

Istraživanje o percepciji rada Agencije za zaštitu konkurencije u crnogorskoj javnosti

Uvod

U periodu 25. januar – 3. februar 2024, agencija za ispitivanje javnog mnjenja „DAMAR“ iz Podgorice sprovela je **istraživanje o percepciji rada Agencije za zaštitu konkurencije među crnogorskim građanima**, koje je dijelom obuhvatilo i pitanja vezana za javno shvatanje značaja i načina funkcionisanja politika zaštite konkurencije i kontrole državne pomoći.

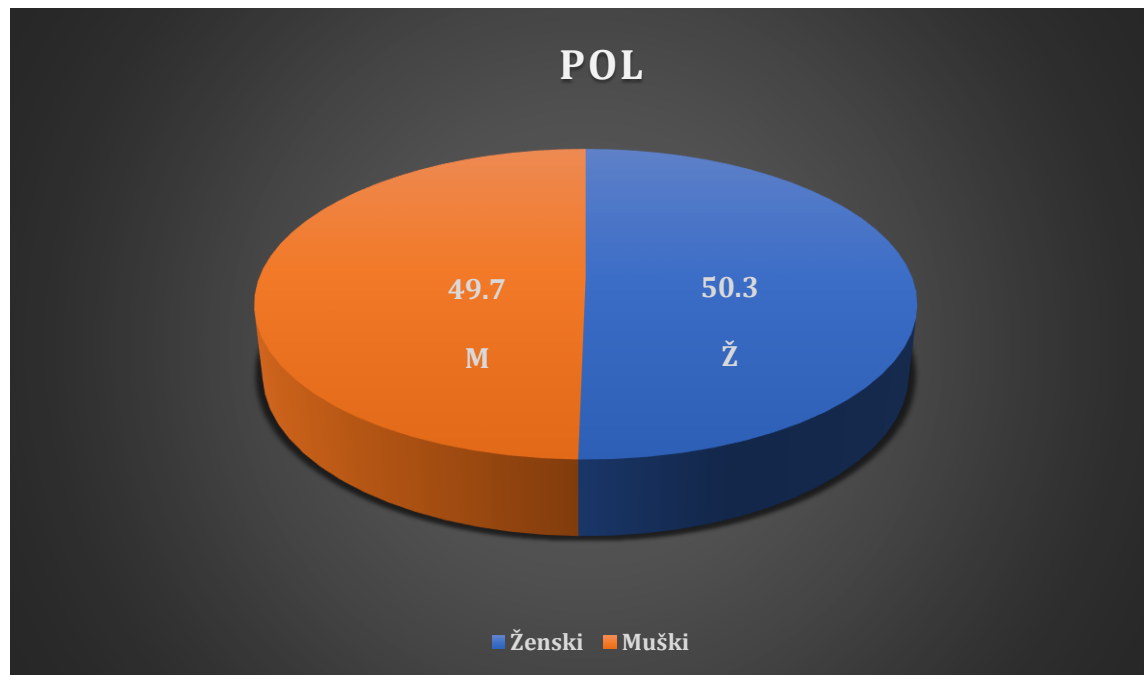
Istraživanjem su obuhvaćene ukupno 1004 osobe, a prilikom realizacije istog vodilo se računa o ravnopravnoj zastupljenosti oba pola, kao i o ravnomjernoj zastupljenosti pripadnika različitih starosnih grupa, nacionalnosti, stepena obrazovanja, te o fer raspodjeli broja ispitanika iz sve tri regije Crne Gore (Jug, Centar, Sjever).

Istraživanje je rađeno elektronski, tzv. CAPI (*Computer-Assisted Personal Interview*) metodom.

Pregled konkretnih pojedinačnih podataka može se pronaći u daljem tekstu.

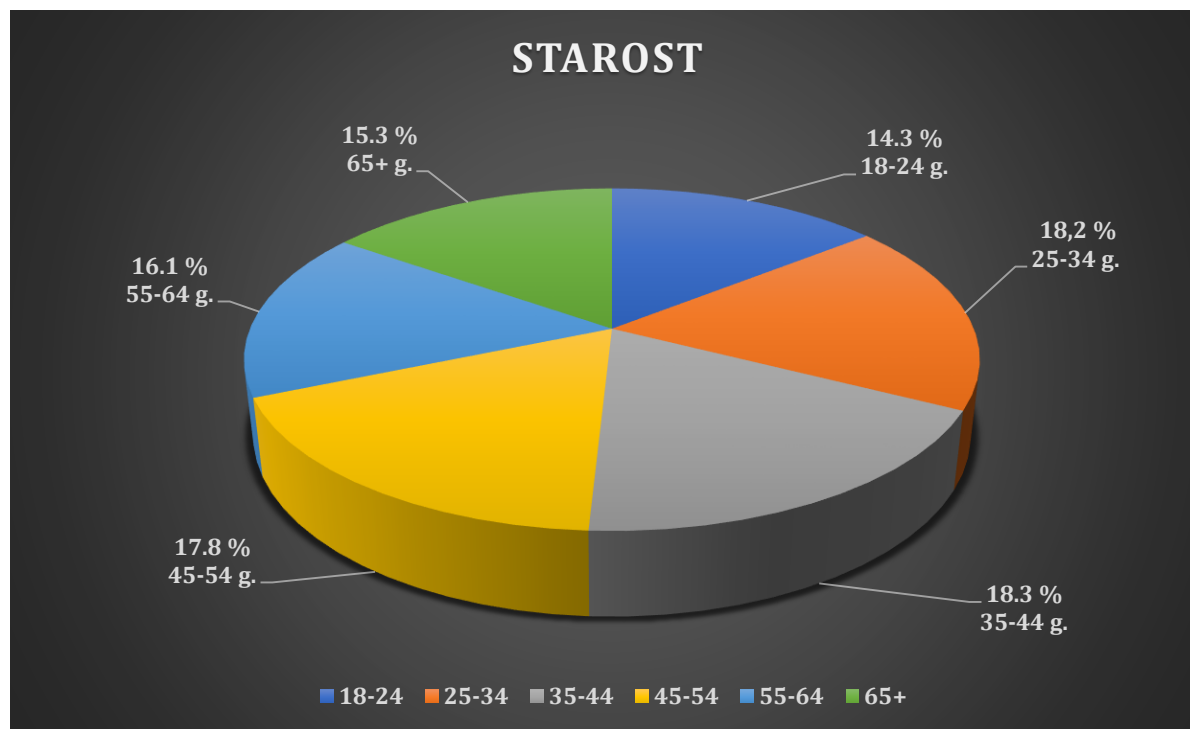
Struktura ispitanika

Od ukupnog broja ispitanih lica, njih 50,3% bilo je ženskog, a 49,7% muškog pola (*Slika 1*).



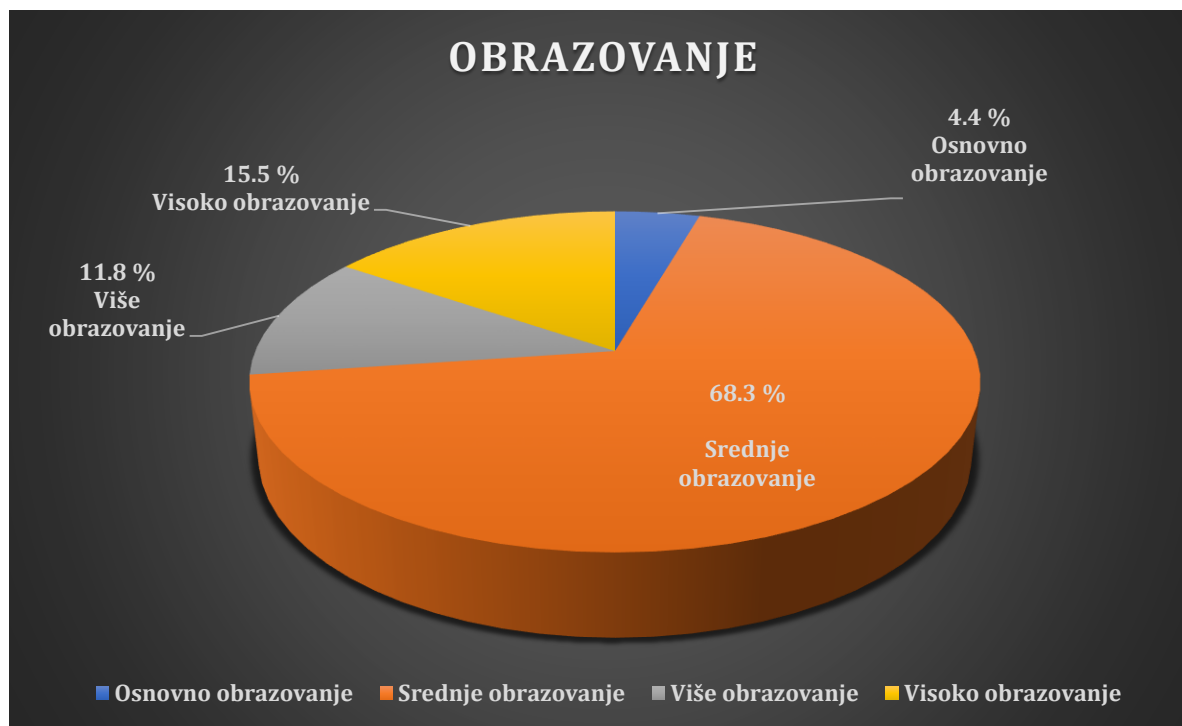
Slika 1: *Struktura ispitanika prema polu (M/Ž)*

Kada je u pitanju struktura ispitanika prema starosnoj grupi (Slika 2), najveći procenat ispitanih lica (18,3%) je imao između 35 i 44 godine, dok je njih 18,2% imalo između 25 i 34 godine starosti. S druge strane, najmanji procenat ispitanika (15,3%) bio je stariji od 65 godina.



Slika 2: Struktura ispitanika prema starosnoj grupi

Što se tiče stepena obrazovanja ispitanih osoba, najveći dio, njih 58,3% ima srednje obrazovanje, dok 4,4% ima samo osnovno obrazovanje. Više obrazovanje je steklo 11,8% ispitanika, a 15,5% visoko obrazovanje (Slika 3).



Slika 3: Struktura ispitanika prema stepenu obrazovanja

Relativna većina od 45,6% učesnika u istraživanju čine nacionalni Crnogorci / Crnogorke, dok 33,4% istih čine Srbi / Srkinje po nacionalnosti. Kao Bošnjaci / Bošnjakinje izjašnjava se njih 8,4%, kao Muslimani / Muslimanke njih 6,4%, te 5,7% kao Albanci / Albanke (Slika 4).



