu i većinom ignorirati svoje konkurente. Na oligopolističkom tržištu, poduzeća određuju cijenu ili razinu proizvodnje jednim dijelom na temelju strateškog razmatranja ponašanja svojih konkurenata, istovremeno odluke konkurenata ovise o prvoj odluci poduzeća (Benić, Đ., 2017.). Određivanje cijene isto tako možemo odrediti vodstvom u cijenama te tajnim ili javnim dogovaranjem. Kod vodstva u cijenama najčešće najveće poduzeće preuzima vodstvo u cijenama na tržištu na kojem se nalazi, odnosno ono određuje i mijenja cijenu ovisno o promjenama tržišnih uvjeta i vlastitih troškova, a ostali ga u tome slijede. Dominantno poduzeće maksimizira svoj profit proizvodeći onaj output pri kojem je njegov granični prihod jednak graničnom trošku (Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L., 2005.).

Tajni oligopol nastaje tajnim sporazumijevanjem članova oligopola koji izvan javnosti dogovaraju zajedničke cijene, proizvodne kvote, diobu tržišta i zajednički nastup

prema drugima. Cilj tajnog oligopola je izbjegavanje ratova cijena odnosno međusobne konkurencije obaranja cijena gdje je teško pronaći pozitivni učinak, odrediti oligopolne cijene koje maksimiziraju profit članova oligopola. Bitna pretpostavka tajnog oligopola je postojanje kooperativnog strateškog međudjelovanja a glavna prepreka tajnog sporazuma je upravo to da je tajni sporazum zakonom zabranjen (Benić, Đ., 2017.).

2.1.3. Monopol

Za razliku od duopola i oligopola, monopol ne treba brinuti o konkurentima odlučili se povisiti cijenu proizvoda, koji bi, naplaćivanjem nižih cijena, mogli osvojiti veći udio na tržištu, zapravo monopolist može povećati cijenu proizvoda, a da pri tome ne gubi kompletnu prodaju, odnosno uspješno posluje (Ferenčak, 2003.). Dakle, monopolist je tržište i on u potpunosti kontrolira količinu proizvoda koje nudi za prodaju. Monopol je za razliku od savršene konkurencije gdje je jedno poduzeće među ogromnim brojem poduzeća, jedan jedini prodavatelj s potpunom kontrolom nad cijelim gospodarskim sektorom, odnosno, monopol je situacija kada na tržištu postoji samo jedno poduzeće koje čini cjelokupnu gospodarsku granu. Temeljni uzrok nastanka monopola su ulazne prepreke. Monopolist ostaje jedini prodavač na tržištu zato što druga poduzeća ne mogu ući na tržište i konkurirati mu.

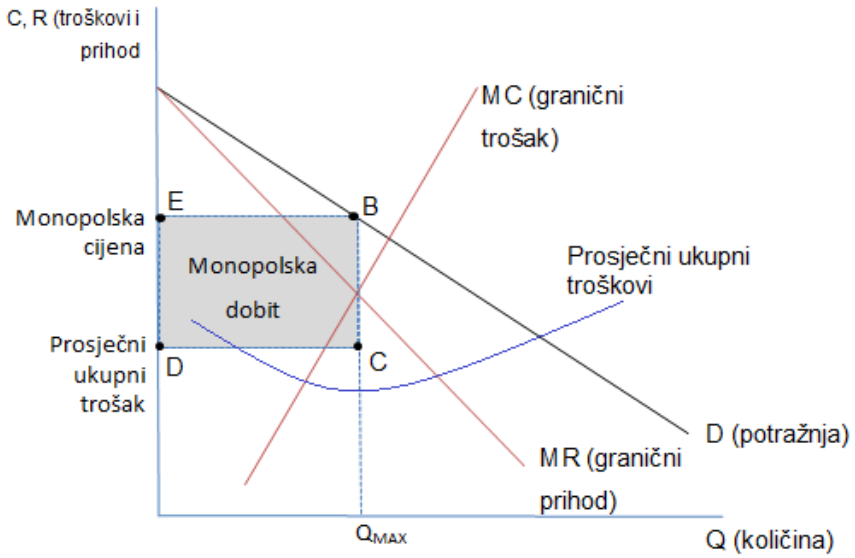
Ulazne prepreke imaju tri glavna izvora (Mankiw, 2006.)

1. Samo jedno poduzeće posjeduje ključne resurse;
2. Država daje isključivo pravo proizvodnje nekog dobra ili usluge samo jednom poduzeću;
3. Troškovi proizvodnje su takvi da je jedan proizvođač učinkovitiji od velikog broja proizvođača.

Za razliku Mankiwa (2006.), Samuelson i Nordhaus (2000.) razlikuju 4 prepreke pri ulasku na tržište. Jedna od tih prepreka je ekonomija obujma koja djeluje kao tipičan tip prepreke, zatim pravna ograničenja, troškovi ulaska te razlučivanje i oglašavanje proizvoda koje može biti velika prepreka s obzirom da velikim ulaganjem u oglašavanje stvara se brend odnosno marka (Coca-cola, svijest kupaca da uoči Božića, najpoznatija reklama je upravo ona od navedenog poduzeća, dobivši i „Brand Icon“ nagradu za najbolju reklamu). Postoje više vrsta monopola koje se razlikuju na

tržištu. Prva vrsta monopola nastaje kada se proizvodnja ili prodaja određenih roba monopolizira za samo neka poduzeća propisima koje propisuje država a takva vrsta monopola se naziva zakonski monopol. Primjer zakonskog monopola je Državni monopol u prodaji duhana. Druga vrsta je ekonomski monopol, nastaje centralizacijom te koncentracijom kapitala. Oktopedski monopol, kao treća vrsta je kombinacija prirodnih te ekonomskih monopola, koji ne preporučuje postojanje dva ili više poduzeća radi veličine opreme. Kao posljednja vrsta navodi se prirodni monopol nastaje iz limitiranosti proizvodnih činitelja te izvora ponude. Prema Ferenčaku (2003.), prirodni monopol nastaje kada jedno poduzeće monopolizira prirodne resurse, dok Mankiw (2006.) ističe da je prirodni monopol kada jedno poduzeće može opskrbiti cijelo tržište uslugom ili robom uz niži trošak nego što bi to mogla dva ili pak više poduzeća. Unutra trećeg poglavlja će se detaljnije obraditi sami prirodni monopol.

Graf 1. Monopolska dobit



Izvor: Izrada autor prema Ferenčak, I., 2003.

Područje BCDE prikazano na grafu predstavlja dobit monopolskog poduzeća. Visina pravokutnika odgovara razlici između cijene i prosječnog ukupnog troška, što je jednako dobiti po prodajnoj jedinici. Širina, odnosno odsječak DC predstavlja broj prodanih jedinica, količinu (Q_{max})

Monopol s jedinstvenom cijenom je monopol koji zahtjeva istu cijenu za svaku jedinicu svog outputa. Isto tako, monopol može prakticirati diskriminaciju cijena, što je

zapravo prodaja istog dobra ili usluge po različitim cijenama različitim kupcima no ove razlike u cijenama nemaju opravdanje u različitim troškovima poslovanja (Ferenčak, 2003.). Uspješno diferenciranje cijena ili cjenovna diskriminacija iznosi nekoliko pretpostavki. Jedna od pretpostavki je da proizvođač mora biti u stanju kontrolirati cijenu, odnosno da mora posjedovati tržišnu, monopolsku moć. Druga pretpostavka govori da usluga ili dobro koje je namijenjeno za prodaju po različitim cijenama ne može isto tako biti namijenjena i preprodaji, odnosno druga pretpostavka govori o preprodaji. Razlog tome je što bi mogućnost preprodaje mogla dovesti do uspostavljanja jedinstvene cijene. Zadnja pretpostavka govori kako ponuđač, odnosno proizvođač mora biti u stanju procijeniti platežnu sposobnost samog kupca te spremnost na kupovinu, odnosno novčani iznos koji su pojedini kupci ili skupine kupaca voljni platiti za dobro ili uslugu (Ferenčak, 2003.)

U svijetu cjenovna diskriminacija nije savršena. Pindyck i Rubinfeld (2005.) navode kako postoji nekoliko stupnjeva diskriminacije cijena. Prvog stupnja cjenovna diskriminacija je praksa naplaćivanja rezervacijske cijene kupcu za neko dobro ili usluge. Takva cjenovna diskriminacija gotovo da nije moguća u stvarnom svijetu, upravo to je jedan od razloga zašto diskriminacija cijena nije savršena. Diskriminacija cijena drugog stupnja funkcionira naplaćivanjem različitim količinama, različite cijene za iste usluge ili dobro. Primjer toga je upravo, količinski popust. Podjela potrošača u dvije ili više grupa, gdje svaka od njih ima različitu krivulju potražnje svrstavamo pod treći stupanj cjenovne diskriminacije, primjer toga je markirana odnosno „brendirana“ kupnja proizvoda i usluga.

Cjenovna diskriminacija predstavlja praksu naplaćivanja različitih cijena, različitim kupcima za slične proizvode (Tomić, D., Sharma, S., 2011.). S obzirom da je teško odrediti krajnji doseg ove definicije, korisnije je prepoznati nelinearne cjenovne strategije, kao pokušaj osvajanja većih potrošačevih probitaka.

