TRŽIŠNA MOĆ I TRŽIŠNA STRUKTURA HRVATSKOG BANKARSKOG TRŽIŠTA

Radelja, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:049057

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

TRŽIŠNA MOĆ I TRŽIŠNA STRUKTURA HRVATSKOG BANKARSKOG TRŽIŠTA

Mentor: dr.sc. Ivan Pavić **Studentica: Ana Radelja**

Split, rujan, 2018.

Sadržaj

1. **Uvod** ... 1
   1.1. Problem istraživanja ... 1
   1.2. Predmet istraživanja ... 4
   1.3. Svrha i ciljevi istraživanja ... 4
   1.4. Istraživačke hipoteze ... 5
   1.5. Metode istraživanja ... 6
   1.6. Doprinos istraživanja ... 7
   1.7. Struktura diplomskoga rada ... 8
2. Tržišne strukture i njihova tržišna moć ... 9
   2.1. Savršena konkurencija ... 11
   2.2. Monopol ... 15
   2.3. Oligopol ... 18
   2.4. Monopolistička konkurencija ... 23
   2.5. Pokazatelji tržišne moći ... 26
3. Bankarsko tržište ... 29
   3.1. Hrvatsko bankarsko tržište ... 29
   3.2. Bankarsko tržište Europske Unije ... 33
4. Empirijsko istraživanje ... 34
   4.1. Uloga banaka u gospodarstvu ... 34
   4.2. Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva ... 35
   4.3. Usporedne značajke bitnih makroekonomskih čimbenika zemalja EU u 2017. godini ... 38
   4.4. Analize profitabilnosti banaka ... 39
   4.5. Utjecaj financijske krize na profitabilnost bankarskog sektora u Republici Hrvatskoj ... 49
   4.6. Utjecaj financijske krize na stabilnost Europskog bankarskog tržišta ... 51
   4.7. Pretpostavke oligopola na hrvatskom bankarskom tržištu ... 53
   4.8. Analiza podataka i interpretacija rezultata ... 60
5. Zaključak ... 64
6. Literatura ... 66
POPIS GRAFOVA ... 69
POPIS SLIKA ... 69

POPIS TABLICA **70**
SAŽETAK **71**
SUMMARY **71**

1. Uvod

1.1. Problem istraživanja

Pojava bankarstva datira još iz stare Mezopotamije gdje su se u palačama držale velike količine žita i sličnih dobara, takve aktivnosti odvijale su se prema Hamburijevom zakoniku. Osim Mezopotamije, slični poslovi odvijali su se i u Grčkoj gdje su trepeziti (bankari) obavljali mjenjačke poslove te u Rimu gdje se pozajmljivao novac uz visoke kamate. U srednjovjekovnoj Europi banke su se razvile prvo na Apeninskom poluotoku odakle od talijanske riječi "banco"što znači klupa i dolazi riječ banka. Kroz vrijeme razvijale su se tri bankarske funkcije i to mjenjačka funkcija, funkcija primanja depozita te funkcija kreditiranja.[1] Danas banku možemo definirati kao financijsku instituciju koja ima dozvolu primanja depozita i uloge zajmodavca te kao pružatelj drugih financijskih usluga.

Razvijenost i stabilnost bankarskog tržišta jedne zemlje pa tako i Republike Hrvatske jako je važna pretpostavka za stabilnost i ekonomski razvoj. U suvremenim globalizacijskim tijekovima događanja na svjetskom bankarskom tržištu uvelike se odražava i na hrvatsko bankarsko tržište. Pametno razvijen i kvalitetno upravljan bankarsi sektor može biti veliki oslonac na putu prema prosperitetu i ekononomskom razvoju. U 1990-im hrvatsko bankarsko tržište je bilo nesigurno i nestabilno što je rezultiralo bankarskim krizama 1991-1996., 1998-1999. te negativnim posljedicama na gospodarstvo. Sanacijom nekih od banaka i ulaskom stranih banaka na hrvatsko tržište situacija se poboljšala, a banke su manje bile predmet političkih igara te su počele funkcionirati prema tržišnom principu.[2]

Globalizacija, razvoj novih tehnologija, međunarodna trgovina te fleksibilna tržišna kretanja učinila su bankarska tržišta nalikom na savršenu tržišnu strukturu.

[1] Povijesi razvoj i osnove bankarskog poslovanja [Internet], raspoloživo na: https://www.scribd.com/document/47812800/Povijesni-razvoj-i-osnove-bankarskog-poslovanja [02.05.2018.]

[2] Uloga bankarskog sektora u gospodarskom rastu RH, [Internet], raspoloživo na: http://eknjiznica.unipu.hr/180/ [02.05.2018.]

Prema istraživanjima u Hrvatskoj 52,7% stanovništva koristi usluge internet bankarstva, dok na razini Europske Unije 59,2% stanovništva koristi usluge internet bankarstva pa se može zaključiti da građani Hrvatske u stopu prate ostale Europljane.[3] Razvitkom međunarodnog prometa i mogućnosti „online" kupnje zahtjeva se upotreba Internet bankarstva pa se veliki broj plaćanja obavi upravo transakcijskim prijenosima s računa jedne banke na drugu bilo u inozemstvu ili tuzemstvu, a ovakva vrsta plaćanja bez postojanja bankarskog sustava bila bi nezamisliva.

Jedan od glavnih razloga zbog kojeg pojedinci sudjeluju na tržištu kao ponuđači nekog proizvoda je maksimiziranje vlastitih prihoda. U procesu maksimiziranja prihoda nastoje minimizirati troškove te povećati svoj tržišni udio na način da ostvare maksimalnu moguću dobit odnosno profit.[4]

Tržišnu utakmicu možemo definirati kao nastojanje prodavača da svoju robu proda po što većoj cijeni i boljim uvijetima, a s druge strane svaki kupac istu robu nastoji nabaviti po što nižim cijenama. Svaki sudionik tržišnih utakmica nastoji sebe dovesti na poziciju s koje će moći odlučivati o količini proizvoda i usluga te cijeni tih istih proizvoda i usluga koje se na nekom tržištu nude.[5] S obzirom na položaje sudionika tržišnih utakmica razlikujemo savršeno i nesavršeno konkurentno tržište.

Savršena konkurencija predstavlja tržišnu strukturu kod koje je moć sudionika toliko mala da ne postoji mogućnost utjecaja na cijenu ili količinu proizvoda i usluga; kod ove tržišne strukture javlja se veliki broj i proizvođača i kupaca. Suprotno od savršene konkurencije, nesavršena konkurencija pojedinim sudionicima daje tržišnu moć kojom mogu odlučivati o količini dobara i usluga te visini cijena, odnosno zovemo ih „price makerima"[6]. Kod nesavršene konkurencije sa stajališta proizvođača razlikujemo monopol – jedan proizvođač, monopolističku konkurenciju – veliki broj jedinstvenih proizvođača, duopol – dva proizvođača i oligopol – nekoliko međusobno konkurentnih proizvođača, a sa stajališta kupca javlja se monopson – situacija kada određeni

[3]Analiza hrvatskog bankarskog sektora, [Internet], raspoloživo na: http://finance.hr/analiza-hrvatskog-bankarskog-sektora/ [02.05.2018.]
[4] Drašković, B., Domazet, I: Koncentracija tržišne moći kao izraz nesavršenosti tržišta,. str 46. [Internet], raspoloživo na: http://ebooks.ien.bg.ac.rs/193/1/bd_2008_02.pdf [02.05.2018.]
[5] Drašković, B., Domazet, I: Koncentracija tržišne moći kao izraz nesavršenosti tržišta, 46. [Internet], raspoloživo na: http://ebooks.ien.bg.ac.rs/193/1/bd_2008_02.pdf [02.05.2018.]

[6] Price maker, [Internet], raspoloživo na: https://www.investopedia.com/terms/p/pricemaker.asp [02.05.2018.]

proizvod potražuje samo jedan kupac te ima moć utjecati na cijenu tog istog proizvoda, duopson – situacija kada postoje samo dva kupca, oligopson – sudjeluje nekoliko kupaca. Međutim, iako subjekti u uvjetima nesavršene konkurencije sami određuju cijene to ne podrazumijeva i njihovu apsolutnu kontrolu tih cijena jer one moraju biti dovoljno visoke kako bi pokrile troškove, a s druge strane ne smiju biti previsoke kako ne bi odbile potencijalne kupce. Sumarno, glavne karakteristike nesavršene konkurencije su da postoji mogućnost određivanja cijena s obje strane, postoji ograničeni broj subjekata te postoje ograničenja za ulazak na tržište.[7]

Moć proizvođača kroz monopol ogleda se u monopolskom profitu jer on kao jedini proizvođač upravlja količinom i cijenom, a njegovom proizvodu ne postoji blizak supstitut. Diskriminacija cijena je jedan od načina ostvarenja monopolskog profita, a diskriminacija podrazumijeva kada se ista roba s istim graničnim troškovima prodaje po različitim cijenama. Međutim, ukoliko postoji blizak supstitut ili mogućnost alternativnog odabira bez obzira na veličinu tržišnog udjela proizvođača neće se raditi o monopolu. Monopol na dugi rok nije siguran jer postoji mogućnost ulaska konkurencije.[8]

Osim navedenih pojava tržišnih struktura valja naglasiti i pojam prirodni monopol, odnosno situaciju kod koje je samo jedno poduzeće na tržištu u stanju profitabilno proizvoditi i nuditi određene proizvode i usluge, potrebna su velika financijska sredstva za izgradnju infrastrukture, fiksni troškovi su visoki pa je samo jedno poduzeće u mogućnosti provesti takav projekt. Tvrtke s prirodnim monopolom obično su u državnom vlasništvu.

Kroz rad će se pokušati predočiti kakav utjecaj imaju tržišna moć i struktura na profitabilnost banaka, kako makroekonomski čimbenici utječu na moć i strukturu te kakav je utjeaj stanja na svjetskom tržištu. Ujedno popratit ćemo zbivanja na hrvatskom tržištu u odnosu na tržište EU.

[7]Nesavršena konkurencija i problem monopola, [Internet], raspoloživo na www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/ekonomija/ekonomija_11.pdf [29.04.2018.]
[8] Drašković, B., Domazet, I: Koncentracija tržišne moći kao izraz nesavršenosti tržišta str. 46.-47. [Internet], raspoloživo na: http://ebooks.ien.bg.ac.rs/193/1/bd_2008_02.pdf [29.04.2018.]

1.2. Predmet istraživanja

Predmet ovog rada je analiza načina utjecaja tržišne strukture i tržišne moći na bankarskom tržištu Republike Hrvatske.

1.3. Svrha i ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog rada je analizirati poslovanje bankarskog sektora Republike Hrvatske, odnosno utjecaje tržišne moći i strukture na određivanje cijena bankovnih proizvoda prije tijekom i nakon financijske krize, kako bi se sa sigurnošću moglo uočiti je li kriza, i u kojoj mjeri, utjecala na poslovanje bankarskog sektora Hrvatske, kada se usporedi s poslovanjem istog u periodu prije i nakon globalne financijske krize. Stoga, glavni cilj ovog rada jest pružiti odgovor na sljedeća pitanja:

1) Koji su sve mehanizmi preko kojih je globalna financijska kriza mogla utjecati na poslovanje bankarskog sektora Republike Hrvatske?

2) Je li financijska kriza negativno utjecala na poslovanje bankarskog sektora u Republike Hrvatske? Kad nađeš podatke o imovini i aktivi usporedit i dodat u analizu kako je bilo za vrijeme kriza, a kako je bilo prije i danas

3) Razlikuje li se poslovanje hrvatskog bankarskog sektora i u kojoj mjeri u odnosu na bankarsko tržište EU?

4) Kako makroekonomski pokazatelji utječu na tržišnu strukturu i moć? Kako monetarna i fiskalna politika mogu djelovat na tržišnu strukturu i moć

5) Kako tržišna moć i struktura utječu na profitabilnost?

1.4. Istraživačke hipoteze

H1: *Na hrvatskom bankovnom tržištu, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje, očekuje se oligopolistička tržišna struktura i tržišna moć koja je svojstvena takvoj strukturi.*

Glavnom hipotezom H1 želi se istražiti da li na bankarskom tržištu Republike Hrvatske prvladava oligopolistička struktura i njome svojstvena tržišna moć; hipotezu ćemo prihvatiti ili odbaciti na temelju istraživanja stanja na hrvatskom bankarskom tržištu. U istraživanje ove hipoteze biti će uključeni ključni makroekonomski pokazatelji te će se pokazati na koji način utječu na tržišnu moć i strukturu u slučaju RH.

> **H1.1**: *Članice EU koje su, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje slične Hrvatskoj, trebale bi također imati istu tržišnu strukturu.*
> **H1.2**: *Članice EU koje su, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje različite od Hrvatske, trebale bi također imati različitu tržišnu strukturu.*
>
> Hipoteze H1.1. i H1.2. predstavljaju pomoćne hipoteze glavne hipoteze H1. Obzirom da je Hrvatska jedna od novijih članica EU njen razvoj redovito je uspoređivan s razvojem ostalih zemalja članica EU pa će tako i rezultati glavne hipoteze biti uspoređeni s rezultatima pomoćne, odnosno uzet će se u obzir kako ključni makroekonomski pokazatelji utječu na tržišnu strukturu i moć na bankovnom tržištu u ostalim zemljama članicama EU s obzirom na rezultate dobivene glavnom hipotezom. Rezultatima pomoćnih hipozeta donijet će se zaključak da li ključni makroekonomski pokazatelji utječu na postojanje iste ili različite tržišne strukture.

H2: *Tržišna moć koja proizlazi iz određene tržišne strukture utječe na profitabilnost banaka, ali ne kao jedini ili isključivi čimbenik profitabilnosti.*

Drugom glavnom hipotezom H2 istraživati će se da li je istina da tržišna moć koja je svojstvena određenoj tržišnoj strukturi nije jedini i isključivi čimbenik koji utječe na profitabilnost banaka.

H2.1: *Na profitabilnost banaka osim tržišne moći utječu i drugi čimbenici povezani s ključnim makroekonomskim pokazateljima.*
H2.2: *Profitabilnost banaka na hrvatskom bankovnom tržištu također ovisi o stanju svjetskog gospodarstva.*

Pomoćnim hipotezama H2.1. I H2.2. će se nastavno na glavnu hipotezu H2 istraživati i utjecaj drugih važnih čimbenika na profitabilnost banaka, a u istraživanje će biti uključeno i stanje svjetskog gospodarstva te način na koje ono utječe na profitabilnost hrvatskih banaka.

1.5. Metode istraživanja

Diplomski rad podijeljen je u dva dijela i to na teorijski i empirijski dio.

U teorijskom dijelu rada, uz upotrebu znanstveno istraživačkih metoda koristit će se podaci iz znanstvenih i strčunih članaka te iz odgovarajuće literature.

U teorijskom dijelu rada koristit će se sljedeće znanstveno istraživačke metode:

- Induktivna metoda – podrazumijeva induktivni način zaključivanja, a do zaključka se dolazi analizom pojedinačnih činjenica[9]
- Deduktivna metoda – metoda kojom se iz općih sudova izvode pojedinačni ili posebni sudovi[10]
- Metoda deskripcije – metoda kojom se jednostavno opisuju i očituju činjenice te empirijski potvrđuju njihovi odnosi i veze[11]

[9]Mestode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]
[10] Mestode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]
[11] Mestode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]

- Metoda analize – podrazumijeva postupak istraživanja raščlanjivanjm složenih pojmova, donesenih sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne elemente.[12]
- Metoda sinteze – metoda kojom se objašnjava stvarnost kroz sinteze jednostavnih sudova u složenije sudove.[13]
- Komparativna metoda – metoda uspoređivanja odnosno uočavanja sličnih, zajedničkih obilježja, odnosno uočavanje različitosti među dvama događajima.[14]

U empirijskom dijelu rada koristit će se sljedeće znanstveno istraživačke metode:

- Metoda studija slučaja – uvidom u slučaj otkriva se smisao, istražuju procesi te stječe bolje razumjevanje predmeta slučaja; podrazumijeva proučavanje malog broja slučajeva, intenzivno, produbljeno i u realnom kontekstu.[15]
- Metoda kvantitativne analize – metoda izračunavanja vrijednosti u empirijskom dijelu rada

1.6. Doprinos istraživanja

Doprinos ovog rada ogleda se kroz analizu tržišne strukture i tržišne moći na bankarskom tržištu Republike Hrvatske. Istraživanje će uključiti i važne makroekonomske čimbenike koji osim na stanje bankarskog tržišta utječu i na sveopće stanje ekonomije jedne države. S obzirom da se loše stanje u jednoj državi ne može ograditi i izolirati samom činjenicom postojanja granica važno je i proučiti kako se i kojim mehanizmima usponi i padovi u svjetskoj ekonomiji prenose na ostale zemlje. Nadalje, testiranjem hipoteza donijet će se zaključci koja tržišta struktura i moć

[12] Mestode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]
[13] Metode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]
[14] Metodologija znanstvenog istraživanja, [Internet], raspoloživo na: www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/2013-2014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf [05.05.2018.]
[15] Studija slučaja, [Internet], raspoloživo na : http://fpn.co.me/fajlovi/fpn/attach_fajlovi/lat/studentske-informacije/materijali/2016/12/pdf/P4_Studija_slucaja.pdf [05.05.2018.]

prevladavaju na bankarskom tržištu RH i EU te koji važni čimbenici utječu na profitabilno poslovanje banaka.

1.7. Struktura diplomskoga rada

Diplomski rad sastojati će se od pet cjelina.

U prvom, uvodnom dijelu definirati će se problem i predmet istraživanja, odrediti ciljevi istraživanja, postaviti glavne i pomoćne hipoteze, izložiti će se znanstveno istraživačke metode koje će se koristiti kroz rad kao i doprinos istraživanja te struktura rada.

Drugi dio rada obuhvatiti će definiranje temeljnih obilka organizacije tržišta te tržišne moći kako bismo ih mogli razlikovati,a ujedno će biti i navedene prednosti i nedostaci pojedinog oblika organizacije tržišta.

Treći dio rada obuhvatiti će analizu tržišnih struktura i moći na poslovanje banaka. U ovom dijelu rada teorijski će se analizirati koja se tržišna struktura očekuje s obzirom na makroekonomske pokazatelje te da li je tržišna struktura slična ili ne onoj na bankarskom tržištu članica EU. Također, biti će istraženo da li tržišna moć zajedno s ostalim makroekonomskim čimbenicima utječe na profitabilnost banaka.

U četvrtom dijelu rada provesti će se empirijsko istraživanje postavljenih hipoteza. obraditi će se prikupljeni podaci kako bi se potvrdile ili opovrgnule postavljene hipoteze.

U posljednjem, petom dijelu rada, donijeti će se zaključak o onome što je predmet istraživanja diplomskog rada, navest će se zaključci o provedenom empirijskom istraživanju.

Na kraju samog diplomskog rada biti će dodan popis literature koja će se koristiti prilikom pisanja istog, a na kraju će biti priložen sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku (engl. *Summary*),popis slika, tablica i grafikona.

2. Tržišne strukture i njihova tržišna moć

Tržište

Prije no što krenemo na podjelu tržišta te deriniranje oblika organizacije tržišta vrijedi definirati što je to tržište. **Tržište** je spontano nastalo, a funkcionira kao organizirani mehanizam za razmjenu roba pa možemo reći da predstavlja mjesto organiziranog susreta ponude i potražnje na kojem se određuje količina i cijena robe koja se na tržištu razmjenjuje.[16]

U svijetu postoji veliki broj različitih tržišta koja ispunjavaju različite potrebe kupaca pa možemo reći kako **tržišna struktura** predstavlja okruženje u kojem djeluju kupci i prodavatelji određenog proizvoda, odnosno označava njihovo ponašanje na tržištu te čimbenike koji utječu na njihovo ponašanje. Drukčije kazano, tržišna struktura objašnjava veličinu moći kupaca i prodavatelja na različitim tipovima tržišta kao i njihovo ponašanje koje se razlikuje s obzirom na visinu moći.[17]

Kod tržišta razlikujemo tri temeljne funkcije i to kako slijedi:

- *Funkcija alokacije* – proizvodni čimbenici se alociraju na različite djelatnosti, a pomoću cjenovnog signala proizvodni čimbenici se usmjeravaju u djelatnosti s većim zaradama
- *Funkcija selekcije* – selektiraju se uspješni proizvođačikoji napreduju i neuspješni koji propadaju.
- *Funkcija distribucije* – novoostvarena vrijednost iz procesa proizvodnje distribuira se čimbenicima koji su sudjelovali u procesu stvaranja vrijednosti[18]

Ekonomska znanost razlikuje nekoliko oblika tržišne konkurencije i to u ovisnosti o ispunjavanju sljedećih uvijeta[19]:

1. Broj kupca i broj prodavatelja
2. Razina diferenciranosti proizvoda
3. Razina diskriminiranosti tržišnih subjekata
4. Razina mobilnosti proizvodnih čimbenika

[16] Reić, Z., Mihaljević Kosor, M. (2011), Ekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str. 92
[17] Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I. (2007) Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str. 409
[18] Reić, Z., i sur., op. cit. str. 92
[19] Reić, Z., i sur., op. cit. str. 93

5. Razina informiranosti tržišnih subjekata

Nastavno, ovisno o ispunjavanju gore navedenih uvjeta razlikujemo četiri temeljna oblika tržišne konkurencije:

1. Savršena konkurencija
2. Monopolistička konkurencija
3. Oligopol
4. Monopol

Financijsko tržište

Financijsko tržište definiramo kao mjesto uređenog, organiziranog, normiranog protoka novčanih sredstava. Poduzeće je u stalnom kontaktu s financijskim tržištima i institucijama, iz razloga što kroz njihove usluge dolazi do novca potrebnog za poslovanje, bilo da se radi o dnevnim potrabama ili da se radi o velikim investicijskim poduhvatima.

