

EKONOMSKA ANALIZA NAGLOG PORASTA CENA U VANREDNIM OKOLNOSTIMA

ECONOMIC ANALYSIS OF PRICE GOUGING

Nikola Njegovan*

Bojan Ristić**

Dejan Trifunović***

Apstrakt: *Aktuelna pandemija otvorila je široko polje istraživačima iz svih oblasti, a posebno ekonomistima – ne samo onima koji se bave privredom u vanrednim okolnostima, već i velikom broju onih čiji se napori da ukažu na nedostatke vladajuće paradigme najbolje mogu uočiti u ekstremima. Naglo podizanje cena u vanrednim okolnostima (engl. price gouging) javnost je širom sveta dočekala sa velikim moralnim prezirom pa je politika fiksiranja cena u ovim okolnostima sa lakoćom prihvaćena, iako tradicionalna ekonomska analiza ne ostavlja mogućnost za kontrolu cena. Pa ipak, kada se stvar bliže ispita, nije slučajno da se argumenti za uvođenje ovakve politike najčešće ne tiču moralnosti povećanja cena u vanrednim okolnostima već se odnose na zaštitu konkurencije koja može biti privremeno narušena. U ovom radu pokušaćemo da sagledamo politiku fiksiranja cena iz različitih uglova u želji da ukažemo na problematičnost univerzalnih sudova po ovom pitanju.*

KLJUČNE REČI: FIKSIRANJE CENA, NAGLO PODIZANJE CENA U VANREDNIM OKOLNOSTIMA, REGULACIJA, ZAŠTITA KONKURENCIJE.

Abstract: *The ongoing pandemic has attracted the attention of researchers from various sciences, especially economists – not only those who study the economy in “non-regular circumstances”, but also many of those whose efforts to bring out the shortcomings of the ruling paradigm can best be seen in extreme conditions. Price gouging has been greeted with great moral contempt around the world, and the policy of fixing prices in these circumstances was readily accepted, although traditional economic analysis leaves no room for price control. However, when the matter is examined more closely, it is no coincidence that the arguments for price-fixing usually do not concern the morality of price increases in “non-regular circumstances” but relate to competition policy. This paper will analyze price-fixing policy from different perspectives trying to point out the problems with universal judgments on this matter.*

KEYWORDS: PRICE FIXING, PRICE GOUGING, REGULATION, COMPETITION POLICY.

JEL KLASIFIKACIJA: D69, L43.

UVOD

Dođu vremena kada stare knjige postanu nove, vremena kada znanja naših prethodnika, smeštena na prašnjavim policama nekog podruma, ponovo obasja sunce. Ovde ne mislimo na sve važne pokušaje oživljavanja starih teorija kroz novi kontekst, kao što je skorašnji

* Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet. nikola.njegovan@ekof.bg.ac.rs

** Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet. bojan.ristic@ekof.bg.ac.rs

*** Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet. dejan.trifunovic@ekof.bg.ac.rs

napor Nasima Taleba¹ da oživi ideje Frenka Najta², već na primere kao što je recimo onaj iz Kine, gde se mnogo godina posle smrti Mao-a kao vodeći ideolog pojavio Adam Smit lično sa svojom knjigom *Teorija moralnih osećanja*³. Tako kad god se dogodi da izademo iz koloseka normalnosti zahvaljujući nekom najčešće nepredvidivom događaju sa katastrofalnim posledicama poput aktuelne pandemije, počnu se javljati ideje koje u osnovi neodoljivo podsećaju na iskustva iz ratnog perioda koje nam je predstavio Galbrajt u svojoj *Teoriji kontrole cena*⁴. Iako se ona tradicionalno osporava, ispostavilo se da iskustva kontrole cena nisu bila pogubna, jer u ratnim uslovima sistem prenošenja signala putem cena može biti isuviše spor. Pored toga ispostavilo se, tvrdi Galbrajt, da je inflacija destruktivnija po vrednosti demokratskog društva od depresije⁵. Zato ne treba da iznenadi činjenica da je izdanje njegove knjige iz 1980. godine poslednji put ponovo štampano 2014. godine, a verovatno će poput feniksa doživeti još ponovnih rađanja.