Glede toga, javlja se segmenatcija tržišta te moguće strategije istoga (Tomić, D., Sharma, S., 2011.) :

- Međuvremenska cjenovna diskriminacija
- Cijena maksimalnog opterećenja
- Dvodijelna tarifa
- Nelinearno određivanje cijena

- Vezivanje i prodaja u paketu
- Diskriminacija kvalitetom

Međuvremenska cjenovna diskriminacija, predstavlja strategiju podjele potrošača s različitim funkcijama potražnje u više grupa, kojima se naplaćuje različite cijene u različitim vremenskim razdobljima. Nadalje, cijena maksimalnog opterećenja, podrazumijeva naplaćivanje viših cijena u vremenu najvećeg opterećenja, glede čega konačni cilj nije osvajanje potrošačevog probitka, već povećanje ekonomske efikasnosti poslovanja naplaćivanjem cijena koje su blizu (Tomić, D., Sharma, S., 2011.). Dvodijelna tarifa, određivanje cijene kod kojeg se potrošačima naplaćuje naknada za korištenje te kupovinu proizvoda. Nelinearno određivanje cijena, predstavlja kompliciranije oblik dvodijelne tarife, odnosno kod dvodijelnih tarifa se javlja strana jednog potrošača, dok se kod nelinearnog određivanja cijena javljaju dva ili više potrošača. Vezivanje i prodaja u paketu, samo vezivanje se odnosi na kupnju proizvoda gdje se kupnjom jednog proizvoda zahtjeva kupnja i drugog proizvoda, dok prodaja u paketu se odnosi na kupnju dvaju ili više proizvoda zajedno, odnosno paket proizvoda. Diskriminacija kvalitetom se javlja u svrhu osvojenja višeg potrošačevog viška, odnosno smanjenje kvalitete dobara niže kvalitete kako bi smanjili namjeru potrošača veće platežne moći za istim, već za kvalitetnijim, odnosno skupljim dobrima (Tomić, D., Sharma, S., 2011.).

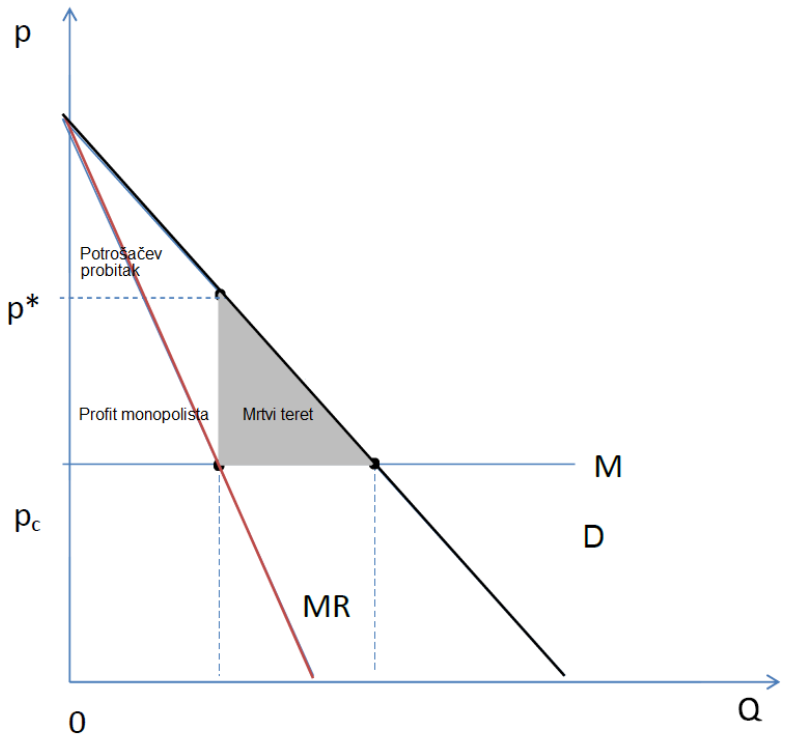
Poduzeće posjeduje tržišnu moć, ukoliko ono može povećati cijene iznad graničnih troškova (Tomić, D., Sharma, S., 2011.). Izvori monopolske moći dovode do pojave monopola, koji nastaju iz raznih razloga od kojih je prvi nadzor nad sirovinama. Upravo je to česti slučaj u nekim granama industrije jer tako poduzeće koje ima nadzor nad nekom rudom, npr. boksitom, može postati monopolist u proizvodnji aluminija. Drugi razlog vlasništvo je nad patentima. Ukoliko poduzeće ima patent za proizvodnju, primjerice specifičnih strojeva, može postati jedini proizvođač tih dobara te tako osigurati sebi monopolsku moć nad drugima. Poduzeće koje prvo započne s proizvodnjom nekog dobra, vođenjem politike cijena onemogućuje konkurente i postaje monopolist te iz tog razloga ostvaruje dobitak. Prirodni monopol također se nameće kao izvor monopolske moći. Neki od razloga nastajanja monopola su ograničavanje tržišta unutar određenih granica visokim transportnim troškovima, dovođenje do monopolskog ponašanja izdavanjem patenata te licenci te opadanje prosječnih troškova s porastom obujma proizvodnje . Poduzeće će povećavati svoju

veličinu, odnosno javit će se sklonost monopolskom ponašanju u slučaju da ekonomije razmjera postoje za veliko područje outputa. Glede toga ne iscrpljivanjem ekonomije razmjera niti na razini proizvodnje koja će zadovoljiti ukupnu krivulju potražnje javiti će se prirodni monopol, odnosno proizvođač će opskrbljivati cjelokupno tržište uz najniže prosječne troškove. U takvom slučaju potrebno je regulirati cijenu, kako ne bi došlo do iskorištavanja tržišne moći, povećanja cijena, odnosno monopolskog ekstraprofita. Umanjena razina proizvodnje u odnosu na onu koja je postojala ili bi postojala u uvjetima učinkovitog tržišnog natjecanja posljedica je monopola te umanjuje ukupno blagostanje društva.

Iznos za koji cijena (p*) premašuje granični trošak (MC) ovisi o elastičnosti potražnje poduzeća, odnosno o najbitnijoj te krajnjoj odrednici monopolske moći. U slučaju da je krivulja potražnje manje elastična, tada će poduzeće imati veću monopolsku moć (Ferenčak, 2003.). Lernerov indeks predstavlja razliku između cijene i graničnog troška, podijeljenu s cijenom a označava mjerenje monopolske moći. Lernerov indeks naziv dobiva po ekonomistu Abbi Lerneru 1934. (Činčin-Šain, 2007.). Poprima vrijednost između 0 i 1, gdje vrijednost nula predstavlja cijenu pri kojoj monopolist maksimizira svoj profit pri čemu je sasvim blizu graničnog troška. Takva vrijednost ukazuje na malu monopolsku moć, odnosno na tržište savršene konkurencije, razlog tome je što monopolist nije bio u stanju podići cijenu znatno iznad graničnog troška proizvodnje. Dok vrijednost bliža 1, stupanj monopolske moći je veći (Wasserbauer, 2010.). Odnosno, smatramo da je monopolska moć vrlo velika, razlog tomu je što je monopolist bio u stanju zaračunati cijenu daleko veću od graničnog troška proizvodnje, dakle suprotno vrijednosti koja je bliža nuli.

Tržišna moć rezultira neefikasnom alokacijom tako što ograničava ponuđenu količinu (Tomić, D., Sharma, S., 2011.). Mrtvi teret je mjere te neefikasnosti. X-(ne)efikasnost te tzv.traženje rente su dva troška koja su usko povezani sa monopolom. Oba troška imaju mogućnost znatnog povećanja uslijed povećanja tržišne moći (Tomić, D., Sharma, S., 2011.). X-(ne)efikasnosti tvrdi kako postoji pozitivna veza između napora zaposlenih i vanjskih pritisaka na poduzeću, dok hipoteza traženje rente tvrdi kako daljnji napor poduzeća za očuvanje i stjecanje monopolske moći daju za posljedicu mogućnost nastajanja dodatnih društvenih troškova tržišne moći.

Graf 2. Prikaz profita monopoliste, mrtvog tereta te potrošačevog probitka



Izvor: Izrada autora prema Tomić, D., Sharma, S., 2011. i Ferenčak, I., 2003.

Mrtvi teret predstavlja smanjenje ukupnog probitka uzrokovanog poremećajem na tržištu. Veličina mrtvog tereta u slučaju monopola, ovisit će o elastičnosti krivulje potražnje (Ferenčak, I, 2003.). Graf 1. prikazuje kako monopolist obračunava višu cijenu (p*) od graničnih troškova (MC), dok kupci koji nisu spremni platiti tu cijenu , izazivaju manju potrošnju te prodaju usluga i dobara na razini cijena i količine, sječište krivulje potražnje i graničnih troškova. Dio probitka pretvara se u monopolski profit, dok se dio gubi kao mrtvi teret. U modelu savršene konkurencije, monopolski profit i mrtvi teret činili su dio potrošačevog probitka, međutim, kako bi ostvario veći udio u probitku od razmjene, monopolist diže cijene iznad graničnih troškova (Tomić, D., Sharma, S., 2011.).

