

Др Јовица Марковић
MSc. Јована Мутибарић¹

Др Марко Царић

Универзитет привредна академија у Новом Саду,

Факултет за економију и инжењерски менаџмент, Нови Сад

ОДРЖИВОСТ МОДЕЛА МОНОПОЛИСТИЧКЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ У ВРЕМЕ СВЕТСКЕ ЕКОНОМСКЕ КРИЗЕ

Апстракт

Све до почетка 1920-их класична теорија цена укључивала је два главна модела, савршену конкуренцију и монопол. Међутим, 1933. године Е. Chamberlin и Ј. Robinson уводе нову теорију монополистичке конкуренције. У доба светске економске кризе, када опстају само најмоћнији привредни субјекти, модел монополистичке конкуренције је веома тешко одржив. Наиме, и у најразвијенијим привредама света, најраспрострањенији модел тржишне структуре замењује монопол. Смањење понуде услед банкрота великог броја фирми, у комбинацији са опадањем тражње као последице мера штедње, и са друге стране све израженија потреба држава за све већим буџетским приливима, доводе до поскупљења у свим секторима привреде. Све набројане околности доводе до настанка екстремног тржишног модела односно монопола, чак и у оним земљама света које су биле познате по диверзификованом тржишту и моделу монополистичке конкуренције. Осим тога, добро је познато да је ниво запослености мањи у економијама које нису конкурентне. Изнесена чињеница је још једна у низу премиса које доприносе закључку да је одрживост монополистичке конкуренције у условима кризе готово немогућа, обзиром да смо сведоци високе стопе незапослености на тржиштима рада неких земаља ЕУ (Шпаније, Грчке, Италије, Португалије и Ирске). Предмет овог рада је да се испита вероватноћа могућности опстанка и одрживости тржишног модела монополистичке конкуренције у условима глобалне економске кризе и транзиционе економије, као и реформе пред којом се налази јавни сектор Републике Србије. Циљ је утврдити постоје ли могућности за опстанак поменутог тржишног модела у условима реиндустријализације, која је неминовни пратилац процеса глобализације.

Кључне речи: монополистичка конкуренција, светска економска криза

ЈЕЛ Класификација: D4, D43, D430

SUSTAINABILITY OF MONOPOLISTIC COMPETITION DURING THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS AND REINDUSTRIALIZATION

Abstract

Until the early 1920s, the classical theory of price included two main models, perfect competition and monopoly. However, E. Chamberlin and J. Robinson introduced a new theory of monopolistic competition in 1933. At the time of global economic crisis, when only the most powerful companies survive, the model of

¹ jovana.mutibaric@gmail.com

monopolistic competition is hardly sustainable. In fact, the most widespread market model in highly developed world economies has been replaced by monopoly. Supply reduction due to the bankruptcy of many companies, combined with demand decline as a result of the austerity measures, and on the other hand growing need for higher budget inflows, lead to the price hikes in all industries. All mentioned result lead to an extreme market model – the monopoly; even in countries that were known as market economies and by its monopolistic competition. Furthermore, it is well known that employment level is lower in economies that are not competitive. That fact additionally contributes to conclusion that the sustainability of the monopolistic competition is almost impossible during the crisis, considering that we have witnessed high unemployment rates in some EU countries (e.g. Spain, Greece, Italy, Portugal and Ireland). The subject of this paper is to explore sustainability of the market model of monopolistic competition in conditions of the global economic crisis, transitional economies and the reform, under which is a public sector of the Republic of Serbia. The aim of the paper is to determine are there any opportunities for the survival of the mentioned market model in terms of re-industrialization, which is inevitable companion of globalization.

Key words: *monopolistic competition, global economic crisis*

Увод

Све до почетка 1920-их класична теорија цена укључивала је два главна модела, савршену конкуренцију и монопол. Међутим, 1933. године Е. Chamberlin и Ј. Robinson уводе нову теорију монополистичке конкуренције (Koutsoyiannis, 1996: 202).