Budući da bi se iz prethodno pomenutog naslova Galbrajtove knjige moglo pomisliti da ćemo u tekstu pružiti kritiku tržišnog sistema, želimo da naglasimo da to nije slučaj. Baš kao što prof. Madžar na svojim predavanjima voli da podseti da svaka stvar ima svoje lice i naličje, nije nikakva novost da upravo oni koji smatraju da je cenovni sistem jedno od najvećih dostignuća čovečanstva, iako je proizvod spontanog poretka, prihvataju da taj sistem ima svoja ograničenja. Ovdje ne mislimo na tzv. tržišne neusphe⁶, već na problem koji se odnosi na ulogu vremena u analizi. Neoklasična statička teorija konkurencije podrazumeva da se ravnoteža na tržištu uspostavlja trenutno. U normalnim vremenima, brzina uspostavljanja ravnoteže može biti zadovoljavajuća. Međutim, u svim slučajevima kada dolazi do velikih poremećaja na strani ponude ili tražnje, brzina kojom se signali prenose kroz sistem putem cena može da izazove brojne neželjene posledice kako u pogledu alokacije, tako i distribucije.

Činjenica je da cenovni sistem, čak i u savršenim uslovima, garantuje samo efikasan ishod. Pa ipak, poverenje u sistem jenjava kada se u glavama mnogih pojedinaca javi osećaj nepravde. Međutim, nakon skorašnjih događaja koji su rezultovali velikim kratkoročnim skokom cena određenih proizvoda, niko se, osim za potrebe šire publike, nije pozivao na pravičnost prilikom uvođenja politike fiksiranja cena (engl. *anti-price gouging policy*). Takva praksa podvedena je pod okrilje politike konkurencije, odnosno definisanja pravila igre koja imaju za cilj da obezbede konkurentski ambijent poslovanja. Glavni argument za fiksiranje cena nije, dakle, kršenje principa pravičnosti već principa konkurencije.

Cilj ovog rada je da postavi određena pitanja koja se tiču pomenute politike fiksiranja cena, a koja se pre svega odnose se na prihvatljivost ovakve politike u okvirima libertarijanske tradicije. Nakon kratkog uvodnog izlaganja, govorićemo o argumentima slobodnog tržišta koji negiraju opravdanost fiksiranja cena u pomenutim okolnostima. Zatim ćemo

1 (Taleb, 2019).

2 (Knight, 1964). Pojednostavljeno bi bilo reći da je reč samo o Najtovim idejama jer je reč, prema mišljenju autora, o francuskom eklektizmu najvišeg ranga sa primesama avangarde koji odiše prefinjenim osećajem za estetiku.

3 (Coase & Wang, 2012, p. 187).

4 (Galbraith, 1980). Preostaje da polazemo nadu u jalovost Rubinstajnovog poziva istraživačima da se u budućnosti bave temom nacionalizacije (Rubinstein, 2012, str. 243). Još jedan važan tekst iz tog vremena je Tausigov članak „Fiksiranje cena iz ugla onog ko ih fiksira”(Tausig, 1919).

5 (Galbraith, 1980, p. 9).

6 Mada se za mnoge od njih nude tržišna rešenja.

razmotriti koji su to argumenti koji podržavaju ovakvu politiku. Na taj način pokušaćemo da ostvarimo samonametnuti cilj preispitivanja onoga što se uzima za neupitno, izbegavajući definitivne i jednoznačne odgovore koji se mogu dostići samo u apstraktnom svetu ekonomskih modela.