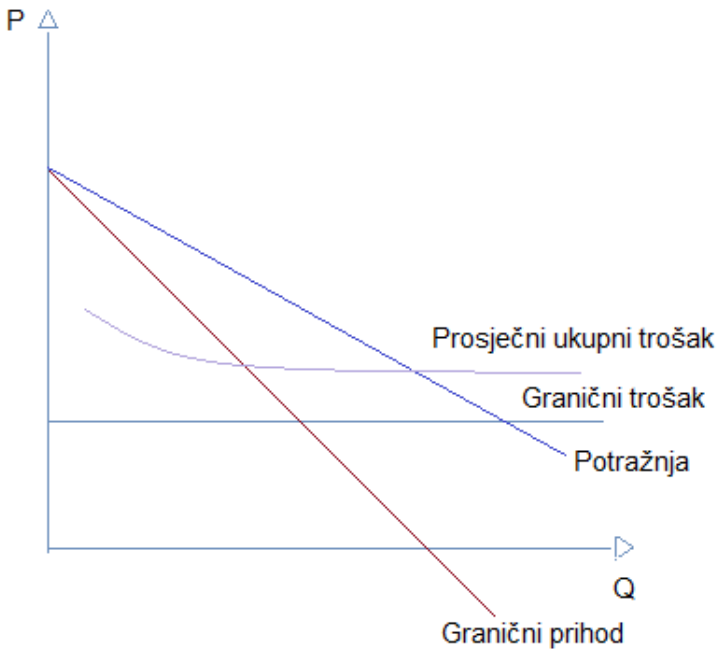
3. Prirodni monopol

Kao što je prethodno spomenuto, prirodni monopol je vrsta samog monopola. Prirodni je monopol označava tržišta na kojem razinu proizvodnje sektora može efikasno ostvarivati samo jedno poduzeće (Samuelson, Nordhaus 2010.). Nastaje kada jedno poduzeće monopolizira prirodne resurse, odnosno kada jedno poduzeće može opskrbiti cijelo tržište robom ili uslugom uz niži trošak nego što bi to mogla dva ili više poduzeća. Dakle, u ekonomiji prirodni monopol označava poduzeće koje željeni output proizvodi pri nižem društvenom trošku i efikasnije nego što bi se to moglo očekivati u slučaju postojanja konkurencije. Postoji ekonomija razmjera koja označava smanjenje prosječnih troškova s povećanjem samog obujma proizvodnje pri čemu poduzeće s velikim obujmom proizvodnje može pokriti troškove uz nižu cijenu manjeg poduzeća (Ferenčak, 2003.). U slučajevima prirodnog monopola, država nadzire svojom regulacijom takvo poduzeće kako ne bi došlo do iskorištavanja vlastite moći samog poduzeća. Poduzeće unutar prirodnog monopola može naplaćivati sve niže cijene kako raste proizvodnja te i dalje nastaviti ostvarivati dobit budući da njegovi prosječni troškovi padaju. Stoga će interakcija tisuća savršenih konkurenata biti nemoguća jer je jedno veliko poduzeće puno više efikasnije od skupine manjih. Razlog nastanka prirodnog monopola je taj da postoje ekonomije obujma ili ekonomije razmjera nad proizvodnjom, odnosno da se prosječni troškovi smanjuju s povećanjem obujma proizvodnje što dovodi da poduzeće koje ima veliki obujam proizvodnje može pokriti troškove uz nižu cijenu bolje od malog poduzeća. Na spomenuti način nastali su monopoli za distribuciju plina, električne energije, vode i dr. Prirodni monopol se često javlja u slučaju velikih proizvođača, koji se na nekom tržištu javljaju prvi, a industrija takvih proizvođača zahtjeva visoke fiksne troškove te pridonosi pojavi ekonomije razmjera. Pojavu konkurencije sprečavaju visoki troškovi početnog ulaganja te ulaska na monopolističko tržište (Ferenčak, 2003.).

Kako bi bilo lakše razumjeti sami prirodni monopol, prikazat će se primjerom željeznica te telefonskih poduzeća. U njihovom slučaju , pojam konkurencije je bio daleko od ostvarivog, razlog tome je što bi novo željezničko poduzeće moralo graditi dodatne pruge, a telefonska poduzeća, nove telefonske kablove, paralelno s postojećim, samim time bi društveni trošak bio višestruko veći od ostvarive koristi,

odnosno dvostruko ulaganje ne bi značilo i samim time dvostruko veću učinkovitost. Međutim, postoji prijetnja navedenim prirodnim monopolistima, telefonskom poduzeću je to pojava bežičnog telefoniranja, dok je željezničkom poduzeću automobilska poduzeća kao tehnološki napredak, samim time može se doći do zaključka kako tehnološki napredak može uništiti prirodni monopol. Odnosno ažuriranjem tehnologije te vremena u kojemu se svakog dana dešava napredak kako društva tako i tehnologije. Na primjeru telefonskog poduzeća i tehnološkog napretka, možemo uvidjeti da rijetko tko danas koristi kućne telefone, pogotovo one povezane žicom, gdje se telefonirajući mora ostati u jednoj prostoriji, takve telefone možemo vidjeti u poslovnim uredima, iako se sve više dobiva službeni mobilni uređaji koji upravo zamjenjuju žičnu tehnologiju s obzirom na telefonska poduzeća.

Graf 3. Model prirodnog monopola



Izvor: Ferenčak, I. (2003.) Počela ekonomije, Ekonomski fakultet u Osijeku, str 168.

Graf 3. prikazuje na koji način se ponaša prirodni monopol u svome tržišnom okruženju. Poznavajući vrijednosti monopola, odnosno da je granični prihod, manji od potražnje, u slučaju prirodnog monopola krivulja će biti dvostruko strmija od krivulje potražnje. Nadalje, krivulja troška po dodatnoj jedinici je uvijek ispod krivulje prosječnih troškova, koja je padajuća. Razlog tomu je što poduzeće koje je prirodni

monopol može ispuniti svu potražnju i još uvijek ne dostići najefikasniju ekonomiju razmjera na tržištu. Odnosno prirodni monopol je industrija koja uživa takve razmjere ekonomije, da jedno poduzeće može ispuniti svu potražnju na tržištu te takvim poslovanjem ne postići svoju najefikasniju ekonomiju razmjera.

Kako bi se kontrolirala situacija prikazana na grafu 3., postoje dva načina za regulaciju poslovanja prirodnog monopolista. Nacionaliziranje monopolskih poduzeća, odnosno stavljanje u vlasništvo i upravljanje od strane države te kontroliranje cijena monopolskih poduzeća od strane vlade, odnosno države. Cijene monopolskih poduzeća moraju biti tako regulirane da se poduzeću dopušta ostvarivanje određene stope prinosa na uloženi kapital dioničara, takve cijene moraju biti što pravednije, kako za kupce tako i za vlasnika poduzeća. Ulazak u granu u kojoj posluje poduzeće prirodnog monopola nije isplativa za ostala poduzeća te radi troškova bi poduzeće vrlo brzo propalo. Takvo poduzeće bi stalno tražilo cijenu koja bi se suočavala sa padajućom krivuljom potražnje te bi granični prihodi u tom slučaju bili ispod cijene. Upravo ti visoki početni troškovi su jedni od prirodnih zapreka ulaska na tržište prirodnog monopola. Profit bi bio moguć u dužem razdoblju, ako tvrtka nije regulirana. Postavljanje cijene na granične troškove eliminirat će gubitak društvenog blagostanja, ali i ostaviti poduzeće na gubicima, ekonomskim u slučaju da vlada države ne pripomogne subvencijama ili projektima. Postavljanje cijene na prosječne troškove omogućava pozitivnu nulu unutar prirodnog monopola, a samim time ne eliminira gubitak društvenog blagostanja (Karić, M.,2006.)

4. Privatizacija prirodnih monopola

Privatizacija je proces transformacije državnog u privatno vlasništvo, odnosno prodaja državnih poduzeća fizičkim, privatnim pravnim osobama. Privatizacija gospodarstva se isto tako može definirati kao proces preobrazbe državnog kontroliranog te dirigiranog gospodarskog sustava u tržišni sustav, utemeljenog upravo na principima privatnog vlasništva. Isto tako privatizacije ne mora nužno označavati transfer ukupnog vlasništva, ona može označavati i većinu dijela vlasništva javnog sektora privatnom (Njavro, 1993.) Privatne osobe mogu biti fizičke osobe ili privatne pravne osobe kao što su npr. privatne banke. Pod samo vlasništvo se podrazumijeva kontrola nad poduzećem, međutim javno poduzeće nije privatizirano ako izdaje dionice privatnim osobama, pod uvjetom da ne mogu glasati pri biranju uprave i imati kontrolu nad radom uprave, iako mogu dijeliti profit firme. Također, javno poduzeće nije privatizirano ako privatno vlasništvo iznosi manje od 50% kapitala dioničara koji imaju pravo glasa. S druge strane, privatizirana poduzeća mogu imati dioničare iz javnog sektora, ako javni sektor ne posjeduje većinu dionica s pravom glasa (Njavro, 1993.).

Razlog privatizacije je spoznaja bolje učinkovitosti privatnog vlasništva u odnosu na državno vlasništvo, međutim kako postoje pozitivni učinci tako postoje i negativni. Privatna poduzeća kao i državna poduzeća mogu poslovati i dobro i loše, odnosno oblik vlasništva baš i nema prevelikog utjecaja na profitabilnost poslovanja. U takvom slučaju sa državnim prirodnim monopolom dolazi do mogućnosti privatizacije iako to ne mora nužno značiti i profitabilnost te povratak uspješnosti samog poduzeća. Jedna od negativnih strana same privatizacije je, ne nužno, smanjenje zaposlenih te pada BDP-a isto tako porast cijena usluge ili proizvoda poduzeća, te manjak kvalitete (Njavro, 1993.). Ne mora biti nužno, ali dosadašnji primjeri privatizacije prirodnih monopola pokazuju upravo te primjere negativnih strana privatizacije. Često se prirodni monopol u privatnom vlasništvu vraća u vlasništvo države kako bi osigurali povratak samog prirodnog monopola tog poduzeća, s obzirom da podjela prirodnog monopola u dva konkurentna poduzeća od kojih svako ima polovicu tržišta dovodi do većeg pojedinačnog prosječnog troška nego li trošak početnog monopolista, odnosno u tom slučaju poduzeća bi propala (Njavro, 1993.).