У многим гранама привреде, иако више предузећа конкурише, свако од њих има одређену монополску моћ: има контролу над ценом и може наплаћивати цену већу од граничног трошка. Монополистички конкурентно тржиште слично је савршено конкурентном тржишту са три битна аспекта: на њему има много купаца и продаваца, улазак и излазак са овог тржишта је слободан и компаније прихватају цене других компанија као задате тј. дефинисане (Samuelson и др., 2005: 188). Међутим, оно се разликује од савршено конкурентног тржишта по томе што су производи диференцирани – свако предузеће продаје одређену марку производа, која се разликује по квалитету, изгледу или реномеу, али је свако предузеће једини произвођач своје властите марке производа. Величина монополске моћи предузећа зависи од тога колико је успешно у диференцирању свог производа од производа других предузећа. Примери монополистичке конкуренције су бројни: кафа, паста за зубе, прашак за прање рубља, безалкохолна пића и сл. (Тривић и др., 2008: 243).

Други феномен који анализирамо јесте актуелна светска економска криза. Светска финансијска криза је започела крајем 2007. год., а сигурно је да ће она потрајати уз далекосежне, глобалне последице и да се за сада одиграо само крај њеног почетка. С тим што пројекције говоре да дно другог, много интензивнијег и дубљег таласа финансијске кризе тек предстоји.

Предмет овог рада је да се испита вероватноћа могућности опстанка и одрживости тржишног модела монополистичке конкуренције у условима глобалне економске кризе и транзиционе економије, као и реформе пред којом се налази јавни сектор Републике Србије. Циљ је утврдити постоје ли могућности за опстанак поменутог тржишног модела у условима реиндустријализације, која је неминовни пратилац процеса глобализације.

Глобална економска криза

Основни узрок кризе, која је започела на хипотекарном тржишту САД²-а, а касније се путем система спојених судова проширила на цео свет, представља одобравање хипотекарних кредита без учешћа, са променљивом каматном стопом (која је имала сталну тенденцију раста) клијентима са ниским кредитним бонитетом. Одобрени хипотекарни кредити су паковани у “хартије од вредности обезбеђене хипотеком”. Њих су куповале велике инвестиционе банке и даље их продавале на финансијском тржишту као “колатеризоване дужничке обвезнице”, које су носиле прецењени, највиши ранг – ААА секјуритизованих ХОВ³ и ванбилансно се евидентирале. Осим тога значајно је присуство “финансијске пирамиде” односно одобравање нових кредита ради отплате камата, али не треба заборавити ни утицај “пирамидалних банака”. Типичан пример је случај *Мејдоф*, где је глава операције био бивши директор NYSE⁴ и творац електронског трговања на берзама САД-а, који је уживао високо поверење улагача. Наиме, његова превара је годинама реализована, а да нико није ни посумњао да се преузети депоновани новац штедиша не улаже у привреду, већ да се истим исплаћују доспеле камате (које су биле више него подстицајне) и главнице раније уложеног новца. Исти је разоткривен у тренутку када више није могао сервисирати камате и главнице улога, а процењује је да је његова превара тежила око 50 млрд. долара и оставила дубоке последице на капитал инвеститора (институционалних и приватних) најразвијенијих земаља света и још више продубила светску финансијску кризу. Нама нажалост оваква врста преваре није страна, обзиром да се сличан сценарио у нашој земљи одиграо ‘90-тих година XX века, где су представници пирамидалних банака биле *Југоскандик* и *Дафимент банка*, а велики број грађана остао без својих штедних улога баш као и у горе изнесенем случају (Мутибарић и др., 2011: 20).

Неконтролисано одобравање хипотекарних кредита довело је до раста понуде над тражњом хипотека (некретнина), што је довело до пада цена некретнина и могућности продаје истих, али исто тако и немогућност сервисирања обавеза по секјуритизованим ХОВ и хипотекраним кредитима.