FIKSIRANJE CENA U VANREDNIM OKOLNOSTIMA

S početkom pandemije, na teritoriji Republike Srbije uvedeno je vanredno stanje, koje je bilo praćeno nizom novih propisa koji su promenili pravila tržišne igre. Jedan od njih imao je za cilj da spreči rast cena određenih proizvoda izazvan naglim skokom tražnje (tako na primer, u vreme nestašice maski u martu 2020, lanac apoteka „Prima”u Beogradu povećao senu hirurških maski na 200 dinara, iako ih je prethodno prodavao za 80 dinara, dok je u državnim apotekama cena bila 27,7 dinara. U SAD-u je takođe podneta tužba protiv trgovaca na Amazonu koji su maske KN95 prodavali po ceni od 23,2 USD, iako je veleprodajna cena ovih maski između 63 centa i 3,4 dolara). Iako smo u uvodu govorili o fiksiranju cena, zapravo je reč o uvođenju plafoniranih cena za određene proizvode i to na određeno vreme („Odluka o ograničenju visine cena i marži osnovnih životnih namirnica i zaštitne opreme”)⁷. Preciznije: „Radi sprečavanja poremećaja na tržištu ili otklanjanja štetnih posledica poremećaja na tržištu u pogledu snabdevanja robom, nastalih usled širenja virusa SARS-CoV-2, ograničavaju se cene u trgovini na veliko i malo osnovnih životnih namirnica i zaštitne opreme tako da ne prelaze nivo cena tih proizvoda na dan 5.3.2020. godine”. Veći deo povećanja tražnje trebalo bi da se odnosi na povećanje tražnje iz predostrožnosti (engl. *precautionary demand* – u susret nestašici ili značajnom povećanju cena u budućnosti). Iako je uvođenje plafoniranih cena bilo praćeno racionisanjem po osnovu „Uredbe o ograničavanju maloprodajne cene zaštitnih sredstava za vreme vanrednog stanja nastalog usled bolesti COVID-19 izazvane virusom SARS-CoV-2”⁸, pojavile su se nestašice određene robe. Međutim, one su bile samo kratkotrajna pojava jer je očekivano usledila relativno brza reakcija ponude.

Fiksiranje cena se najčešće opravdava ukazivanjem na probleme sa praksom podizanja cena u vanrednim okolnostima od strane preduzeća. Takva praksa (1) često se označava kao nemoralna, (2) potencijalno može izazvati probleme sa reputacijom preduzeća koje je sprovodi, a može dovesti i do (3) narušavanja konkurentskih uslova zbog čega je zabranjena zakonom. U nastavku ćemo pokušati da bliže razmotrimo tri pomenuta argumenta.

PRAVIČNOST, KONKURENCIJA I REPUTACIJA

Počnimo sa razmatranjem prakse podizanja cena u vanrednim okolnostima od strane preduzeća sa etičkog stanovišta (1). Kada se nakon snežne oluje potrošaču nudi lopata po značajno

⁷ (Službeni glasnik 35/2020-17, 55/2020-4, 57/2020-13, 67/2020-3, 75/2020-4). Ovakva politika bila je praćena i „Odlukom o privremenoj zabrani izvoza osnovnih proizvoda bitnih za stanovništvo” (Službeni glasnik 28/2020-3, 33/2020-3, 37/2020-3, 39/2020-5, 41/2020-4, 43/2020-4).

⁸ Službeni glasnik 40/2020, 43/2020, 48/2020 i 59/2020.

višoj ceni⁹ često se čuju pozivi na pravičnost¹⁰. Prvi kontraargument¹¹ tiče se alokativne funkcije cena u tržišnoj privredi. Ako je istina da tržišta vode resurse prema najvrednijim upotrebama, dobro će dobiti oni koji ga najviše vrednuju, odnosno oni koji imaju najvišu spremnost za plaćanje. Ako je neko spreman da plati značajno višu cenu, to verovatno znači da mu je u poređenju sa drugim stvarima (na granici) lopata veoma važna. Fiksiranjem cena, dakle, sprečava se mogućnost ostvarivanja dobrovoljne razmene na obostranu korist kupaca i prodavaca.