Na razini poduzeća, privatizacijom se stvara osnovna pretpostavka za njihovo efikasno te ubrzano restrukturiranje, što znači uvođenje promjena koje će osposobiti poduzeće da profitabilno te uspješno plasiraju proizvode i usluge na internacionalizirana te konkurentna tržišta unutar strukture samog poduzeća. Osnovni nositelji poslovnog procesa definiraju se unutar privatizacije poduzeća: vlasnik – poduzetnik – menadžer – radnik, a unutar tih procesa su jasno razgraničena prava, odgovornosti te rizici. Isto tako privatizacija poduzeća može značiti i osnivanje novih, privatno-vlasničkih poduzeća, s upisima u registar po prvi puta (Kalogjera, D. 1993.).

Na razini pojedinca, građanin kao individualni poduzetnik te vlasnik se uvodi privatizacijom, pravnim sustavom zaštićen u svojoj imovini. Takav pojedinac najvažniji je nositelj vlasničkih prava, čak i onda kada su vlasnička prava skrivena u složenim oblicima pravnih osoba (Juraić, 2018.). Građanin – kao vlasnik – svojim će odlukama o ulaganju, štednji, radnom odnosu i dr. bitno utjecati, bilo putem tržišta kapitala ili pak izravno, na strukturu i nacionalne ekonomije kao cjeline i funkcioniranje poduzeća (Kalogjera, D., 1993.).

Privatizacija ima dva gospodarska aspekta (Boycko et.al., 1996.):

1. Korporativni – podrazumijeva realokaciju prava upravljanja,
2. Financijski – privatni financijski tijekovi supstituiraju državnu financijsku distribuciju

Glavno obilježje privatizacije je da je to politički projekt upravljan novim političkim elitama, kao što su i frakcije starih političkih elita iz doba tzv. planskog gospodarstva. Takva privatizacija je bila nužna s obzirom da se u većini zemalja (tranzicijskog vala) javljalo nezadovoljstvo radi neprikladnih poslovnih učinaka javnog sektora (Juraić, 2018.). Javni sektor unutar tih zemalja porastom proizvodnje je stagnirao, kvaliteta proizvoda bila je relativno slaba, posebno ako se uspoređuje sa proizvodima koji imaju sličnosti u zemljama koje su tada imale razvijeno tržišno gospodarstvo (Šokčević, Š., Dugalić, V., 2007.)

4.1. Metode privatizacije u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se primjenjivala prodajna metoda privatizacije, zasnovanu na načelu pojedinačnog slučaja, odnosno „case by case“ (*engl.*). Sam proces je striktno centraliziran, dok je nadležnima državnim institucijama uručeno ekstenzivno diskrecijsko pravo (Bićanić, I., 1993.). Primarna metoda je bila otkup visoko obrazovnih zaposlenika, dok je privatizacija kupona bila sekundarna metoda. Udio privatnog sektora u BDP-u 1991. godine iznosio je 25%, dok je udio zaposlenika bio 22%, nakon privatizacije te brojke se mijenjaju. Razlog povećanja državnog vlasništva su neprodane dionice, odnosno njihovo prenošenje u državna sredstva. Udio privatnog sektora u BDP-u, 1999. godine, iznosio je 60%, dok je to povećanje unutar prethodnih godina, znatno je niže u usporedbi s ostalim bivšim socijalističkim zemljama. Vlada je zadržala 1-30% udjela u privatiziranim tvrtkama u 33,4% poduzeća, a u 7,6% poduzeća iznad 30%, što je znatno više u odnosu na ostale zemlje (Estrin, S., 2007.).

4.2. Specifičnost te faze hrvatskog procesa privatizacije

Proces privatizacije se u Hrvatskoj pojavljuje nakon završetka Domovinskog rata, ostavljajući duboke posljedice, kako na Hrvatsku tako i na gospodarstvo. Glede toga, očekivalo se kako će privatni vlasnici biti ekonomski uspješniji od države, no u većini slučajeva, takvi pothvati su se pokazali često promašajima. Mnogi vlasnici su bili primorani to postati, ne znajući poslovati. Dok u isto vrijeme hrvatskom gospodarstvu su bile potrebne nove investicije te napredak i boljitak poslovanja; ne samo radi nastale štete tijekom rata već i modernizacije fiksnih fondova koji su i tehnološki i fizički bili zastarjeli, nakon izbijanja dužničke krize nastale u tadašnjoj Jugoslaviji (Nikić, G., 2004., str.202). Hrvatska je proces privatizacije ostvarila nešto kasnije te sporije od skupine tranzicijskih zemalja[1] prvog integracijskog kruga.

Privatizacija unutar RH odvijala se je u četiri faze. Prva faza s početkom 1991 – 1994. godine, započela je ključni problem odnosa gospodarstva te bankarstva. Druga faza, 1994.- 1998., onemogućava i usporava oporavak gospodarstva, dok je treća

[1] Tranzicijske zemlje – zemlje zahvaćene tranzicijskim valom, njih 12 istočnoeuropskih te 15 država bivšeg SSSR-a. Te zemlje krenule su u duboke promjene prvenstveno radi zajedničkog korištenja ishodišta u dugotrajnoj gospodarskoj krizi i stagnaciji 1980-e godine.

faza, 1998. – 2000., obilježena privatizacijom banaka te Privatizacijskim investicijskim fondovima (PIF-ovima). U posljednjoj fazi, četvrtoj, od 2000., dominiraju stečajevi, uz tendenciju rasprodaje portfelja te potencijalne revizije pretvorbe te privatizacije (Nikić, G., 2004.).

4.2.1. Prva faza privatizacije

U Hrvatskoj prva faza započinje uvođenjem Zakona o pretvorbi te se je provodila pod nadzorom Agencije Republike Hrvatske za razvitak i restrukturiranje. Privatizacija je, u ukupnoj vrijednosti od 20 milijardi američkih dolara, obuhvatila oko 4.000 poduzeća. Privatizacija se obavljala ili prodajom cijelog poduzeća ili njegovih idealnih dijelova, ulaganjem kapitala, pretvaranjem ulaganja na ugovornoj osnovi unutar poduzeća te potraživanje uloga te prijenosom svih dionica, fondova (Gregurek, M., 2001.). U prvoj fazi privatizacije, cilj je bio utvrditi vrijednost kapitala poduzeća, odnosno procjena gotovo 2700 poduzeća koje su ušle u proces privatizacije. Dio kapitala je bio dug koji su vjerovnici masovno pretvarali u kapital, međutim taj kapital nije bio uključen u daljnju prodaju kao ni državne obveznice namijenjene određenim poduzećima putem banaka. Hrvatski fond za privatizaciju prenijela je vrijednost tih obveznica u vlasničke zahtjeve. Ostatak kapitala bio je podložan privatizaciji. Povlašteni kupci bili su, bivši zaposlenici, zaposlenici te sama vlada (Juraić, 2018.)

4.2.2. Druga faza privatizacije

Poduzeća koja nisu uspjela biti privatizirana u roku, postavljenom od strane Zakona o pretvorbi, privatizirana su u drugoj fazi. Hrvatski fond za privatizaciju te Mirovinski fond pobrinuli su se za ta poduzeća. Privatizacija portfelja Hrvatskog fonda za privatizaciju drugi je korak unutar druge faze privatizacije (Gregurek, M., 2001.). Prvo je bilo potrebno privatizirati ugovorne prodaje iz portfelja u iznosu od 400 milijuna eura ii otprilike 8% portfelja Hrvatskog fonda za privatizaciju te bi se ugovorna prodaja trebala razlikovati od stvarnih novčanih priljeva (Gregurek, M., 2001.). Zatim, nastupa prijenos dionica, ratni veterani invalidi te obitelji poginulih vojnika obuhvaćaju transfer dionica u vrijednosti od ukupno 250 milijuna eura, nadalje dionice prenesene poduzećima koja se okreću rehabilitaciji u vrijednosti od 1 milijardi eura, dionice za korist izvan bilančno zdravstvenog osiguranja u vrijednosti od 10 milijuna eura, mirovinski fondovi u vrijednosti od 500 milijuna eura te dionice za financiranje

poslijeratne obnove u vrijednosti od 300 milijuna eura (Gregurek, M., 2001.). Vlada Republike Hrvatske morala je pripremiti posebne mjere i sredstva za privatizaciju strateških poduzeća kao što su HEP, Hrvatske šume, Hrvatske željeznice i dr. Međutim veliki dio poduzeća ostao je u državnom vlasništvu te nije ulazio u ozbiljnu rekonstrukciju. Kao što je prethodno napomenuto, rekonstruiranje nije bilo primaran cilj u ovoj fazi već politička dominacije i motiviranost dok su od sekundarnog značenja bili gospodarski i posebni financijski ciljevi (Gregurek, M,2001.)