Razlikujemo sljedeća financijskih tržišta: primarna tržišta, sekundarna tržišta te tržišta novca i tržišta kapitala.

Primarna financijska tržišta su tržišta na kojima se sredstava dobavljaju emitirajući nove financijske instrumente (npr. dionice, obveznice).[20]

Sekundarno tržište je tržište na kojem se obavlja kupoprodaja već emitiranih vrijednosnih papira koji su emitirani na primarnom tržištu.

Tržište novca je pojam koji označava kratkoročne financijske poslove kojima financijske institucije dolaze do likvidnih sredstava (pozajmljivanje rezervi te trgovanje kratkoročnim vrijednosnim papirima).

Tržište kapitala, za razliku od tržišta novca obuhvaća poslovanje srednjoročnim i dugoročnim financijskim sredstvima.

[20]Sabolić, D. (2013.): Financijska tržišta II.Organizacija financijskih tržišta, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Inženjerska ekonomika, Zagreb, str. 263

2.1. Savršena konkurencija

Za tržište možemo reći da ima obilježja savršene konkurencije ako ispunjava sve ranije navedene uvjete, odnosno:

- ako postoji veliki broja kupaca i prodavatelja na tržištu te ukoliko isti nemaju utjecaja na cijenu proizvoda, nazivamo ih price-takerima,
- ako se za proizvode može reći da su identični (homogeni), odnosno da ne postoji razlika u proizvodima različitih proizvođača, ujedno ne postoje tehnička obilježja po kojima se razlikuju proizvodi već se razlikuju prema kriteriju cijene
- ako postoji visoki stupanj međugranske mobilnosti proizvodnih čimbenika, također, ne postoje barijere koje bi spriječile slobodno kretanje proizvodnih čimbenika iz jedne proizvodnje u neku drugu vrstu proizvodnje
- ako postoji visoki stupanj tržišne informiranosti subjekata koji djeluju na tržištu, odnosno da su informacije dostupne svima pod jednakim uvjetima što podrazumijeva jednaku informiranost proizvođača o cijenama, tehnologiji i sličnim faktorima, a s druge strane svi kupci znaju kolike cijene postavljaju prodavači
- ako ne postoji diskriminiranost subjekata na tržištu

Kod tržišta savršene konkurencije ne postoji mogućnost utjecaja na cijenu proizvoda niti od strane ponuditelja niti od strane potražitelja jer svaki od njih je samo jedan mali dio cijelog tržišta, isto tako, na tržištu savršene ili potpune konkurencije veliki broj proizvođača nudi veliki broj identičnog proizvoda pa je koeficjent elastičnosti supstitucije beskonačan. Također, valja naglasiti kako se upravo na tržištu savršene konkurencije postiže društveno optimalan ekonomski rezultat – Pareto optimalnost.[21] Pareto optimum je postignut onda kada niti jedan pojedinac ne može poboljšati svoj tržišni položaj, a da istovremeno ne pogorša položaj drugog pojedinca.

Tržišta savršene konkurencije idealna su za potršače jer imaju široku ponudu proizvoda te im daje mogućnost biranja proizvoda onih proizvođača koji nude najbolju kvalitetu uz najnižu cijenu, ukoliko proizvođači ponude nižu kvalitetu proizvoda potrošači lako mogu prestati kupovati proizvod tog proizvođača i prijeći na drugi, a konačno, zbog nemogućnosti kolektivnog

[21] Reić, Z., i sur., op. cit., str. 95

manipuliranja cijenama, proizvođači nastoje ponuditi što bolju kvalitetu proizvoda kako bi bili što konkurentniji.

Međutim, tržište savršene konkurencije gotovo da niti ne postoji, osim na malom broju tržišta te je prava rijetkost u stvarnosti.

Ponašanje poduzeća na tržištu savršene konkurencije

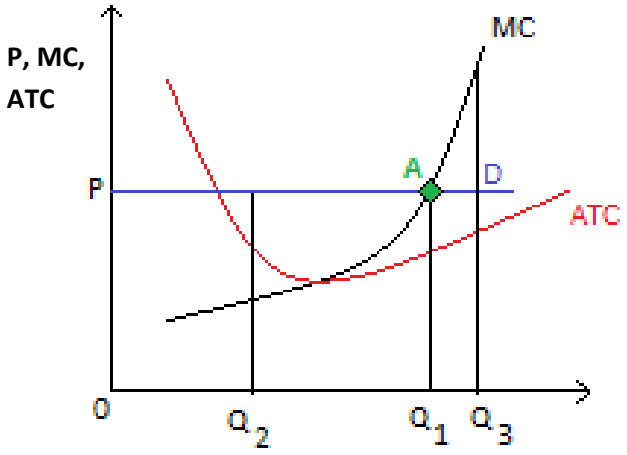
Prilikom analiziranja ponašanja poduzeća potrebno je razlikovati dugi i kratki rok. Potonje je važno zbog činjenice da se poduzeća s obzirom na vremenski horizont različito ponašaju.

Kratki rok predstavlja razdoblje u kojem je barem jedan proizvodni input fiksan dok su ostali inputi varijabilni, a za dugi rok vrijedi pravilo da su svi proizvodni inputi varijabilni odnosno razdoblje je dovoljno dugo da se svi proizvodni inputi prilagode željenoj razini proizvodnje.

Kratki rok

U uvjetima savršene konkurencije poduzeća prihvaćaju cijenu koja je određena na tržištu i nemaju nikakvog utjecaja na nju, ali odlučuju na kojoj će razini proizvodnje poslovati. Prilikom odlučivanja razine proizvodnje poduzeća su vođena željom ostvarivanja što većeg profita odnosno ostvarenje maksimalne dobiti. Kako bi se odredila ta razina proizvodnje treba pratiti kretanje troškova i prihoda. Koja će razina outputa maksimizirati profit u kratkom roku?

Graf 1: Ponašanje poduzeća u uvjetima savršene konkurencije, kratki rok



Izvor: Izrada autorice

MC je krivulja graničnig troškova koja prikazuje koliko stoji svaka dodatna jedinica outputa i kako se troškovi mijenjaju s porastom količine, a krivulja prosječnih ukupnih troškova ATC prikazuje prosječne troškove proizvodnje, odnosno prikazuje odnos ukupnih troškova i količine proizvodnje. Poduzeće maksimizira svoj profit ako proizvede količinu Q_1 jer je pri toj količini zadovoljen uvijet maksimizacije profita (P=MC). Svaka količina manja od Q_1 ne maksimizira profit jer je trošak svake jedinice manji od prihoda povezanog s tom jedinicom, a svaka količina veća od Q_1 također ne maksimizira profit jer je trošak svake jedinice veći od prihoda povezanog s tom jedinicom.

Uvjet maksimizacije profita: P = MC (točka A)

Ovaj uvjet označava najvažnije pravilo ponašanja - poduzeća će proizvoditi do točke u kojoj je cijena jednaka graničnom trošku, odnosno proizvodit će do one točke u kojoj je trošak posljednje jedinice jednak cijeni proizvoda. Ova jednakost prikazuje kako je proizvodnja sa stajališta društva na optimalnoj razini outputa u savršenoj konkurenciji.[22]

Formula za profit glasi: π =TR-TC

π– profit

TR (total revenue) – ukupni prihod

TC (total cost) – ukupni trošak

Ukoliko poduzeće posluje s gubitkom, kako bi donijelo odluku da li nastaviti s poslovanjem ili ne treba usporediti svoje gubitke s fiksnim troškom ili tržišnu cijenu s prosječnim varijabilnim troškom (AVC), a njegove odluke bi trebale biti[23]:

- ukoliko su gubici manji od ukupnih fiksnih troškova (TFC) ili ako je cijena (P) veća od prosječnih varijabilnih trpškova (AVC) treba nastaviti s proizvodnjom
- ako su gubici veći od TFC ili P<AVC treba prekinuti s proizvodnjom
- ako su gubici jednaki TFC ili ako je P=AVC odluka bi bila ili prekinuti ili nastaviti, ali s većom vjerojatnošću da se proizvodnja nastavi

[22] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 419.
[23] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 425

Dugi rok

U dugom roku, za razliku od kratkog, svi su proizvodni inputi varijabilni, a uz slobodan ulazak i izlazak s tržišta dolazi se do dugoročne ravnoteže. Postojanje profita ili gubitka u kratkom roku rezultirat će snagama koje će u dugom roku utjecati na cijene i odluke o razini proizvodnje.

Ako se na pojedinom tržištu ostvaruje konkurentski profit, to će biti poticaj novim proizvođačima za ulazak na to tržište. Svaki novi proizvođač koji uđe na takvo tržište pomiče krivulju ukupne ponude udesno te time smanjuje ravnotežnu cijenu. U trenutku kada cijena padne na razinu pri kojoj se ostvaruje normalan profit, ulazak novih poduzeća će prestati, a cijena, granični trošak i prosječni trošak biti će izjednačeni – višak profita pasti će na nulu.

Postavlja se pitanje hoće li poduzeća nastaviti poslovati na tržištu pri točki pokrića – točci koja podrazumijeva da su pri optimalnoj razini outputa ukupni prihod i trošak jednaki. S ovim pitanjem poduzeća se u ekonomiji često susreću, a kako bi došli do odgovora potrebno je jasno razlikovati poimanje ekonomskog i računovodstvenog profita. Ekonomski profit razlika je ukupnog prihoda i ukupnog troška poduzeća, a razlika između ukupnog prihoda i eksplicitnih troškova naziva se računovodstvenim profitom. Točka pokrića ujedno je i indikator efikasnosti, u toj točci poduzeća proizvode pri najnižoj mogućoj razini prosječnog troška pa trebaju koristiti najefikasnije metode proizvodnje ili najmanju količinu resursa. Korist od djelovanja poduzeća pri točki proizvodnje imaju i potrošači jer je u tom slučaju i cijena na najnižoj mogućoj razini, ali dovoljno visokoj razini kako bi poduzeću omogućila nastavak poslovanja.[24]

Kod industrija u kojima poduzeća posluju s gubitkom doći će do povlačenja poduzeća iz te industrije, a smanjenim brojem ukupne proizvodnje doći će do povećanja cijena te poboljšanja uvijeta za preostala poduzeća.

Konačno, važno je skrenuti pozornost na uvijet slobodnog izlaza i ulaza u industriju te odnos između efikasnosti te niskih cijena, jer se efikasnost ne bi mogla postići ako ne funkcionira mehanizam slobodnog ulaza i izlaza iz industrije.

[24] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 427

2.2. Monopol

Monopol je oblik tržišne konkurencije u kojoj postoji samo jedan ponuditelj pojedinog proizvoda ili usluge te zahvaljujući jedinstvenošću vlada cijelim tržištem. Proizvodi koje monopolist nudi nemaju bliske supstitute, a barijere za ulazak u tu granu proizvodnje su toliko visoke da su potencijalni konkurenti obeshrabreni ući u tu granu i započeti proizvodnju.

Možemo navesti nekoliko razloga zbog kojih postoji monopol[25]:

- Kontrola i nadziranje cijele ponude određenog inputa ili proizvoda
- Posjedovanje autorskog prava ili patenta koji automatski isključuje druga poduzeća
- Djelovanje ekonomije razmjera u nekim industrijama – povećanjem opsega proizvodnje dugoročni troškovi po jedinici proizvoda se smanjuju pa je ekonomski opravdanije da određeno poduzeće proizvodi danu količinu outputa neg li da proizvodnju preuzme nekoliko manjih poduzeća – u ovom slučaju radi se o prirodnom monopolistu
- Monopol se može javiti i kao posljedica državnih povlastica, odnosno poduzeće koje je monopolist pruža određene usluge i proizvodi uz državnu kontrolu, a ukoliko zlouporabi položaj slijede sankcije

Za razliku od poduzeća koje djeluje na tržištu savršene konkurencije, poduzeće koje je monopolski proizvođač nalazi se u vrlo snažnijoj poziciji u odnosu na potrošača, potrošač nema drugog dobavljača pa je prodavač u dominantnom položaju.

Kako se određuje cijena na monopolskom tržištu?

Cijena je određena djelovanjem ponude i potražnje, ali, razlika monopolske ponude u odnosu na ostale ponude je ta što je ukupna tržišna ponuda zapravo jednaka ponudi monopolskog proizvođača. Štoviše, tržišna ponuda je usmjerena maksimiziranju proizvođačevog profita.

Za razliku od poduzeća u savršenoj konkurenciji koji su prihvatitelji cijena, monopolist je tvorac cijene, ali bez obzira što je tvorac cijene ne može s cijenom raditi što god ga je volja. Svakom promjenom cijene monopolista potrošači će uzvratiti ili pokušati uzvratiti. S obzirom da se radi o

[25] Reić, Z., i sur., op. cit., str. 96.

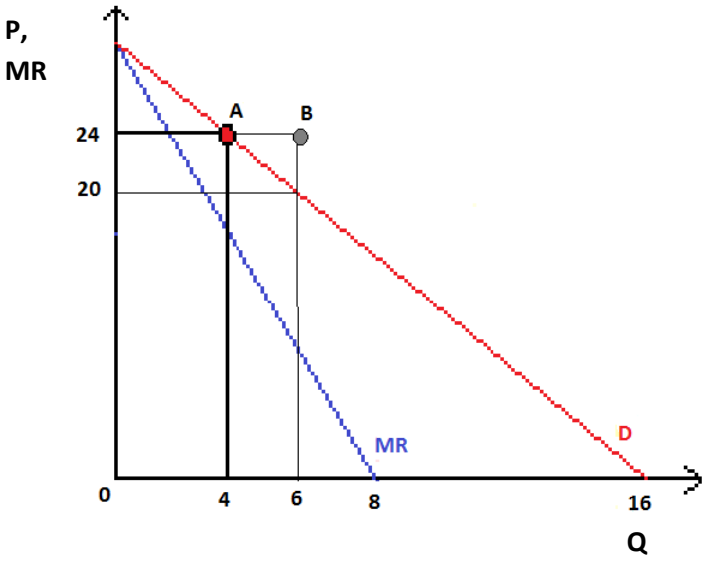
monopolskom proizvodu potrošači neće moći znatno smanjiti količinu potrošnje tog proizvoda, ali će to napraviti u najvećoj mogućoj mjeri.

U kratkom roku smanjenje količine potrošnje monopolskog proizvoda biti će relativno malo, a monopolsko poduzeće će unatoč samanjenoj potražnji imati uspjeha u povećanju cijene.

U dugom roku potrošači se mogu lakše preorijentirati i početi koristiti proizvode drugog proizvođača što bi značilo da je sloboda monopolista na dugi rok manja nego li na kratki rok.

Reakcija potrošača na promjene cijena ovisit će i o elastičnosti potražnje, a u kratkom roku susreću se s neelastičnom potražnjom

Graf 2: Ponašanje poduzeća u uvijetima monopola



Izvor: Izrada autorice

Točka A na grafu prikazuje kako monopolist 4 jedinice outputa može prodati po cijeni od 24 novčane jedinice, po cijeni od 24 NJ ne može prodati i 6 jedinica outputa (točka B) jer se točka ne nalazi na krivulji potražnje , odnosno ako želi prodati količinu od 6 mora sniziti cijenu na 20 NJ. Svaki puta kada monopolist poveća proizvodnju mora sniziti cijenu, a za svaku razinu outputa možemo izračunati granični prihod.

Odnos između krivulje graničnog prihoda i krivulje potražnje u generanom obliku objasnit ćemo algebarskim jednadžbama.

Jednadžba za krivulju potražnje glasi:

$P = a - bQ$

a- Predstavlja vertikalni odsječak
b- Predstavlja nagib krivulje

Jednadžba za krivulju ukupnog prihoda glasi:

$TR = P \cdot Q = (a-bQ)\, Q = aQ - bQ^2$

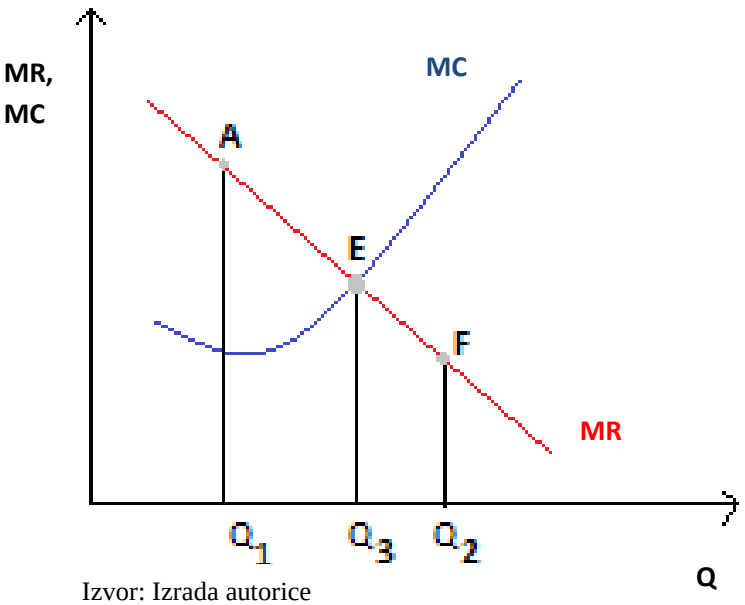
Jednadžba krivulje graničnog prihoda prva je derivacija ukupnog prihoda:

$MR = d(TR) / dQ = a - 2bQ$

Uspoređujući krivulju potražnje (a – bQ) i krivulju graničnog prihoda (a - 2bQ)možemo uočiti kako druga ima dvostruko strmiji nagib od prve (-2b). Iz navedenog možemo izvući zaključak kako će krivulja graničnog prihoda uvijek biti ispod krivulje potražnje.

Pri kojoj razini outputa monopolist maksimizira profit?

Graf 3: Maksimiziranje outputa monopoliste



Izvor: Izrada autorice

Razina pri kojoj monopolist maksimizira profit može se pronaći primjenom graničnog principa. Gornja slika prikazuje krivulje graničnog troška (MC) i graničnog prihoda (MR) monopolista. Razlika između ovog grafičkog prikaza i onog prikazanog pod odjeljkom savršene konkurencije je ta što monopolistova krivulja graničnog prihoda nije horizontalna na razini cijene već pada i nalazi se ispod razine krivulje potražnje. Ukoliko monopolist proizvodi količinu Q_1 zadnja jedinica outputa košta manje od prihoda kojeg ta jedinica outputa donosi (MC<MR), u ovakvim situacijama u korist proizvođača je povećati proizvodnju i to sve dok se granični prihod ne izjednači s graničnim troškom (MR=MC). Upravo se pri spomenutom izjednačenju profit maksimizira, a na grafu to je količina proizvodnje označena s Q_3. Proizvodnja veća od Q_3 za proizvođača se ne isplati jer je kod takve proizvodnje granični trošak veći od graničnog prihoda (MC>MR).[26]

Kako monopolist odlučuje o razini cijena?

U trenutku kada monopolist utvrdi razinu outputa pri kojoj maksimizira svoj monopolski profit, tada određuje i cijenu svojih proizvoda. Iako monopolist želi postaviti što je moguće višu cijenu ograničen je krivuljom potražnje, drugim riječima, može naplatiti onoliku cijenu koliku mu potražnja omogućuje.