Slika 4: Struktura ispitanika prema nacionalnoj pripadnosti

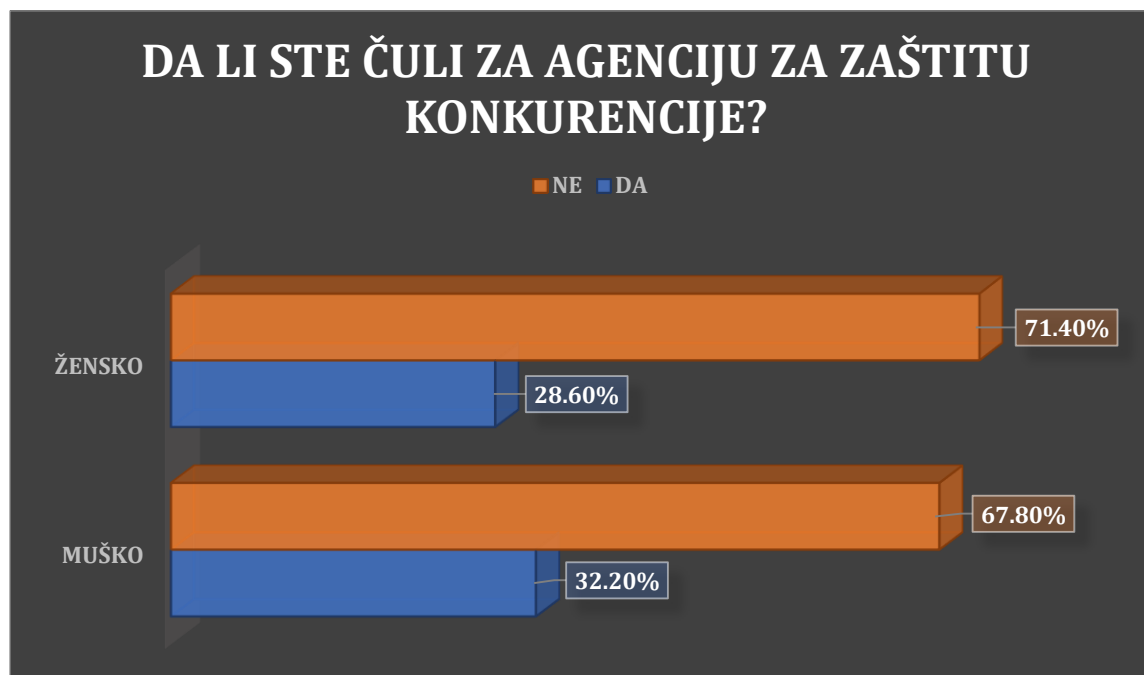
PITANJE BROJ 1: Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?

Na prvo pitanje – *Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?* – potvrdno je odgovorilo manje od svakog trećeg ispitanika, odnosno 30,4% istih, dok je predominantna većina, od čak 69,6% ispitanika, odgovorila negativno na navedeno pitanje (*Slika 5*).



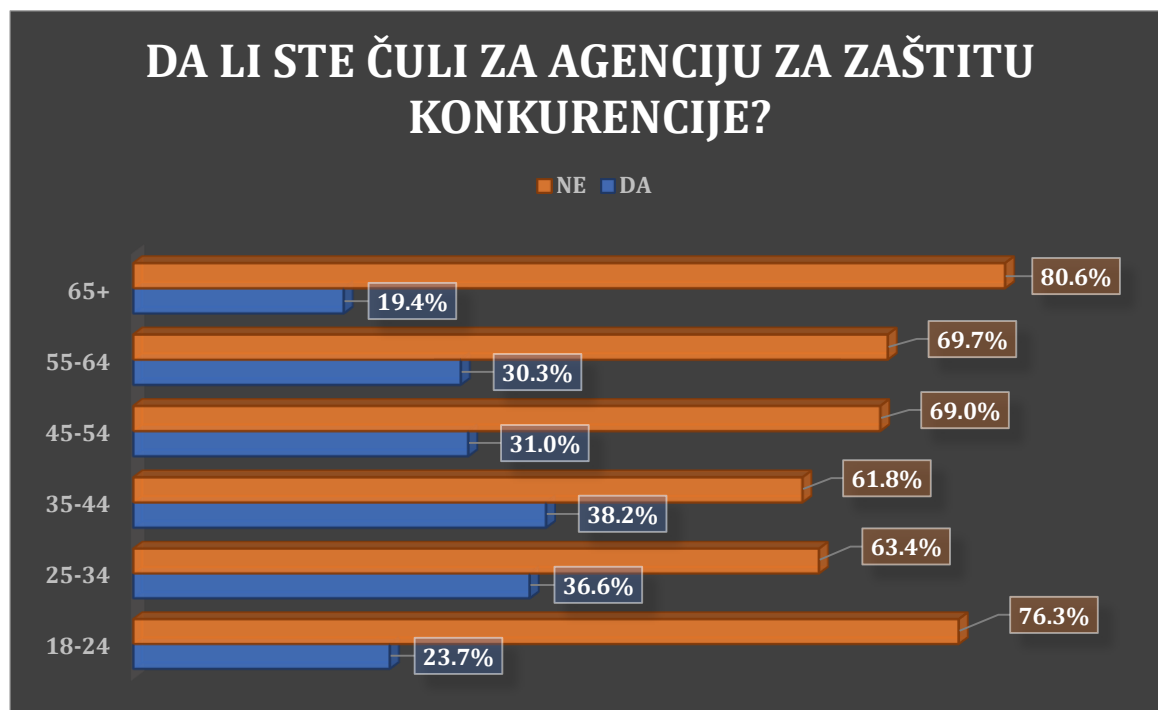
Slika 5: *Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?* – Total

Za Agenciju za zaštitu konkurencije je čulo 32,2% ispitanika muškog pola, kao i 28,6% ispitanika ženskog pola, dok 67,8% ispitanika muškog i 71,4% ispitanika ženskog pola nije čulo za Agenciju (Slika 6).



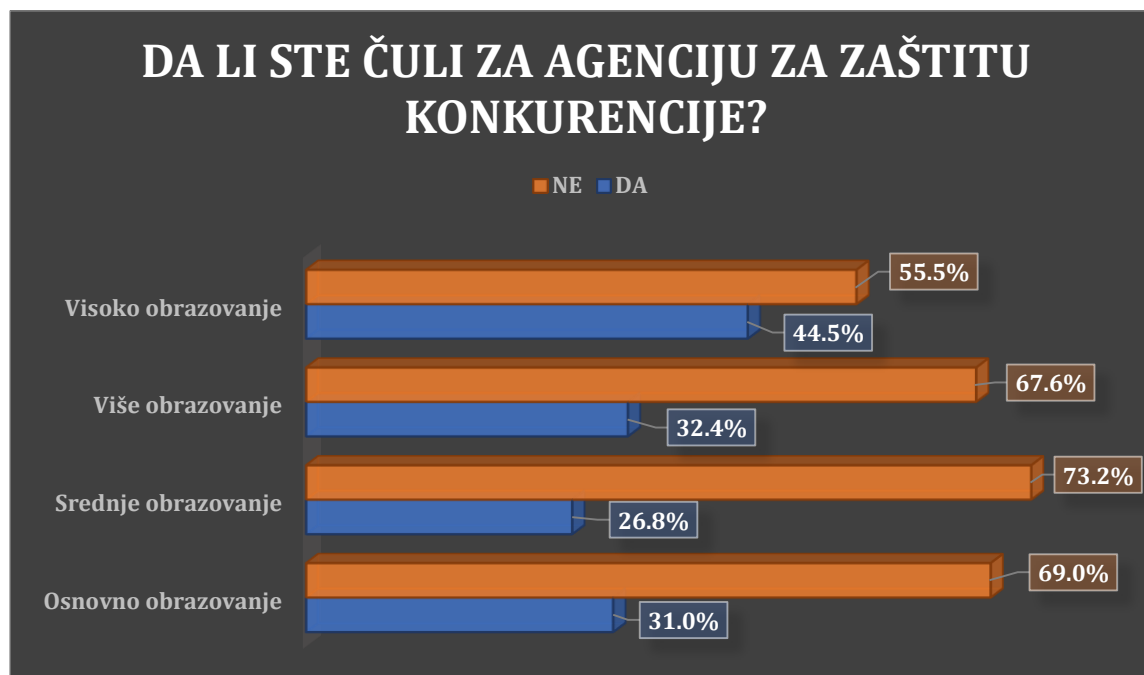
Slika 6: Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Pol

Kada je u pitanju starosna struktura, najveći procenat lica koja su čula za Agenciju za zaštitu konkurencije (38,2%) ima između 35 i 44 godina, dok je taj procenat najmanji među osobama koje su navršile 65 godina života (Slika 7).



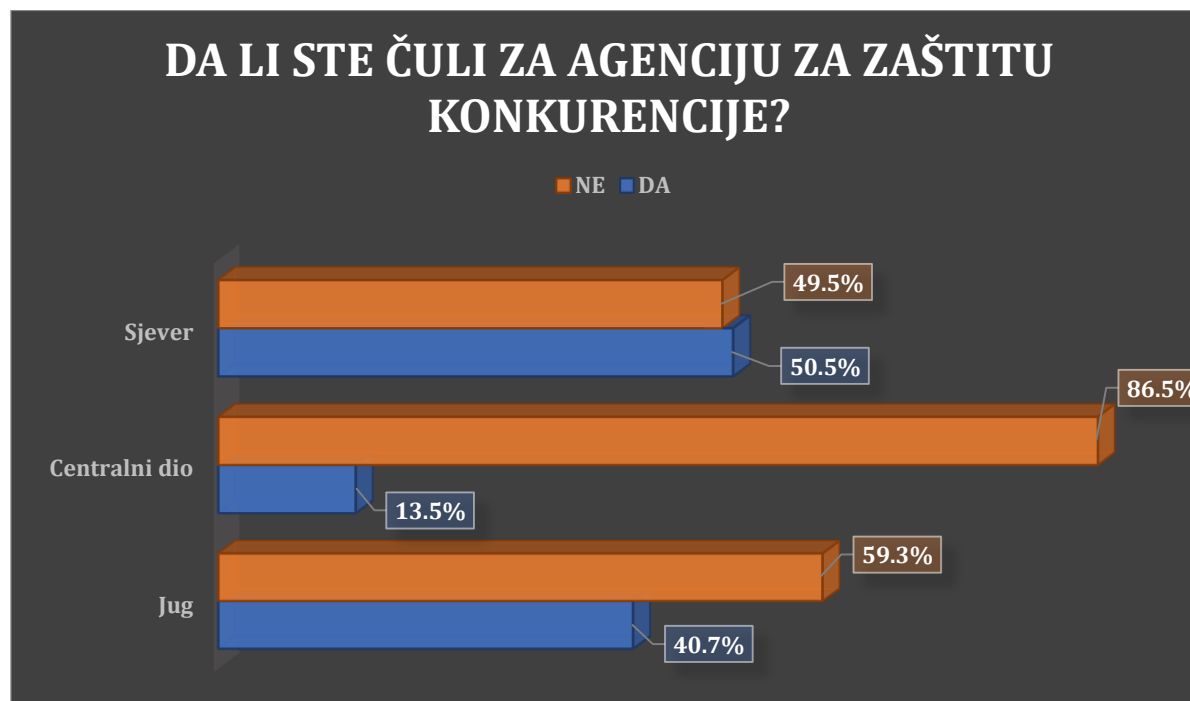
Slika 7: Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Starost

Među licima koja su čula za Agenciju za zaštitu konkurencije, najviše je onih s visokom stručnom spremom – 44,5% – a najmanje je lica sa srednjim obrazovanjem: 26,8% (Slika 8).