Štaviše, ne možemo reći da su potrošači koji su na kraju bili spremni da plate višu cenu bili na bilo koji način prevareni, da nisu imali dovoljno informacija niti da su bili iracionalni u bilo kom smislu zbog čega bi trebalo stati u njihovu zaštitu. Neoklasični koncept konkurencije je statički, te se svaka realna situacija tumači kao odstupanje od ideala momentalno uspostavljene ravnoteže putem čiste konkurencije. Na taj način bi se nesavršenost tržišnog mehanizma kome treba previše vremena za prilagođavanje, tako da se, Valrasovim rečnikom, razmena odvija i po neravnotežnim cenama, mogla protumačiti kao odstupanje od ideala. Ukoliko se takvom odstupanju pripiše epitet monopola shodno (3), javlja se opravdanje za zaštitu konkurencije koja se u ovom slučaju svodi na fiksiranje cena. Pa ipak, smatramo da je, kada su vanredne okolnosti u pitanju, mnogo korisniji austrijski dinamički koncept konkurencije kao procesa¹², odnosno kao postupka otkrića¹³. Viša cena ne povećava samo profit preduzeća, ona šalje signal proizvođačima da uđu u granu (čime se obara profit, odnosno cena), a potrošaču da ekonomičnije podstičući istovremeno na inovativne aktivnosti koje se pre svega zasnivaju na potrazi za supstitutima. Štaviše, visoke cene eliminišu tzv. tražnju iz predostrožnosti. Dakle, neoklasični koncept pruža jače utemeljenje politici fiksiranja cena nego austrijski koncept.

Mnogi će nakon prethodnog argumenta povikati da će bez kontrole cena samo bogati biti u stanju da priušte dobra po višim cenama, ponovo se pozivajući na princip pravičnosti. Tako neki¹⁴ tvrde da novac i korisnost nisu isto, te da će bogata osoba imati veću spremnost za plaćanje od siromašne čak i kada je intenzitet njene potrebe niži. Zato bi prema njihovom mišljenju, u kardinalističkom duhu, bolju aproksimaciju vrednovanja pojedinca verovatno predstavljalo nešto poput vremena koje je neko spreman da čeka u redu. Kako kaže Hal Varijan¹⁵, zašto onda ne bismo uzeli pređeni put koji je spreman da pređe, ili iznos kojim je spreman da se kocka! Ali ovo samo govori da niste zadovoljni inicijalnom raspodelom, a ne da postoji problem sa alokativnom funkcijom cena. Zato bi odgovor na takvu primedbu¹⁶ bio pozivanje na Drugu teoremu ekonomike blagostanja koja podrazumeva da se alokativna i distributivna funkcija cena mogu razdvojiti. Činjenica da niste zadovoljni raspodelom ne daje Vam za pravo da narušavate funkcionisanje sistema cena koji dovodi do efikasne alokacije. Ukoliko želite da vršite preraspodelu, to ne treba raditi putem sistema cena već na neki drugi način.

9 (Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1986, p. 729).

10 U ovom kontekstu videti: (Brewer, 2007), (Suranovic, 2015).

11 (Zwolinski, 2008, pp. 360-364).

12 (Hajek, 2002).

13 (Kirzner, 1997). Za razlike u preporukama neoklasičnog i austrijskog pristupa koje se odnose na antimonopolnu politiku, teoriju pravde, ekonomiku blagostanja i mogućnosti centralnog planiranja u socijalizmu, videti: (Kirzner, 1997, str. 74-78).

14 (Noy, 2018, p. 60).

15 (Varian, 2010, p. 56).

16 (Zwolinski, 2008, p. 362).