Ален Гриншпен, гувернер у САД-у који је владао 1987-2006 је измислио хипотекарне кредите. Модел је једноставан. Кућа вреди 100 хиљада долара. У неком тренутку цена куће скаче на 300 000. Банка даје простор (разлику) кориснику и крене да се задужује јер погрешно процењује да има реалну шансу за то. Камате су биле јако ниске. 2002. године је направљено 2 милиона кућа, 2003. године такође, 2005. године све стаје, 2006. године крећу турбуленције, тако да се 9. августа 2007. дешава крах. Вредност кућа се враћа на реалну вредност. Власник куће има дуг од 300 000 и кућу која вреди 100 000. Људи више не могу да плаћају рате и излазе из кућа. У Кливленду је 70 000 људи изашло из домова за недељу дана и спавају по шаторима. 2008. године се криза преноси у финансијски сектор, одакле се аномалије преливају у економију и реални сектор који није у стању да издржи огроман пад потрошње. Систем почиње да пуца по свим својим шавовима (Барјактаровић, Карић, 2011: 160).

Последице тренутне кризе се не могу још увек сагледати, али је сигурно да је она у мањем или већем интензитету, уз различите тренутке започињања, при-

² Сједињене Америчке Државе

³ Хартије од вредности

⁴ New York Stock Exchange – Њујоршка берза

сутна у свим земљама света. Финансијска криза је до сада посебно уздрмала финансијске системе следећих држава, у којима је била неопходна помоћ светских финансијских институција, како би се избегао банкрот истих: Исланд, Колумбија, Јужна Кореја, Шпанија, Мађарска, САД, Грчка и Италија, с тим што се не зна која земља ће бити следећа на листи, а сигурно је да листа није коначна (Мутибарић и др., 2012: 194). Досадашње последице кризе су следеће: смањен обим инвестиција на финансијским тржиштима, сигуран банкрот финансијских институција (банака, осигуравајућих друштва и хипотекарних институција) који је избегнут национализацијом истих од стране држава, велика отпуштања радника и незапосленост у свим индустријским гранама, нижа стопа економског раста и БДП⁵-а, смањење могућности за добијање кредита држава којима су они неопходни за превазилажење банкрота, и др. Утицај светске економске кризе осећају и земље у развоју, с тим што су те земље више заступљене у функцији дужника него у функцији кредитора новчаних средстава и за банке ових земаља је карактеристично конзервативно пословање, обзиром да те банке више одобравају кредите «малим и средњим предузећима». Последице кризе на ове земље подразумевају: мање могућности новог кредитног задужења, раст каматних стопа код инозадужења, нижу стопу економског раста и БДП-а, смањење страних улагања, смањење пословне активности предузећа, раст стопе незапослености, смањење извоза, смањење буџетских прихода (пореза, доприноса, царина), смањење личне и инвестиционе потрошње.

Неке од мера за превазилажење кризе би могле бити: оштрија регулација финансијских тржишта посебно у делу одобравања хипотекарних кредита, редефинисање улоге и статуса рејтинг агенција, ограничење простора деловања off-shore компанија (обзиром да су исте биле веома активне у распиривању кризе), окретање рачуноводство и ревизија ка реалном исказивању финансијских извештаја и објективном информисању инвеститора и јавности, ограничење бонуса менаџерима финансијских институција уз реформу *Bretton Woods* новчаног система, ограничење обима пласмана и флексибилнија каматна политика, повећање стопе обавезне резерве, контролисано кретање каматних стопа, полагање депозитних средстава код централне банке, ограничење буџетске потрошње, подстицајна пореска политика, оријентисаност ка извозу, повећање девизних резерви, контролисана пореска и царинска политика и интервенције централне банке на девизном тржишту због одржавања курса националне валуте и сузбијања инфлације (Вуњак, 2009., стр. 453-462).

Монополистичка конкуренција

Поред индустријских олигопола, монополистичка (ограничена) конкуренција представља најраспрострањенији модел тржишне структуре, у контексту функционисања савремених тржишних привреда.