Slika 8: *Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?* – Stepen obrazovanja

Natpolovična većina ispitanika koji dolaze iz Sjeverne regije Crne Gore, odnosno njih 50,5%, čula je za Agenciju za zaštitu konkurencije, dok se isto može reći za tek 13,5% ispitanih iz centralnog dijela naše zemlje (Slika 9).



Slika 9: Da li ste čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Regija

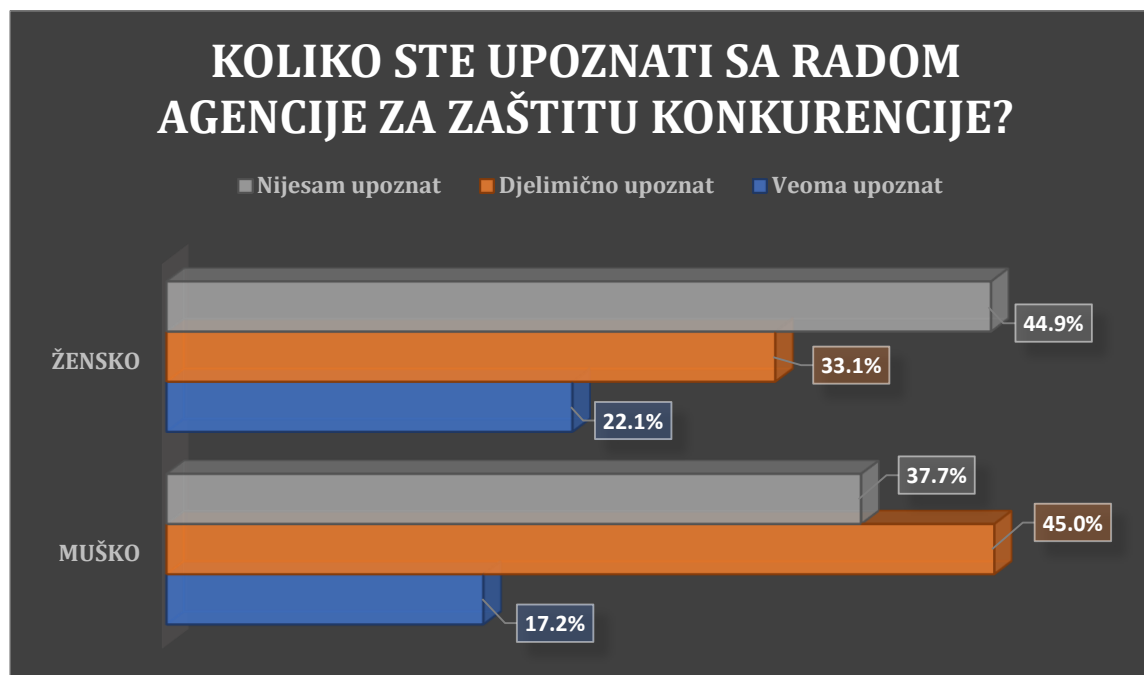
PITANJE BROJ 2: Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije?

Kada je u pitanju drugo pitanje – *Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije?* – relativna većina od 41,1% ukupnog broja ispitanika izjavila je da nije upoznata s radom Agencije, dok je 39,4% anketiranih istaklo kako su djelimično upoznati. S druge strane, 19,5% ispitanika se smatra veoma upoznatim s radom Agencije za zaštitu konkurencije (Slika 10).



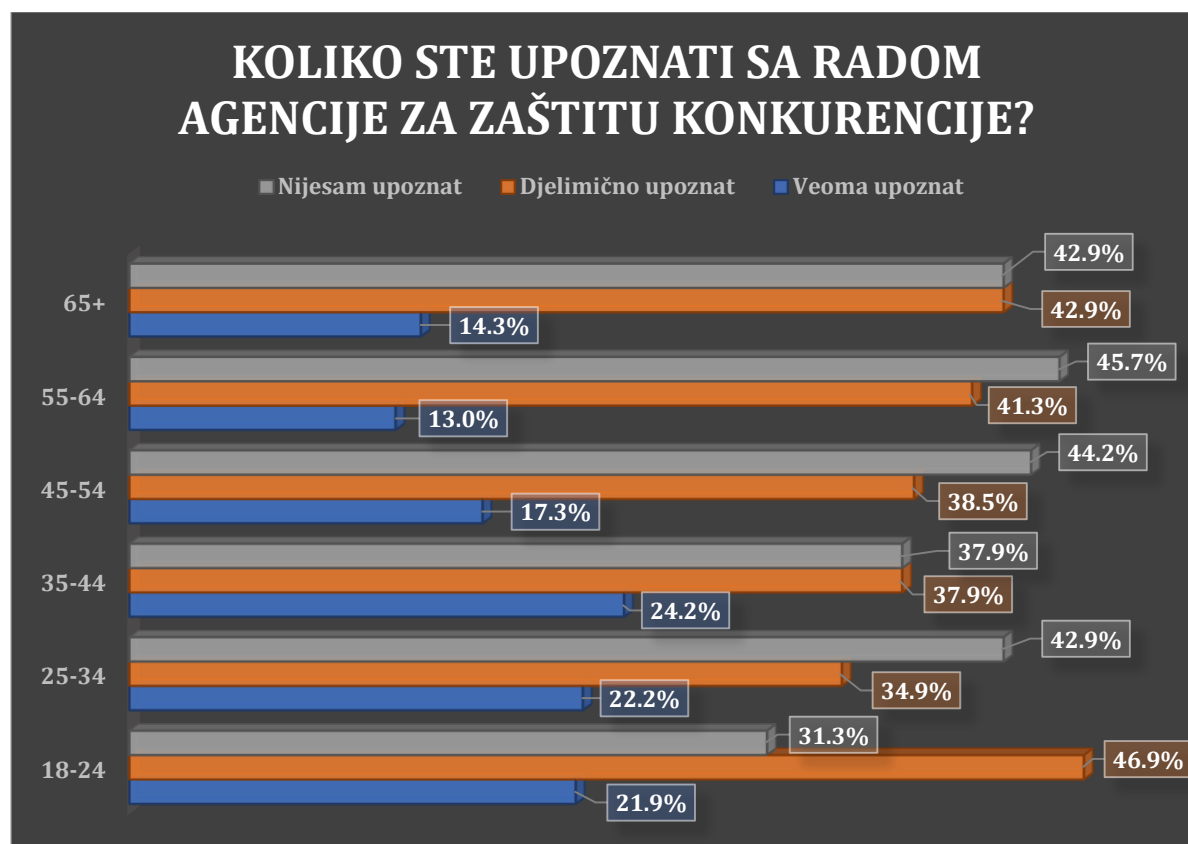
Slika 10: Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije? – Total

Većina ispitanika ženskog pola – 44,9% – nije upoznata s radom Agencije za zaštitu konkurencije, dok najveći dio (45%) ispitanika muškog pola smatra kako je djelimično upoznat s radom Agencije (Slika 11).



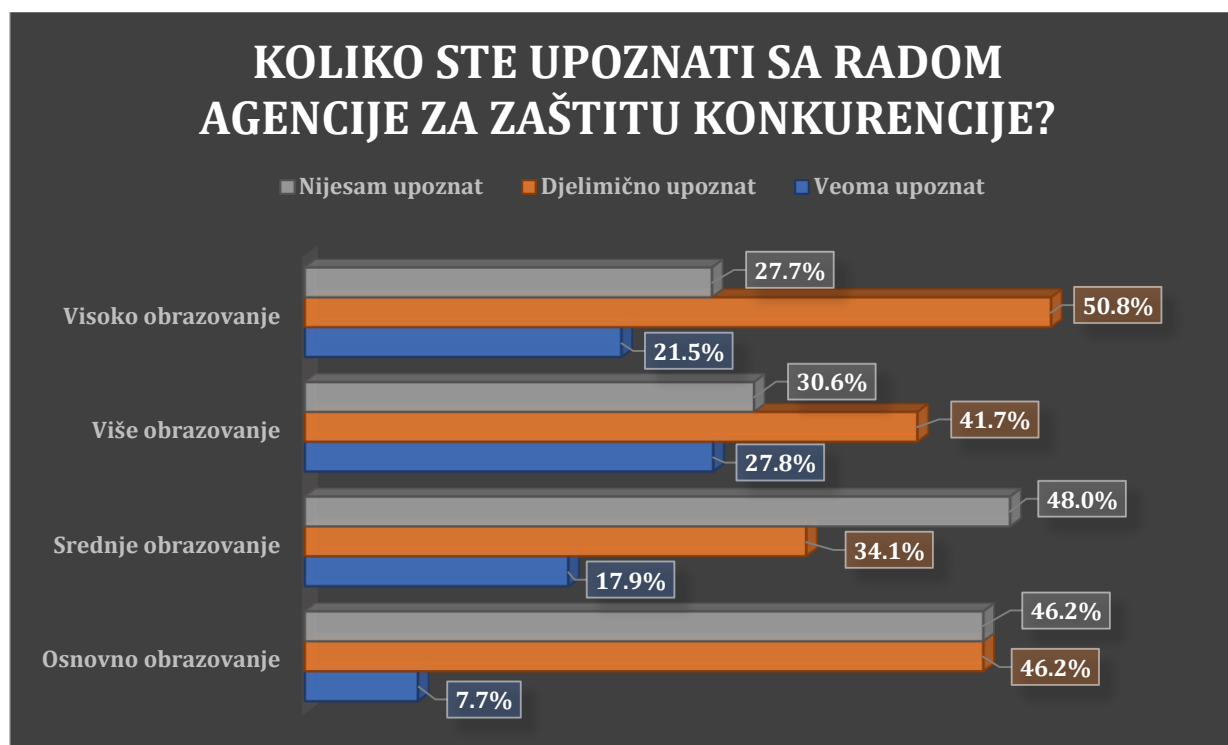
Slika 11: *Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije?* – Pol

Najveći procenat lica koja su izjavila kako su veoma upoznata s radom Agencije (21,9%), kao i onih koji cijene da su djelimično upoznati (46,9%), nalazi se među osobama koje imaju između 18 i 24 godine, dok se najveći procenat onih koji tvrde kako nijesu upoznati s radom Agencije za zaštitu konkurencije (45,7%) nalazi u kategoriji lica 55-64 godine starosti (Slika 12).