4.2.3. Treća faza privatizacije

Zakon o privatizaciji investicijskih fondova pokreće privatizaciju u velikom broju zasnovanu na besplatnoj dodjeli dionica određenim kategorijama kao što su obitelji poginulih, zatočenici, vojni invalidi, obitelji nestalih osoba, hrvatski branitelji i sl. Treću fazu još nazivamo i kuponska privatizacija te je imala primarno socijalnu funkciju dok sekundarni ciljevi su bili oni ekonomskih učinaka (Družić, I., 2003.). Realizacija treće faze odvijala se je putem sedam registriranih privatizacijskih fondova s vlasništvom banaka javnom dražbom koju je vodio Hrvatski fond za privatizaciju (Družić, I, 2003.). Realizacija privatizacije se ovijala u tri dražbovna kruga a prethodio im je multi dražbovni krug. U prva dva kruga iz licitirano je manje od 50% ponuđenih dionica te utrošeno manje od polovice kupona, dok je ostatak iz licitiran u trećem krugu (Družić, I., 2003.) Nominalna vrijednost portfelja unutar treće faze iznosila je 2 milijarde eura. Privatizacija unutar kuponske privatizacije bila je nelinearna, odnosno usmjerena na kategorije stanovništva koje su pretrpjele najgore posljedice uoči Domovinskog rata.

4.2.4. Četvrta faza privatizacije

Ministarstvo gospodarstva preuzima poslove privatizacije te rekonstruiranja prema Zakonu o djelokrugu rada ministarstva Republike Hrvatske. Unutar Hrvatskog fonda za privatizaciju se konsolidira državna imovina, dok rizik privatizacije preuzima nova vlast što donosi nove rizike, poput gospodarske, političke i dr. Portfelj s vlasničkim kapitalom pokušavao se prodati na javnoj dražbi na Burzi, do 25%, dok ostalo potpada unutar financijske konsolidacije, odnosno pokretanje stečajnih postupaka. Od društva unutar državnog portfelja prema podacima Hrvatskog investicijskog fonda, za privatizaciju svršetkom 2000. godine, spremno je 40%, dok je 38% stečajni

postupak te 22% poduzeća prolaze kroz analiziranje programa stabilizacije (Gregurek, M., 2001.)

4.3. Privatizacija danas

Na putu prema eurozoni, Hrvatska će morati provesti i privatizaciju državnih poduzeća kao jednu od reformi. Međutim, radi se o manjinskim udjelima malog značaja za tržište te većina tih poduzeća nisu od većeg značaja za HR tržište. Navodi se da do travnja 2020. godine će biti raspisani natječaji za prodaju dionica ili udjela vlasništva u 90 poduzeća državnog vlasništva, dok je na listi Centra za restrukturiranje i planiranje (CERP) 357 poduzeća, što znači da bi se moglo inicirati prodaja četvrtine portfelja (Marina Klepo, pristupljeno 15.09.2019.). Prodaja dionica i udjel vlasništva tih poduzeća će se odvijati u nekoliko krugova, prvi krug je zabilježen za niz turističkih poduzeća, poznato je da se radi o 30 poduzeća kojima proces privatizacije započinje u rujnu 2019. Primjerice, prodajom udjela pulske grupacije Arena Hospitality Group, koji iznosi 1%, država bi uprihodila 19 milijuna kuna, prodajom dionica Hrvatskog telekoma čiji udio iznosi 1,5%, mogao bi biti ostvaren prihod od 200 milijuna kuna (CERP, pristupljeno 15.09.2019.) Privatizacijom u Hrvatskoj, 2018. godine prihod je ostvaren od 426 milijuna kuna (CERP, pristupljeno 15.09.2019.). Prodaja većinskog udjela crikveničkog Jadrana, mirovinskim fondovima PBZ CO i Erste Plavom izvršena je veljače 2018., ponuda PBZ CO i Erste Plavog je bila i jedina ponuda, a iznosila je 200 milijuna kuna (CERP, pristupljeno 15.09.2019.).

Tablica 1. 10 poduzeća malih udjela države (do 15 posto)

Poduzeće	Udjel	Nominalna vrijednost (u mil. kn)
HT- Hrvatski telekom	1,56	153,0
Badel 1892	11,5	29,2
Agrolaguna	14,4	20,6
Slatinska banka	8,0	7,3
Liburnia Riviera Hoteli	0,92	6,4
Mlin i pekare Sisak	11,7	4,3
Imparial Riviera Rab	0,62	2,4
Mercator-H	0,22	2,0
Vranjica Belvedere Seget Vranjica	2,20	2,0
Olma Zagreb	13,1	1,9

Izvor: CERP, pristupljeno 15.09.2019.

Kada je riječ o malim udjelima država RH raspolaže sa nekim vrijednijim dionicama poduzeća koje su na burzi. Prikazom tablice 1. možemo vidjeti kako je HT-Hrvatski telekom jedno od tih poduzeća s udjelom od 1,56 posto nominalne vrijednosti od 153 milijuna kuna.

Tablica 2. 10 poduzeća većih udjela države (iznad 15 posto)

Poduzeće	Udjel	Nominalna vrijednost (u mil. kn)
Janaf (posebni interes)	26,2	749,4
Podravka	15,5	242,7
Croatia osiguranje	29,9	180,2
Luka Rijeka	25,0	134,9
Petrokemija	17,9	98,5
Đuro Đaković grupa	20,7	42,1
Autocesta Zagreb-Macelj	49,0	43,3
Središnje kliriško depozitarno društvo	39,1	37,0
Imunološki zavod (posebni interes)	22,2	24,7
Dubrovačko primorje	12,7	13,5

Izvor: CERP, pristupljeno 15.09.2019.

Prema tablici 2. poduzeće s najvećim udjelom državnog vlasništva Autocesta Zagreb-Macelj sa 49,0 posto udjela i vrijednošću od 43,3 milijuna kuna, dok je poduzeće Janaf sa udjelom od 26,2 posto ima najveću nominalnu vrijednost od 749,4 milijuna kuna.

Jedno od poznatijih procesa privatizacije posljednjih dva desetljeća je i poduzeće INA d.d., kada je Hrvatski sabor 19. ožujka 2002. godine donio Zakon o privatizacije INA-e - Industrija nafte d.d. (NN, 32/02.). Tim je zakonom u 11 načelnih članaka određena privatizacija INA-e. U prvom stupnju 10.studenog 2003., 25% plus jedna dionica prodana je mađarskom poduzeću MOL – Mađarsko naftno i plinsko poduzeće, za oko 505 milijuna USD. U drugom stupnju, 2005. godine, 7% vrijednosti dionica INE preneseno je hrvatskim braniteljima i članovima njihove obitelji bez naknade, dok je treća faza privatizacije započela 2006.godine i obilježena je inicijalnom javnom ponudom od 15% običnih dionica INA hrvatskim državljanima po povlaštenim uvjetima (Čučković, N., Jurlin, K., Vučković, V., 2011.). Četvrta faza, 2007. godine, uključivala je privatizaciju 7% dionica INA-e bivšim i tadašnjim zaposlenicima sa popustom na nominalnu cijenu u iznosu od 1% za svaku radnu godinu. Zaključno s

tom fazom, Vlada Republike Hrvatske smanjila je svoj udio ispod 50%. Sljedeće faza, 5.rujna 2008. godine kada je MOL dobrovoljno ponudio javnu ponudu za kupnju dodatnih dionica INA-e, što je rezultiralo povećanjem udjela u vlasništvu INA-e na 47,16% (Sass, M et al, 2010.). Nakon pete faze privatizacije, sa 44,84% RH, postaje drugi najveći dioničar u poduzeću (Sass, M et al, 2010.).

Privatizacija INA-e je imala pozitivan utjecaj na samo poduzeće, većina financijskih pokazatelja je na zadovoljavajućoj razini, iako ne možemo tvrditi da je privatizacija najbolje rješenje s obzriom da ne možemo znati kakvi rezultat bi bili bez privatizacije navedenog poduzeća, zaključak je donesen istraživanjem hipoteze pozitivnog utjecaja privatizacije na poduzeće INA d.d. (Herak, B.,2016.).

4.4. Prednosti i nedostaci

Prednosti privatizacije nisu vidljivi na samom početku, tek nakon određenom vremena poslovanja dolazi se do prvi vidljivih prednosti. Temeljna prednost same privatizacije je omogućenost identificiranja vlasnika poduzeća, glede toga i stimuliranje na proizvodnju. Isprva, nakon uvođenja postupka privatizacije dolazi do opuštanja zaposlenika te ukidanja nekih radnih mjesta radi stabilizacije i financijskog oporavka poduzeća, međutim razina proizvodnje ostaje jednaka uz manji broj radnika, stoga su troškovi poduzeća smanjeni. Nakon što prođe razdoblje prilagodbe na nove tržišne uvjete, otvara se prostor za širenje tržišta te raste potreba za proizvodnjom, odnosno povećanje radnog obujma te samim time i zaposlenje novih radnika i otvaranje novih radnih mjesta (Kacun, J., 2002.). Prednosti privatiziranih poduzeća su isto tako bili smanjeni politički utjecaji, viša podložnost disciplini tržišta, bolji strukturirani unutrašnji poticaji, glede problem restrukturiranja i kapitalizacije (Juraić, Ž., 2018.). Nedostaci hrvatske privatizacije očitavaju se kroz model koji će pomiriti politički, ekonomski i socijalni interesi. S obzirom da je u prvoj fazi privatizacije bio jači naglasak na zaposlene te njihovo sudjelovanje u samom procesu, no manje na prikupljanje prihoda za državni proračun koji se je zapravo ostvarivao prodajom poduzeća, rezultiralo je masovnim privatizacijama. Problem se javlja nakon što potrebne informacije budu izložene zaposlenicima te je moguć nadzor nad menadžmentom, samim time dolazi do potiskivanja malih dioničara u strukturi vlasništva (Gregurek, M., 2001.) Prednosti možemo još očitati kroz poboljšanu učinkovitost, vlasniku poduzeća ili dionica, udjela poslije procesa

privatizacije je u cilju smanjiti troškove te povećati prihode. Poduzeće British Airways, pokazalo je znatnu učinkovitost poduzeća nakon samog procesa privatizacije te samim time opravdava proces privatizacije (Pettinger, T., 2017.).