Настанак теорије монополистичке конкуренције везује се за име америчког економисте Е. Chamberlina. Његов модел се темељи на следеће две основне претпоставке:

- **Претпоставке тзв. «симетричности».** Број произвођача одређене групе производа је довољно велик да свака фирма може сматрати да ривали неће приметити промену цена и аутпута својих производа, те самим тим неће ни реаговати на промене њихових цена и аутпута. Без ове пре-

⁵ Бруто домаћи производ

тпоставке модел би нас вратио на олигополска тржишта на којима су учесници свесни структурне повезаности својих акција. Интеракција учесника постоји и у условима потпуне и моноплоске конкуренције, али учесници нису тога свесни.

- **Претпоставка тзв. «униформности».** Криве трошкова и прихода произвођача одређене групе производа потпуно су идентичне. Учесници монополистичке конкуренције тројако делују на повећање обима своје продаје и профита: 1. **смањују цену својих производа** ради повећања свог учешћа на тржишту, 2. **мењају карактеристике и квалитет производа** и 3. **повећавају напоре продаје**, нпр. већим издвајањем за маркетинг. Могућа је истовремена примена све три алтернативе (Шуваков и др., 2007: 220).

Модел ограничене (монополистичке) конкуренције представља спој значајног броја одлика конкуренције, на једној, и малог удела карактеристика монополске моћи, на другој страни. Дакле, стање ограничене конкуренције представља еквивалент тржишном статусу који подразумева присуство релативно великог броја предузећа релативно мале економске снаге, која нуде сличан, али не и истоветан производ – дифернцијација производа (Krugman и др., 2009: 120). Насупрот тржишту потпуне конкуренције, тржиште ограничене конкуренције није везано за учешће многих, већ за учешће релативно великог броја предузећа или продаваца у тржишном процесу.

Карактеристике монополистичке конкуренције

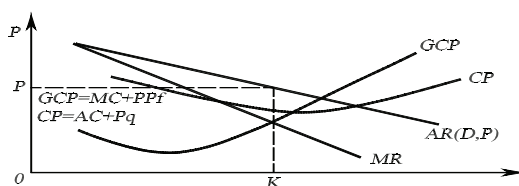
Особине тржишта ограничене конкуренције су следеће:

- (1) Свако предузеће има релативно низак степен учешћа у реализацији укупног промета, те може имати само скроман удео у процесу контроле цена.
- (2) Искључена је могућност постизања дугорочних споразума у вези са рестрикцијом производње и/или "намештањем" високе цене.
- (3) У условима ограничене конкуренције, није присутан аспект међузависности предузећа; свако предузеће креира сопствену политику обима производње и цена, не узимајући у разматрање потенцијална реаговања конкурентских предузећа.

Према тврдњама појединих теоретичара, феномен дифернцијације производа представља темељ теорије монополистичке конкуренције. Када је реч о разликама између производа, оне могу бити многоструке. Неподударња у погледу својстава могу бити последица објективних разлика (попут разлика у степену квалитета, у стилу, итд.); насупрот томе, неподударња могу представљати манифестацију субјективних психолошких мотива клијената (потрошача), као што је поверење у односу на производе одређене фирме или, пак, навика купаца да купују, првенствено или искључиво, производе одређених предузећа, а услед већ формираних личних преференција. Сви наведени и слични аспекти имају утицај на процес конституисања тзв. *посебних тржишта* за сваку фирму, при чему фирме, без изузетка, поседују одређени степен независности унутар таквог тржишта, у чему се огледа њихов монополски карактер. Ипак, Самуелсон је, с правом, наглашавао да није поуздано доказана веза између активности предузећа, предузетих у циљу реализације максимизације профита, на једној, и „растављања” кривуље потрошње на мале, издвојене сегменте, на другој страни.