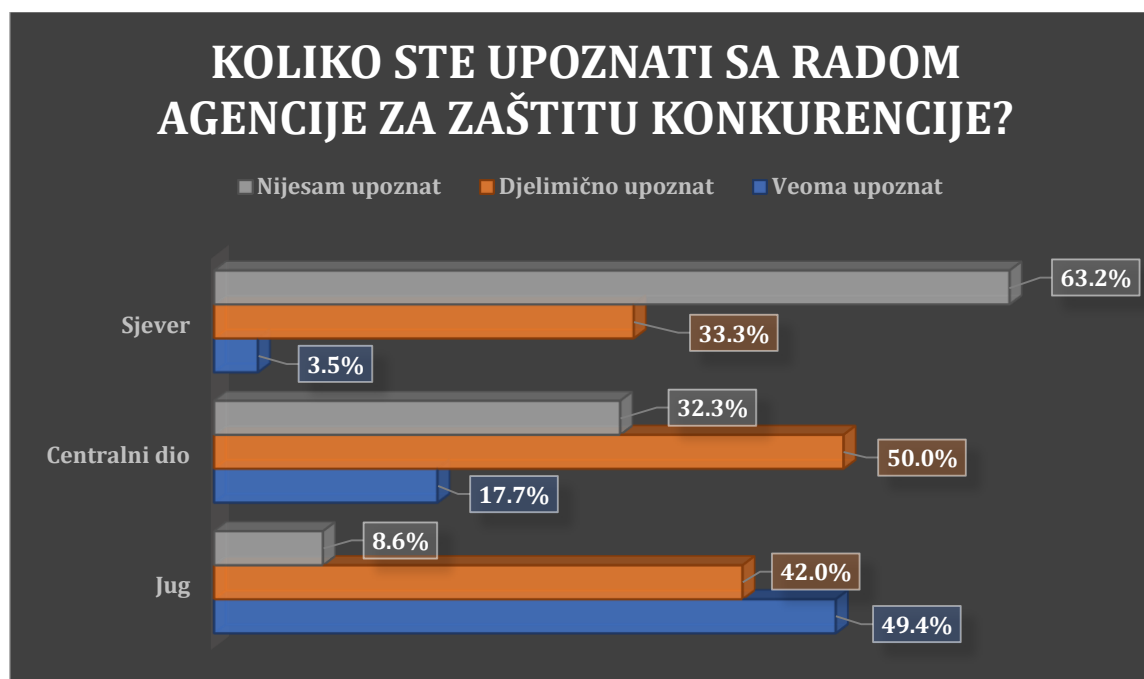
Slika 12: Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije? – Starost

Natpolovična većina lica s visokim obrazovanjem (50,8%) cijeni kako je djelimično upoznata s radom Agencije, a najveći procenat onih koji smatraju kako su veoma upoznati s radom Agencije za zaštitu konkurencije pripada grupi osoba s višim obrazovanjem (27,8%). Najviše neupućenih u rad Agencije (48%) nalazimo u grupi lica sa srednjim obrazovanjem (Slika 13).



Slika 13: *Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije?* – Stepen obrazovanja

Osobe koje dolaze iz Sjeverne regije Crne Gore su najvećim dijelom (63,2%) neupoznate s radom Agencije za zaštitu konkurencije, a lica s Juga su najvećim dijelom (49,4%) veoma upoznata, dok je tačno polovina ispitanika iz Centralne regije izjavila kako je djelimično upoznata s radom Agencije (Slika 14).

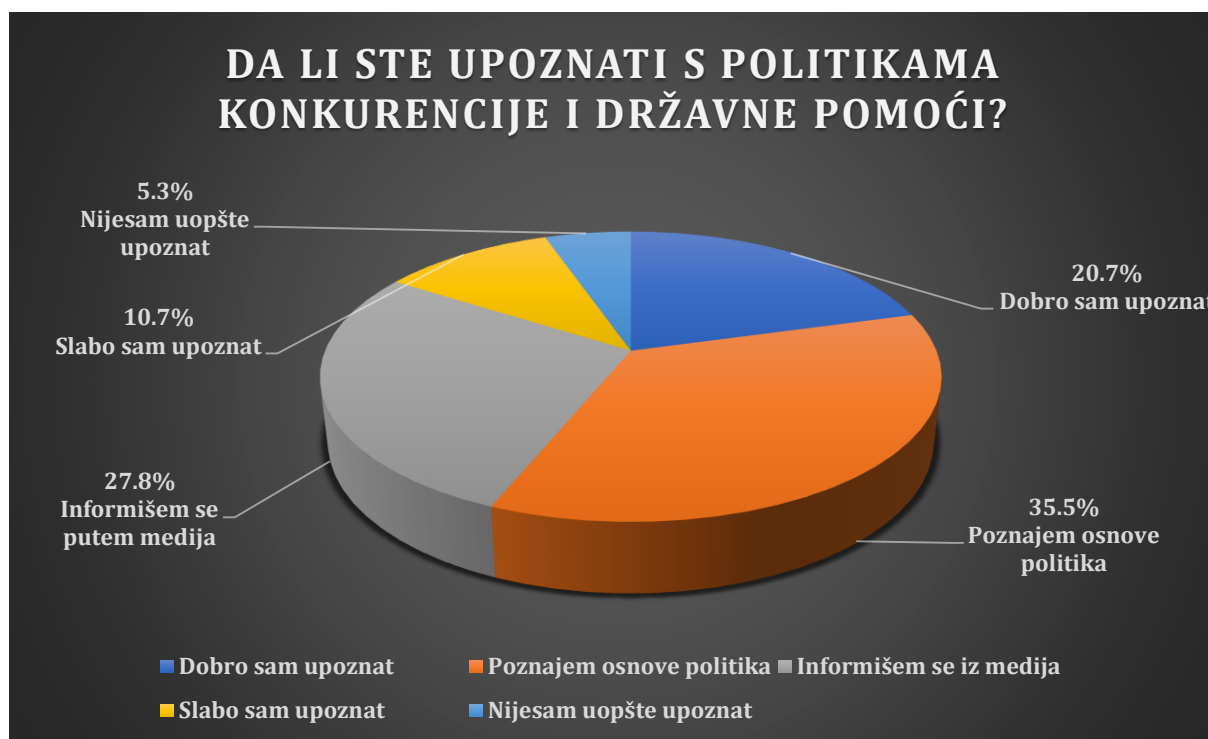


Slika 14: Koliko ste upoznati sa radom Agencije za zaštitu konkurencije? – Regija

PITANJE 3: Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći?

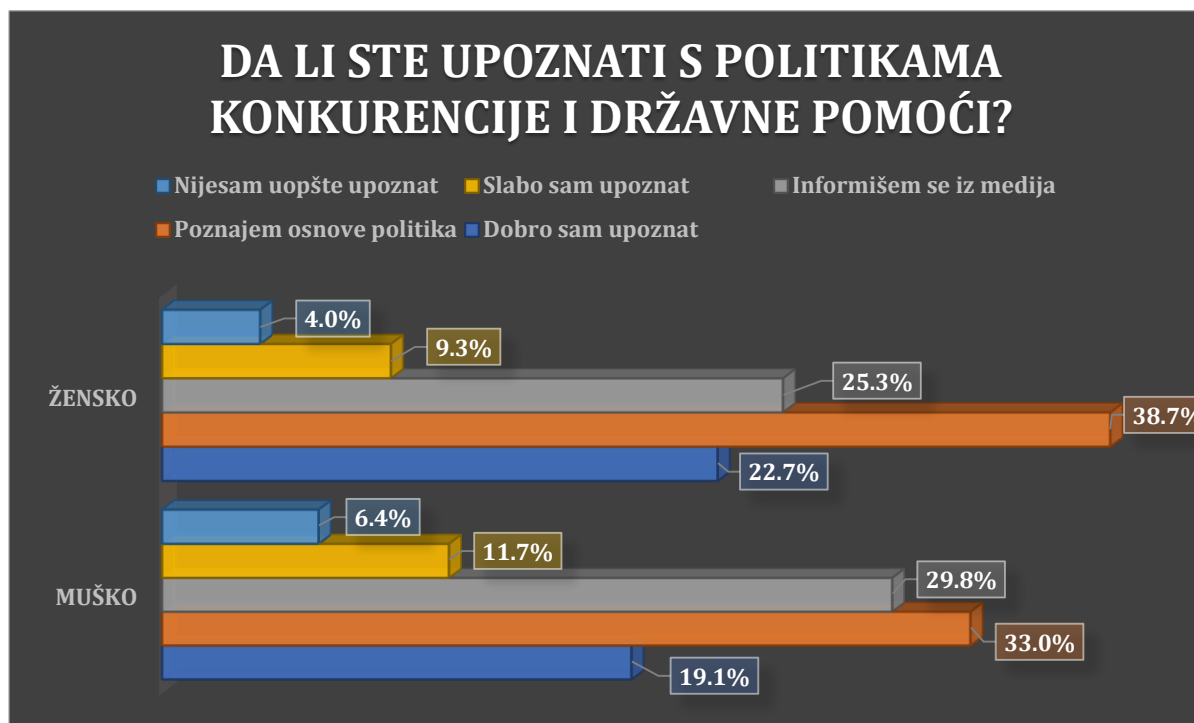
NAPOMENA: Na ovo i sljedeća pitanja odgovarali su ispitanici koji su prethodno izjavili da su veoma upoznati ili djelimično upoznati s radom Agencije za zaštitu konkurencije.

Što se tiče trećeg pitanja – *Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći?* – najveći procenat ispitanika u ovom dijelu (35,5%) cijeni kako poznaje osnove politika konkurencije i državne pomoći, dok njih 5,3% tvrdi kako nije uopšte upoznato s istima (Slika 15).