2.3. Oligopol

Oligopol predstavlja tržišnu strukturu kod koje postoji svega nekoliko velikih proizvođača, a svaki od njih ima značajni udio na tržištu. Kada kažemo nekoliko proizvođača misli se na najmanje 2 (duopol) pa do 10ak poduzeća koji djeluju u nekoj proizvodnoj grani. Kod oligopola je važno naglasiti kako poduzeće može utjecati na tržišnu cijenu.

Dogovaranje oligopolista bilo oko cijene ili količine proizvoda je zakonom zabranjeno.

[26] Pavić, I. i sur., op. cit., str.437

Sumarno, možemo reći da se radi o oligopolu ako su ispunjene sljedeće tržišne karakteristike:

1. Mali broj prodavatelja;
2. Postoji razina međusobna ovisnosti među prodavateljima;
3. Postoji ograničenje ulaska na tržište;
4. Postoji ograničenje izlaska s tržišta;
5. Proizvod može bili ili homogen ili diferenciran.

Sama činjenica da na tržištu postoji mali broj prodavatelja govori nam kako svako od njih ima određenu tržišnu moć, pa može donekle utjecati na cijenu proizvoda. Ponašanje jednog proizvođača ima direktan utjecaj na ponašanje drugih proizvođača te ima utjecaja na njihove reakcije.

Kod oligopola razlikujemo homogene i diferencirane proizvode. Ovisno o vrsti proizvoda razlikujemo čisti oligopol (homogeni proizvodi) i nesavršeni oligopol (diferencirani proizvodi). Za primjer čistog oligopola možemo navesti tržište benzina – benzin je homogen proizvod, ne razlikuje se od proizvođača do proizvođača. S druge strane, za primjer tržišta nesavršenog oligopola možemo navesti automobilsku industriju. Proizvođači automobila proizvode slične proizvode, uglavnom svi služe istoj svrsi, ali se svi razlikuju po nekim karakteristikama.

Ukoliko na oligopolističkom tržištu djeluje svega nekoliko proizvođača javlja se mogućnost udruživanja pa možemo reći da udružena poduzeća mogu djelovati zajedno kao kolektivni monopolist (udruženje zemalja izvozica nafte OPEC je najbolji primjer). Takvo udruženje uz zajedničko djelovanje ka outputu i cijenama zove se kartel.

Konkurentske strategije oligopola mogu biti sljedeće:

- Oglašavanje – pravilo na oligopolističkim tržištima, s ujedno je najvažnije, najskuplje i najutjecajnije oruđe konkurentske borbe oligopolista.
- Diversifikacija i diferencijacija proizvoda – stalno razvijanje novih ili poboljšanje postojećih proizvoda koji bi oligopolistima omogućio zadržavanje postojećeg položaja ili unaprijeđenje položaja na tržištu
- Istraživanje i razvoj – diversifikacija i diferencijacija rezultat su napora u fazi istraživanja i razvoja

- Udruživanja i preuzimanja – eksterni rast kojim poduzeća jačaju svoju poziciju te povećavaju tržišnu konkurentnost.

Ponašanje poduzeća na oligopolističkom tržištu

Obzirom da na oligopolističkom tržištu djeluje mali broj proizvođača, a svaki od njih proizvodi znatan udio ukupnog outputa, povećanjem ili smanjenem proizvodnje uvelike mogu utjecati na tržišnu cijenu, a istovremeno će svaki proizvođač pratiti ponašanje konkurenta te prikladno uzvatiti na svaki njegov potez. Dok u situaciji savršene konkurencije poduzeća odluku o količini proizvodnje donose bez prevelikog razmišljanja, u situaciji oligopola takvo ponačanje bi vjerojatno vodilo u propast. Kao odraz reakcije konkurenata u odnosu na outpu javlja se pojam *konjekturalna varijacija* koja zapravo pokazuje koliko će neko poduzeće promijeniti cijene ili outpute kao odgovor na promjenu cijene ili outputa konkurentskog poduzeća.

Zapreke ulaska na tržište prepoznatljiva je odlika oligopola, a zapreke ulaska mogu biti prirodne ili umjetne. Primjer prirodnih zapreka su ekonomija obujma, visoki fiksni troškovi, velika količina kapitala potrebna za obavljanje aktivnosti, a s druge strane imamo umjetne zapreke koje mogu biti postavljene od strane poduzeća (brand koji promiče kvalitetu proizvoda) ili države (patenti, regulacije, tarife na uvozna dobra, legislacija).

Modeli samostalnog djelovanja oligopolista

1. Cournotov model
2. Bertrandov model
3. Edgeworthov model

Cournotov model – ovaj model razvio je ekonomski teoretičar A. Cournot, ovaj model prezentira tržište na kojem dva poduzeća međusobno konkuriraju (duopol), a zasniva se na pretpostavci da poduzeća proizvode homogen proizvod te da imaju identične troškove, a istovremeno količinu proizvodnje svog konkurenta smatraju fiksnom veličinom dok unutar preostalog dijela tržišta nastoji maksimizirati svoju dobit. Cijena na ovakvom tržišštu ovisi o ukupnoj tržišnoj proizvodnji. Kod ovog modela javlja se i pojam *reakcijska krivulja* koja prikazuje odnos između količine

proizvodnje koja osigurava maksimalni profit poduzeća i količine proizvodnje za koju misli da će proizvesti konkurent.[27]

Bertrandov model – ovaj model razvio je J. Bertrand, model zamjenjuje Cournoutovu pretpostavku konstantne veličine outputa s pretpostavkom kako je cijena konkurentskog poduzeća konstantnate kako konkurenti istovremeno odlučuju o cijeni homogenog proizvoda. Bertrand pokazuje kako se napuštanjem pretpostavki Cournouta ne može postići ravnoteža jer svaki proizvođač malim snižavanjem cijene može istisnuti kokurenta s tržišta i povećati svoju dobit. U ovom modelu naglasak je na odluci o tržišnoj cijeni umjesto o količini pa se postavlja pitanje koju će cijenu postaviti pojedini konkurent i koliki će ostvariti profit, a sigurna pretostavkako je kako će kupci kupovati proizvod koji ima nižu cijenu pa proizvođači naizmjenično snižavaju cijene sve dok ne dođu do P=MC=0.[28]

Edgeworthov model – model je razvijen od strane F. Edgewortha, a osporava rješenja navedena u prethodna dva modela. Glavna pretostavka ovog modela je limitiranost ponude svakog oligopolista veličinom raspoloživih proizvodnih kapaciteta.[29]

Stabilnost cijena na oligopolistikom tržištu

Samostalno i nekoordinirano djelovanje oligopolista upućuje na stabilnost cijena na oligopolističkim tržištima, a to možemo predstaviti kroz: teoriju prelomljene ili izlomljene krivulje potražnje te model prostorne distribucije poduzeća. Prije predstavljanja spomenutih modela upoznat ćemo se s **ratovima cijena[30]**.

Ratovi cijena – konkurentska poduzeća se često natječu na tržištu pa snižavanjem cijena nastoje izbaciti konkurenta s tržišta, ovakav „rat“ posebno je naglašen kada na tržištu djeluju svega dva poduzeća. Cjenovni rat karakterizira sitaciju snižavanja cijena ispod razije koju je za svoje proizvod postavio konkurent bez obzira hoće li ta cijena pokriti troškove proizvodnje. U kratkom roku cjenovni rat ide u prilog potrošačima jer proizvode mogu kupiti po nižim cijenamam, a s

[27] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 462
[28] Pavić, I. i sur., op.cit. str. 465
[29] Pavić, I. i sur., op.cit. str. 466
[30] Pavić, I. i sur., op.cit. str. 470

druge strane takvo natjecanje cijenama proizvođače može dovesti do propasti. Kada proizvođači shvate da „rat“ ne ide u prilog ni jednom ni drugom cijene polako počinju rasti , a na taj način proizvođači nastoje kompenzirati izgubljeni profit.

Izlomljena krivulja potražnje – model je predložio Paul Sweezy, a pretpostavke modela su sljedeće: ukoliko poduzeće snizi svoju cijenu, njegovi konkurenti će slijediti tu akciju, u suprotnom, ukoliko poduzeće poveća cijenu proizvoda konkurenti neće slijediti takvu akciju.

Model prostorne distribucije poduzeća – ovaj model polazi od geografskog razmještaja poduzeća te prometnih troškova kod formiranja ravnotežnih cijena. Pretpostavka ovog modela je kako dva poduzeća proizvode jednake proizvode, a kupci proizvode razlikuju jedino po njihovoj lokaciji odnosno koliki će im biti transportni trošak pri kupnji određenog proizvoda.

Koordinirano djelovanje oligopolista

Budući da oligopolisti imaju određenu tržišnu moć, nastoje izbjeći međusobna suparništva koja vode ratu cijena, a sinkronizirano djelovanje vodi *prešutnim sporazumima* -implicitan oblik sporazuma (model cjenovnog vodstva, model dominantnog poduzeća) ili *formalnim sporazumima* – eksplicitni oblik sporazuma (karteli).

Model cjenovnog vodstva – model koji za pretpostavku uzima da se na tržištu nalaze dva oligopolista s jednakim tržišnim udjelom i homogenim proizvodima, ali njihova struktura troškova je različita. Jedno poduzeće ima veće troškove od drugog pa poduzeće s nižim troškovima poduzeća preuzima lidersku poziciju i postaje *cjenovni predvodnik* dok ostala poduzeća moraju slijediti tu cjenovnu politiku i odrediti istu cijenu kao i lider ili bi trebali napustiti tu industriju.[31]

Model dominantnog poduzeća – nastavno na model cjenovnog vodstva, lider u politici cijene zahvaljujući niskim troškovima proizvodnje može ostvariti dominantan položaj u industriji, a to bi značilo i da ostvaruje veliki udio na tržištu dok ostalim poduzećima ostaje relativno mali udio. Dominantno poduzeće formira cijenu i količinu proizvodnje kojom maksimizira svoj profit, a

[31] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 472

malim poduzećima ostavlja na izbor hoće li prihvatiti tu cijenu i proizvoditi količinu koju god žele.[32]

Kartel – predstavlja model međusobnog sporazuma oligopolista koji formiraju udruženja unutar kojih usklađuju odluke o outputu i cijenama svih članova udruženja. Kartel se predstavlja kao jedinstveni ponuđač koji djeluje u zajedničkom interesu svih članova, a zapravo se ponaša kao monopolist koji bi u ovom slučaju mogao biti objašnjen kao jedinstveni proizvođač s većim brojem podružnica. Kartel ima i izvršni odbor koji je sastavljen od predstavnika svih članova, a djeluje kao upravni odbor. Svoj profit maksimizira kao što to radi i individualno poduzeće, odnosno utvrđuje granični trošak i prihod organizacije kao cjeline, a optimalan output odnosno profit ostvaruje se na razini MR=MC.[33]

2.4. Monopolistička konkurencija

Monopolistička konkurencija je oblik tržišne struktue koji u sebi sadrži elemente dvije krajnosti oblika tržišne strukture, a to su savršena konkurencija i monopol. Komponenta koja je preuzeta iz monopolske strukture je moć utjecaja na cijenu proizvoda, a komponenta savršene konkurencije je veliki broj kupaca i prodavatelja te relativno lagan ulazak u određenu granu proizvodnje kao i izlazak iz nje. Mogućnost utjecaja na cijenu proizlazi iz nehomogenosti proizvoda – proizvodi nisu identični, ali zadovoljavaju istu potrebu. Npr. različite vrste čokolade ili vina koje zadovoljavaju istu potrebu, ali ovisno o proizvođaču cijene se mogu uvelike razlikovati, isto tako za primjer možemo navesti i odjeću različitih robnih kuća, ispunjavaju istu svrhu, ali različite marke za pojedinog kupca imaju veću ili manju vrijednost.

Sumarno, tržište monopolističke konkurencije karakterizira sljedeće:

- Veliki broj potrošača i proizvođača na tržištu
- Poduzeća proizvode slične, ali ne i indentične proizvode – proizvodi nisu istovrsni već su diferencirani
- Postoji slobodan ulaz i izlaz iz industrije

[32] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 473
[33] Pavić, I. i sur., op.cit. str. 474

Kod monopolističke konkurencije individualni proizvođač uživa u maloj tržišnoj moći i zato ima vrlo mali utjecaj na tržišne cijene, dok, s druge strane, diferenciranim proizvodom se razlikuje od ostalih proizvođača te služi određenom dijelu tržišta pa ima malu slobodu određivanja cijena. Ta mala sloboda pri određivanju cijena može se zahvaliti mreži lojalnih potrošača.

Pojedini individualni proizvođač je jako malen i proizvodi mali dio u odnosu na cijelo tržište pa smanjenjem ili povećanjem proizvodnje ne može utjecati na nestašicu proizvoda ili preplavljenost tržišta proizvodom.

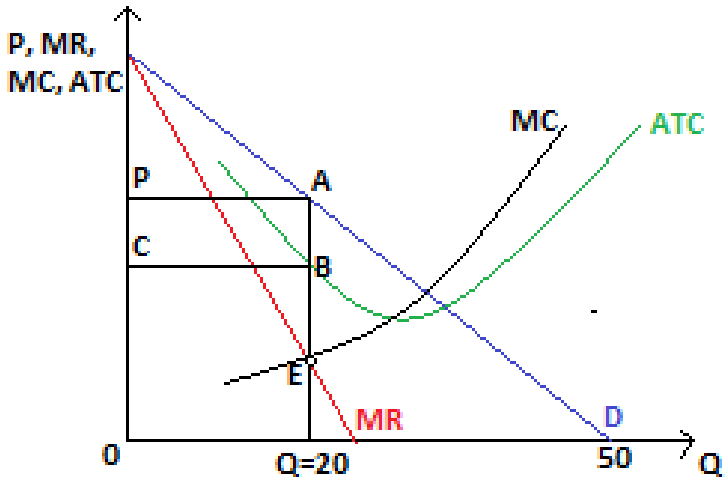
Na tržištu monopolističke konkurencije do izražaja dolazi *necjenovna konkurencija* – oblik tržišnog natjecanja u kojem do izražaja dolaze atributi proizvoda, odnosno kvaliteta, pakiranje i sl., a cijena u ovom slučaju nema veliku ulogu.

Ponašanje poduzeća u monopolističkoj konkurenciji

Kratki rok

Poduzeća i u situaciji monopolističke konkurencije maksimiziraju dobit kada je MR=MC, onda kada se odredi razina izjednačenja krivulja potražnje odrediti će maksimalnu cijenu koju proizvođač može naplatiti.

Graf 4: Ponašanje poduzeća u monopolističkoj konkurenciji, katki rok



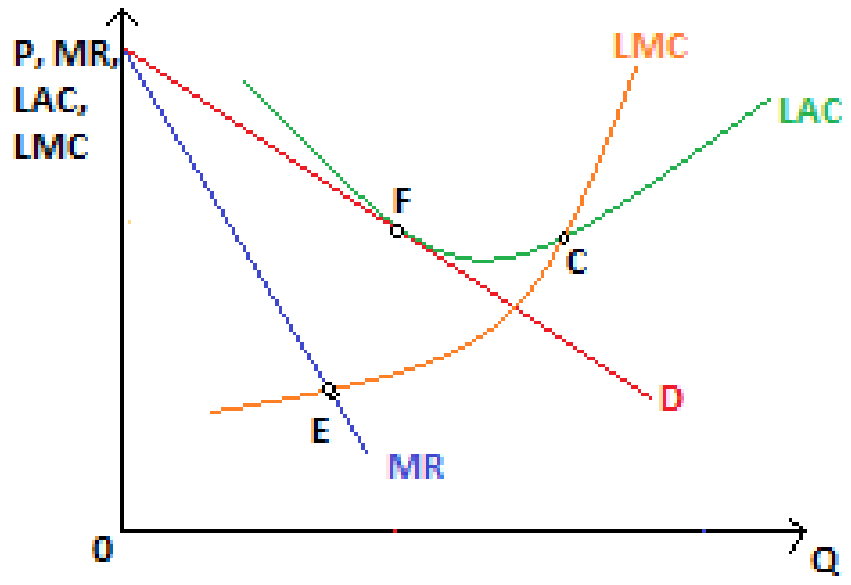
Izvor: Izrada autorice

Na grafu možemo vidjet da se profit maksimizira pri količini outputa Q=20 (sjecište MR i MC krivulja), pri ovoj razini proizvodnje postiže se cijena od 6 novčanih jedinica, a trošak proizvodnje iznosi 4 novčane jedinice (iščitano pomoću krivulje ATC). Ukupan profit poduzeća jednak je površini pravokutnika 0PAQ, odnosno iznosi pi=TR-TC=(6*20)-(4*20)=40 novčanih jedinica.

Dugi rok

Za dugi rok je karakteristična pojava slobodnog ulaska i izlaska s tržišta pa je automatski postojanje dobiti u nekoj industriji signal za investitore koji su u potrazi za profitabilnim tržištima.

Graf 5: Ponašanje poduzeća u monopolističkoj konkurenciji, dugi rok



Izvor: izrada autorice

Ulazak novih poduzeća u industriju reducirat će potražnju za proizvodom pojedinog poduzeća, a ulazak će se nastavit sve dok prevladavaju iznadprosječni profiti. Nova poduzeća u industriji pomicat će krivulju potražnje (D) prema dolje sve dok ne postigne tangentnu poziciju s krivuljom prosječnog troška (ATC) – točka F. Pri točci F poduzeće proizvodi Q=20 jedinica outputa jer je

pri toj razini MR=MC (točka E), a pri toj razini proizvodnje ATC je jednak tržišnoj cijeni P pa promatrano poduzeće ostvaruje samo normalni profit (kao u savršenoj konkurenciji).[34]

2.5. Pokazatelji tržišne moći

Kada govorimo o tržištima nesavršene konkurencije uvijek se spominje pojam tržišne moći koja poduzećima daje mogućnost više ili manje autonomno odrediti cijenu proizvoda. Postavlja se pitanje kako mjeriti tržišnu moć.

Najjednostavnija mjera za izražavanje tržišne moći jest pomoću **tržišnog udjela**. Ovom mjerom prikazuje se tržišni udio jednog poduzeća u ukupnoj tržišnoj ponudi, a izračunava se pomoću sljedećeg izraza:

$$\boldsymbol{M_m = \frac{Q_m}{Q}}$$

$\boldsymbol{Q_m}$ – ponuda promatranog poduzeća

Q – ukupna tržišna ponuda

Maksimalna vrijednost pokazatelja jednaka je 1, a to je situacija u kojoj je jedno poduzeće jedinstveni ponuditelj proizvoda – u ovom slučaju radi se o monopolu.

Uz navedeni pokazatelj tržišne moći, u nastavku ćemo navesti razne statističle pokazatelje i mjere koje u statistici nazivamo mjerama koncentracije.

Koncentracijski omjer (CR) mjera je koja u obzir uzima *n* najvećih proizvođača u određenoj industriji, a izračunava se pomoću sljedećeg izraza:

$$CR_n = \sum_{1}^{n} S_i$$

CR_n – koncentraijski omjer

S_i - tržišni udio promatranog poduzeća

[34] Pavić, I. i sur., op. cit. str. 451

Ukoliko četiri najveća poduzeća kontroliraju 40% ili više ukupnog tržišta smatra se kako industrijska grana ima oligopolistički karakter.

Herfindahlov indeks (H) mjera je koja je jednaka zbroju kvardata postotnih tržišnih udjela svih poduzeća u određenoj industriji pa na taj način mjeri stupanj njene koncentracije, a formula glasi:

$$H = \sum_{1}^{n} S_i^2 = S_1^2 = S_2^2 + \cdots + S_n^2$$

Ukoliko se radi o čistom monopolu Herfindahlov indeks će iznositi H=100^2 = 10.000, a ukoliko se radi o savršenoj konkurenciji H=0. Ukoliko se primjerice radi o oligopolističkom tržištu na kojem djeluju samo četiri poduzeća jednake veličine H će iznositi:

H= 25^2+$25^2 + 25^2 + 25^2 = 2.500$

H indeks smatra se boljom mjerom tržišne moći od koncentracijskog omjera jer uzima u obzir ukupni tržišni udio neke industrije, a ne kao u slučaju koncentracijskog omjera gdje se u obzir uzima četiri, pet ili osam najvećih poduzeća, a ostatak tržišta promatrane industrije se zanemaruje.