Nedostaci se očituju i kroz (Gregurek, M.,2001.):

- nejednaku distribuciju koristi zbog različitih učinaka pojedinih poduzeća,
- podcijenjenosti vrijednosti poduzeća, u kojem se slučaju smanjuje prihod državi, odnosno u slučaju precijenjenosti čini proces privatizacije dužim,
- primjena tzv. statičke metode procjene koja je otvorila prostor nezakonitim radnjama,
- ekonomsku i političku nestabilnosti,
- neobjektivno vrednovanje poduzeća

Sam stupanj privatizacije može biti spor te skup zbog složenosti procjene vrijednosti, dugotrajnog procesa pregovaranja te alokacije, glede retroaktivne promjene zakonodavstva i revizije revalorizacije. Jednak od oblika privatizacije je i korištenje predaje dionica kupcima izvan poduzeća, koja, zbog skromne razine štednje bude marginalna kako i po vrijednosti tako i po samom broju (Gregurek, M., 2001.)

4.5. Privatizacije i njezine prednosti u praksi

Empirijski dokazi koji ispituju teorijske implikacije mogu se grupirati u mikroekonomske i makroekonomske dokaze. Sa mikroekonomske perspektive mogu se vidjeti konkretniji zaključci. Isto tako postoje različiti načini studija koje se mogu grupirati na sljedeći način (CESifo Economics Studies, 2003.):

1. Studije koje se bavi specifičnim poduzećima i njihovim razvojem prije i poslije samog procesa privatizacije
2. Studije koje prikupljaju dokaze koji su specifični za pojedinu zemlju, proučavaju promjene u poslovanju u različitim sektorima unutar iste zemlje, prije i nakon privatizacije

3. Studije koje prikupljaju dokaze zemalja koji koriste podatke poduzeća kojima se javno trguje u različitim zemljama za procjenu promjena u njihovom financijskom stanju prije i nakon privatizacije

1. Putem studija za specifična poduzeća te njihove razvoje prije i poslije privatizacije se istraživala 12 poduzeća iz četiri različite zemlje svijeta. Rezultati pokazuju da je u svim slučajevima osim jednog neto učinak privatizacije pozitivan. Vlada u devet slučajeva ostvaruje neto dobitak, a kupci poduzeća su u svim slučajevima stekli dobit. Ove studije pokazuju očigledno pozitivan učinak privatizacije na ukupno blagostanje bez negativnih distributivnih posljedica, iako je ovaj rezultat vođen djelomičnom ravnotežnom analizom (CESifo Economics Studies, 2003.).
2. Studije bazirane na promatranju pojedinačne zemlje, došle su do zaključka temeljenim na nekoliko slučajeva privatizacije. Jedan od tih slučajeva je iz Meksika, LePorta i Lopez-De-Silanes (1999.) analizirali su rad od ukupno 218 poduzeća unutar 26 različitih sektora (CESifo Economics Studies, 2003.). Jedna od najvažnijih karakteristika ovog rada je ta da autori dekomponiraju promjene profitabilnosti u povećanje cijena, smanjenje radne snage i povećanje produktivnosti. Također se mjere i porezi koje plaćaju poduzeća. U analizi se razmatraju dvije kritike koje se obično odnose na privatizaciju. Profitabilnost poduzeća povećava se na štetu društva kroz poskupljenja te profitabilnost dolazi na štetu radnika, čiji su ugovori o radu manje izdašni, što uključuje važna otpuštanja. Rezultati pokazuju da se profitabilnost, mjerena omjerom operativnog prihoda i prodaje, povećala za 24%. Pokazano je i da deregulirana tržišta potiču bržu konvergenciju pokazatelja uspješnosti privatiziranih poduzeća prema kontrolnim skupinama industrije. Kada se uspoređuju konkurentni i ne konkurentni sektori, ne samo da su prvi povećali profitabilnost u odnosu na druge, već su te promjene povezane s većim dobicima učinkovitosti i manjim rastom cijena. Privatizirane tvrtke prešle su od primanja pozitivne subvencije od države do neto plaćanja poreza nakon prodaje (CESifo Economics Studies, 2003.).
3. Studije poduzeća javnog trgovanja nakon i prije privatizacije koristili su sve dostupne podatke kako bi mogli doći do zaključka. Analizirano je 61 poduzeće iz 18 različitih država, privatiziranih putem javnog trgovanja. Dokazi su čvrsti u

pravcu očito boljeg poslovanja poduzeća nakon privatizacije. Profitabilnost se značajno povećava za različite specifikacije, različita razdoblja i skupine zemalja. Profitabilnost se povećava više u reguliranim industrijama, dok operativna učinkovitost u tim slučajevima ima manji rast. Tada je jasno da veća profitabilnost ne mora značiti i veću učinkovitost, a veza između njih dolazi iz tržišne strukture. Dokazi podržavaju ideju da određene tvrtke iskorištavaju određenu tržišnu snagu. Kapitalni rashodi te ulaganja sustavno se povećavaju u svim slučajevima, odražavajući i rast i restrukturiranje koje se događa nakon prodaje. Povećava se zaposlenost u svim slučajevima, uključujući zemlje u razvoju. U svim slučajevima, potpuno privatizirane tvrtke posluju bolje od djelomično privatiziranih (CESifo Economics Studies, 2003.).

Zaključno, podaci pokazuju da privatizirane tvrtke poboljšavaju svoju profitabilnost nakon prodaje, čak kontrolirajući makroekonomske i industrijske čimbenike. Djelomična privatizacija ima niži učinak na profitabilnost u usporedbi s potpunom privatizacijom. Privatizacija poboljšava financijsko blagostanje javnog sektora (manji deficit, manji dug) te u cjelini smanjuje neto transfer državnih poduzeća. Ti transferi postaju pozitivni ako vlada zapravo počne naplaćivati porez od privatiziranih poduzeća. Privatizacija ima pozitivan utjecaj na razvoj financijskog sektora te ima negativan učinak na zaposlenost u kratkom roku, pozitivan učinak u srednjem i dugom roku (CESifo Economics Studies, 2003.).

5. Hrvatske šume kao prirodni monopol

Hrvatske šume d.o.o. su trgovačko društvo osnovano radi gospodarenja šumama i šumskim zemljištima u Republici Hrvatskoj temeljem Zakona o šumama i Odluke Vlade RH, s početkom rada 1. siječnja 1991. godine. (Hrvatske šume, pristupljeno 21.08.2019.). Hrvatske šume d.o.o. ustrojene su kao društvo s ograničenom odgovornošću te jedini član i osnivač društva je Republika Hrvatska, odnosno Hrvatske šume su u državnom vlasništvu. Smatraju se među najvrjednijim hrvatskim društvima, a upravo o njihovom radu, organizaciji te djelovanju ovisi cijela drvna industrija Republike Hrvatske. Poduzeće broji 17 uprava šuma-podružnica i 169 šumarija te zapošljava oko 8000 zaposlenika od kojih su 1250 s visoko stručnom spremom (Hrvatske šume, 21.08.2019.). Hrvatske šume svrstavamo u monopol, odnosno prirodni monopol s obzirom na prodaju proizvoda za kojima postoji tržišna potreba te radi gospodarenja šumama te šumskim zemljištima unutra cijele Republike Hrvatske (Hrvatske šume, pristupljeno 21.08.2019.).

Hrvatske šume d.o.o. poduzeće su koje je organizirano kao društvo s ograničenom odgovornošću. Odnosno trgovačko društvo u kojem jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge s kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu (Poslovni forum, pristupljeno 21.08.2019.). Hrvatske šume su 2015. godine proslavile 250. obljetnicu šumarske struke i organiziranog gospodarenja šumama u Hrvatskoj, osim toga te su godine i zadržali tendenciju rasta prihoda te smanjenje rashoda s obzirom na prethodne četiri godine, isto tako te godine su poslovali bez kratkoročnih zaduženja prema financijskim institucijama. Ostvaren je rast dobiti koji premašuje prethodne godine. Međutim unutar narednih godina, zaključno sa 2018.godinom, taj trend rasta se mijenja te se stvara tendencija rasta rashoda i smanjenje prihoda, od 2015. godine, naredne godine koje su slijedile su imale manju dobit u odnosnu na prethodnu godinu (Hrvatske šume, Godišnje financijsko izvješće, 11.09.2019.). Te jubilarne 2015.godine je ostvaren i rekord proizvodnje poduzeća, proizvedavši 5.032.228 m³ kubnih drvnih sortimenata, što opravdava i porast dobiti.

5.1. Privatizacija Hrvatskih šuma kao prirodni monopol

Privatizacija samog poduzeća Hrvatske šume koja bi mogla ostvariti višu razinu kapitalnog ulaganja nego što bi mogla država nije tema rasprave Republike Hrvatske,

s obzirom da u drvnoj industriji ima čak 10% zaposlenih od ukupnog broja zaposlenih unutra Republike Hrvatske, državi privatizacija ne bi bila isplativa. Iako bi sama privatizacija riješila neka od pitanja, kao što su efikasnost, rekonstrukcija, transformacija strukture poduzeća te ekonomski razvoj, država u vidu privatizacije ima samo društva kćeri Hrvatskih šuma. Proces same privatizacije državnih poduzeća prirodnih monopola potrebno je promatrati kako i vremenski tako i u prostornom kontekstu uzimajući u obzir specifičnost navedenog poduzeća. Iako postoje prakse privatizacije državnih monopola u privatne i s obzirom na to moguće je učiti na njihovim greškama ako su bile prisutne, loša organizacija privatizacije odnosno loše organizacijsko preoblikovanje, sveobuhvatno rekonstruiranje može dovesti do suprotnih rezultata od željenih.