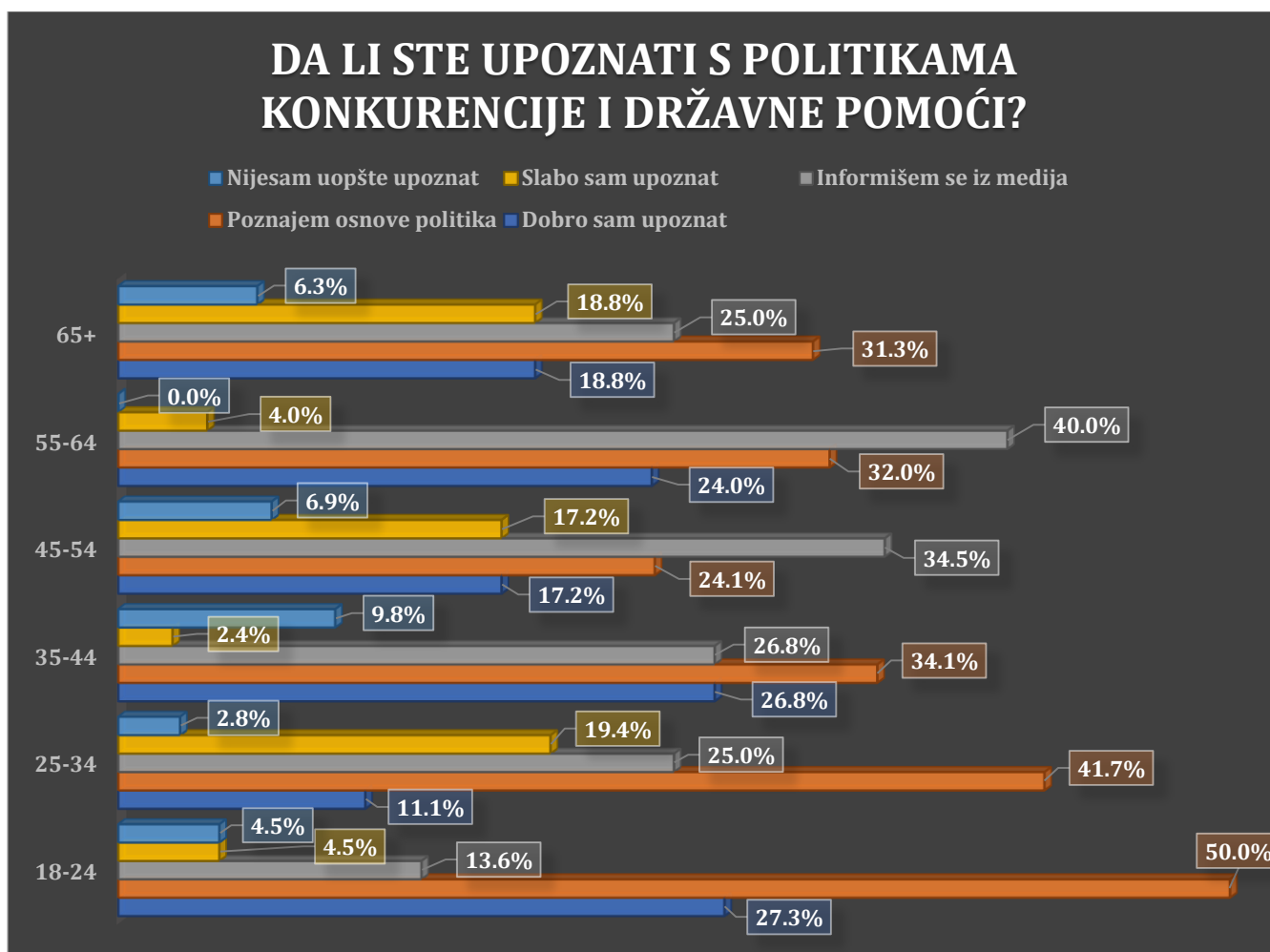
Slika 15: *Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći?* – Total

Više ispitanika ženskog pola – 38,7%, u odnosu na 33% ispitanika muškog pola – kazalo je da poznaje osnove politika konkurencije i državne pomoći, a, s druge strane, više ispitanih muškog pola je izjavilo da nije uopšte upoznato s ovim politikama – 6,4% naspram 4% (Slika 16).



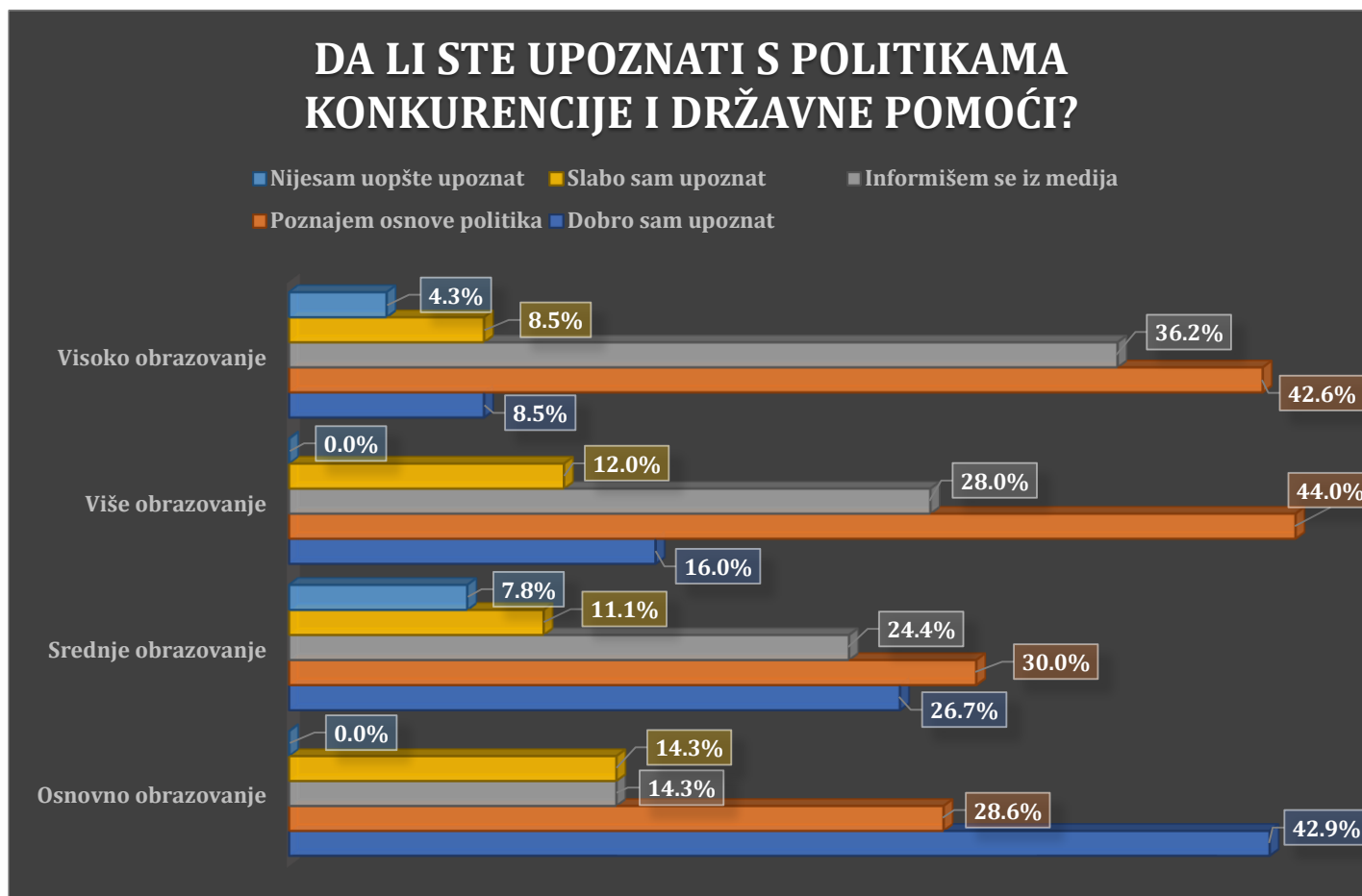
Slika 16: Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći? – Pol

Polovina ispitanika u starosnoj grupi 18-24 godine starosti smatra da poznaje osnove politika konkurencije i državne pomoći, a u istoj grupi je i najveći procenat lica koja se smatraju dobro upoznatima s navedenim politikama (27,3%). Jedino u grupi lica koja imaju između 55 i 64 godine nije bilo pojedinaca koji smatraju kako nijesu uopšte upoznati s politikama u pitanju (Slika 17).



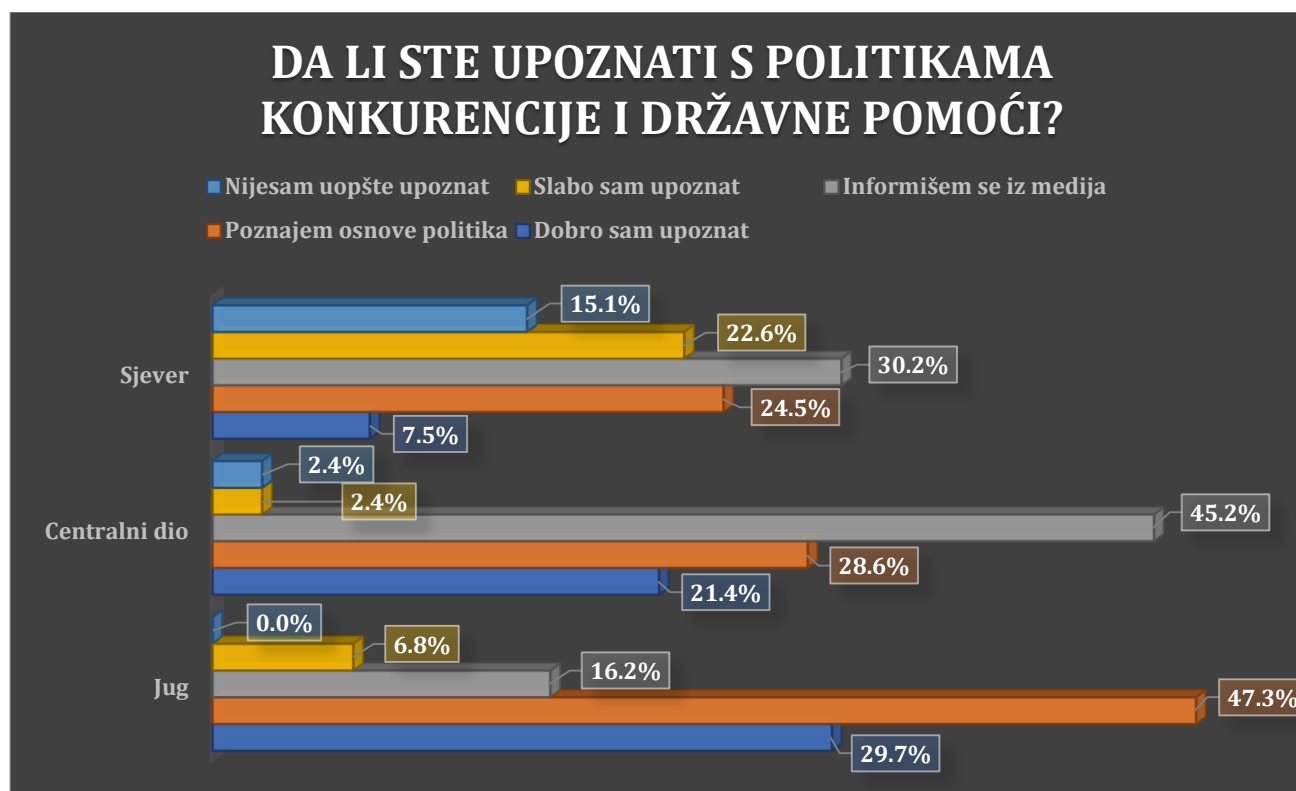
Slika 17: Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći? – Starost

Posmatranjem rezultata kroz prizmu obrazovne strukture ispitanika primjećuje se da se jedino u grupi lica s osnovnim obrazovanjem nalazi većina od 42,9% koja se smatra dobro upoznatim s politikama konkurencije i državne pomoći (Slika 18).



Slika 18: Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći? – Stepen obrazovanja

Među ispitanicima s Juga zemlje, njih 47,3% smatra kako poznaje osnove politika konkurencije i državne pomoći, dok se većina od 45,2% ispitanika iz centralnog dijela informiše o ovim temama iz medija. Kada su u pitanju ispitanici sa Sjevera, njih 22,6% cijeni da je slabo upoznato, a njih 15,1% cijeni kako nije uopšte upoznato s ovim politikama (Slika 19).