Moralni argument da bi se trebalo držati cenovnog sistema počiva na korelaciji između spremnosti za plaćanje i neke moralno značajne karakteristike (u našem slučaju, „koliko potrošač vrednuje neko dobro na granici”, jer bi dobra trebalo da završe u rukama onih koji ih najviše vrednuju). Moglo bi se argumentovati da bi bilo bolje da se bavimo moralno značajnom karakteristikom na direktan način. Tako recimo¹⁷, nijedan roditelj ne bi svojoj deci (čak ni u slučaju vanrednih okolnosti) raspodelio hranu po principu spremnosti za plaćanje. Pa ipak, ovde je reč o transakcijama koje za razliku od tržišnih ne karakteriše anonimnost. Pitanje se, u svakom slučaju, svodi na izbor sistema alokacije: na slučajan način, na osnovu neke proizvoljno izabrane karakteristike, ili na osnovu visine dohotka. Dok jedni tvrde da je slučajan izbor moralno irelevantna osnova za donošenje odluka na isti način na koji je dohodak moralno irelevantna karakteristika, drugi intuitivno smatraju da je slučajnost moralno superiorniji sistem alokacije¹⁸.

Još jedan važan argument tiče se pravne osnove fiksiranja cena. Na prvom mestu postoji nedovoljan stepen automatizma i preciznosti prilikom uvođenja ove mere. U slučaju Srbije, na osnovu člana 200. stav 5. Ustava Republike Srbije (“Sl. glasnik RS”, br. 98/2006), predsednik Republike Srbije, predsednica Narodne skupštine Republike Srbije i predsednica Vlade Republike Srbije doneli su Odluku o proglašenju vanrednog stanja (“Sl. glasnik RS”, br. 29/2020) koja je stupila na snagu odmah od momenta objavljivanja u „Sl. glasniku RS” od 15.3.2020. godine. Nakon uvođenja vanrednog stanja, u skladu sa članom 39. Zakona o trgovini (“Sl. glasnik RS”, br. 52/2019), Vlada Republike Srbije može da odredi privremene mere koje se odnose na: određenu vrstu robe i usluga; određenu kategoriju trgovaca; pružalaca usluga ili potrošača; radno vreme; potrebu sprovođenja obaveza preuzetih međunarodnim ugovorom; cene; na druge uslove za obavljanje trgovine. Mera o kojoj je ovde reč doneta je „Odlukom o ograničenju visine cena i marži osnovnih životnih namirnica i zaštitne opreme”. Ništa manje proizvoljno, u Sjedinjenim Državama se ova mera uvodi preko Izvršnog naloga (engl. *Executive order*) predsednika.¹⁹ Iako bi se moglo raspravljati o tumačenju koje situacije se mogu označiti kao vanredne, koje vrste proizvoda su neophodne i koje metode će biti primenjene u određivanju nedozvoljenog rasta cena, ovakvi zakoni predstavljaju promenu pravila igre u toku igre, te direktno narušavaju funkciju ekonomskog planiranja preduzeća koja se zasniva na predviđanju i otuda mogu biti sporni kako po osnovu efikasnosti, tako i po osnovu pravičnosti.

Konačno, kada je u pitanju reputacija (2), ne treba zaboraviti da je reč o nagodbi između kratkoročnog povećanja profita i potencijalno dugoročnog narušavanja reputacije, tj. o racionalnoj odluci preduzeća²⁰. Lopata bi se možda mogla naplatiti i 50 puta više, ali to se ipak ne događa!

ARGUMENTI U KORIST POLITIKE FIKSIRANJA CENA

U prethodnom odeljku smo pružili nekoliko argumenata protiv primene politike fiksiranja cena u vanrednim okolnostima. Principi na kojima ona počiva značajno odstupaju od tržišnih principa koji se promovišu i teško se mogu pomiriti podvođenjem pod „zaštitu

17 (Zwolinski, 2008, p. 361).

18 (Noy, 2018, p. 63).

19 Za pregled zakona o ovakvoj kontroli cena u SAD videti: (Davis, 2008).

20 (Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1986, pp. 738-739).

konkurencije”. U tom smislu nije reč o uvođenju pravila igre i zaštiti procesa konkurencije već o klasičnoj državnoj intervenciji.