Lernerov indeks posebna je mjera tržišne moći koja pokazuje koliko je cijena veća od graničnog troška, a dobije se iz odnosa razlike cijene i graničnog troška određenog proizvoda te cijene tog istog proizvoda:

$$I_M = \frac{P_A - MC}{P_A}$$

P_A – cijena promatranog proizvoda

MC – granični trošak promatranog poduzeća

Ako je $P_A = MC$ Lernerov indeks jednak je nuli (odlika tržišta savršene konkurencije), a u situacijama kada je P > MC Lernerov indeks je veći od nula. S druge strane opadanjem MC, Lernerov indeks raste, a maksimalnu vrijednost koju može postići je 1.

Za Lernerov indeks možemo reći da je jednak recipročnoj vrijednosti cjenovne elastične potražnje, a ukoliko poduzeće maksimizira profit na razini MR = MC ranije navedenu formulu možemo zapisati:

$$I_M = \frac{P_A - MR}{P_A}$$

MR možemo zapisati u izrazu za elastičnost potražnje pa bi formula glasila:

$$MR = P_A\,(1 - \tfrac{1}{|E_P|})$$

odnosno:

$$I_m = 1 - 1 + \frac{1}{|E_p|} = \frac{1}{|E_p|}$$

3. Bankarsko tržište

3.1. Hrvatsko bankarsko tržište

Razvoj bankovnog sustava Republike Hrvatske

Osamostaljenjem Republike Hrvatske 1991. godine bankovni sustav RH poslovao je prema nedovoljno razvijenim tržišnim načelima gospodarstva te istovremeno sa strogo reguliranim ograničenjima. Sve do osamostaljenja hrvatske središnje banke, Narodna banka Jugoslavije regulirala je hrvatske banke. U to vrijeme u gospodarstvu su bili prisutni razni problemi kao što su bankovna nesolventnost, nelikvidnost bankovnih dužnika, a ujedno je bila prisutna i inflacija. Slijedom navedenog početkom devedesetih godina prošlog stoljeća pokrenuta je reforma čitavoga gospodarstva uključujući bankovni sustav kako bi se postavio čvrsti regulatorni okvir za poslovanje, a kao rezultat navedenog banke su počele poslovati po tržišnim načelima.

Tjekom prvih nekoliko godina od osamostaljenja Republike Hrvatske bankama je bilo vrlo jednostavno dobiti odobrenje za rad pa se u bankovnom sustavu pojavio niz malih banaka i štedionica koje su osnovane privatnim kapitalom. Obzirom na navedeno, krajem 1998. godine na hrvatskom bankovnom tržištu postojalo je 60 banaka što je bio poprilično velik broj s obzirom na veličinu RH.

Krajem 90-ih godina ponovno se javlja problem s nesolventnošću nekih banaka pa se javila potreba nužnog uplitanja države u proces restrukturiranja i sanacije banaka. U procesu sanacije banaka kao glavni dioničar javlja se Državna agencija za osiguranje štednih uloga i sanaciju banaka (DAB) pa je tada DAB postala većinski vlasnik tri najveće hrvatske banke i to u Privrednoj banci Zagreb d.d. s 91,3%, u Splitskoj banci s 87,6% i u Riječkoj banci d.d. s 85,0% , a tjekom 1999. godine počeli su prvi pregovori s novim vlasnicima banaka.[35]

U razdoblju 90-ih godina, tijekom provođenja programa restrukturiranja i sanacije banaka nije se mogla primjetiti prisutnost inozemnih banaka, inozemne banke pojavile su se tek nakon saniranja

[35] Šubić, R., Proklin M., Zima, J., Promjene kvantitativnih pokazatelja koncentracije u zemljama regije u razdoblju transformacije bankovnih sustava, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [14.08.2018.]

banaka u problemima. Inozemni vlasnici počeli su osnivati nove banke pa je 1994. godine osnovana Raiffeisenbank Austria, 1996. godine Bank Austria, a 1997. godine osnovano je još nekoliko inozemnih banaka čija je ukupna aktiva bila svega 4% tržišnog udjela. Nekoliko godina kasnije, osjetio se „val inozemnih vlasnika" koji su kroz osnivanje novih banaka ili stjecanje udjela okupirali vlasničku strukturu hrvatskog bankovnog sustava.

U 2018. godini situacija je znatno drugačija nego li je bila u počecima osnivanja države, u nastavku navodimo banke koje imaju odobrenje za rad u RH kao i njihovu vlasničku strukturu.

Banke koje imaju odobrenje za rad u 2018. godini na tržištu Republike Hrvatske[36]:

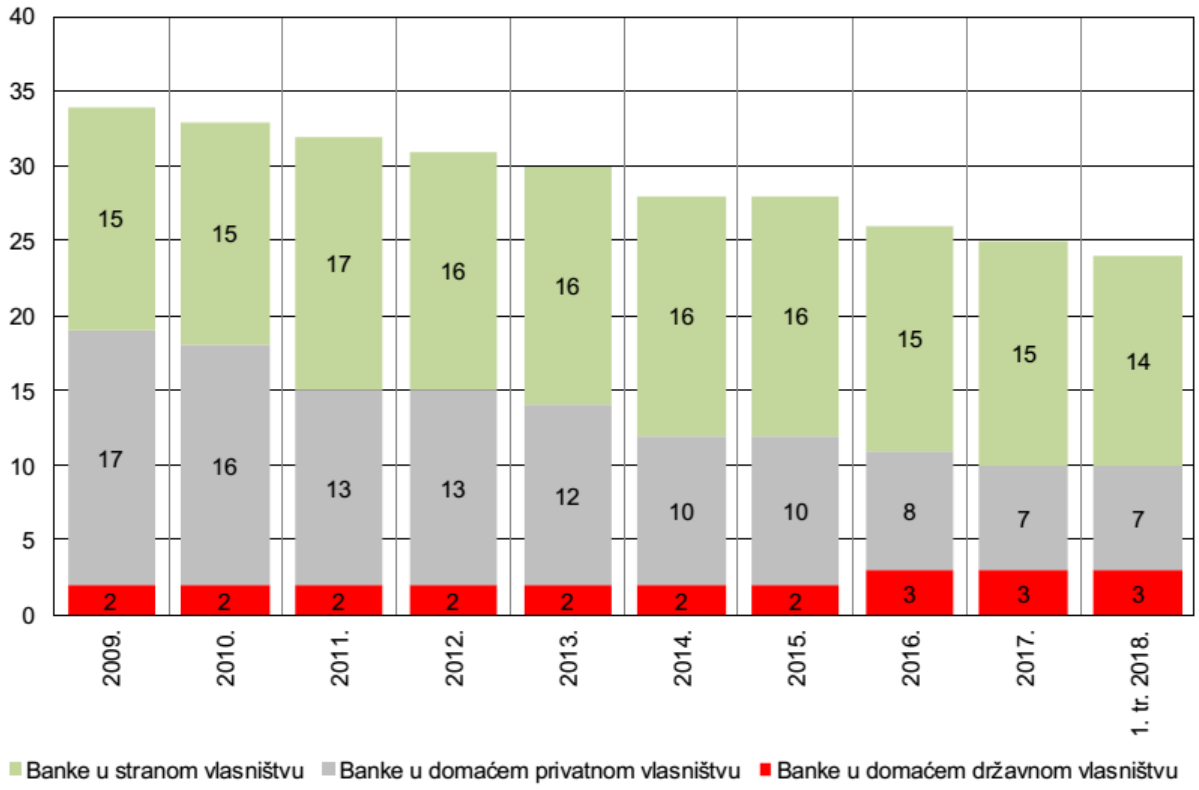
1. Addiko Bank d.d.
2. Banka Kovanica d.d.
3. Croatia banka d.d.
4. Erste&Steiermärkische Bank d.d.
5. Hrvatska poštanska banka d.d.
6. Imex banka d.d.
7. Istarska kreditna banka Umag d.d.
8. J&T banka d.d.
9. Jadranska banka d.d.
10. Karlovačka banka d.d.
11. KentBank d.d.
12. Kreditna banka Zagreb d.d.
13. OTP banka Hrvatska d.d.
14. Partner banka d.d.
15. Podravska banka d.d.
16. Primorska banka d.d.
17. Privredna banka Zagreb d.d.
18. Raiffeisenbank Austria d.d.
19. Samoborska banka d.d.
20. Sberbank d.d.

[36] HNB (2018): Bilten o bankama br. 31 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]

21. Slatinska banka d.d.
22. Splitska banka d.d.
23. Veneto banka d.d.
24. Zagrebačka banka d.d.

Vlasnička struktura banaka u Republici Hrvatskoj

Slijedi prikaz promjena vlasničkih struktura banaka kroz godine.

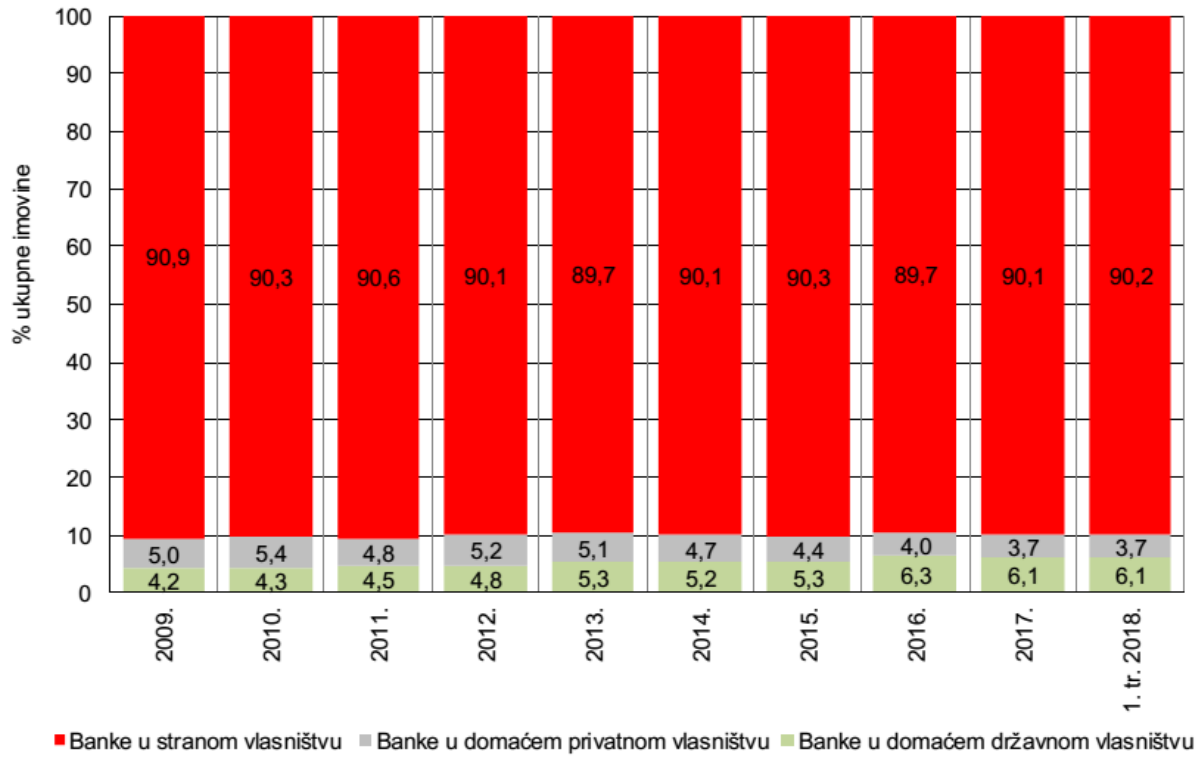


Slika 1: Broj banaka u Hrvatskoj

Izvor: HNB, Standardni prezentacijski format, 3. tromjesečje 2018.

Iz gornje slike možemo vidjeti kako se ukupan broj banaka koje djeluju na hrvatskom bankovnom tržištu od 2009. godine smanjivao i to s ukupnog broja 34 na 24 banke koje trenutno djeluju na

teritoriju Republike Hrvatske. Što se tiče vlasničke strukture možemo vidjet kako je od 2011. godine pa sve do danas strano vlasništvo banaka postalo dominantno pa danas, 2018. godini, imamo 14 banaka koje su u stranom vlasništvu, 7 banaka koje su u domaćem privatnom vlasništvu te 3 banke koje su u domaćem državnom vlasništvu.



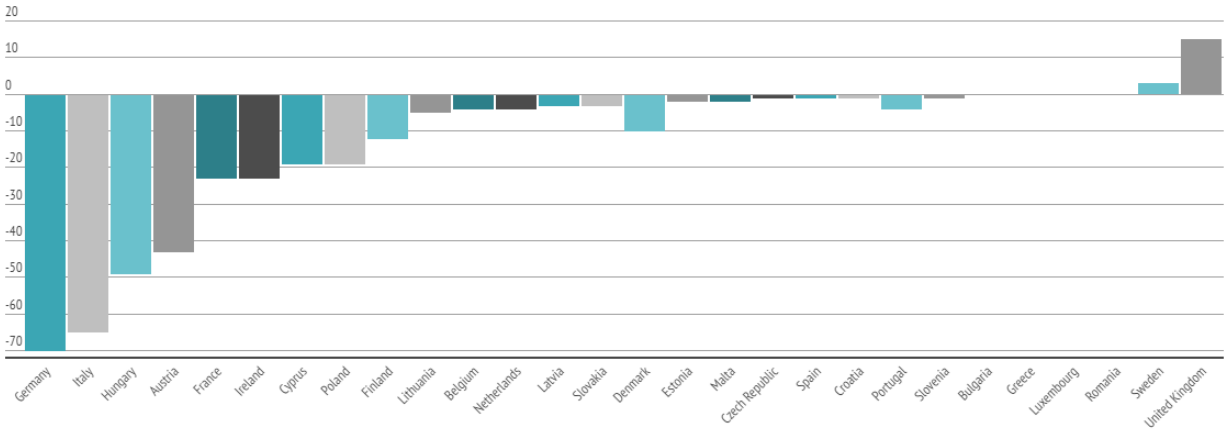
Slika 2 : Banke prema vlasničkoj strukturi

Izvor: HNB, Standardni prezentacijski format, 3. tromjesečje 2018.

Što se tiče vlasničke strukture banaka u Hrvatskoj možemo nedvojbeno zaključiti kako najveći udio ukupne imovine banaka pripada upravo bankama u stranom vlasništvu, taj postotak se od 2009. godine pa sve do danas „vrti“ oko 90% dok je ostalih 10% podjeljeno između banaka u domaćem privatnom te domaćem državnom vlasništvu.

3.2. Bankarsko tržište Europske Unije

Kao i na hrvatskom bankovnom tržišstu, na tržištu EU od 2008. godine broj kreditnih institucija se smanjio za 31%, u 2017. godini broj kreditnih institucija pao je za 5% odnosno na 6.250 institucija. Banke s vremenom povećavaju efikasnost poslovanja pa time i svoju profitabilnost. Vodstvo u smanjenju broja kreditnih institucija imale su Njemačka, Italija, Mađarska i Austrija dok je u Ujedinjenom Kraljevstvu i Švedskoj broj kreditnih institucija porastao. [37]



Slika 3: Promjenje broja banaka u zemljama EU

Izvor: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/structure-and-economic-contribution-of-the-banking-sector/

[37] Structure and economic contrinution of the banking sector, [Internet] raspoloživo na: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/structure-and-economic-contribution-of-the-banking-sector/ [14.09.2018.]

4. Empirijsko istraživanje

U ovom poglavlju iznose se podaci prikupljeni istraživanjem, a pomoću kojih će se testirati hipoteze postavljene u poglavlju 1.4. ovog rada.

4.1. Uloga banaka u gospodarstvu

Banke su financijske institucije koje imaju važnu ulogu u procesu gospodarskog rasta i društvenog razvitka te obnašaju funkciju redistribucije štednih depozita u korist kredita deficitarnih sektora.

Kreditiranje je najpoznatija, a možda i najvažnija funkcija koju osiguravaju banke, kreditima banke financiraju i podržavaju proizvodnju, potrošnju te investicije. Valja napomenuti i važnu ulogu banaka u obavljanju platnoga prometa te pružanju sigurnosti u štedne proizvode. Slijednom navedenog uspostavlja se čvrsta veza između gospodarstva i bankarstva, odnosno samo zdravo gospodarstvo može preuzimati kreditne obveze i iste pravovremeno podmirivati, a to omogućuje rast kreditnih potencijala koje i dalje mogu nastaviti plasirati kredite tom istom gospodarstvu.[38]

Posljedično, veći bankovni potencijal može rezultirati i snažnijom kreditnom aktivnošću prema realnom sektoru sa ciljem rasta i kvalitetnog razvitka pojedinih djelatnosti - rasta BDP, a time se naglašava općekorisna djelatnost bankarstva poboljšavanjem životnog standarda stanovništva.

Možemo reći kako banke imaju ključnu ulogu u gospodarstvu zbog svojih depozitnih i kreditnih poslova. Obnašajući ulogu posrednika između pozajmljivača i kreditora banke djeluju na stabilnost gospodarstva. Upravo zbog stabilnosti u gospodarstvu većina gospodarstava usmjerava svoje napore na rast i stabilnost bankarskog sektora.[39]

Važno je naglasiti važnu ulogu banaka u ukupnom gospodarstvu te da uspješnost njenog poslovanja nije bitna samo za njezine dioničare nego i za širu javnost. Uspješnim poslovanjem

[38] Jakovčević, D. (2001): Bankovni potencijali, poslovna spajanja banaka i razvitak hrvatskog gospodarstva, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [14.08.2018.]
[39] Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]

banka će biti u mogućnosti pružiti širi spektar lako dostupnih proizvoda i usluga te na taj način zadovoljiti potrebe šire javnosti, odnosno doprinjeti će proizvodnji, zapošljavanju, investicijama te ostalim važnim čimbenicima u gospodarstvu.

Kada govorimo o hrvatskom gospodarstvu i njegovom bankovnom sustavu zamjetna je visoka prisutnost inozemnih vlasnika. Događanja na tržištu vode okrupnjivanju banaka, odnosno, smanjenja njihovog broja, s trendom daljeg povećanja inozemnog vlasništva, a namjera Vlade Republike Hrvatske je još u 2001. godini bila prodati dvije od tri državne banke - Croatia banku i Dubrovačku banku te preostale manjinske udjele u velikim, sada već stranim bankama. Okrupnjivanje banaka vodi konsolidaciji koja u bilančnom smislu slijedi nakon spajanja i koja bez obzira na moguće poslovne kombinacije podrazumijeva rast bankovnog bilančnog potencijala. Nastavno na navedeno očekuje se da će se hrvatski poduzetnici koji su se našli u ulozi klijenata konsolidiranih banaka sada moći financirati povoljnijim kreditima. Jeftiniji krediti mogu pridonijeti nižim fiksnim troškovima poduzetnika, povećati njihovu rentabilnost poslovanja i investicija pa tako i pridonijeti općem gospodarskom rastu i razvoju. 40

Banku možemo gledati i kao javno dobro, a u tom smislu njeni ciljevi trebali bi biti osigurati bankovne usluge svim građanima, izbjegavati diskriminaciju uz brigu o interesima lokalne zajednice, pružanje kredita području od kojeg prikupljaju depozite i sl.