Slika 19: Da li ste upoznati s politikama konkurencije i državne pomoći? – Regija

PITANJE BROJ 4: Da li znate koja institucija je nadležna za politike?

Blaga većina od 55% ispitanika je na četvrto pitanje – *Da li znate koja institucija je nadležna za politike (konkurencije i državne pomoći)?* – odgovorila potvrdno, dok je njih 45% izjavilo kako nije upoznato (Slika 20).



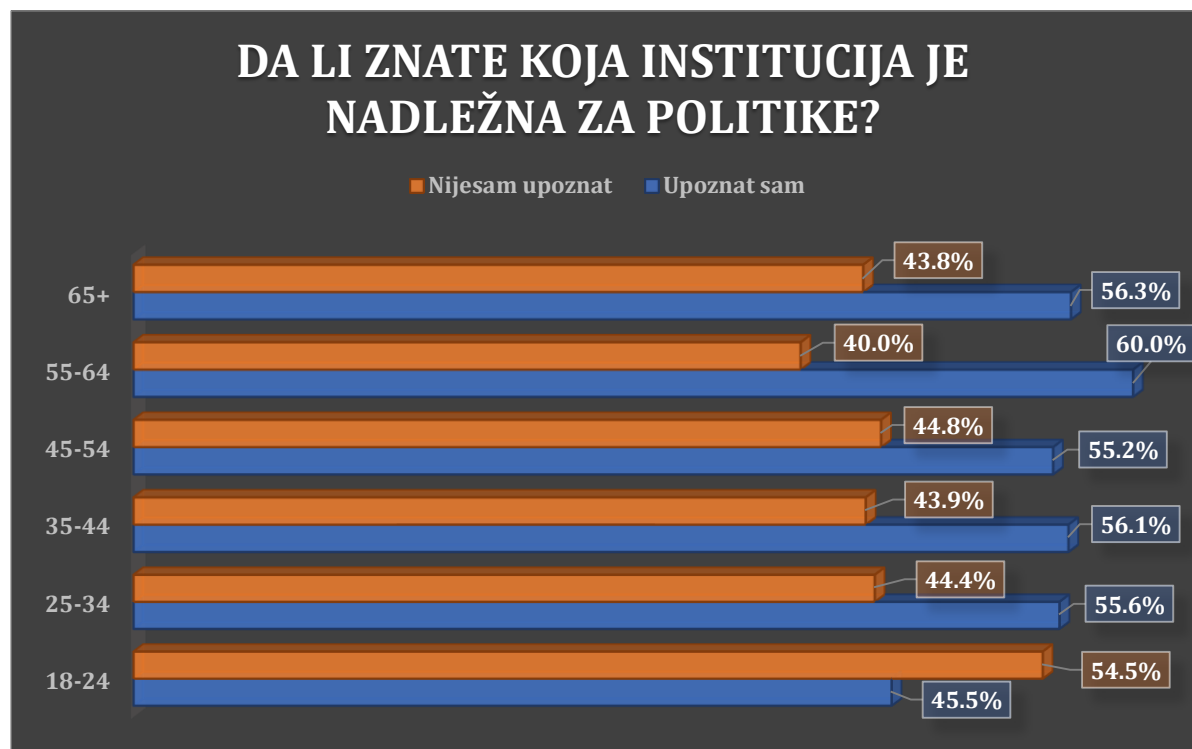
Slika 20: *Da li znate koja institucija je nadležna za politike?* – Total

Kada se u dobijeni rezultat ufaktoriše pol ispitanika, ne primjećuju se značajnije razlike: 53,3% osoba ženskog pola jeste, a 46,7% nije upoznato s tim koja institucija je nadležna za politike konkurencije i državne pomoći; s druge strane, 56,4% lica muškog pola jeste, a 43,6% nije upoznato s navedenim (Slika 21).



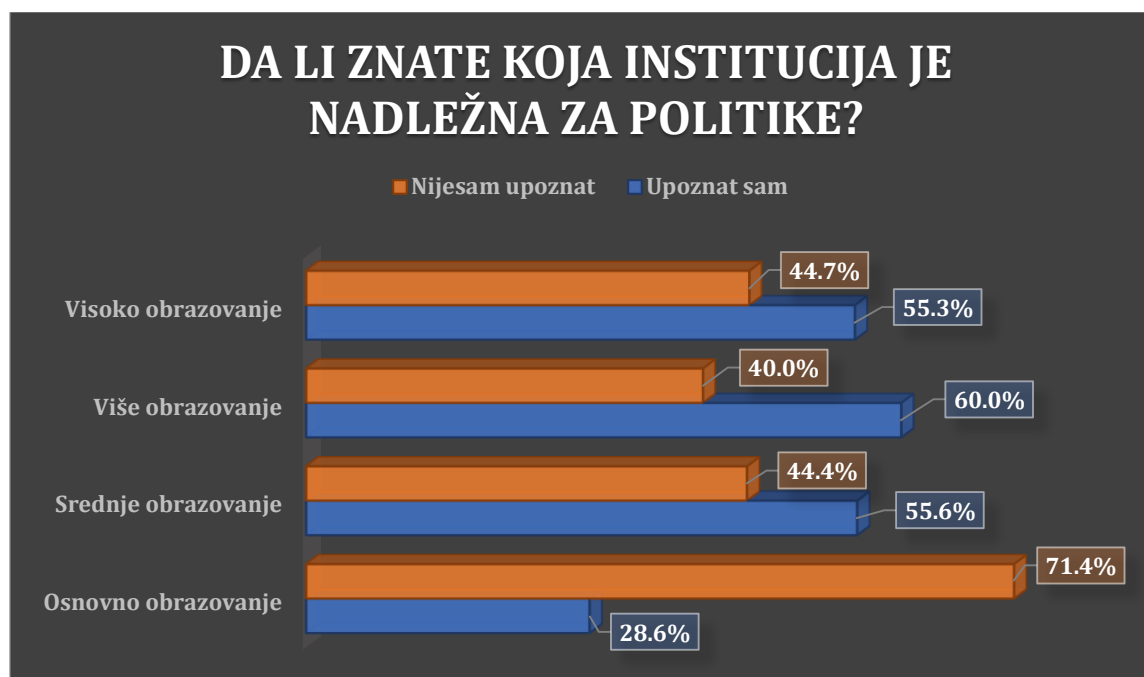
Slika 21: Da li znate koja institucija je nadležna za politike? – Pol

Kada je u pitanju starost ispitanika, najveći procenat upoznatosti s tim koja institucija je nadležna za politike konkurencije i državne pomoći nalazimo u grupi lica između 55 i 64 godine starosti – njih 60% (Slika 22).



Slika 22: Da li znate koja institucija je nadležna za politike? – Starost

U kategorijama lica sa srednjim, višim i visokim obrazovanjem, većina ispitanika je bila upoznata s tim koja institucija je nadležna za sprovođenje politika zaštite konkurencije i kontrole državne pomoći, dok, kada su u pitanju lica s osnovnim obrazovanjem, većina od 71,4% ipak nije bila upoznata s navedenim (Slika 23).



Slika 23: Da li znate koja institucija je nadležna za politike? – Stepen obrazovanja

Većina ispitanika koji žive u Južnoj (60,8%) i u Centralnoj regiji (54,8%) je bila upoznata, dok većina ispitanika iz Sjeverne regije (52,8%) nije bila upoznata s tim koja institucija je nadležna za politike konkurencije i državne pomoći (Slika 24).



Slika 24: Da li znate koja institucija je nadležna za politike? – Regija

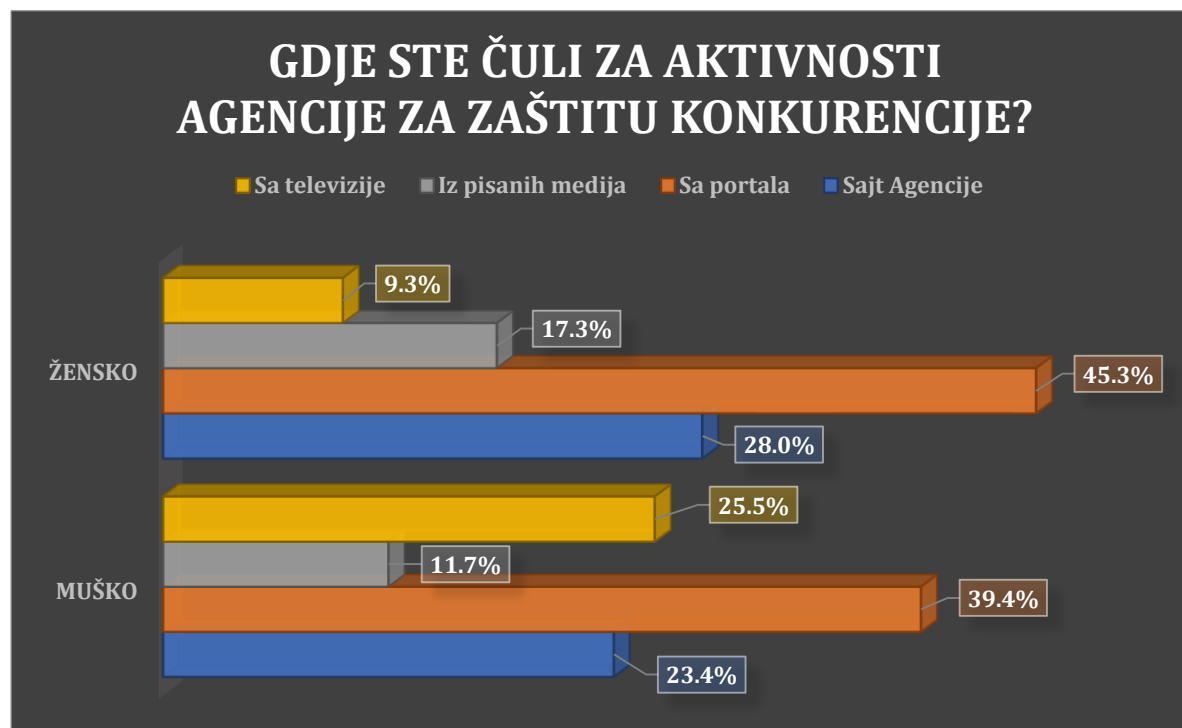
PITANJE BROJ 5: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije?

Na peto pitanje – *Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije?* – najveći dio ispitanika (42%) je odgovorio da je za aktivnosti Agencije čuo na onlajn portalima, dok je 25,4% njih kazalo kako je za aktivnosti Agencije čulo putem njene zvanične internet prezentacije (azzk.me). S druge strane, za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije je posredstvom televizije čulo 18,3% ispitanih, a iz pisanih medija njih 14,2% (Slika 25).