Краткорочна и дугорочна равнотежа

Разлика у статусу продаваца, у условима потпуне и монополистичке конкуренције, огледа се у положају кривуље потражње. У првом случају, реч је о (скоро) паралелном положају кривуље потрошње у односу на апсцису, док је у другом случају кривуља потрошње нагнута према апсциси (негативног нагиба). Будући да је предузеће једини произвођач своје марке, његова кривуља потражње има негативан нагиб, цена је већа од граничног трошка и предузеће има монополску моћ (Pindyck и др., 2005: 426). Разлика у деловању продаваца, у условима монополистичке конкуренције и чистог монопола, оличена је у следећем: произвођачи, у првом случају, морају одређивати ниво обима производње сагласно висини посебне потражње за њиховим производима, а не глобалном обиму потражње за одређеним производом (што је пракса предузећа која поседују потпуни монопол). Равнотежа је, као и у случају монопола, детерминисана једнакошћу граничне цене производње (као суме граничног трошка и просечног профита) и граничног прихода - на нивоу обима производње K и висине цене P (на Дијаграму 1.).



Извор: Ђорђевић, 2006: 247

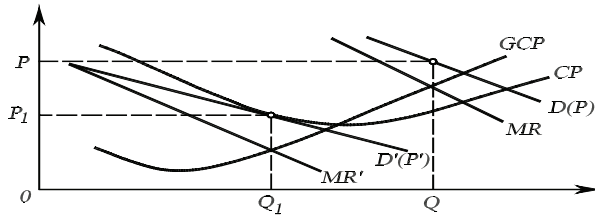
Дијаграм 1.

Равнотежа, приказана на Дијаграму 1., јесте индивидуална равнотежа једног предузећа. Ипак, на тржишту монополистичке конкуренције присутан је већи број предузећа. У случају приступања новог предузећа датој привредној грани, постојећа предузећа суочена су са губитком одређеног дела клијентеле, те долази до померања њихове кривуље потражње улево (Ђорђевић, 2012: 39-40). Забележено померање тражње (са нивоа D на ниво D' , као и пратеће померање кривуље MR на ниво MR' (Дијаграм 2.), одвија се све до тренутка свођења продајне цене на цену производње која, као што је познато, представља суму просечних укупних трошкова и просечног профита. Тиме ишчезава монополски екстрапрофит и, следствено томе, прекида се процес уласка нових предузећа у анализирану привредну грану. Нова кривуља потрошње (Дијаграм 2.) представља тангенту на кривуљу цене производње ($ЦП$).

На нивоу новоствареног обима производње (Q_1), нова, нижа кривуља граничног прихода (MR') сече кривуљу граничне цене производа ($ГЦП$). С тим у вези, може се извести закључак да је, у условима ограничене конкуренције, а посматрано за дужи временски период, висина продајне цене еквивалентна цени производње, те да су, у поменутом тржишном моделу, присутна два услова равнотеже предузећа:

- (1) једнакост између вредности $ГЦП$ ($MC+PPf$) и вредности граничног прихода ($ГЦП=MR'$);

- (2) једнакост између продајне цене и цене производње ($\Pi_1 = ЦП$, $ЦП = АЦ + ППф$).



Извор: Ђорђевић, 2006: 248

Дијаграм 2.

Овај облик дефинисања равнотеже предузећа, у условима монополистичке конкуренције, познат је као тзв. *тангентна ситуација*, сходно услову равнотеже, оличеном у захтеву да кривуља потражње представља тангенту на кривуљу *ЦП*.

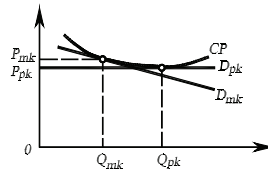
Краткорочно, цена ће премашити просечан трошак – АЦ и предузеће ће остваривати додатни профит. Дугорочно, профит привлачи нова предузећа са конкурентним маркама. Тржишни удео првог предузећа опада и кривуља потражње се помиче наниже. У дугорочној равнотежи цена је једнака просечном трошку, тако да предузеће не зарађује профит, иако има монополску моћ (Samuelson, 2005: 189).