Na prvi pogled zaista izgleda da ovakvo fiksiranje cena ima smisla. Prodavci koji podižu cenu u vanrednim okolnostima privremeno uživaju monopolnu moć jer su u mogućnosti da utiču na cene zbog nedovoljne ponude. Kažemo privremeno jer se kao posledica podizanja cena ponuda u dugom roku povećava ulaskom u granu novih preduzeća, a tražnja smanjuje pronalazanjem alternativnih načina zadovoljavanja potreba. Ograničavanje iskorišćavanja monopolne moći, odnosno zaštita konkurencije, odavno se ubraja u zadatke koji su povereni državi (u Sjedinjenim Državama od XIX veka). Primer za to je zabrana zloupotrebe dominantnog položaja i neposrednog nametanja nepravičnih prodajnih cena u smislu domaćeg Zakona o zaštiti konkurencije („Sl. glasnik RS”, br. 51/2009 i 95/2013), gde je jedan od preduslova za postojanje dominantnog položaja upravo postojanje značajne tržišne moći.

Kao što smo ranije naglasili, u ovom slučaju nije reč o kršenju etičkog principa, već principa konkurencije. Međutim, čak ukoliko prihvatimo dinamičku definiciju konkurencije, moguće je da konkurencija bude privremeno ograničena. Na primer, zbog neke prirodne katastrofe može biti otežan dolazak robe u pogođenu zonu. Tada će oni koji operišu biti u mogućnosti da značajnije podignu cene, pa je neophodno ograničiti njihovu monopolnu moć²¹.

Još jedan argument tiče se eksternalija²². Ukoliko je sistem plaćanja ugrožen (ne samo elektronski već i onaj „staromodni”) pojedincima može biti otežan pristup sopstvenim sredstvima zbog čega argument o alokativnoj efikasnosti cenovnog sistema gubi svoju snagu. Štaviše, pojavljuju se potencijalne negativne eksternalije, na primer zdravstvene, zbog činjenice da su se potrošači odrekli korišćenja nekih standardnih higijenskih sredstava. U ovom kontekstu upitan je i neoklasični argument da će se razviti alternativne metode plaćanja.

Drugi argument istog autora²³ ocenjujemo kao nešto slabiji jer se oslanja na nalaze bihevioralne ekonomije zbog kojih predviđa da će postojati tendencija da pojedinačni ponuđači precene efekat katastrofe i zbog toga održe previsoke cene u dužem roku. Sa druge strane, kao što smo prethodno naglasili u vezi sa (2), posmatrano iz ugla racionalnosti, reč je o nagodbi između visokih cena (kratkoročnih profita) i reputacije. Na čitaocu ostaje da prosudi u kojoj meri je opravdano pomisliti da će u ovim „posebnim” okolnostima odluka ponuđača zaista biti neracionalna.

Dosadašnja analiza je uzimala institucionalni kontekst kao dat. Ukoliko se analiza prebaci sa post-konstitucionalnog na konstitucionalni nivo, potpuno drugi argumenti mogli bi da iskoče u prvi plan. Naime, kada se ratnim migrantima naplati visoka cena za čašu vode samo zato što su oni spremni da je plate, ostaje gorak osećaj da ne operišemo u sistemu pravila koja su nastala iza vela neznanja. Pa ipak, verovatno sa razlogom, u ovom slučaju ne postoji ništa što bi podsećalo na teoriju implicitnih ugovora. Istini za volju, poređenje koje smo ovde načinili nije doista u Rolsovom duhu²⁴ budući da je njegova teorija nekonsekvencijalistička.

21 (Noy, 2018, p. 62).

22 (Rapp, 2006, pp. 553-557).

23 (Rapp, 2006, pp. 557-559).

24 (Rols, 1998).