4.2. Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva

Sljedeća tablica prikazuje osnovne makroekonomske pokazatelje hrvatskog gospodarstva od 2014. godine do danas:

Tablica 1: Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva

	Godina				Stopa promjene
	2014.	**2015.**	**2016.**	**2017.**	**2017/2018.**
BDP, tekuće cijene, mil. HRK	331.266	338.975	349.410	363.310	4,0
BDP realne stope rasta u %	-0,1	2,3	3,2	2,8	2,5
BDP, tekuće cijene, mil. EUR	43.416	44.546	46.406	48.700	4,5
BDP po stanovniku,	10.281	10.244	10.597	11.117	11.806

[40] Jakovčević, D. (2001): Bankovni potencijali, Poslovna spajanjabanaka i razvitak hrvatskog gospodarstva, str. 2

INDUSTRIJSKA PROIZVODNJA I-V, stope rasta u %	1,2	2,7	5,0	1,4	0,1
CIJENE, stope rasta u % Potrošačke cijene - Inflacija	-0,2	-0,5	-1,1	1,1	1,9
Cijene industrijskih proizvoda pri proizvođačima na domaćem tržištu	-2,7	-3,9	-4,0	2,1	3,4
PROMET U TRGOVINI NA MALO I-V - realne stope rasta u %	0,4	2,4	4,4	4,4	4,4
NETO PLAĆA, u HRK	5.533	5.711	-	-	-
NETO PLAĆA, u HRK – nova metodologija	-	5.594	5.685,0	5.985,0	4,5
STOPA REGISTRIRANE NEZAPOSLENOSTI, %	19,7	17,4	-	-	-
STOPA REGISTRIRANE NEZAPOSLENOSTI, % - nova metodologija	-	17,0	14,8	12,4	9,2
OSTVARENE INVESTICIJE U DUGOTRAJNU IMOVINU - pravnih osoba, mil. HRK	46.570,6	46.439,6	48.587,4	-	-
TURIZAM (noćenja u 000)	66.484	71.605,3	77.918,9	86.200,3	23,7
Domaći turisti	5.160	5.742,6	5.819,5	5.978,3	7,8
Strani turisti	61.324	65.862,7	72.099,4	80.212,0	26,8
DRŽAVNI PRORAČUN					
Ukupni prihodi, mil. HRK	114.044,5	107.480,9	115.670,2	121.153,9	4,8
Ukupni rashodi, mil. HRK	125.689,5	114.391,9	117.069,9	121.407,2	5,5
Transakcije u nefinacijskoj imovini, mil. HRK	1.167,3	2.289,5	2.693,0	2.038,7 -	0,5
Transakcije u fiancijskoj imovini, mil. HRK	-3.466,0	-3.883,4	-3.601,7	13.091,0	-7,0
Ukupni višak / manjak, mil. HRK	-12.812,3	-9.200,6	-3.389,4	-2.292,0	9,4
DUG OPĆE DRŽAVE, mil. HRK	278.365,6	284.202,8	281.737,9	283.313,2	-3,9
SALDO TEKUĆEG RAČUNA PLATNE BILANCE, mil. EUR	857,9	2.019,0	1.208,7	1.903,8	27,8
VANJSKOTRGOVINSKA RAZMJENA					
Izvoz, mil. EUR	10.368,8	11.527,9	12.316,6	14.016,9	1,3
Uvoz, mil. EUR	17.129,4	18.482,9	19.711,9	21.891,6	6,5
Saldo VTR, mil. EUR	-6.760,6	-6.955,0	-7.395,3	-7.874,7	15,0
DEVIZNI PRIHOD OD TURIZMA, mil. EUR	7.402,3	7.962,0	8.635,0	9.492,9	13,7
DIREKTNA STRANA ULAGANJA U RH, mil. EUR	2.297,5	189,8	1716,1	1841,6	0,4
BRUTO INOZEMNI DUG RH, mil. EUR	46.416,3	45.383,5	41.668,3	40.068,9	-7,4
PROSJEČNI SREDNJI TEČAJ HRK/EUR	7,630014	7,609601	7,529383	7,460100	-0,4
PROSJEČNI SREDNJI TEČAJ HRK/USD	5,749322	6,862262	6,803718	6,622397	-11,1

Izvor: HNB

Iz gornje tablice valja izdvojiti bitne makroekonomske čimbenike:

1. Bruto domaći proizvod (engl. Gross Domestic Product) – ovaj makroekonomski pokazatelj pokazuje cjelokupnu vrijednos proizvodnje svih finalnih dobara i usluga u jednoj zamlji u jednoj godini, ujedno je agregat koji pokazuje mogućnost društva da zadovolji potrebe za ekonomskim dobrima[41]
2. Razina cijena – pod ovim makroekonomskim pokazateljem podrazumijevamo opću razinu cijena u nekom gospodarstvu. Razlikujemo dvije pojave: *Inflacija* – proces rasta opće razine cijene i *Deflacija* – proces pada opće razine cijena
3. Stopa nezaposlenosti – pokazatelj je koji predstavlja postotak nezaposlenih osoba u odnosu na broj radno sposobnih osoba, a broj radno sposobnih osoba je zbroj osoba koje su zapolene i koje nisu zaposlene. Rastom stope BDP-a očekuje se smanjene stope nezaposlenosti.

Makroekonomski instrumenti su:

- Fiskalna politika - skup svih mjera jedne države s ciljem prikupljanja sredstava za financiranje društvene potrošnje, a s ciljem ublažavanja naglih uzleta i padova kao i težnja ka punoj zaposlenosti bez visoke inflacije.
- Monetarna politika – politika kojom središnja banka kontrolira novčanu ponudu bilo restriktivnom (rast kamatne stope – smanjenje ponude novca, a dodatni efek je i povećanje investicija, povećanje BDP-a te porast zaposlenosti) ili ekspanzivnom politikom (pad kamatne stope – povećanje ponude novca, a dodatni efek je i smanjenje investicija, smanjenje BDP-a te smanjenje zaposlenosti).

[41] Reić, Z., i sur., op. cit. str. 157

4.3. Usporedne značajke bitnih makroekonomskih čimbenika zemalja EU u 2017. godini

Tablica 2: Usporedne značajke bitnih makroekonomskih čimbenika kod zemalja EU 2017.

Zemlja	BDP per capita	Stopa inflacije (%)	Stopa nezaposlenosti (od 20 - 64 godine starosti) %
Njemačka	37,000	1.7	3.7
Austrija	38,200	2.2	5,3
Belgija	34,900	2.2	7.0
Bugarska	14,700	1.2	6.1
Hrvatska	18,400	1.3	10.8
Cipar	25,500	0.7	11.1
Republika Češka	26,400	2.4	2.8
Danska	37,500	1.1	5.3
Estonija	23,700	3.7	5.7
Finska	32,700	0.8	8.1
Francuska	31,200	1.2	9.1
Grčka	20,100	1.1	21.4
Mađarska	20,400	2.4	4.0
Irska	54,800	0.3	6.4
Italija	28,700	1.3	11.1
Latvija	20,100	2.9	8.8
Litva	23,400	3.7	7.2
Luksemburg	75,800	2.1	5.3
Malta	28,600	1.3	4.2
Nizozemska	38,400	1.3	4.4
Poljska	20,900	1.6	4.8
Portugal	23,000	1.6	8.9
Rumunjska	18,700	1.1	4.8
Slovačka	23,000	1.4	7.9
Slovenija	25,200	1.6	6.6
Španjolska	27,700	2.0	16.9
Švedska	36,300	1.9	6.0
Ujedinjeno Kraljevstvo	31,500	2.7	3.8

Izvor: https://www.destatis.de/Europa/EN/Country/Comparison/GER_EU_Compared.html

Gornja tablica prikazuje ključne makroekonomske čibmenike 28 zemalja članica EU. Četiri zemlje s najvećim iznosima BDP-a per capita su redom zemlje Luksemburg, Irska, Nizozemska te Austrija, a budući da je njihov BDP per capita na daleko većoj razini od BDP-a per capita Hrvatske, te ćemo zemlje u nastavku koristiti kako bi objasnili pomoćnu hipotezu H1.2. Navedene zemlje ujedno imaju gotovo dvostruko nižu stopu nezaposlenosti negoli Hrvatska. S drue strane zemlje koje su po ključnim makroekonomskim čimbenicima najsličnije Hrvatskoj su Rumunjska, Grčka, Poljska, Latvija pa ćemo te zemlje uzeti u razmatranje kako bi objasnili pomoćnu hipotezu H1.1.

4.4. Analize profitabilnosti banaka

Osnovni cilj poslovanja svih poduzeća pa tako i poslovnih banaka je profitabilnost, odnosno maksimizacija bogatstva dioničara uz prihvatljivu razinu rizika. Profitabilnost ujedno predstavlja i najvažniju mjeru uspješnosti poslovanja, a dobit banke odraz je uspješnosti bankovne politike i aktivnosti tijekom financijske godine.[42]

Ostvarivanje zarade odnosno dobiti primarni je cilj poslovanja svake poslovne banke, ali pod uvjetom da su u svakom trenutku sposobne izvršiti sve dospjele obveze te da su sposobne barem očuvati vrijednost uloženog kapitala dioničara.[43]

Prema stajalištu Europske središnje banke profitabilnost je prva linija obrane banaka od nepredviđenih gubitaka, profitabilnim poslovanjem osnažuje se kapitalna pozicija, a ujedno se poboljšava buduća profitabilnost ulaganjem ostvarene dobiti. Kada govorimo o profitabilnosti, najčešće se u obzir uzimaju sljedeći pokazatelji:

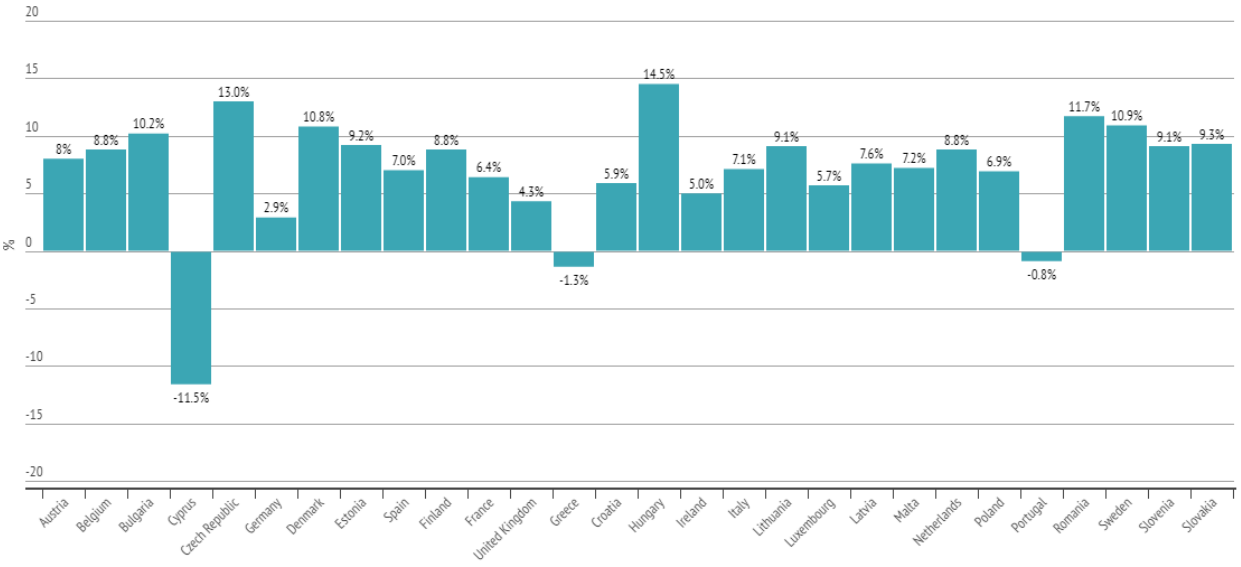
- ROA - (return on assets - ROA) – povrat na imovinu, ovaj pokazatelj objašnjava koliko učinkovito banke upravljaju svojom imovinom kako bi ostvarile dobit (koliko se lipa neto dobiti ostvari na jednu kunu aktive ili koliko kuna na sto kuna aktive). ROA se računa pomoću financijskih izvještaja i to bilance te računa dobiti i gubitka (dio temeljnih financijski izvještaja koje poduzetnici trebaju sastavljati sukladno Zakonu o računovodstvu), a dobije se kao omjer neto dobiti i prosječne ukupne imovine. ROA-u drugim riječima možemo opisati kao računovodstvenu stopu prinosa na aktivu (imovinu) banke.
- ROE - (return on equity - ROE) – povrat na uloženo, ovim se pokazateljom pak objašnjava koliko dobiti je zarađeno po jedinici imovine, mjeri povrat ulagača po jedinici uloženog kapitala. Računa se kao omjer neto dobiti i prosječnog dioničarskog kapitala. Ovim pokazateljem vlasnici banke dobivaju na uvid koliko je dobiti menadžment banke ostvario

[42] Brajović Bratanović, S. i Greuning, H. (2006) Analiza i upravljanje bankovnim rizicima. Zagreb: MATE, str. 96

[43] Pejić- Bach, M., Posedel, P. i Stojanović, A. (2009) Determinante profitabilnosti banaka u Hrvatskoj. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, str. 82

po kuni njihova udjela u ukupnom kapitalu banke. Važno je naglasiti kako se ovaj pokazatelj izračunava na temelju knjigovodstvene, a ne tržišne vrijednosti.

Na ranije navedene pokazatelje ROA i ROE djeluju i eksterne varijable kao što su regulatorna ograničenja te monetarna i fiskalna politika, ali su bez obzira na eksterne utjecaje općeprihvaćeni pokazatelji rada uspješnosti rada menadžmenta banaka i to zbog toga što je: 1. neto dobit razlika ukupno ostvarenih prihoda i troškova u određenom razdoblju, a to je u direktno povezano s poslovnom politikom menadžmenta koji takvu politiku provodi i nadzire; 2. ROA je određena strukturom aktive banke i njenom sposobnošću produciranja prihoda i dobiti, a ROE je osim spomenutog određena i visinom multiplikatora dioničarskog kapitala što je opet izravna odgovornost menadžmenta banke.



Slika 4 ROE pokazatelj banaka po zemljama EU u 2017. godini

Izvor: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/banking-sector-performance/

Većina zemalja imala je pozitivan pokazatelj ROE, a posebno valja istaknuti Dansku (10.8%), Rumunjsku (11.7%), Mađarsku (14.5%) te Češku (13.0%), dok su Cipar, Grčka i Portugal jedine države čije su banke imale negativan ROE pokazatelj i to redom -11,5%, -1,3% i -0,8 %.[44]

[44]Banking sector performance, [Internet] raspoloživo na: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/banking-sector-performance/ [03.09.2018.]

Čimbenike profitabilnosti banaka možemo podjeliti u dvije skupine[45]:

1. Interni čimbenici – čimbenici koji su karakteristični za poslovanje pojedinačne banke. Pod interne čimbenike ubrajamo:
    a. Tržišni udio
    b. Omjer odobrenih kredita te kratkotrajnog financiranja
    c. Omjer dioničarskog kapitala i ukupne imovine
    d. Omjer operativnih troškova i ukupne imovine
    e. Omjer neprihodujuće imovine (engl. non performing exposures) i ukupne imovine

2. Eksterni čimbenici - okolni čimbenici koji djeluju na poslovanje banaka
    a. stopa bruto domaćeg proizvoda,
    b. inflacija,
    c. devizni tečaj,
    d. bruto domaći proizvod per capita.

Interni čimbenici

Tržišni udio – uobičajno je pretpostavljeno kako bi veći tržišni udio trebao imati pozitivan utjecaj na profitabilnost, ali različita istraživanja dovode do različitih zaključaka, prema *hipotezi relativne tržišne snage* samo podueća koja se nalaze u monopolskom odnosno oligopolskom položaju imaju velike tržišne udjele, visoko diferencirane proizvode te mogu ostvariti iznadprosječne profite, a prema *hipotezi efikasne strukture* dolazi se do pretpostavke kako najefikasnije tvrtke postižu najveće tržišne udjele.

Empirijska istraživanja bazirana na američkim podacima često pronalaze pozitivnu vezu između koncentracije i tržišnog udjela s jedne strane te profitabilnosti s druge strane. Općenito govoreći povećanje profita pripisuje se poboljšanju učinkovitosti ili porastu tržišne moći.

[45] Pejić Bach, M., Posedel, P., Stojanović, A. :Determinante profitabilnosti banaka u Hrvatskoj, Profitability determinants of banks in Croatia, str 84, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [03.09.2018.]

Većina studija koja uzima vezu između profitabilnosti i tržišne strukture pronalazi potitivnu vezu između bankovne profitabilnosti i mjere tržišne strukture kao što su tržišni udio ili neke druge mjere tržišne koncentracije (omjer koncentracije ili Herfindahl indeks). Budući da je većina istraživanja provedena na američkom tržištu očekuje se će podaci banaka s europskog tržišta pokazati iste rezultate. Empirijski dokazi o odnosima profitabilnosti dali su nekoliko teorijskih pretpostavki koje se koriste za podupiranje pronađenih fenomena. Prijedlozi o mogućim odrednicama odnosa profit-struktura mogu se podijeliti u dvije kategorije: hipoteze relativne tržišne snage i hipoteze učinkovite strukture:[46]

Hipoteza relativne tržišne snage

Objašnjavajući odnos profit-struktura, hipoteza tržišne snage navodi kako je tržišna moć glavna varijabla koja uzrokuje promjenu u profitabilnosti. Koncentrirana tržišta obično podrazumijevaju tržišne nesavršenosti koje mogu nastati uslijed dogovora, olakšanih visokom koncentracijom, ili ulaznim i izlaznim barijerama (često prisutne u bankarstvu kao rezultat stroge regulacije).

Zbog navedenih nesavršenosti, poduzeća na tržištu djeluju u uvijetima koji su daleko od uvijeta savršene konkurencije, a to im daje mogućnost utjecaja na cijene, posljedično dolazi do ostvarivanja veće razine profita na račun svojih klijenata kroz postavljanje visokih cijena.

Koja tržišna struktura odražava određenu vrstu tržišne moći u odnosu na tržišne nesavršenosti određeno je dvijema glavnim hipotezama tržišne moći i to hipoteza struktura-ponašanje-izvedba te hipoteza relativne tržišne moći.

Hipoteza struktura-ponašanje-izvedba (structureconduct-performance (SCP) hypothesis) pretpostavlja kako je tržišna koncentracija najbolji odraz tržišne moći iz razloga što više koncentrirana tržišta pokazuju veće tržišne nesavršenosti omogućavajući svim tvrtkama (bankama) postavljanje cijena na razinu koja nije pogodna za kupce, a takav način postavljanja cijena omogućava poboljšanje profitabilnosti.

Hipoteza relativne tržišne snage pak tvrdi kako jedino tvrtke s velikim tržišnim udjelom i s diferenciranim proizvodom imaju moć postavljanja cijena i na taj način mogućnost ostvarivanja

[46] Punt, L.W., Van Rooij, M.C.J: The profit-structure relationship and mergers in the european banking industry: an empirical assessment, [Internet] raspoloživo na:https://www.dnb.nl/binaries/sr058_tcm46-146835.pdf str 2 [21.08.2018]

ekstra profita. U ovom slučaju ne postoji tržišno postavljanje cijena već samo postavljanje cijena od strane dominantnih tvrtki pa su tako tvrtke s malim tržišnim udjelom prisiljene raditi u uvijetima kao kod savršene konkurencije bez mogućnosti zarade ekstra profita.

Treća dodatna hipoteza, uglavnom se koristi za objašnjenje moguće odsutnost odnosa profit-struktura, tzv.miran život ("quiet life") hipoteza.

Ovaj poseban slučaj hipoteze tržišne snage tvrdi sljedeće: u situacijama kada tvrtke imaju veliku tržišnu snagu koja je postignuta bilo putem tržišnog udjela ili koncentracije, menadžment postaje manje usmjeren na efikasnost pa postavlja cijene na povoljnijoj razini kako bi povećao prihode. Miran život hipoteza navodi kako tvrtke povećavaju prihode kao rezultat povećane tržišne snage, ali zbog većih neučinkovitosti ne pokazuju superiornu profitabilnost.

Hipoteza učinkovite strukture

Hipoteza učinkovite strukture objašnjava pozitivan odnos između profitabilnosti i koncentracije odnosno tržišnog udjela u odnosu na mjere učinkovitosti. Učinkovitost određene banke uzrokuje visoku profitabilnost, a također i visoki tržišni udio. Dakle, ove hipoteze navode kako kontroliranjem učinkovitosti, veza između profitabilnosti i strukture tržišta postaju beznačajna, a time i ekonomski besmislena. Hipotezu učinkovite strukture možemo podijeliti na: 1. Hipotezu učinkovite strukture X učinkovitosti te 2. Hipotezu učinkovite strukture - ljestvice učinkovitosti. Prva hipoteza hipozea navodi kako tvrtke mogu ostvariti veći profit kao rezultat veće X učinkovitosti. X-učinkovitost mjeri do koje je razine (upravljanje) tvrtka uspješna u ostvarivanju maksimalne dobiti s obzirom na ulazne i izlazne cijene ili kod minimiziranja troškova s obzirom na ulazne cijene i izlazne količine. Posljedično navedenom, ova mjera se često uzima kao pokazatelj razine učinkovitosti menadžmenta. Osim povećanja profitabilnosti, veća razina X učinkovitosti tvrtkama (bankama) omogućava povećanje tržišnog udjela, a na štetu manje učinkovitih tvrtki na tržištu, a to može rezultirati višom razinom koncentracije. Pozitivan odnos profita i strukture opravdava se pozitivnim efektom X učinkovitosti kako na profitabilnost tako i na tržišni udio, a eventualno i na koncentraciju na tržištu. Zbog te istovremene veze značajan, ali ekonomski beznačajan odnos između profitabilnosti i strukture tržišta je utvrđen kada se ne rade ispravke za X-učinkovitost.