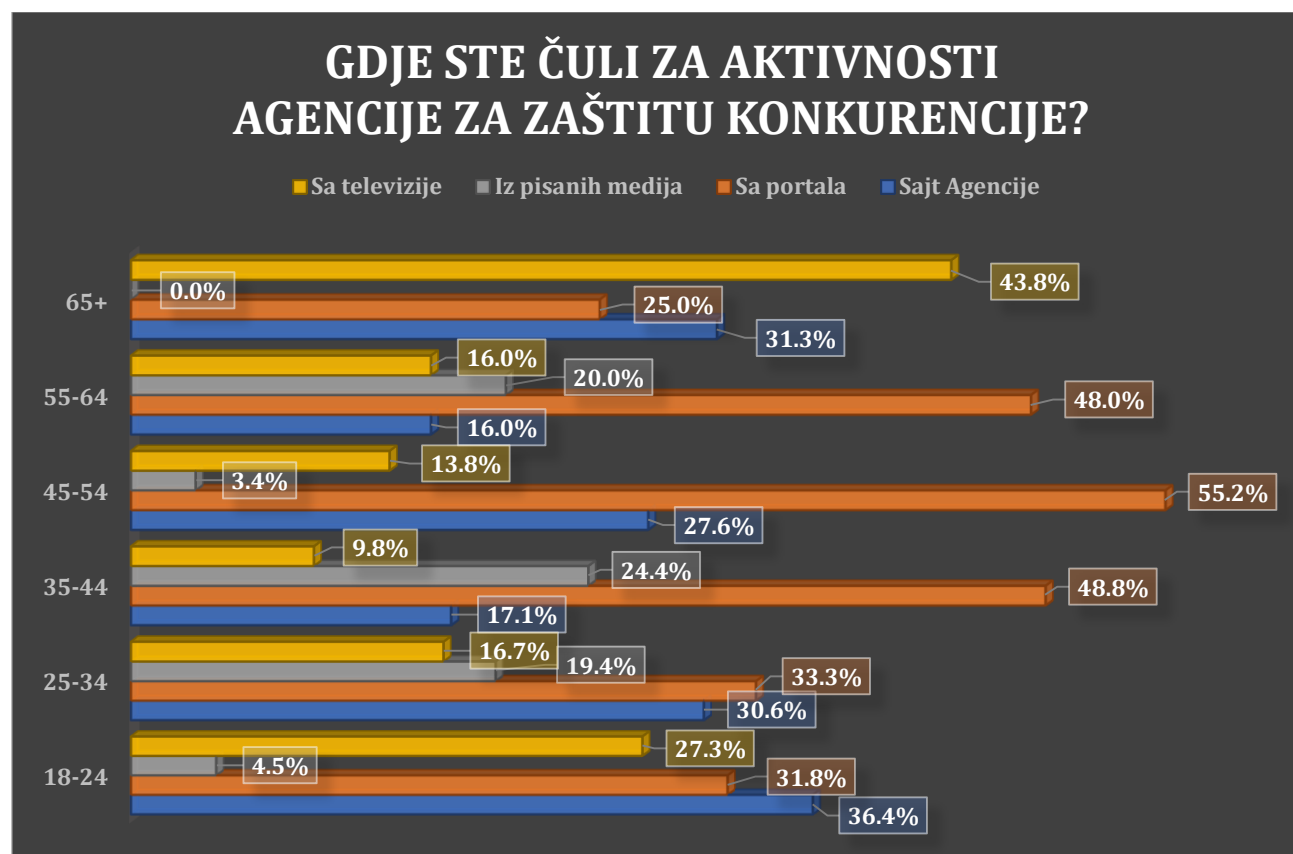
Slika 25: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije? – Total

Sa internet portala je za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije čula većina ispitanika i ženskog (45,3%) i muškog (39,4%) pola. Najmanji procenat žena je za aktivnosti Agencije čuo putem televizijskih kanala (9,3%), a najmanji broj muškaraca (11,7%) iz pisanih medija (Slika 26).



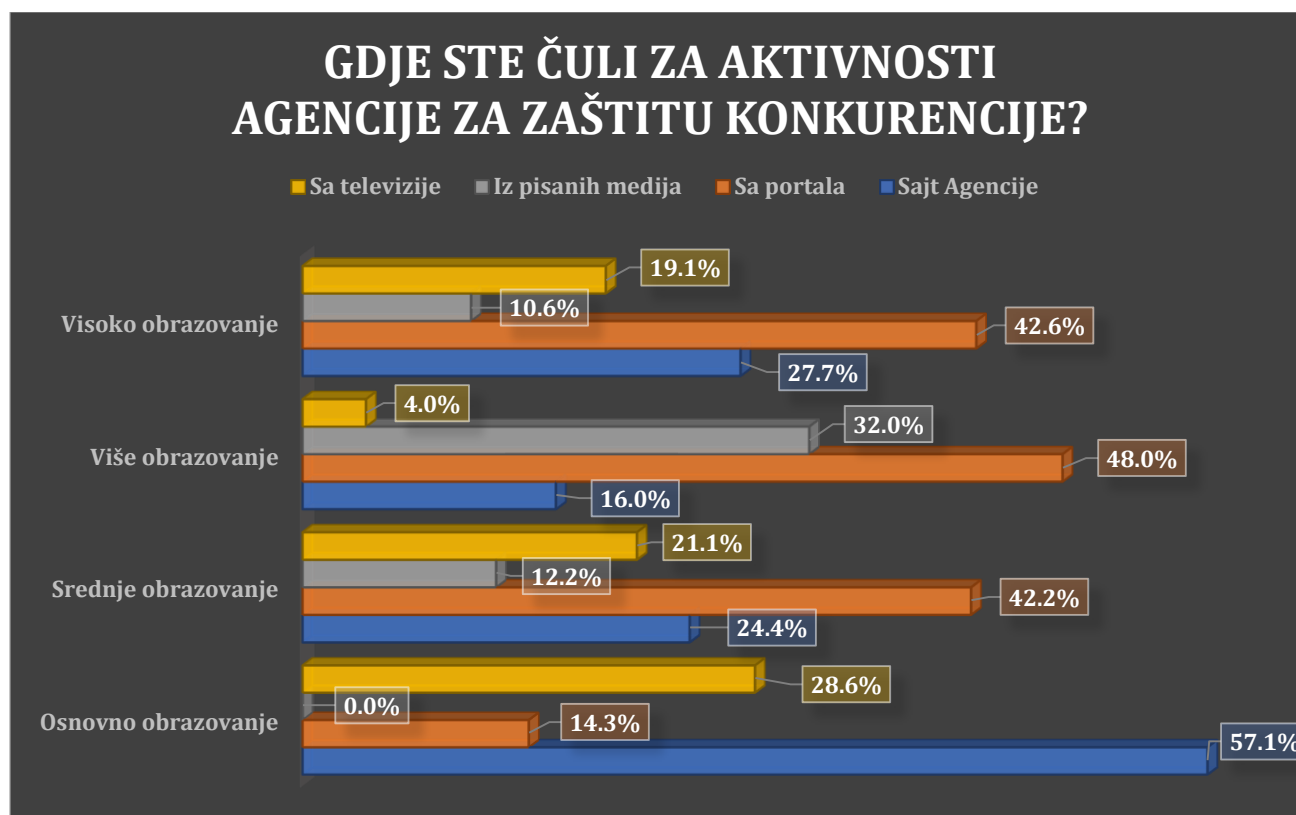
Slika 26: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije? – Pol

U odgovorima na ovo pitanje se uočavaju jasne međugeneracijske razlike: Dok je predominantna većina osoba starijih od 65 godina za aktivnosti Agencije čula putem televizije, ostale starosne kategorije se više oslanjaju na informisanje putem internet portala, odnosno zvanične internet prezentacije Agencije za zaštitu konkurencije (Slika 27).



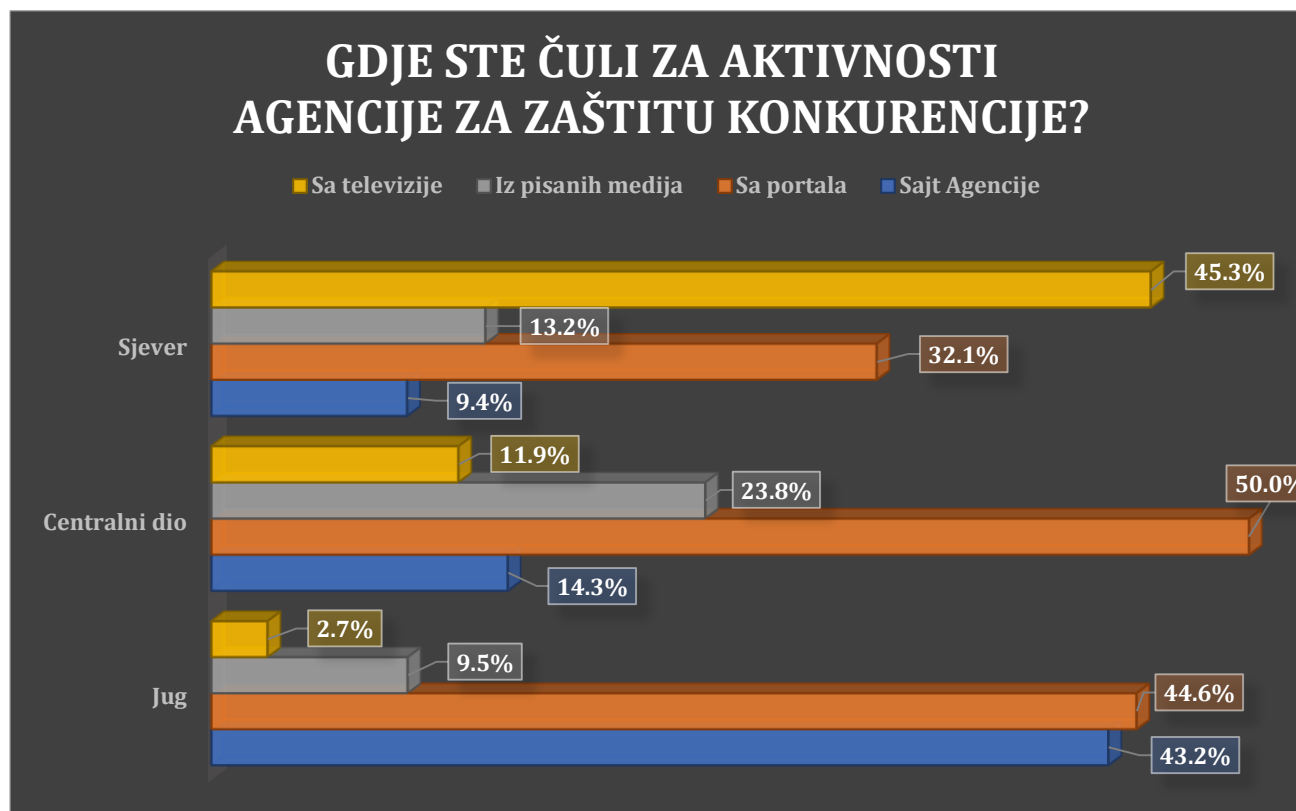
Slika 27: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije? – Starost

Kada je u pitanju stepen obrazovanja, za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije je putem portala čula većina ispitanika s visokim (42,6%), višim (48%), te srednjim obrazovanjem (42,2%), dok je većina od 57,1% lica s osnovnim obrazovanjem za aktivnosti Agencije čula putem zvanične internet stranice institucije – azzk.me (Slika 28).