Монополистичка конкуренција и економска ефикасност

Савршено конкурентна предузећа су пожељна, јер су економски ефикасна. На њима се остварује највећи могући вишак потрошача и произвођача. Поставља се питање да ли је монополска конкуренција ефикасна тржишна структура. Одговор захтева поређење равнотеже на ова два типа тржишта (Тривић и др., 2008: 245).

На Дијаграму 3. извршена је компарација статуса равнотеже, реализоване у условима монополистичке конкуренције, са статусом равнотеже, реализоване у условима потпуне конкуренције. Значајна неподударност између ових тржишних стања огледа се у чињеници да, у условима потпуне конкуренције, потражња манифестује особине савршене или, барем, изразите еластичности, што подразумева (скоро) хоризонтални положај кривуље потражње. Као што је познато, равнотежа је, у условима потпуне конкуренције, дугорочно успостављена на нивоу обима производње, који подразумева да висина просечних трошкова, посматраних као цена производње (што подразумева инкорпорирање просечног профита), достиже максимум. Наведени услови испуњени су при обиму производње Q_{mk} и висини цене Π_{mk} (Дијаграм 3.). Насупрот стању потпуне конкуренције, у условима ограничене конкуренције потражња не поседује својство савршене еластичности, а кривуља потражње формира негативан нагиб, будући да су, у стању ограничене конкуренције, за разлику од потпуне, производња, понуда и потражња индивидуализоване на нивоу предузећа. Продавац, на тржишту ограничене конкуренције, успоставља баланс, као што је већ истакнуто, у условима који подразумевају остварени обим производње Q_{mk} и формирану цену Π_{mk} . Поређењем вредности количина и цена, у

условима потпуне и ограничене конкуренције, може се извести закључак о предности првог облика конкуренције, у општем друштвеном контексту (Ђорђевић, 2006: 246-249).



Извор: Ђорђевић, 2006: 249

Дијаграм 3.

Поставља се питање да ли је монополистичка конкуренција друштвено непожељна тржишна структура. Одговор је вероватно «не» и то из два разлога:

1. На већини монополистички конкурентних тржишта, тржишна моћ је мала. Обично довољно предузећа конкурише са маркама које су у довољној мери међусобно заменљиве, тако да ниједно предузеће нема значајнију тржишну моћ. Због тога је мали и губитак благостања који проистиче из тржишне моћи, криве потражње предузећа су прилично еластичне, а вишак капацитета мали.
2. Битна корисност коју пружа монополска конкуренција је разноврсност производа. Већина потрошача вреднује могућност одабира међу широким распонем конкурентних производа и марака који се разликују на разне начине. Добитак од разноврсности производа може бити велики и лако надмашити трошкове неефикасности који потичу од кривуље потражње са падајућим нагибом (Pindyck, 2005: 427).

Закључак

У доба светске економске кризе, када опстају само најмоћнији привредни субјекти, модел монополистичке конкуренције је веома тешко одржив. Наиме, и у најразвијенијим привредама света, САД-у, Европској унији и Јапану, најраспрострањенији модел тржишне структуре замењује монопол, обзиром да услед промењених тржишних околности само одабрани привредни субјекти опстају. Наравно и само тржиште у време кризе ствара услове за прављење разлика између предузећа, јер многи мали и слабији учесници услед оштријих и отежаних тржишних услова пропадају. Они више нису у стању да се такмиче и носе са ригорозним захтевима тржишта.

С друге стране, тражња за производима на тржишту се смањује услед мера штедње, које су тренутно актуелне у великом броју земаља света. Мере штедње и њихо-

ве последице су посебно индикативне у великом броју земаља ЕУ⁶ (Шпанија, Грчка, Италија, Португал, Ирска, и др.), те та чињеница додатно ремети тржишну равнотежу. Смањење понуде услед банкрота великог броја средњих и малих фирми, у комбинацији са опадањем тражње као последице мера штедње, и са друге стране све израженија потреба држава за све већим буџетским приливима, доводе до поскупљења у свим секторима привреде. Све набројане околности доводе до настанка екстремног тржишног модела односно монопола, чак и у оним земљама света које су биле познате по диверзификованом тржишту и моделу монополистичке конкуренције.