Pod hipotezom učinkovite strukture - ljestvice učinkovitosti pretpostavlja se kako razlika u profitabilnosti između tvrtki (banaka) nije uzrokovana razlikama u kvaliteti upravljanja, već razlikama u njihovim ljestvicama (razinama) učinkovitosti.

Tvrtke koje djeluju ispod učinkovite razine, danim ulaznim cijenama i proizvodima, mogu ostvariti veći profit te poslovati s nižim troškovima po jedinici outputa, ostvariti veće tržišne udjele i potencijalno višu razinu tržišne koncentracije pomicanjem prema učinkovitijoj ljestvici.

Omjer odobrenih kredita te kratkotrajnog financiranja – zapravo je pokazatelj profitabilnosti. Omjer prikazuje odnos količine odobrenih kredita i depozita. Teorijski, manja vrijednost omjera trebala bi biti prihvatljivija od veće vrijednosti jer je vrijednost zapravo odraz likvidnosti banke. Suprotno navedenom, veći pokazatelj likvidnosti nužno ne mora označavati dobro poslovanje banke već upravo suprotno – veća likvidnost predstavlja i „cash" menadžment te visoke oportunitetne troškove.

Omjer dioničarskog kapitala i ukupne imovine – pretpostavlja se kako je profitabilnost dioničarskog kapitala (ROE) banke u pozitivnoj vezi s omjerom kapitala i imovine banke. Nisko kapitalizirane banke, u razdoblju uspješnog poslovanja, zbog izraženije financijske poluge, trebale bi ostvarivati veće vrijednosti ROE, ali su iz istog razloga ujedno i izloženije riziku nesolventnosti. Suprotno navedenom, pretpostavlja se kako bi visoko kapitalizirane banke s većim omjerom dioničarskog kapitala i ukupne imovine banke trebale ostvarivati nešto niži ROE (ceteris paribus), ali bi, za razliku od prvog slučaja, u manjoj mjeri bi trebale biti izložene riziku nesolventnosti, a to bi u konačnici moglo rezultirati nižim troškovima financiranja tih banakas pozitivnim utjecajem na njihovu profitabilnost.

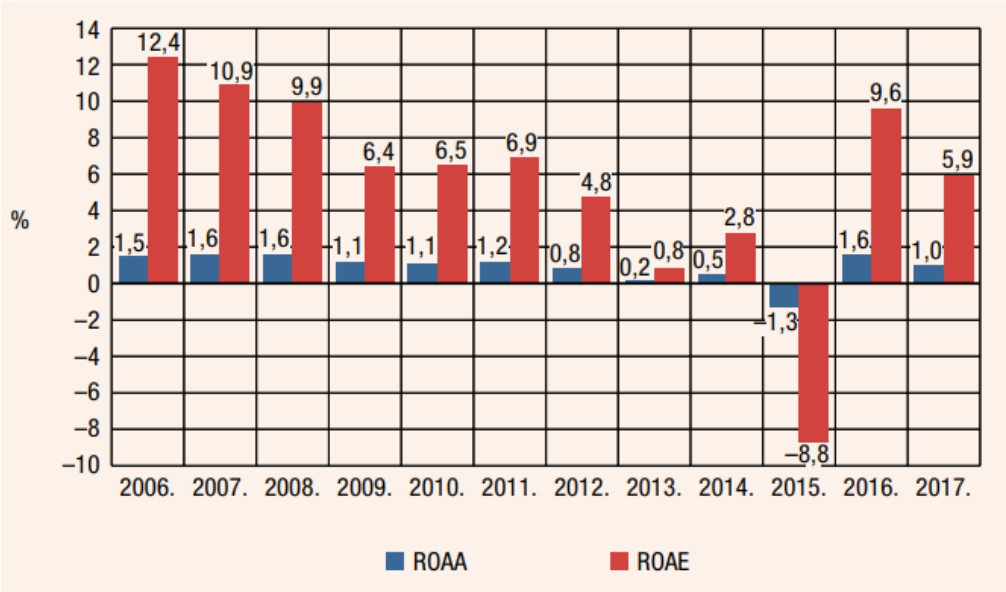
Omjer operativnih troškova i ukupne imovine – Operativni troškovi predstavljaju svakodnevne troškove koji nastaju kako bi tvrtka (banka) uredno poslovala. Te troškove možemo podijeliti u dvije kategorije, a to su održavanje i administracija. Pod operativne troškove možemo ubrojiti utrošak elektrine energije, trošač plaća radne snage, oprema potrebna za obavljanje određene djelatnosti i sl. Omjer operativnih troškova i imovine banke trebao bi biti negativno povezan s profitabilnošću, što bi značilo kako rast ovog omjera smanjuje profitabilnost banke i obrnuto.

Omjer neprihodujuće imovine (engl. non performing exposures) i ukupne imovine – veći udio neprihodujuće imovine pretpostavlja ostvarivanje niže stope profitabilnosti od onih banaka koje imaju manji udio neprihodujuće imovine. Neprihodujuća imovina često je preduijet za bavljenje poslovnom aktivnošću banaka kao što su npr. određeni programi, rezerve likvidnosti, poslovni prostor i sl., ali iz te imovine ne ostvaruju se direktni prihodi.

Eksterni čimbenici

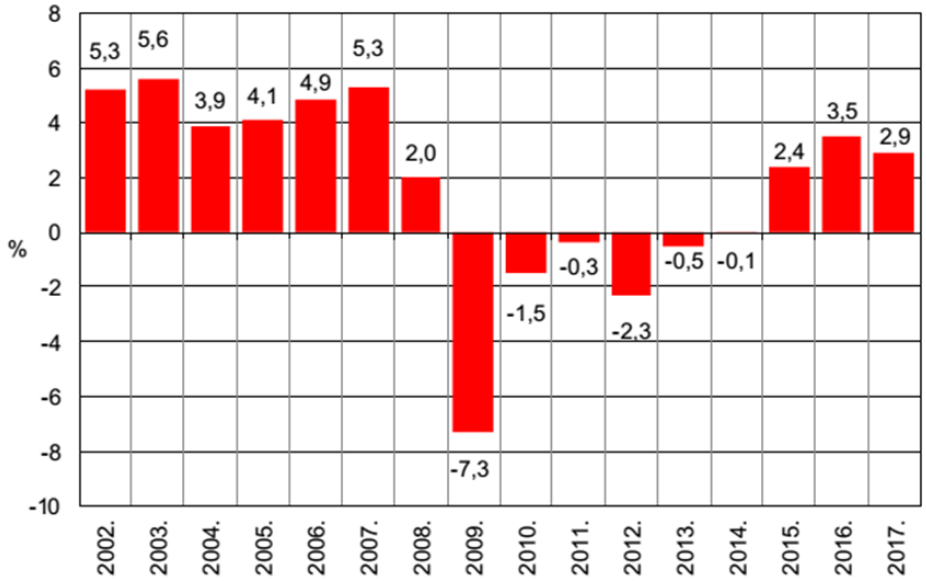
Stopa bruto domaćeg proizvoda – rast BPD-a trebao bi imati pozitivan utjecaj na profitabilnost banaka.

Na sljedećim slikama možemo vidjet kretanje BDP-a te profitabilnosti



Slika 5: Profitabilnost prosječne imovine (ROAA) i profitabilnost prosječnoga kapitala (ROAE) banaka

Izvor: HNB (2018.): Bilten o bankama 31



Slika 6: Stope promjene BDP-a u Hrvatskoj

Izvor: HNB

Na slici broj 3 prikazane su prosječne stope profitabilnosti kroz godine, možemo vidjet kako je rast troška rizika te lošija troškovna efikasnost pogoršala profitabilnosti. Od 2007. godine kada je započela financijska kriza ROAE je kontinuirano kroz godine padao uz minimalan porast kroz 2010. i 2011. godinu, a u 2015. godini doživio je totalni krah dok je već sljedeće godine zabilježen značajan oporavak. Padu ROAE pridonijelo je i smanjenje omjera imovine i kapitala. Istovremeno možemo pogledati sliku broj 4 na kojem možemo vidjet kako je od 2007. godine BDP kontinuirano padao, a u 2009. godini bio je na najnižoj razini. Potonje nam potvrđuje pozitivnu vezu BPD-a i profitabilnosti banaka. U 2017. godini troškovi ispravaka vrijednosti i rezerviranja odnijeli su više od polovine neto prihoda iz poslovanja, a činili su 1,2% prosječne imovine banaka, što je bilo osjetno više negoli u 2016. godini (0,7%) i u razdoblju prije krize (0,3% prosječna je vrijednost za razdoblje 2002. – 2008.). To je bio osnovni razlog smanjenja ROAA (prinos na prosječnu imovinu, engl. Return on Average Assets) i ROAE (prinos na prosječni kapital, engl. Return on Average Equity) – ROAA se smanjio s 1,6% na 1,0%, a ROAE s 9,6% na 5,9% (Slika 2.17.).[47]

[47] HNB (2018): Bilten o bankama br. 31 [Internet] raspoloživo na: https://www.hnb.hr [10.09.2018.]

Inflacija – kod inflacije može se javiti i pozitivni i negativni utjecaj na profitabilnost, a sve ovisno o sposobnosti upravljanja menadžmenta banke (tvrtke) u uvijetima inflacije.

Devizni tečaj – neadekvatna politika deviznog tečaja može imati negativan utjecaj na profitabilnost banaka. Negativan utjecaj na profitabilnost može se dogoditi ako se domaća valuta precijeni, precijenjenošću domaće valute domaće tvrtke postaju nekonkurentne na svjetskom tržištu, nekonkurentnost će umanjiti njihovu izvoznu aktivnost, posljedično količinu proizvodnje, a konačno i bruto domaći proizvod, a sve navedeno negativno utječe na profitabilnost banaka.

Tablica 3: Dobit (gubitak) banaka u Hrvatskoj

Dobit (gubitak) poslovne godine (000)				
	2017.	2016.	2015.	2014.
Addiko Bank d.d.	229.654	59.219	–2.539.181*	–136.027
Banka Kovanica d.d.	5.308	433	10.747	–13.484
Croatia banka d.d.	-30.631	1.638	–15.134	3.919
Erste&Steiermärkische Bank d.d.	649.495	626.514	–1.012.455	232.240
Hrvatska poštanska banka d.d.	8.333	188.277	123.217	–635.384
Imex banka d.d.	-14.188	–5.362	–45.980	16.033
Istarska kreditna banka Umag d.d.	26.273	20.631	12.444	12.068
J&T banka d.d.	-29.073	-	-	-
Jadranska banka d.d.	-31.001	400	–271.989	–314.261
Karlovačka banka d.d.	7.669	–6.076	–14.529	5.436
KentBank d.d.	5.238	8.129	3.918	–10.998
Kreditna banka Zagreb d.d.	20.765	13.575	8.349	–38.092
OTP banka Hrvatska d.d.	52.188	123.418	–79.589	155.233
Partner banka d.d.	6.799	9.051	1.407	1.288
Podravska banka d.d.	14.096	26.032	3.301	–12.614
Primorska banka d.d.	-9.059	12.696	334	–5.628
Privredna banka Zagreb d.d.	1.443.444	1.605.188	193.167	642.907
Raiffeisenbank Austria d.d.	395.617	460.215	–240.146	293.987
Samoborska banka d.d.	-7.052	–9.428	–7.768	–1.065

Sberbank d.d.	-135.816	43.123	–198.158	30.221
Slatinska banka d.d.	649	–1.507	–8.625	389
Splitska banka d.d.	-84.870	365.119**	120.712	189.699
Veneto banka d.d.	-15.148	–134.989	–64.778	–37.715
Zagrebačka banka d.d.	839.360	1.709.330	–519.135	1.166.410

*Hypo alpe adria banka postaje članicom Addiko banke

** OTP banka Hrvatska d.d. kupila je 2. svibnja 2017. dionice Société Générale-Splitske banke d.d. (koja je promijenila tvrtku u Splitska banka d.d. 15. svibnja 2017.)

Izvor: HNB (2018): Bilten o bankama br 27. – br. 31.

Tablica prikazuje dobit (gubitak) kroz četiri poslovne godine onih banaka koje su od 2014. godine do danas i dalje prisutne na hrvatskom bankarskom tržištu izuzev J&T banke koja se na tržištu pojavila 2018. godine. Iz tablice možemo vidjeti kako je većina navedenih banaka ostvarila najveću dobit u 2016. godini što možemo povezati i s rastom BDP-a u toj godini u odnosu na prethodnu. U posljednjoj godini u tablici od ranije navedenih sistemski važnih banaka Privredna banka Zagreb d.d. je ostvarila najveću dobit, drugo mjesto je zauzela Zagrebačka banka d.d., slijedi je Erste&Steiermärkische Bank d.d., Raiffeisenbank Austria d.d., Addiko Bank d.d., OTP banka Hrvatska d.d., Hrvatska poštanska banka d.d. te Splitska banka d.d. koja je zapravo ostvarila gubitak koji može „opravdati“ prilagodbom poslovanja nakon preuzimanja od strane OTP bank Hrvatska.

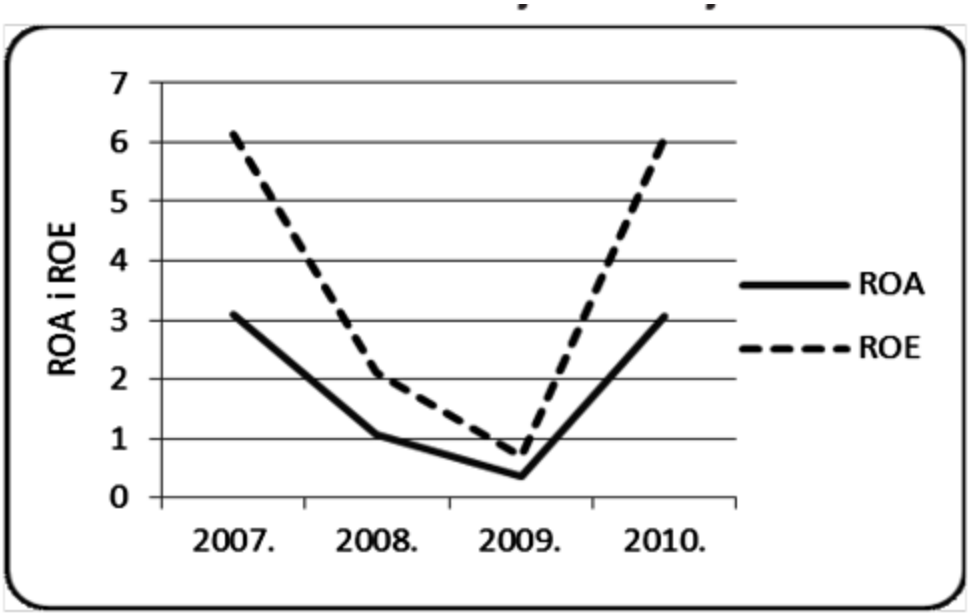
4.5. Utjecaj financijske krize na profitabilnost bankarskog sektora u Republici Hrvatskoj

Bankarski sektor Republike Hrvatske ima nekoliko bitnih karakteristika, a to su relativno mali broj banaka, a glavnina poslovanja koncentrirana je u svega četiri veće banke, a bankarski sektor gotovo je u cijelosti u inozemnom privatnom vlasništvu. Središnja banka - HNB, svojim mjerama kontrole i regulativnom ulogom nastoji održati stabilnosti bankarskog sustava u kriznim situacijama pa tako i u slučaju svjetske gospodarske krize. Unatoč naporima, negativne posljedice recesije u realnom sektoru nije se moglo izbjeći. Utjecaj takve krizne situacije na banke se odrazio u pogledu smanjene kreditne aktivnosti i osnovnih prihoda banaka te povećanju troškova rezerviranja za gubitke i negativne utjecaje tečajnih razlika. Unatoč pokušaju da se kroz smanjenje troškova poslovanja uspije zadržati što veća razina dobiti, to nije ostvareno, a dobit razdoblja, zajednos rentabilnost poslovanja je smanjena.

Banke u Hrvatskoj tijekom krize ipak su zarađivale visoke profite pa se u javnosti stvorila percepcija kako su banke imune na krizu, ali analizirajući pokazatelje ROA, ROE te pokazatelj profitabilnosti vidno se da zaključiti kako je poslovanje banaka ipak pogođeno krizom. Smanjenje troškova poslovanja nije bilo dovoljno kako bi se održala određena stopa profitabilnosti mjerena stopom povrata na uloženo.

Hrvatska je bila u povoljnijem položaju prema povratu na imovinu (ROA), jedino banke u Češkoj su ostvarivale veće povrate na imovinu, a Hrvatska je bila uz bok Bugarskoj, Mađarskoj i Srbiji.[48]

[48] Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]



Slika 7: Pokazatelji ROA i ROE u razdoblju između 2007. i 2010. godine

Izvor: Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]

Oporavak hrvatskog bankarskog sektora dogodio se u drugoj polovici 2010. godine, a u prvoj polovici 2011. godine zabilježen je i porast imovine banaka. Osnovni izvor rasta imovine banaka dogodio se zbog povećanja depozita, prije svega inozemnih vlasnika, što je unatoč manjem iznosu primljenih kredita utjecalo na blagi rast izvora financiranja banaka. Na osnovu ostvarene tekuće dobiti, u manjoj je mjeri zabilježen i rast imovine banaka zbog povećanja kapitala. Prikupljeni kapital banke koriste za povećanje mase raspoloživih kredita.[49]

[49] Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]

4.6. Utjecaj financijske krize na stabilnost Europskog bankarskog tržišta

Početkom svjetske financijske krize koja je započela 2007. godine u Sjedinjenim Američkim Državama pojavili su se uobičajni gospodarski problemi kao što su porast nezaposlenosti, pad bruto domaćeg proizvoda, pad proizvodnje, pad osjećaja sigurnosti te strah od budućnosti.

Kriza koja se pojavila 2007. godine smatra se najvećom financijskom krizom od kraha burze 1929. godine, također u SAD-u, kriza se proširila po cijelom svijetu i zahvatila je veliki broj financijskih i realnih tržišta, a ujedno je dovela do najsnažnijeg smanjenja gospodarskog rasta u posljenjih nekoliko desetljeća. Financijska kriza se najviše osjetila u SAD-u i u Europi dok Japan, Brazil i Kina nisu bili značajno pogođeni krizom, ali su trebale riješiti problem likvidnosti bankarskog sustava. Suprotno zemljama koje nije značajno pogodila kriza, bankarski sustav SAD-a te bankarski sustavi drugih europskih zemalja imali su problem kako sa likvidnošću tako i sa solventnošću. Zbog problema s likvidnošću i solventnošću, s novim do tada ne primjenjivanim javnim programima bilo je potrebno spasiti nekoliko velikih utjecajnih financijskih institucija kako bi se izbjegao potpuni kolaps financijskih sustava. Novi programi podrazumijevali su „ubacivanje“ likvidnosti u financijske sustave. [50]

Nakon kolapsa jedne od ponajvećih američkih banaka, Lehman Brothers 2008. godine, vlada SAD-a kao i vlade europskih zemalja usvojile su široku nacionalnu politiku kaopodršku financijskim sektorima, a politika se odnosila na osiguranje depozita, jamstva koja su se odnosima na bankovne obveznice, ubacivanje kapitala i sl.

Financijska kriza uvelike je utjecala na stabilnost sektora gospodarstva, kriza se ponajviše odrazila na tržište rada kroz smanjenje zaposlenosti, usporen je rast gospodarstva, a u konačnici sva gospodarstva širom svijeta bila su pogođena krizom, ali svaka od njih različitim intenzitetom.

U 2009. godini po prvi puta je bio zabilježen negativni svjetski output, u SAD-u BDP se smanjio za gotovo 3% , u zemljama zapadne Europe zabilježeno je smanjenje u obujmu trgovine, a u

[50] Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]

zemljama središnje i istoče Europe kriza se počela osjećati krajem 2008. godine jer su te zemlje ovisne o eksternim izvorima financiranja te izvoze u razvijene zemlje.

Japan, Kina te Indija zabilježile su smanjenje udjela izvoza u vanjskotrgovinskim bilancama, a isto se dogodilo i sa zemljama Latinske Amerike. Nakon nekoliko godine, točnije koz 2010. te 2011. godinu zabilježen je oporavak nekoliko najsnažnijih gospodarstava, potpomognute učinkovitošću vodećih azijskih ekonomija. S druge strane, manje razvijene europske zemlje još uvijek su tražile način za izlazak iz krize.

