

U V O D

Temelj „Zajedničkog tržišta“ postavljen je 1957. kada je Ugovorom iz Rima stvorena Europska ekonomska zajednica (EEZ). Zajedničko tržište oduvijek je bilo jedno od ključnih područja politike Europske unije – važan korak naprijed na tom području Komisija je učinila pokretanjem inicijative jedinstvenog tržišta 1985. Srž politike jedinstvenog tržišta čine „četiri slobode“ – slobodno kretanje ljudi, robe, usluga i kapitala.

Prema izračunima Komisije od 1993. do 2003. jedinstveno je tržište stvorilo 2,5 milijuna dodatnih radnih mjesta i generiralo gotovo 900 milijardi eura dodatnog profita.

Pedeset godina od početaka jedinstvenog tržišta, Komisija pomiče fokus s uklanjanja grančnih barijera pri trgovanju na osiguravanje boljeg funkcioniranja tržišta i prednosti koje ono pruža građanima, potrošačima i poduzetnicima. Pri tome bi trebalo „promicati konkurentsko poslovno okruženje koje poštuje odabir potrošača te se ponaša socijalno i ekološki odgovorno“. Komisija želi i bolju procjenu socijalnog učinka daljnje integracije i otvaranja sektora za konkurenciju.

Mnogo građana Europe izrazilo je zabrinutost zbog primijećenih negativnih učinaka globalizacije. Komisija drži da je stvar socijalne pravde predvidjeti i popratiti promjenu kada su u pitanju ljudi i sektori na koje izravno utječe otvaranje tržišta. 2005. godine osnovan je takozvani EU Fond prilagođavanja globalizaciji (EGF) kako bi se odgovorilo na probleme, koji su osobito bili izraženi u Francuskoj, te pomoglo radnicima koji su ostali bez posla zbog liberalizacije trgovine. Tim ljudima godišnje će se isplaćivati financijska pomoć u iznosu do 500 milijuna eura kako bi im se pomoglo pronaći novo zaposlenje.

Europska konfederacija sindikata (ETUC) i BusinessEurope, organizacija poslodavaca u EU, pozdravile su novu viziju Europske komisije za jedinstveno tržište 21. stoljeća. Međutim, treba učiniti još mnogo toga za konačno ostvarenje internog tržišta. U određenim osjetljivim sektorima, posebice u zdravstvu, financijskim uslugama i mrežnim djelatnostima poput energetike, usavršavanje integracije EU tržišta još će potrajati.

Čini se pomalo ludim da se ekonomija dijeli na dva "dijela" — mikroekonomiju i makroekonomiju. I to i jest ludo jer je privreda samo jedna. Činjenica je ipak da se neke vrste problema, najbolje prikazuju iz mikro i makro kuta gledišta. No, isti makro kut gledišta vrlo slabo osvjetljava druge vrste ekonomske aktivnosti, posebno one koje pokazuju kakve vrste proizvodnji imamo. Stoga, pitanja o izboru koje imamo kao proizvođači ili potrošači — pitanja koja imaju neizmjerne posljedice za naš privredni život — zahtijevaju drugi vidokrug, onaj koji osvjetljava aktivnosti kupaca i prodavatelja, potrošača i poslovnih ljudi. To je vidokrug tržnice — dočana mješovitom robom, tržnice pšenicom, prodavaonice — gdje se interakcija kupaca i prodavatelja ostvaruje "uživo", a to nam promakne iz vida kad studiramo BNP.