Монопол у време кризе, који ствара могућности и шансе за остваривање екстра профита само одабранима, добија све више на значају у данашњој тржишној економији. Данас, купци и најрањивије категорије становништва директно подносе сав терет кризе, а богати и моћни субјекти, постају још богатији и моћнији.

Осим тога, добро је познато да је ниво запослености мања у економијама које нису конкурентне. Односно, због монополске моћи предузећа, цена добара ће бити већа, а тражња за добром мања, те ће зато и тражња за радом бити мања. Из тога следи да је резултат «монополистичке експлоатације» нижа цена рада и нижи ниво запослености. Изнесена чињеница је још једна у низу премиса које доприносе закључку да је одрживост монополистичке конкуренције у условима кризе готово немогућа, обзиром да смо сведоци високе стопе незапослености на тржиштима рада неких земаља ЕУ, са посебним акцентом на примере Шпаније, Грчке, Италије, Португалије и Ирске. Питање је тренутка када ће се овај списак продужити, али је сигурно да није коначан.

Литература

1. Барјактаровић, М., Карић, Д., *Утицај глобалне економске кризе на развој Србије*, Економика, Ниш, Број 2, 2011, стр. 158-166
2. Вуњак, Н., Ковачевић, Ј., *Финансијска тржишта и берзе*, Економски факултет Суботица, Суботица, 2009.
3. Ђорђевић, Д., *Микроекономија – савремени приступ*, Привредна академија, Самостални недржавни универзитет у Новом Саду, Сполјнотрговински факултет, Београд, 2006.
4. Ђорђевић, Д., *Савремене микроекономске анализе – Тест II*, Факултет за економију и инжењерски менаџмент у Новом Саду, Нови Сад, 2012.
5. Koutsoyiannis, A., *Модерна микроекономика*, Мате д.о.о., Загреб, 1996.
6. Kollmeyer, C., *Explaining Deindustrialization: How Affluence, Productivity Growth, and Globalization Diminish Manufacturing Employment*, Volume 114 Number 6, www.jstor.org/stable/10.1086/597176, 2009.
7. Krugman, P., Obstfeld, M., *Међународна економија – теорија и политика*, Дата Статус, Београд, 2009.
8. Мутибарић, Ј., Продановић, Р., Берак, Н., *Макроекономски фактори у функцији настанка берзанских осцилација*, *Економија теорија и пракса*, Нови Сад, Број 3, 2011, стр. 11-25
9. Mutibarić, J., Stojavljević, M., *Impact of Economic Crisis on level of Population Unemployment*, International Scientific Conference *Population: Development/Crisis Proceedings*, Lošonc, A., University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Novi Sad, 2012, page 191-205

⁶ Европска унија

10. Nickell, S., Redding, S., Swaffield, J., *The Uneven Pace of Deindustrialization in the OECD*, London School of Economics, <http://www.princeton.edu/~reddings/pubpapers/Deind518-all.pdf>, 2008.
11. Pindyck, R., Rubinfeld, D., *Микроекономија, Мате д.о.о., Загреб*, 2005.
12. Rowthorn, R., Ramaswamy, R., *Deindustrialization—Its Causes and Implications*, International Monetary Fund, No. 10, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/issues10/>, 1997.
13. Samuelson, P., Nordhaus, W., *Microeconomics*, Mc Graw-Hill/Irwin, New York, 2005.
14. Tregenna, F., *Manufacturing Productivity, Deindustrialization, and Reindustrialization*, No. 2011/57, www.wider.unu.edu/publications/working.../en.../wp2011-057.pdf, 2011.
15. Тривић, Н., Шаги, А., *Савремени микроекономски модели*, Економски факултет Суботица, Суботица, 2008.
16. Шуваков, Т., Шаги, А., *Микроекономија*, Економски факултет Суботица, Суботица, 2007.