Upitno je koliko privatizacija zapravo rješava nagomilane probleme koji se upravo žele riješiti privatizacijom. Isto tako privatizacija bi pridonijela rješavanju problem političkih interesa koji se dnevno upleću u sam posao Hrvatskih šuma, zaposlenje ne obrazovne infrastrukture unutra poduzeća te zaposlenje obrazovne. S obzirom da drvna industrija ovisi upravo o Hrvatskim šumama te da Republika Hrvatska ima značajne korist od drvne industrije, pažnja usmjerena prema potrošačima odnosno drvnoj industriji je slaba, a najviše prema malim poduzećima, obrtnicima te privatnim osobama.

Privatizacija Hrvatskih šuma bi pridonijela izgradnji nove infrastrukture te organizacije poduzeća, no da li bi to bio spas malim poduzetnicima ili samo sol na ranu, pitanje je koje će ostati u zraku. S obzirom da privatni monopolist ima mogućnost povećanja cijene, međutim ne značajno s obzirom na regulativnu agenciju, ali i mala cijena proizvoda ima dostatno značenje za malog poduzetnika (manji troškovi). Paradoks koji se javlja unutar Republike Hrvatske a ima poveznicu sa Hrvatskim šumama je uvoženje lišća, piljevine, kojeg Republika Hrvatska uvozi a posjeduje hektare zdrave šume. Međutim, bez obzira na pozitivne strane same privatizacije, postoje i negativne i da li privatni monopolist može izdržati teret HAKOM-a s obzirom na veličinu samog poduzeća. Kao što je prethodno navedeno, vlasništvo poduzeća ne ovisi i o uspješnosti samog poduzeća, te privatizacija ili ne, neće pomoći malom poduzetniku unutar drvne industrije ako on neće imati koristi od samog monopola. Bez obzira na brojke kojima Hrvatske šume raspolažu, ne smijemo zaboraviti da se radi o prirodnom monopolu i da potrošači, poduzeća i privatne osobe nemaju izbora kupnje

druge drvne biomase. Negativna strana državnog vlasništva je pitanje koje se stalno postavlja, a to je da li velika poduzeća dobivaju više na pažnji od malih poduzeća te zašto malo poduzeće ne može dobiti traženu količinu drveta za obavljanje svoje djelatnosti.

Drvna industrija u Republici Hrvatskoj je jako podložna ekonomskom razvoju te prinošenjem kapitala, ali s obzirom na Hrvatske šume taj kapital ne može rasti od strane malih poduzeća upravo iz razloga manjka drveta. Iako ne mogu osobno govoriti za velika poduzeća, ali za mala mogu, i osobno mogu reći kako prednost u nabavci drveta dobivaju velika poduzeća, logičan slijed je da velika poduzeća pridonose većem kapitalu i ekonomskom razvoju Republike Hrvatske, međutim mala poduzeća bez vlastitog kapitala ne mogu ni pokušati.

Izbor privatizacije društva kćeri Hrvatskih šuma za Republiku Hrvatsku predstavlja vrlo važnu stratešku odluku, s obzirom da će donesena odluka imati utjecaj na cijelo poslovanje Hrvatskih šuma. Društva kćeri Hrvatskih šuma broje u svom sastavu ukupno šest povezanih poduzeća. To su: Kamenolom Krašić, Ambalaža Lanišće, Galanterija Vrbovsko, Rasadnik Piket, HŠ Konzult i Šumska biomasa, svako od tih društava je nastalo iz različitih razloga te ima različitu razvojnu perspektivu (Hrvatske šume, 21.08.2019.). Od ukupnih šest povezanih poduzeća, u razmatranju za samu privatizaciju su četiri od šest poduzeća te da samo dva poduzeća treba ostaviti u državnom vlasništvu, Šumska biomasa i HŠ Konzult. Razlog zadržavanja upravo za ta dva poduzeća je perspektivnost djelatnosti koje su još uvijek u razvoju, a razlog privatizacije ostalih poduzeća je ne pokazivanje adekvatnih poslovnih rezultata, glede toga javlja se nužnost donošenja poslovnih odluka (Hrvatske šume, 21.08.2019.). Dakle, privatizacija samih Hrvatskih šuma, kao prirodnog monopola nije u razgledanju i teško da će biti u skorijem vremenu, iako postoje prednosti, međutim postoje i nedostaci, odnosno ne postoje činjenice kojima bi se moglo predvidjeti sama privatizacija te učinak iste.

5.2. Modeliranje i provedba privatizacije društva kćeri Hrvatskih šuma d.o.o.

Cilj provedbe privatizacije društva kćeri HŠ-a poboljšanje ekonomske efikasnosti poslovanja, promjene poslovanja unutar poduzeća, potaknuće menadžmenta na oblikovanje samih promjena kako periodičkih tako i radikalnih promjena. Isto tako,

treba težiti izbjegavanju onih rješenja koji bi mogli dovesti do neuspješnosti same privatizacije te dovesti do neželjenih posljedica za Hrvatske šume. Izbor privatizacijskog modela je od izuzetne važnosti te predstavlja važnu stratešku odluku s obzirom da može imati za posljedice cjelokupno poslovanje poduzeća Hrvatske šume. Kao što je navedeno prethodno u radu, u sastavu društva kćeri Hrvatskih šuma, broji se šest povezanih društva, Kamenolom Krašić, Ambalaža Lanišće, Galanterija Vrbovsko, Rasadnik Piket, HŠ Konzult te Šumska biomasa. Svako poduzeće pojedinačno za sebe ima različitu perspektivu poslovanja te različitu uspješnost ili ne uspješnost poslovanja, glede toga nekolicina navedenih se razmatra za privatizaciju, dok ostala ostaju u vlasništvu Hrvatskih šuma, u potpunosti do daljnjega. Razlog tome su ne pokazivanje adekvatnih poslovnih rezultata.

Prijedlog modela za privatizaciju određenih društva kćeri je afirmacija zaposleničkog dioničarstva koja jedina može rezultirati uspješnosti i zadovoljavajućim rezultatima za sve interesno-utjecajne skupine. Od šest navedenih poduzeća, za ne razmatranje privatizacije ostaju Šumska biomasa te HŠ Konzult. Razlog zadržavanja tih poduzeća unutar društva kćeri Hrvatskih šuma je upravo perspektivnosti tih djelatnosti, odnosno navedena poduzeća su još u fazi razvoja. Smatra se da HŠ Konzult može unaprijediti razvitak poslovanja, naročito u slučaju kadrovskog popunjavanja te boljoj afirmaciji poduzeća u okviru cijelog poslovnog sustava.

6. Zaključak

Monopol se definira kao trajna tržišna situacija gdje se javlja samo jedan davatelj određene usluge ili vrste proizvoda dok prirodni monopol nastaje kada jedno poduzeće može opskrbiti cijelo tržište robom ili uslugom uz niži trošak nego što bi to mogla dva ili više poduzeća. Isti taj prirodni monopol može biti u državnom ili privatnom vlasništvu. Prijelaz iz državnog u privatno vlasništvo označava privatizaciju. Dakle, privatizacija prirodnih monopola je proces transformacije iz državnog u privatno vlasništvo. Privatizacija u Republici Hrvatskoj uzela je maha nakon završetka Domovinskog rata, iako sami proces privatizacije započeo je još 1991.godine.

Proces privatizacije možemo pratiti u četiri faze, u zadnjoj fazi se dolazi tek do rezultata cijelog procesa, odnosno , spremno je 40%, dok je 38% stečajni postupak te 22% poduzeća prolaze kroz analiziranje programa stabilizacije. Poduzeća koja su bila u procesu privatizacije u vremenu faza privatizacije su uglavnom bile kategorizirane, s obzirom na posljedice Domovinskog rata, najznačajnije kategorije su bile hrvatski branitelji, obitelji nestalih osoba tijekom rata, obitelji poginulih tijek rata i dr. (Zakon o privatizaciji, članak 21., 11.03.1996.). Danas je privatizacija u HR još uvijek aktivna, s obzirom da RH mora provesti privatizacije državnih poduzeća kao jednu od reformi ulazeći u eurozonu. Bez obzira što se radi o valu privatizacije, radi se o manjinskim udjelima malog značaja za HR tržište, a velikog značaja za državni proračun. Iako su studija pokazala kako privatiziranje u potpunosti ima bolji i značajniji efekt poslovanja i dobiti nego što ima djelomična privatizacija, Hrvatskoj nije u cilju privatizirati državna poduzeća u potpunosti već djelomično. Djelomičnom privatizacije primjerice HT – Hrvatskog telekoma, RH bi uprihodila 153 milijuna kuna (CERP, pristupljeno 15.09.2019.). Jedno od značajnijih procesa privatizacije u HR, je privatizacija INA-e. Gdje je Hrvatska postala drugi najveći dioničar poduzeća nakon pete faze procesa privatizacije sa udjelom od 44,84% (Sass, M. et al, 2010.) Poduzeće INA d.o.o. danas nakon 18 godina od početka procesa privatizacije ima u potpunosti pozitivan utjecaj te zadovoljavajuću razinu poslovanja.