Razmatranjem i istraživanjem europskog bankarskog sustava može se zaključiti kako je u posljednjih nekoliko godina doživio duboki proces restruktuiranja kao posljedica financijske krize kojom je bio izložen. Potreba restruktuiranja bankarskog sektora javila se zbog deregulacije tržišta koje je rezultiralo liberalizacijom kretanja kapitala 90-ih godina, zatim uvođenje eura 1999. godine te proširenje EU na 27 zemalja članica a danas broji 28 članica.

Europsko bankarsko tržište karakteristično je po dominaciji velikih bankovnih grupacija kao što su BNP Paribas, HSBC Holdings, Barclays, Credit Agricole S.A., ING Group, Deutche Bank, Unicredit..., a čija se neto dobit mijeri milijardama eura.[51]

Grupiranje kapitala banaka odražala snagu bankarskog sektora, ali, isto tako može odražavati njihovu ranjivost u uvijetima kakve je nametnula posljednja financijska kriza. Zbog takvih situacija Europska komisija je oprezna te je donijela Strategiju za pametan, održiv i uključiv rast do 2020. Europska komisija navodi kako je do 2020. godine ključni prioitet uspostava čvrstog, stabilnog te zdravog financijskog sektora koji će moći financirati realnu ekonomiju. Ciljevi koji se žele ispuniti su sljedeći: 1. provođenje ugovorenih reformi nadzora financijskog sektora, 2. popuniti regulatorne praznine uz promicanje transparentnosti, stabilnosti te odgovornosti, 3.jačanje bonitetnih i računovodstvenih pravila te pravila zaštite potrošača, 4. jačanje upravljanja financijskim institucijama radi rješavanja slabosti koje su došle do izražaja tijekom financijske krize, 5. pokretanje politike koja će potencijalno omogućiti spriječavanje ili upravljanje financijskim krizama.

[51] Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia, str.152 [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]

4.7. Pretpostavke oligopola na hrvatskom bankarskom tržištu

Ograničenja ulaska na tržište

Za ulazak na bankovno tržište postoje određena ograničenja koja spriječavaju ulazak potencijalnih konkurenata,a istovremeno spriječavaju tržišna natjecanja. Ranije smo spominjali kako na tržištu može postojati niz ograničenja za ulazak na određeno tržište[52] pa tako možemo reći kako na bankovnom tržištu postoji niz prirodnih i umjetno stvorenih ograničenja.

Prirodno ograničenje ulaska na bankovno tržište može biti upravo potreba za velikom količinom početnog kapitala, dakle, osim zakonski određenog minimalnog temeljnog kapitala potreban je i dodatni kapital koji bi poslužio kao baza za pokretanje poslovne aktivnosti.

Osim prirodnih zapreka postoje i one *umjetno* stvorene, odnosno država stvara zapreku svojom strogom regulacijom. Prije svega važno je procijeniti do koje bi mjere trebala postojati ograničenja za ulazak na tržište

Kako bi neka banka dobila odobrenje za rad potrebno je priložiti:

1) „statut u obliku ovjerene preslike javnobilježničkog akta,

2) poslovni plan za prve tri poslovne godine koji uključuje bilancu i račun dobiti i gubitka, planirane vrste poslova, odgovarajuću organizacijsku i kadrovsku strukturu banke, računovodstvene politike te organizaciju unutarnje revizije,

3) popis dioničara u kojem su navedena njihova puna imena i adrese stanovanja, odnosno prebivališta i drugi identifikacijski podaci i/ili naziv tvrtke i adresa njezinog sjedišta i drugi identifikacijski podaci, ukupni nominalni iznos dionica i postotni udio u temeljnom kapitalu banke,

4) za dioničare, pravne osobe koje su imatelji kvalificiranog udjela:

– izvadak iz sudskog ili drugoga javnog registra, u izvorniku ili ovjerenoj preslici,

[52] Poglavlje 2. ovog rada

– ispis iz registra dioničara (knjige dionica) ili knjige udjela, u izvorniku ili ovjerenoj preslici,

– financijska izvješća za posljednje dvije poslovne godine,

5) popis osoba povezanih s imateljima kvalificiranih udjela i opis načina njihove povezanosti,

6) prijedlog kandidata za članove uprave i nadzornog odbora, kod osnivanja banke,

7) mišljenje ili suglasnost nadzornog tijela banke države članice Europske unije ili nadzornog tijela strane banke o banci koja namjerava osnovati banku u Republici Hrvatskoj,

8) odgovarajući akt nadležnog nadzornog tijela ukoliko to proizlazi iz propisa koji uređuju obavljanje određenih ostalih financijskih usluga predviđenih poslovnim planom banke,

9) dokumentaciju koju odredi Hrvatska narodna banka, a na temelju koje je moguće utvrditi postoje li kadrovski, tehnički i organizacijski uvjeti za obavljanje usluga na koje se odnosi zahtjev za izdavanje odobrenja.“[53]

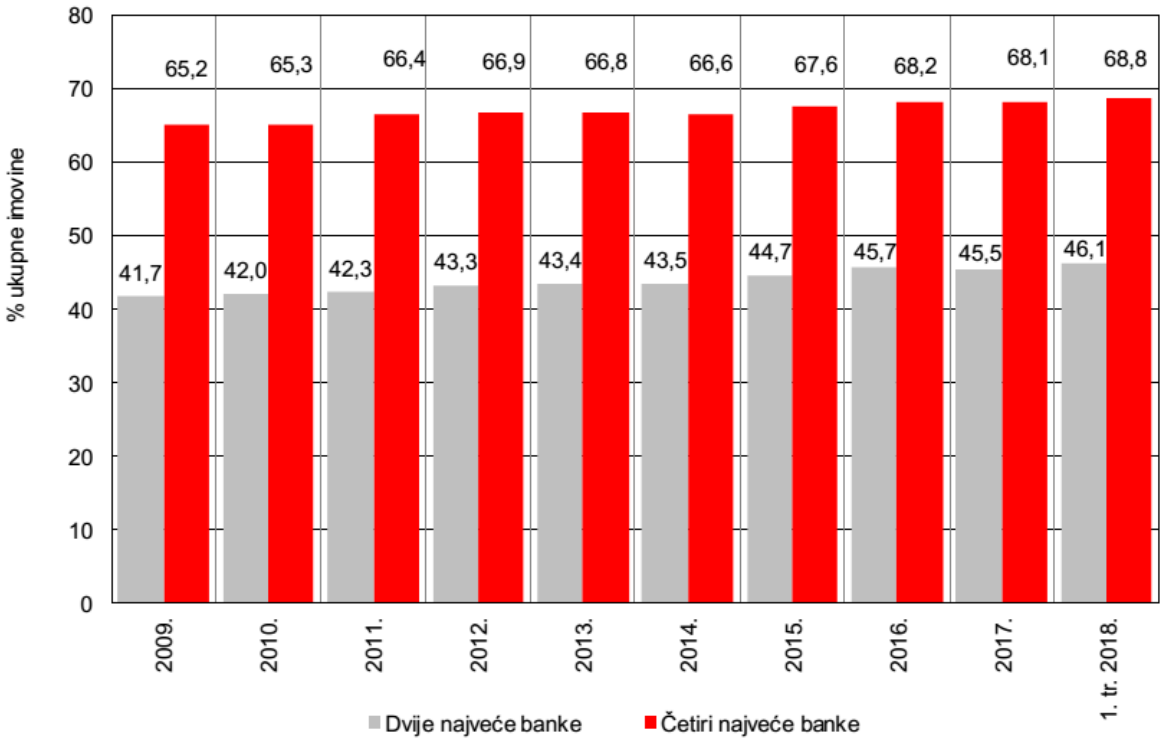
Ograničenja se ne bi smjela uvijek promatrati s negativne strane, naime, ograničenja uslaska na bankovno tržište onemogućuju nestabilnosti na bankovnom tržištu te rizika koje takve nestabilnosti povlače za sobom. Nepostojanjem zapreka ili manjim zaprekama povećala bi se rizičnost bankovnog poslovanja jer bi s većim brojem konkurenata u industriji banke bile primorane prihvaćati rizičnije poslove kako bi ostvarile što veće profite, a navedeno može imati ozbiljne posljedice u gospodarstvu. Dobra regulacija može povećati povjerenje potrošača te stvoriti čvrsti odnos između banaka i njihovih klijenata. Primjerice Hrvatska narodna banka kontrolira poslovanje ostalih banaka u RH pa komitenti sa sigurnošću polažu novac na banku. Regulator se također brine i o likvidnosti te solventnosti banaka kako se ne bi dogodilo da banke nemaju dovoljno likvidnih sredstava te da komitenti izgube povjerenje što će dovesti do juriša na banke (eng. bank run).[54]

[53] Narodne novine, Zakon o bankama članak 35. [Internet] raspoloživo na: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2002_07_84_1388.html [15.07.2018.]:
Šubić, R., Proklin M., Zima, J., Promjene kvantitativnih pokazatelja koncentracije u zemljama regije u razdoblju transformacije bankovnih sustava, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [14.08.2018.]

Miller i VanHoose navode tri osnovne teorije regulacije depozitnih institucija[55]:

- teorija javnog interesa – regulacija se obavlja s ciljem maksimizacije ukupnog probitka odnosno povećanja ukupnog probitka društva
- teorija zarobljavanja – teorija tumači kako od regulacije društvo ne ostvaruje probitak već da probitak ostvaruje samo regulator
- teorija javnog izbora – predstavlja ujedinjenje prethodne dvije teorije, regulator ne dozvoljava ostvarivanje profita na razini višoj od one koja bi se ostvarivala u uvijetima savršene konkurencije te ostvarivanje profita na nižoj razini od one koja bi se ostvarila na monopolističkom tržištu

Indeks koncentracije

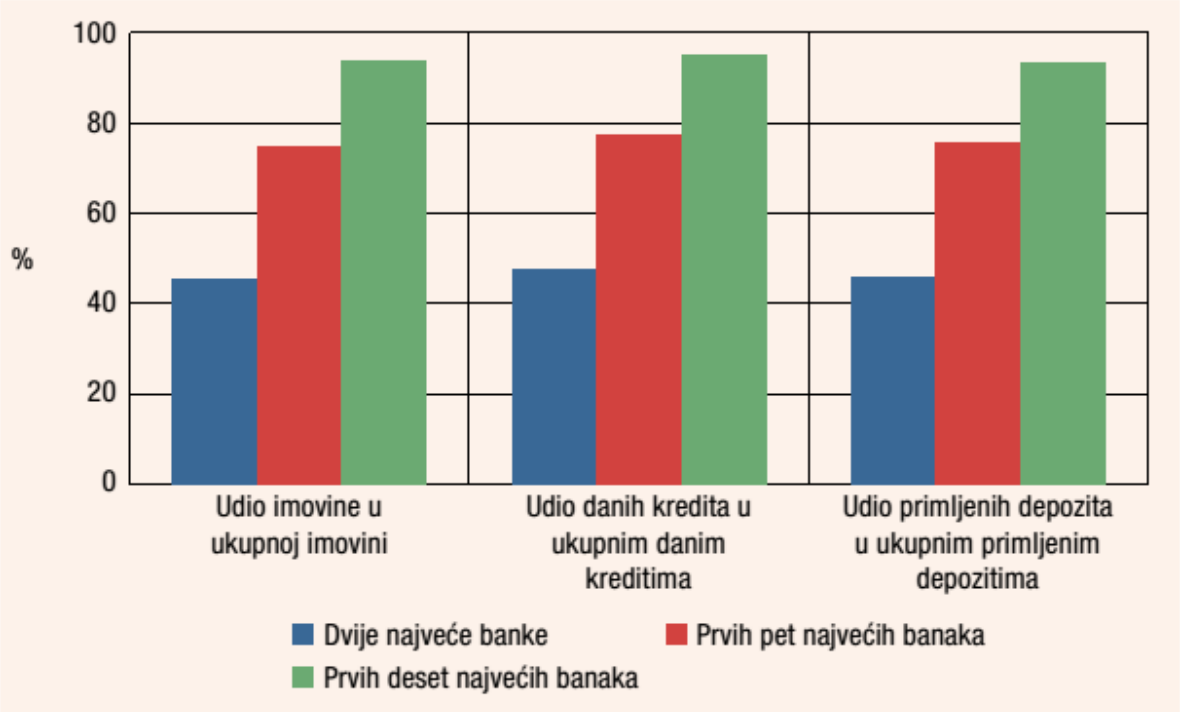


Slika 8: Udio imovine dvije (četiri) najveće banke u ukupnoj imovini banaka

Izvor: HNB

[55] Miller, R. i Van Hoose, D. (1997.): Moderni novac i bankarstvo, 3. izdanje, Zagreb: Mate, str. 254.

Na oligopolsku strukturu bankovnog tržišta upućuje indeks koncentracije. Iz grafa možemo vidjeti kako od 2009. godine pa do danas dvije najveće banke posjeduju gotovo polovinu od ukupne imovine banaka na tržištu, a četiri najveće banke posjeduju gotovo dvije trećine ukupne imovine banaka na tržištu RH. Obzirom na veličinu njihove imovine možemo zaključiti kako dominiraju tržištem pa time posjeduju i određenu tržišnu moć.



Slika 9: Udjeli imovine, kredita i depozita najvećih banaka u ukupnoj imovini, kreditima i depozitima svih banaka, na dan 31. prosinca 2017.

Izvor: HNB (2018): Bilten o bankama br. 31

Iz slike broj 9 možemo vidjeti još jedan dokaz dominacije najvećih banaka, deset najvećih banaka „zauzima“ gotovo više od 90% ukupnog tržišta, dok je preostali postotak podjeljen na ostale male banke koje nemaju veliki značaj na tržištu.

Hrvatska banka objavila je popis sistemski važnih banka u Republici Hrvatskoj, a to su redom po najvećem broju ostvarenih bodova koji su se dodjeljivali na temelju veličine banke, značenja za

gospodarstvo Europske unije ili Republike Hrvatske, značenja prekogranične aktivnosti te povezanosti:[56]

1. Zagrebačka banka d.d., Zagreb
2. Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka
3. Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb
4. Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb
5. Splitska banka d.d., Split
6. Addiko Bank d.d., Zagreb
7. OTP banka Hrvatska d.d., Zadar
8. Hrvatska poštanska banka d.d., Zagreb

Tablica 4: Ukupna imovina sistemski važnih banka

Banka	Ukupna imovina (u tisućama kuna)
Zagrebačka Banka (UniCredit)	102.188.364
Privredna Banka Zagreb (Intesa)	75.881.489
Erste & Steiermärkische Bank	57.205.625
Raiffeisenbank	31.385.706
Splitska banka d.d.	26.891.855
Addiko Bank d.d.	21.199.217
Hrvatska Poštanska Banka	19.798.153
OTP banka	19.646.969

Izvor: HNB (2018): Bilten o bankama br. 31

[56] HNB: Priopćenje sistemski važnih banka [Internet] raspoloživo na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2293349/h-priopcenje-preispitivanje-sistemski-vaznih-ki-u-RH_22-2-2018.pdf/a0646440-79a1-48c4-8ebb-246ef78d430c [01.09.2018.]

Tablica 5: Herfindahl indeks (na temelju ukupne imovine) zemalja EU

	Herfindahl indeks (na temelju ukupne imovine)				
Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Belgija	979	981	998	1017	1102
Bugarska	730	836	919	939	906
Češka	999	949	987	1009	1028
Danska	1160	1190	1180	1224	1123
Njemačka	266	300	273	277	250
Estonija	2483	2445	2409	2406	2419
Irska	671	673	672	636	658
Grčka	2136	2195	2254	2332	2307
Hrvatska	1384	1364	1396	1405	1387
Španjolska	719	839	896	937	965
Francuska	568	584	589	572	574
Italija	406	424	435	452	519
Cipar	1645	1445	1443	1366	1964
Latvija	1037	1001	1033	1080	1235
Litva	1892	1818	1939	1938	2189
Luksemburg	357	330	321	260	256
Mađarska	862	792	763	787	802
Malta	1458	1648	1620	1602	1599
Nizozemska	2105	2131	2104	2097	2087
Austrija	405	412	397	358	375
Poljska	586	656	670	659	645
Portugal	1197	1164	1215	1181	1220
Rumunjska	821	797	860	894	909
Slovenija	1045	1026	1077	1147	1133
Slovačka	1215	1221	1250	1264	1332
Finska	3410	3630	3160	2300	1700
Švedska	876	880	866	845	914
Ujedinjeno Kraljevstvo	525	462	438	422	453

Izvor: Europska centralna banka

Tablica 6: Koncentracijski omjer 5 (na temelju ukupne imovine) zemalja EU

	Koncentracijski omjer 5 (na temelju ukupne imovine) %				
Država	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Belgija	64.0	65.8	65.5	66.2	68.8
Bugarska	49.9	55.0	57.6	58.0	56.5
Češka	62.8	61.3	63.3	64.7	64.1
Danska	68.4	68.1	67.8	68.3	65.7
Njemačka	30.6	32.1	30.6	31.4	29.7
Estonija	89.7	89.9	88.6	88.0	90.3
Irska	47.8	47.6	45.9	44.3	45.5
Grčka	94.0	94.1	95.2	97.3	97.0
Hrvatska	72.9	72.3	72.7	73.0	72.8
Španjolska	54.4	58.3	60.2	61.8	63.7
Francuska	46.7	47.6	47.2	46.0	45.4
Italija	39.6	41.0	41.0	43.0	43.4
Cipar	64.1	63.4	67.5	65.8	84.1
Latvija	64.1	63.6	64.5	66.5	73.5
Litva	87.1	85.7	86.8	87.1	90.1
Luksemburg	33.7	32.0	31.3	27.6	26.2
Mađarska	51.9	49.3	49.4	49.8	49.6
Malta	76.5	81.5	81.3	80.3	80.9
Nizozemska	83.8	85.0	84.6	84.7	83.8
Austrija	36.7	36.8	35.8	34.5	36.4
Poljska	45.2	48.3	48.6	47.7	47.5
Portugal	70.3	69.2	72.3	71.2	73.1
Rumunjska	54.4	54.2	57.4	59.1	59.4
Slovenija	57.1	55.6	59.2	61.0	61.5
Slovačka	70.3	70.7	72.3	72.7	74.5
Finska	87.1	89.7	88.0	80.5	73.5
Švedska	58.3	58.5	57.8	56.3	58.2
Ujedinjeno Kraljevstvo	43.7	38.9	37.0	35.5	36.9

Izvor: Europska centralna banka

4.8. Analiza podataka i interpretacija rezultata

Na temelju podataka prikupljenih analiziranjem tržišne moći i tržišne strukture bankarskog tržišta u vom radu možemo interpretirati rezultate kako slijedi:

H1: *Na hrvatskom bankovnom tržištu, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje, očekuje se oligopolistička tržišna struktura i tržišna moć koja je svojstvena takvoj strukturi.*

Na hrvatskom bankovnom tržištu postoje pretpostavke oligopolističke tržišne strukture i tržišne moći koja je svojstvena takvoj strukturi. Broj banaka kroz godine znatno se smanjio pa danas u 2018. godini u Hrvatskoj posluje 24 banke. Smanjenjem broja banaka dolazi i do smanjenja broja konkurenata na tržištu, a smanjenjem broja konkurenata povećava se tržišna moć preostalim sudionicima na tržištu. Prema podacima Europske centralne banke iz 2017. godine pet najvećih banaka u Hrvatskoj zauzima čak 72,8% tržišnog udjela mjerenog na temelju ukupne imovine svih banaka. Nadalje, Herfindahlov indeks (H) koji je jednak zbroju kvardata postotnih tržišnih udjela svih banaka na hrvatskom tržištu iznosi 1.387 (0,1387) , a to po tome možemo zaključiti kako se radi o umjerenom (srednje) koncentriranom tržištu (na tržištu posluju 24 banke, Herfindahlov indeks treba biti u rasponu između 1/24 i 1, odnosno 0,04 i 1).Obzirom na trend smanjivanja broja banaka očekuje se i veća tržišna koncentracija u budućnosti. Dodatna pretpostavka oligopolističke strukture je potreba za velikim iznosom kapitala ukoliko se želi poslovati na bankovnom tržištu, a to predstavlja ograničenje ulaska na tržište. Međutim, unatoč svim navedenim pretpostavkama oligopola sa sigurnošću se ne može reći kako se radi o oligopolističkoj tržišnoj strukturi. Naime, oligopolistička struktura ima svega nekoliko ponuditelja usluge (proizvoda), a na hrvatskom bankovnom tržištu postoji njih 24. S druge strane, broj sudionika nije dovoljno velik kako bi mogli zaključiti da se radi o monopolističnoj konkurenciji. Zaključno, hipotezu H1 ne možemo prihvatiti, ali niti odbaciti u potpunosti već možemo reći kako je hrvatski bankovni sustav kombinacija oligopolističke tržišne strukture te monopolistične konkurencije.