Konačno, na kraju dodajemo i argument autora teksta za koji smatramo da bi ga trebalo uzeti u obzir. Kad god se pokuša argumentovati u pravcu da naglo povećanje cena u slučaju katastrofe favorizuje one sa visokim dohotkom, Druga teorema pruža neprobojni zid jer ulazimo u domen raspodele, a ona upravo govori o mogućnosti razdvajanja alokativne i distributivne funkcije cena. Pa ipak, kada govorimo o tome da cene nisu proizvoljni brojevi već da pokazuju kako ljudi vrednuju dobra na granici (granična stopa supstitucije), te da se svi potrošači suočavaju sa istom cenom, uglavnom imamo u vidu unutrašnji optimum. O značaju alokativne efikasnosti, dakle, ima više smisla govoriti kada je reč o prilagođavanjima na intenzivnoj granici. Međutim, čak i ako je reč o takvom tipu prilagođavanja, ukoliko postoji eksterno nametnuti kriterijum preživljavanja oko koga postoji široki konsenzus, smisao čisto alokativne efikasnosti (posebno posmatrane u statičkom smislu) biće doveden u pitanje imajući u vidu situaciju u kojoj mali broj pojedinaca zapravo preživljava.

ZAKLJUČAK

U ovom radu smo pokušali da prikazemo neke od glavnih argumenata za i protiv fiksiranja cena u vanrednim okolnostima. Cilj nije bio niti da podržimo niti da osporimo ovakvu politiku. Imajući u vidu da je ovakva politika gotovo neupitno prihvaćena u javnosti, veći broj argumenata sporio je politiku fiksiranja cena, ali bez ideje da se pruži bilo kakav jednoznačni, konačni odgovor. Pokazalo se da mogu biti sporni argumenti koji dovode u pitanje moralnost podizanja cena u vanrednim okolnostima, oni koji se tiču reputacije, ali i oni koji se pozivaju na princip konkurencije. Pitanje na koje nismo u potpunosti odgovorili tiče se pravne osnove politike fiksiranja cena. Jedna od tema budućih istraživanja svakako bi moglo da bude detaljnije ispitivanje istorije zakonodavstva u Srbiji po ovom pitanju.

LITERATURA

- Brewer, M. (2007). Planning Disaster: Price Gouging Statutes and the Shortages They Create. *Brooklyn Law Review*, 72(3), 1101-1137.
- Coase, R., & Wang, N. (2012). *How China Became Capitalist*. New York: Palgrave Macmillan.
- Davis, C. W. (2008). An analysis of the enactment of anti-price gouging laws. United States of America: Unpublished master's thesis, Montana State University. Preuzeto August 14, 2020 sa <https://scholarworks.montana.edu/xmlui/bitstream/handle/1/1145/DavisC0508.pdf?sequence=1>
- Galbraith, J. K. (1980). *A Theory of Price Control*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hajek, F. A. (2002). Značenje konkurencije. U *Individualizam i ekonomski poredak*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. (1986). Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market. *The American Economic Review*, 76(4), 728-741.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Knight, F. H. (1964). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Reprints of Economic Classics.
- Noy, I. (2018). The Ethical Content of the Economic Analysis of Disasters: Price Gouging and Post-Disaster Recovery. U D. P. O'Mathúna, V. Dranseika, & B. Gordijn (Urednici), *Disasters: Core Concepts and Ethical Theories* (str. 55-68). Cham: Springer Open.

- Rapp, G. C. (2006). Gouging: Terrorist Attacks, Hurricanes, and the Legal and Economic Aspects of Post-Disaster Price Regulation. *Kentucky Law Journal*, 94(3), 535-560.
- Rols, D. (1998). *Teorija pravde*. Podgorica: CID.
- Rubinstein, A. (2012). *Economic Fables*. Cambridge: Open Book Publishers.
- Suranovic, S. (2015). Surge Pricing and Price Gouging: Public Misunderstanding a Market Imperfection. *The George Washington University, Institute for International Economic Policy, Working Papers 2015-20*, 1-27.
- Taleb, N. N. (2019). *Incerto*. Smederevo: Heliks.
- Taussig, F. W. (1919). Price-Fixing as Seen by a Price-Fixer. *The Quarterly Journal of Economics*, 33(2), 205-241.
- Varian, H. R. (2010). *Mikroekonomija – moderan pristup*. Beograd: Ekonomski fakultet, Beograd.
- Zwolinski, M. (2008). The Ethics of Price Gouging. *Business Ethics Quarterly*, 18(3), 347-378.