Privatizacija Hrvatskih šuma nije nešto na što bi mogli dati definiciju, odnosno značenje jer se privatizacija spomenutog poduzeća nije dogodila, radi isplativosti i koristi same države RH. Iako se je pripremalo unutar Vlade Republike Hrvatske i za

privatizaciju Hrvatskih šuma (Zakon o privatizaciji, članak 6., 11.03.1996.), isplativije je bilo ostaviti isto poduzeće unutar državnog vlasništva. Međutim postoje modeli privatizacije nekolicine poduzeća društva kćeri Hrvatskih šuma. Razlog tome su ne pokazivanje adekvatnih poslovnih rezultata te će se pokušati procesom privatizacije poboljšati poslovanje navedenih poduzeća. Privatiziranjem Hrvatskih šuma može doći do poboljšanja u određenom spektru poslovanja kao što su to efikasnost, rekonstrukcije te ekonomski razvoj poduzeća isto može doći do pogoršanja u smislu nezaposlenih, kratkoročno ukidanju radnih mjesta.

Možemo zaključiti kako privatizirana poduzeća poboljšavaju svoju profitabilnost nakon prodaje te financijsko blagostanje javnog sektora. Privatizacija ima pozitivan utjecaj na razvoj financijskog sektora i pozitivan učinak na zaposlenje u dugom i srednjem roku, dok kratkoročno negativan utjecaj ima na nezaposlenost i ukidanje radnih mjesta. Kapitalni rashodi te ulaganja sustavno se povećavaju procesom privatizacije, odražavajući i rast i restrukturiranje koje se događa nakon prodaje.

Literatura

Knjige

1. Benić Đuro; *Mikroekonomija, Menadžerski pristup*, ŠK, Zagreb, 2017.
2. Mankiw, N.G., *Osnove ekonomije*, 2006., Zagreb, MATE
3. Nordhaus W., Samuelson, *Ekonomija*, 1992., Zagreb, MATE
4. Pindyck R., S., Rubinfeld D., L., *Mikroekonomija,* V. izdanje, 2005., Zagreb
5. Sharma, S., Tomić., D., Mikroekonomska analiza tržišne moći i strateškog ponašanja poduzeća, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli i Mikrorad d.o.o., 2011.

Članci

1. Bićanić, I. *Privatization in Croatia. East European Politics and Societies* 7 (3):422, 1993.
2. Čengić D., Rogić I.: *Privatizacija i javnost*, Zbornik radova, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,Zagreb, 2000.
3. Gregurek M. *Stupanj i učinci privatizacije u Hrvatskoj*, Ekonomski pregled 52 (1-2), 2001.
4. Kacun, J. *Psihološki aspekti nezaposlenosti*, Zbornik radova XII. ljetne psihologijske škole, Silba, 2002.
5. Kalogjera, N. *Privatizacija. Društvena istraživanja Zagreb*, 3, god.2, br.1, 1993.
6. Nikić G. *Gospodarski aspekti pristupa Hrvatske Europskoj uniji*, Ekonomski pregled, 55 (3-4), 2004
7. Štulhofer, A. *Krivudava staza hrvatske privatizacije*, zborniku Privatizacija i modernizacija /ur. I. Rogić i Z. Zeman/. Institut društvenih znanosti I. Pilar., Zagreb, 1998

Online literatura i članci

1. Bećirović, S., *Prijedlog rješavanja problema prirodnog monopola*, 2009., pristupljeno 05.03.2019. file:///C:/Users/ivaa/Downloads/Prijedlog_rjesavanja_problema_prirodnog%20(3).pdf
2. CERP, pristupljeno 15.09.2019. http://www.cerp.hr/

3. Cimeša, M., *Privatizacija javnih poduzeća*, 2009., pristupljeno 17.07.2019. http://arhiva.portalnovosti.com/2009/10/privatizacija-javnih-poduzeca/
4. Dizdarević, E., *Pogubna privatizacija infrastrukture*, 2017. pristupljeno 22.07.2019. https://www.oslobodjenje.ba/dosjei/kolumne/pogubna-privatizacija-infrastrukture
5. Domazet, N., *Prijedlog Zakona o kulturama kratkih ophodnji zadržava monopol Hrvatskih šuma*, 2016., pristupljeno 21.08.2019. http://www.energetika-net.com/u-fokusu/res-publica/prijedlog-zakona-o-kulturama-kratkih-ophodnji-zadrzava-monopol-hrvatskih-suma-23052
6. Ferenčak, Crnković, Ćućić, *Privatizacija autocesta*, 2006., 21.08.2019. https://www.bib.irb.hr/387108
7. Hrvatske šume, pristupljeno 09.07.2019. https://www.hrsume.hr/index.php/hr/
8. Tipurić D., Hruška D., Slišković T, Model i program restrukturiranja Hrvatskih šuma d.o.o., 2009. https://www.sumari.hr/biblio/pdf/14090-2.pdf
9. Sheshinski, E., Lopez-Calva, L.,F., Privatization and Its Benefits:Theory and Evidence http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.201.3522&rep=rep1&type=pdf
10. Vresnik, V., *„Josip Budimir: 'Treba privatizirati sve osim prirodnih monopola'“*, 2016., pristupljeno 21.08.2019. https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/josip-budimir-treba-privatizirati-sve-osim-prirodnih-monopola/4015587/

Pravilnici:

1. Pravilnik o financijskom poslovanju, Hrvatske šume d.o.o. (pristupljeno 22.08.2019.)

Zakoni:

1. Zakon o izdavanju i prometu vrijednosnim papirima, Narodne novine, 107/95
2. Zakon o privatizaciji, 01-96-536/1, članak 1., članak 6., članak 21.,
3. Zakon o šumama, Narodne novine, 140/05

Popis grafova i tablica

Grafovi

Graf 1. Monopolska dobit, izrada autor prema Ferenčak, I., 2003., **str. 6**

Graf 2. Prikaz profita monopoliste, mrtvog tereta te potrošačevog probitka, izrada autora prema Tomić, D., Sharma, S., 2011. i Ferenčak, I., 2003., **str. 10**

Graf 3. Model prirodnog monopola, Ferenčak, I. *(2003.) Počela ekonomije, Ekonomski fakultet u Osijeku, str 168.,* **str.12**

Tablice

Tablica 1. 10 poduzeća malih udjela države (do 15 posto), CERP, pristupljeno 15.09.2019., **str. 19**

Tablica 2. 10 poduzeća većih udjela države (iznad 15 posto), CERP, pristupljeno 15.09.2019., **str. 20**

Sažetak na Hrvatskom jeziku

Ovim radom se pokušava istražiti privatizacija prirodnog monopola, specifičnost samog procesa te objasniti temeljne stavke vezane za navedenu temu. Tržište predstavlja mjesto gdje se obavljaju sve transakcije razmjene robe i usluge. S jedne strane javlja se ponuda odnosno proizvođači, a s druge strane potražnja odnosno kupci. Razlikujemo tržište nesavršene i savršene konkurencije.

U ovom radu govori se o monopolu, odnosno privatizaciji prirodnog monopola. Prirodni monopol je jedan od četiri vrste monopola koji svrstavamo u oblik nesavršene konkurencije. Glavno obilježje monopola je postojanje samo jednog ponuđača koji ima određenu moć odnosno utjecaj na cijene svog proizvoda s obzirom da nema supstituta. Privatizacija prirodnog monopola je proces koji se dešava kada se mijenja vlasništvo, odnosno transformacija iz državnog u privatno vlasništvo. Hrvatske šume kao prirodni monopol, nisu se još susrele sa privatizacijom. U ovom radu razlikuju se prednosti te nedostaci privatizacije navedenog poduzeća .

Rad je koncipiran u nekoliko cjelina. Na samom početku uvodi se u sam rad, sadržaj rada, cilj i hipotezu. U razradi rada, dolazi se do definicija te općih podataka o samoj temi rada. Pri kraju samog rada dolazi se do zaključka, odnosno spoznaje potencijalnih nedostataka, prednosti same privatizacije prirodnog monopola. Ovim radom se pokušava istražiti privatizacija prirodnog monopola, specifičnost samog procesa te temeljne stavke.

Ključne riječi: tržište, monopol, prirodni monopol, privatizacija, Hrvatske šume

Sažetak na Engleskom jeziku - Summary

This paper attempts to investigate the privatization of the natural monopoly, the specificity of the process itself, and to explain the main points related to the topic. Market is the place where all transactions of exchange of goods and services take place. On the one hand, there is supply or manufactures, and on the other, demand or customers. There are severl types of markets, and the main division is the imperfect and perfect competition.

This paper deals with the monopoly, the privatization of the natural monopoly. Natural monopoly is one of four types of monopoly that we classify as imperfect competition. The main characteristic of a monopoly is the existence of only one bidder, which has a certain power or influence on the prices of its product, since there is no substitute. The privatization of a natural monopoly is a process that occurs when ownership changes, that is, the transformation from state to private ownership. Hrvatske šume, as a natural monopoly, have not yet met with privatization. This paper distinguishes the advantages and disadvantages of privatization of the mentioned company.

The paper is conceptualized in several parts. At the outset, it introduces the topic, the content of the work, the goal and the hypothesis. In the elaboration of the paper, definitions and general information about the topic of the paper come to light. Towards the end of the paper, we come to the conclusion, the realization of the potential disadvantages, the benefits of privatization of the natural monopoly itself. This paper attempts to investigate the privatization of the natural monopoly, the specificity of the process itself, and the underlying items.

Key words: market, monopoly, natural monopoly, privatization , Hrvatske šume