H1.1: *Članice EU koje su, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje slične Hrvatskoj, trebale bi također imati istu tržišnu strukturu.*

Ranije smo naveli popis zemalja prema ključnim makroekonomskim pokazateljima, a kako bi došli do zaključka ove hipoteze u razmatranje ćemo uzeti Rumunjsku, Grčku, Poljsku te Latviju. Kao što smo već rekli, u Hrvatskoj posluju 24 banke, a u Rumunjskoj posluje 36 banaka[57], u Grčkoj 46[58], Poljskoj 652[59] te Latviji 55[60]. Od navedenih zemalja prema broju banaka znatno odskače samo Poljska. U 2017. godini 5 najvećih banaka u Poljskoj zauzimalo je 47,5% tržišnog udjela (mjereno udjelom u ukupnoj imovini svih banaka), u Latviji taj postotak je iznosio 73,5 %, u Rumunjskoj 59,4%, u Grčkoj 97%, a u Hrvatskoj, kao što smo već ranije spomenuli taj postotak iznosi 72,8%. Po navedenim koncentracijskim omjerima, možemo zaključiti kako je bankovno tržište zemalja koje imaju slične makroekonomske pokazatelje srednje koncentrirano (kao i hrvatsko), u ovom pokazatelju ponovno odskače Poljska, a to možemo opravdati velikim brojem banaka koje posluje na poljskom bankovnom tržištu. S druge strane Herfindahl indeks pokazuje sljedeće rezultate: Poljska 645, Latvija 1235, Rumunjska 909, Grčka 2307. Po Herfindahlovom indeksu, od navedenih zemalja Grčka ima visoko koncentrirano bankovno tržište, a Rumunjska i Poljska imaju nisko koncentrirano bankovno tržište. Mjereno Herfindahlovim indeksom, ne možemo reći da su sudeći po makroekonomskim čimbenicima bankovna tržišta navedenih zemalja slične tržišne strukture.

H1.2: *Članice EU koje su, s obzirom na ključne makroekonomske pokazatelje različite od Hrvatske, trebale bi također imati različitu tržišnu strukturu.*

U razmatranje ćemo uzeti Irsku, Luksemburg, Njemačku te Austriju kao zemlje koje se po makroekonomskim obilježjima razlikuju od Hrvatske. Koncentracijski omjer 5 najvećih banaka u Luksemburgu iznosi 26.2%, u Austriji 36.4%, u Irskoj 45.5% te u Njemačkoj 29.7%, što je

[57]National bank of Romania Financial Stability Report December 2017 [Internet] raspoloživo na: www.bnr.ro [20.09.2018.]
[58] List of banks in Greece, Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/banks-by-country/Greece [20.09.2018.]
[59] List of banks in Poland, [Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/countries/Poland [20.09.2018.]
[60] List of banks in Latvia, [Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/countries/Latvia [20.09.2018.]

poprilično nisko u odnosu na Hrvatsku kod koje ovaj pokazatelj iznosi 72.8% pa možemo reći kako u zemljama koje su po makroekonomskim čimbenicima različite od Hrvatske prevladava nisko koncentrirano bankovno tržište. Što se tiče Herfindahlovog indeks on za bankovno tržište Luksemburga iznosi 256 (0,0256), za Njemačko 250 (0,0250) , za Irsko 658 (0,0658) te za bankovno tržište Austrije 375 (0,0375). Herfindahlov indeks za Hrvatsku iznosi 1.387 (0,1387) pa opet možemo uočiti razliku kod zemalja koje se po makroekonomskim pokazateljima razlikuju od Hrvatske, odnosno navedene zemlje pokazuju nisku koncentraciju na bankovnom tržištu. Dakle, i po koncentracijskom omjeru i po Herfindahlov indeksu bankovna tržišta navedenih zemalja koje smo uzeli u razmatranje razlikuju se od bankovnog tržišta Hrvatske.

H2: *Tržišna moć koja proizlazi iz određene tržišne strukture utječe na profitabilnost banaka, ali ne kao jedini ili isključivi čimbenik profitabilnosti.*

Po osnovnom ekonomskom zakonu ponude i potražnje možemo zaključiti kako postojanje manjeg broja proizvođača (ponuđača) proizvoda na tržištu istima omogućava veću zaradu odnosno postavljanje cijene na većoj razini. Sama mogućnost postavljanja cijena na razini koja je viša od trškova proizvodnje proizvođačima daje određenu tržišnu moć. Kombinacija oligopolističke tržišne strukture i monopolističke konkurencije daje bankama određenu moć upravljanja cijenama, ali banke ipak trebaju biti pažljive jer korisnici njihovih usluga mogu lako zamjeniti njihove usluge i proizvode onima drugog ponuđača.

> **H2.1**: *Na profitabilnost banaka osim tržišne moći utječu i drugi čimbenici povezani s ključnim makroekonomskim pokazateljima.*

Možemo sa sigurnošću reći kako na profitabilnost banaka utječu i ključni makroekonomski pokazatelji. Primjerice ukoliko je na snazi restriktivna monetarna politika na tržištu novca će se nalaziti manja količina novca koji će se pak posuđivati po višim kamatnim stopama, a s druge strane ukoliko je na snazi ekspanzivna monetarna politika na tržištu novca biti će veća količina novca, a novac će se posuđivati po nižoj kamatnoj stopi. Ukoliko banke novac „nabave“ jeftinije imaju više prostora za ostvarivanje ekstra profita, dok im s druge strane skuplja „nabava“ novca

onemogućava ostvarivanje ekstra profita. Nadalje, stanje visoke nezaposlenosti koju prati osjećaj nesigurnosti kod građana zasigurno će smanjiti broj kredita koji će građani odlučiti podignut i time umanjiti izvor zarade za banke. Visoki inozemni dug može usporavati razvoj zemlje, a nisko razvijene zemlje pružaju malo mogućnosti svojim stanovnicima koji kroz niske zarade imaju manju ili nikakvu količinu novca koju mogu položiti u banku kao štednju, a posljedično banke imaju manje novca na raspolaganju, a manjom količinom novca mogu plasirati manje kredita i konačno ostvariti manji profit. Visoka uvozna ovisnost zemlje može imati slične posljedice kao i i visoki inozemni dug jer je odraz loše ili nepostojeće domaće proizvodnje koja opet vodi do niskog BDP-a, niske konkurentnosti te negativni odraz na banke. Nisko inozemno ulaganje u zemlju smanjuje potražnju za domaćim novcem pa postoji opasnost od inflacije, a u tom slučaju će zarada koju banke ostvare manje vrijediti.

> **H2.2**: *Profitabilnost banaka na hrvatskom bankovnom tržištu također ovisi o stanju svjetskog gospodarstva.*

Hipozetu H2.2. možemo prihvatiti kao istinitu. Stanje svjetskog gospodarstva raznim se mehanizmima prenosi iz zemlje u zemlju pa nijedna zemlja ne može ostati imuna u slučaju općelošeg stanja u svjetskom gospodarstvu. Zadnji primjer je upravo svjetska kriza koja se dogodila 2007. godine[61]. Kriza povećava troškove rezerviranja za gubitke te ima negativne utjecaje tečajnih razlika, a rentabilnost poslovanja kao i kreditne aktivnosti se smanjuju.

[61] Detaljnije objašnjeno u poglavlju 2.4.

5. Zaključak

Predmet ovog rada bio je analizirati utjecaje tržišne strukture i tržišne moći na bankarskom tržištu Republike Hrvatske, a istovremeno se osvrnuti i na bankarsko tržište Europske Unije.

Kako bi jednostavnije mogli prepoznati kojoj tržišnoj strukturi pripada kako hrvatsko bankarsko tržište tako i bankarsko tržište EU, u drugom poglavlju ovog rada opisane su tržišne strukture s kojima se možemo susresti na bilo kojem tržištu kao i tržišne moći koje su svojstvene pojedinoj tržišnoj strukturi. Upravo drugo poglavlje predstavlja teorijsku podlogu koja služi za razumjevanje četiri temeljna oblika tržišne konkurencije – monopol, oligopol, savršena konkurencija i monopolistička konkurencija.

U trećem poglavlju predstavljeni su počeci osnivanja samostalnog hrvatskog bankarskog tržišta pa možemo vidjet kako su u Hrvatskoj početke samostalnog bankarskog tržišta obilježili razni problemi kao što su bankovna nesolventnost, nelikvidnost bankovnih dužnika te inflacija. Popraćeno jednostavnošću procesa dobivanja dozvole za rad, na hrvatskom bankarskom tržištu krajem 1998. godine djelovalo je 60 banaka, a broj banaka kroz godine se konstantno smanjivao te danas u 2018. godini odobrenje za rad imaju 24 banke, a od njih 24 čak je 16 banaka u stranom vlasništvu iz čega možemo zaključiti kako su banke u stranom vlasništvu dominantne na hrvatskom bankarskom tržištu, a europsko bankarsko tržište karakteristično je po dominaciji velikih bankovnih grupacija kao što su BNP Paribas, HSBC Holdings, Barclays, Credit Agricole S.A., ING Group, Deutche Bank, Unicredit. Kao i na hrvatskom bankovnom tržištu, na tržištu EU od 2008. godine broj kreditnih institucija se smanjio za 31%, a u 2017. godini broj kreditnih institucija pao je za 5% odnosno na 6.250 institucija.

Na profitabilnost banaka mogu djelovati i interni čimbenici (tržišni udio, omjer odobrenih kredita te kratkotrajnog financiranja, omjer dioničarskog kapitala i ukupne imovine, omjer operativnih troškova i ukupne imovine, omjer neprihodujuće imovine i ukupne imovine) te eksterni čimbenici (stopa bruto domaćeg proizvoda, inflacija, devizni tečaj, bruto domaći proizvod per capita). Uzimajući u obzir navedeno, istraživanjem smo zaključili kako je financijska kriza imala utjecaja na profitabilnost banka, odnosno od 2007. godine od kada je započela financijska kriza pokazatelj ROAE je kontinuirano kroz godine padao uz minimalan porast kroz 2010. i 2011. godinu, a u 2015. godini doživio je totalni krah.

U radu je predstavljena i uloga banaka u gospodarstvu te na koji način makroekonomski čimbenici mogu djelovati na profitabilnost bankaka koja je pak odraz tržišne moći. Usporedivši makroekonomske čimbenike zemalja EU s Hrvatskom stvorili smo skupinu zemalja koje imaju slične makroekonomske čimbenike kao i Hrvatska te skupinu koja se po makroekonomskim čimbenicima razlikuje od Hrvatske. Tako se bankovna tržišta zemalja sličnih Hrvatskoj razlikuju prema Herfindahlovom indeksu, dok mjerenje koncentracijskim omjerom pronalazi sličnosti. S druge strane, i po koncentracijskom omjeru i po Herfindahlov indeksu bankovna tržišta zemalja različitih od Hrvatske potvrđuju kako se bankarska tržišta tih zemalja razlikuju od bankarskih tržišta Hrvatske. Istraživanjem u radu potvrđeno je kako pad BDP-a ima utjecaja na pad profitabilnosti, a kao primjer možemo uzeti 2009. godinu na hrvatskom tržištu kada je pokazatelj ROAE pao s 9.9% na 6.4%, a u istoj toj godini BDP je pao s 2% na čak -7,3%.

Koncentracijski omjer pet najvećih banaka u Hrvatskoj pokazuje kako one zauzimaju čak 72,8% tržišnog udjela mjerenog na temelju ukupne imovine svih banaka što nas upućuje kako se radi o oligopolskom tržištu. Nadalje, Herfindahlov indeks (H) iznosi 1.387 (0,1387) , a po njemu možemo zaključiti kako se radi o umjerenom (srednje) koncentriranom bankarskom tržištu, no unatoč brojnim prepostavkama oligopolske tržišne strukture za hrvatsko bankarsko tržište ne možemo reći kako je oligopolističko već da se radi o kombinaciji oligopola i monopolističke konkurencije budući da na tržištu djeluju 24 banke, a karakteristika oligopola je svega nekoliko sudionika na strani ponude.

6. Literatura

1. Analiza hrvatskog bankarskog sektora, [Internet], raspoloživo na: http://finance.hr/analiza-hrvatskog-bankarskog-sektora/ [02.05.2018.]
2. Banking sector performance, [Internet] raspoloživo na: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/banking-sector-performance/ [03.09.2018.]
3. Brajović Bratanović, S. i Greuning, H. (2006) Analiza i upravljanje bankovnim rizicima. Zagreb: MATE
4. Drašković, B., Domazet, I: Koncentracija tržišne moći kao izraz nesavršenosti tržišta [Internet], raspoloživo na: http://ebooks.ien.bg.ac.rs/193/1/bd_2008_02.pdf [29.04.2018.]
5. HNB (2014): Bilten o bankama br. 27 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]
6. HNB (2015): Bilten o bankama br. 28 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]
7. HNB (2016): Bilten o bankama br. 29 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]
8. HNB (2017): Bilten o bankama br. 30 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]
9. HNB (2018): Bilten o bankama br. 31 [Internet] raspoloživo na: www.hnb.hr [07.09.2018.]
10. HNB, Standardni prezentacijski format, 3. tromjesečje 2018.
11. HNB: Priopćenje sistemski važnih banka [Internet] raspoloživo na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2293349/h-priopcenje-preispitivanje-sistemski-vaznih-ki-u-RH_22-2-2018.pdf/a0646440-79a1-48c4-8ebb-246ef78d430c [01.09.2018.]
12. Jakovčević, D. (2001): Bankovni potencijali, poslovna spajanja banaka i razvitak hrvatskog gospodarstva, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [14.08.2018.]
13. Krivačić, D., Smederevac, S.: Profitabilnost banaka u uvjetima gospodarske krize – analiza banaka u Hrvatskoj, Bank Profitability in Conditions of Economic Crisis – The Analysis of Banks in Croatia [Internet] raspoloživo na: www.bib.irb.hr/744594 [20.08.2018.]
14. List of banks in Greece, Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/banks-by-country/Greece [20.09.2018.]

15. List of banks in Latvia, [Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/countries/Latvia [20.09.2018.]
16. List of banks in Poland, [Internet] raspoloživo na: https://thebanks.eu/countries/Poland [20.09.2018.]
17. Metode znanstvenih istraživanja, [Internet], raspoloživo na: http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [05.05.2018.]
18. Metodologija znanstvenog istraživanja, [Internet], raspoloživo na: www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/20132014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf [05.05.2018.]
19. Miller, R. i Van Hoose, D. (1997.): Moderni novac i bankarstvo, 3. izdanje, Zagreb: Mate
20. Narodne novine, Zakon o bankama članak 35. [Internet] raspoloživo na: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2002_07_84_1388.html [15.07.2018.]:
21. National bank of Romania Financial Stability Report December 2017 [Internet] raspoloživo na: www.bnr.ro [20.09.2018.]
22. Nesavršena konkurencija i problem monopola, [Internet], raspoloživo na www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/ekonomija/ekonomija_11.pdf [29.04.2018.]
23. Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I. (2007) Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split
24. Pejić- Bach, M., Posedel, P. i Stojanović, A. (2009) Determinante profitabilnosti banaka u Hrvatskoj, ZbornikEkonomskog fakulteta u Zagrebu
25. Price maker, [Internet], raspoloživo na: https://www.investopedia.com/terms/p/pricemaker.asp [02.05.2018.]
26. Povijesi razvoj i osnove bankarskog poslovanja [Internet], raspoloživo na: https://www.scribd.com/document/47812800/Povijesni-razvoj-i-osnove-bankarskog-poslovanja [02.05.2018.]
27. Punt, L.W., Van Rooij, M.C.J: The profit-structure relationship and mergers in the european banking industry: an empirical assessment, [Internet] raspoloživo na:https://www.dnb.nl/binaries/sr058_tcm46-146835.pdf [21.08.2018]

28. Reić, Z., Mihaljević Kosor, M. (2011), Ekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split,
29. Sabolić, D. (2013.): Financijska tržišta II.Organizacija financijskih tržišta, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Inženjerska ekonomika, Zagreb
30. Structure and economic contrinution of the banking sector, [Internet] raspoloživo na: https://www.ebf.eu/facts-and-figures/structure-and-economic-contribution-of-the-banking-sector/ [14.09.2018.]
31. Studija slučaja, [Internet], raspoloživo na : http://fpn.co.me/fajlovi/fpn/attach_fajlovi/lat/studentskeinformacije/materijali/2016/12/pdf/P4_Studija_slucaja.pdf [05.05.2018.]
32. Šubić, R., Proklin M., Zima, J., Promjene kvantitativnih pokazatelja koncentracije u zemljama regije u razdoblju transformacije bankovnih sustava, [Internet] raspoloživo na: www.hrcak.srce.hr [14.08.2018.]
33. Uloga bankarskog sektora u gospodarskom rastu RH, [Internet], raspoloživo na: http://eknjiznica.unipu.hr/180/ [02.05.2018.]

POPIS GRAFOVA

Graf 1: Ponašanje poduzeća u uvjetima savršene konkurencije, kratki rok

Graf 2: Ponašanje poduzeća u uvijetima monopola

Graf 3: Maksimiziranje outputa monopoliste

Graf 4: Ponašanje poduzeća u monopolističkoj konkurenciji, katki rok

Graf 5: Ponašanje poduzeća u monopolističkoj konkurenciji, dugi rok

POPIS SLIKA

Slika 1: Broj banaka u Hrvatskoj

Slika 2 : Banke prema vlasničkoj strukturi

Slika 3: Promjenje broja banaka u zemljama EU

Slika 4: ROE pokazatelj banaka po zemljama EU u 2017. godini

Slika 5: Profitabilnost prosječne imovine (ROAA) i profitabilnost prosječnoga kapitala (ROAE) banaka

Slika 6: Stope promjene BDP-a u Hrvatskoj

Slika 7: Pokazatelji ROA i ROE u razdoblju između 2007. i 2010. godine

Slika 8: Udio imovine dvije (četiri) najveće banke u ukupnoj imovini banaka

Slika 9: Udjeli imovine, kredita i depozita najvećih banaka u ukupnoj imovini, kreditima i depozitima svih banaka, na dan 31. prosinca 2017.

POPIS TABLICA

Tablica 1: Osnovni makroekonomski pokazatelji hrvatskog gospodarstva

Tablica 2: Usporedne značajke bitnih makroekonomskih čimbenika kod zemalja EU 2017**.**

Tablica 3: Dobit (gubitak) banaka u Hrvatskoj

Tablica 4: Ukupna imovina sistemski važnih banka

Tablica 5: Herfindahl indeks (na temelju ukupne imovine) zemalja EU

Tablica 6: Koncentracijski omjer 5 (na temelju ukupne imovine) zemalja EU

SAŽETAK

U ovom radu objašnjene su osnovne tržišne strukture s glavnim osvrtom na se tržišnu strukturu hrvatskog bankovnog tržišta. Istražena je povezanost makroekonomskih pokazatelja s oligopolističkom tržišnom strukturom na hrvatskom bankovnom tržištu, a hrvatsko tržište uspoređeno je s bankovnim tržištima zemalja članica EU. Istraživanjem je zaključeno kako tržišna struktura ima bitne pretpostavke oligopola, ali s obzirom na broj sudionika na tržištu radi se o kombinaciji monopolističke konkurencije i oligopola. Osim navedenog istraživana je i profitabilnost banaka te kako na profitabilnost utječe tržišna moć, a kako ključni makroekonomski pokazatelji i stanje svjetskog gospodarstva.

Ključne riječi: oligopol, bankovno tržište, tržišna moć, tržišna struktura, profitabilnost

SUMMARY

This paper work explains basic market structures with the main focus on the market structure of Croatian banking market. Paper work explores connection between macroeconomic indicators and oligopolistic market structure on Croatian banking market and Croatian banking market was compared with the markets of EU country members. With the research it is concluded that market structure has important assumptions of oligopoly, but considering number of market participants we can say there is talk about combination of monopolistic competition and oligopoly. Exept for mentioned paper work explores bank profitability and how market power, macroeconomic indicators and world economy affects profitability.

Key words: oligopoly, banking market, market power, market structure, profitability