Slika 28: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije? – Stepen obrazovanja

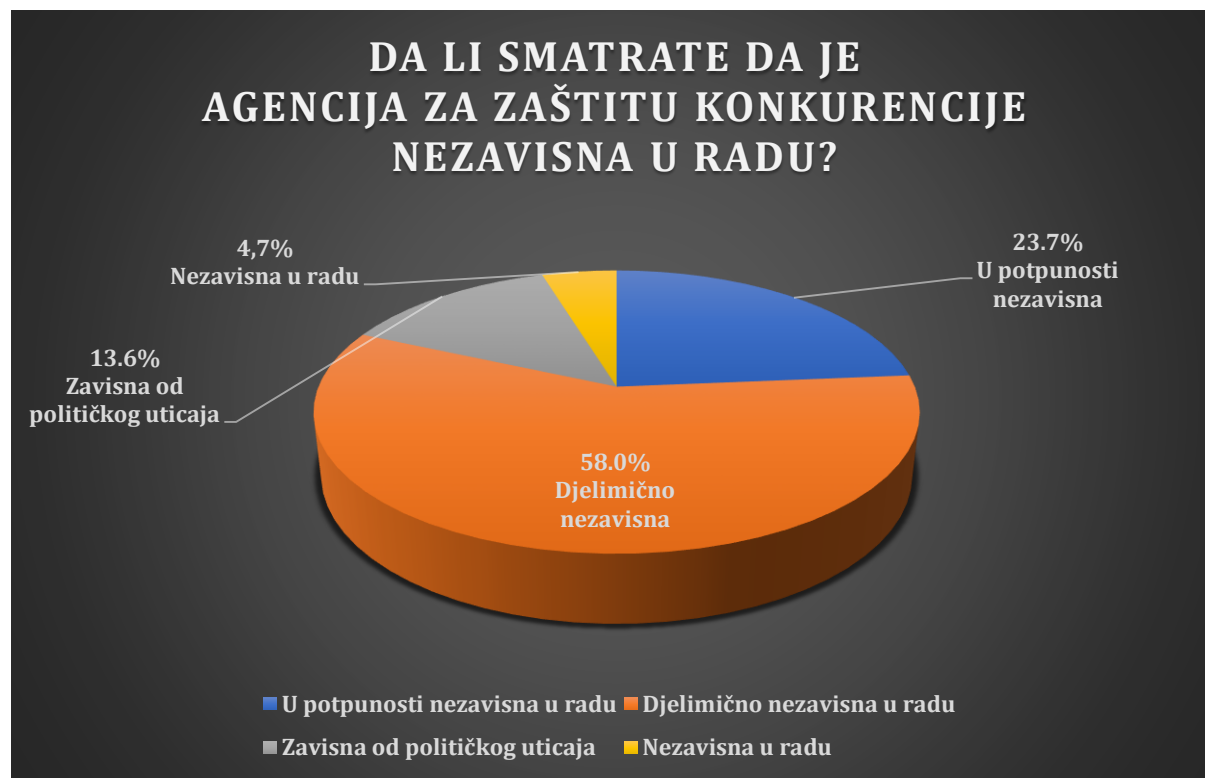
Za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije je putem internet portala čula većina stanovnika iz Centralne (50%) i Južne regije (44,6%), za razliku od stanovništva Sjevera, čiji se veći dio (45,3%) o aktivnostima Agencije informisao putem televizije (Slika 29).



Slika 29: Gdje ste čuli za aktivnosti Agencije za zaštitu konkurencije? – Regija

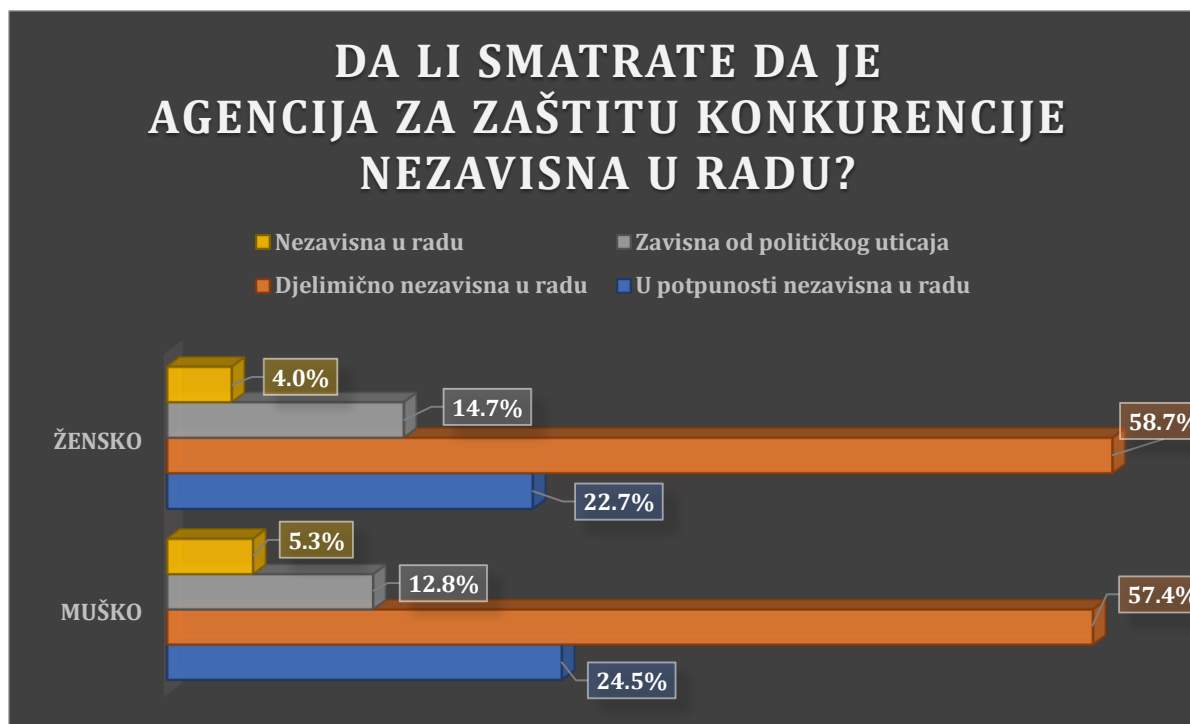
PITANJE BROJ 6: Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu?

Natpolovična većina ispitanika (58%) je na sljedeće pitanje – *Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu?* – odgovorilo kako smatra da je Agencija djelimično nezavisna, dok 13,6% istih cijeni kako je Agencija zavisna od političkog uticaja. Da je Agencija nezavisna u radu smatra 4,7% ispitanih, a njih 23,7% je stava da je Agencija za zaštitu konkurencije u potpunosti nezavisna u svom radu (Slika 30).



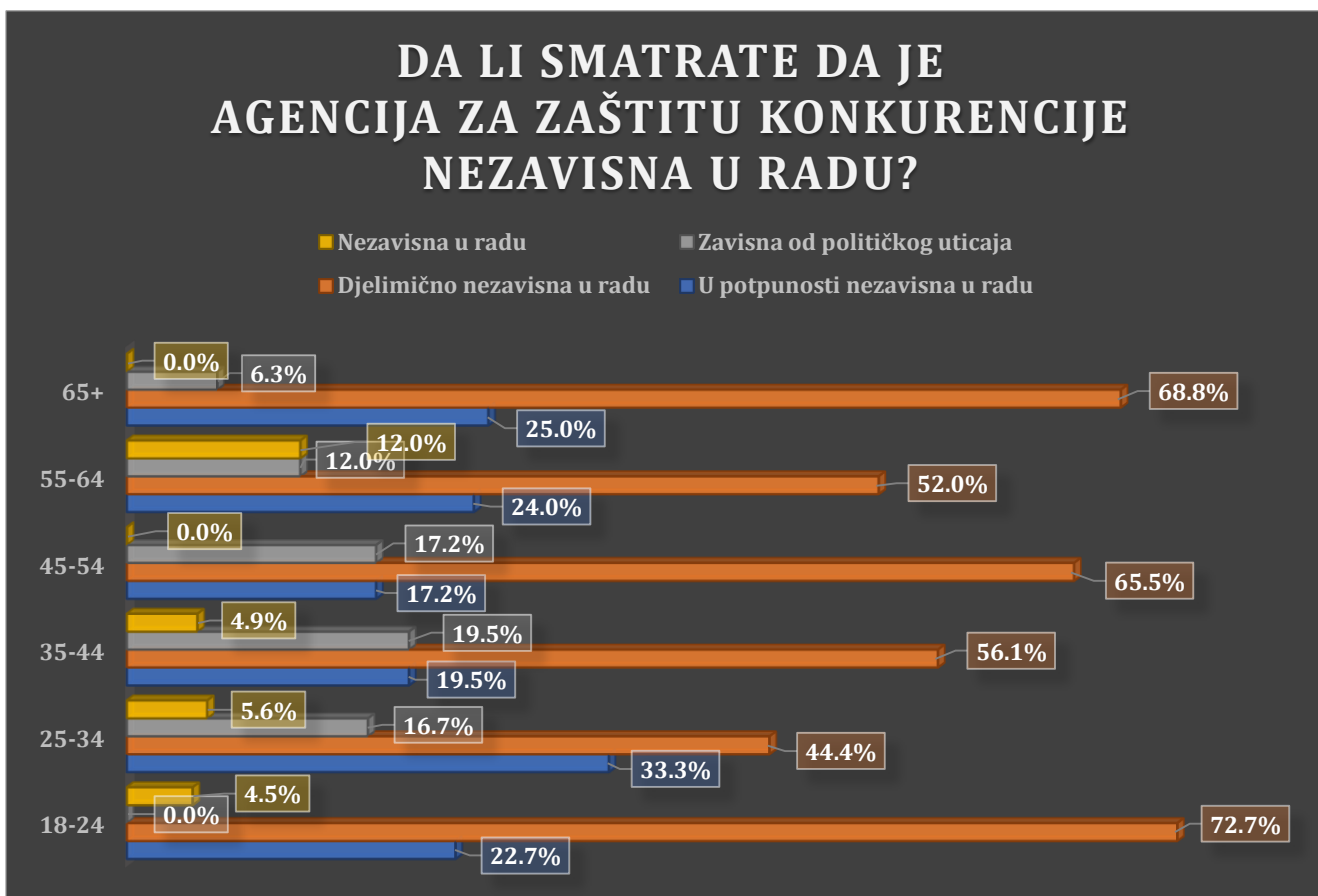
Slika 30: *Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu?* – Total

Da je Agencija za zaštitu konkurencije djelimično nezavisna u radu smatra većina od 58,7% ispitanica ženskog, odnosno 57,4% ispitanika muškog pola, dok to da je Agencija u potpunosti nezavisna u radu smatra 22,7% ženskih i 24,5% muških ispitanika (Slika 31).



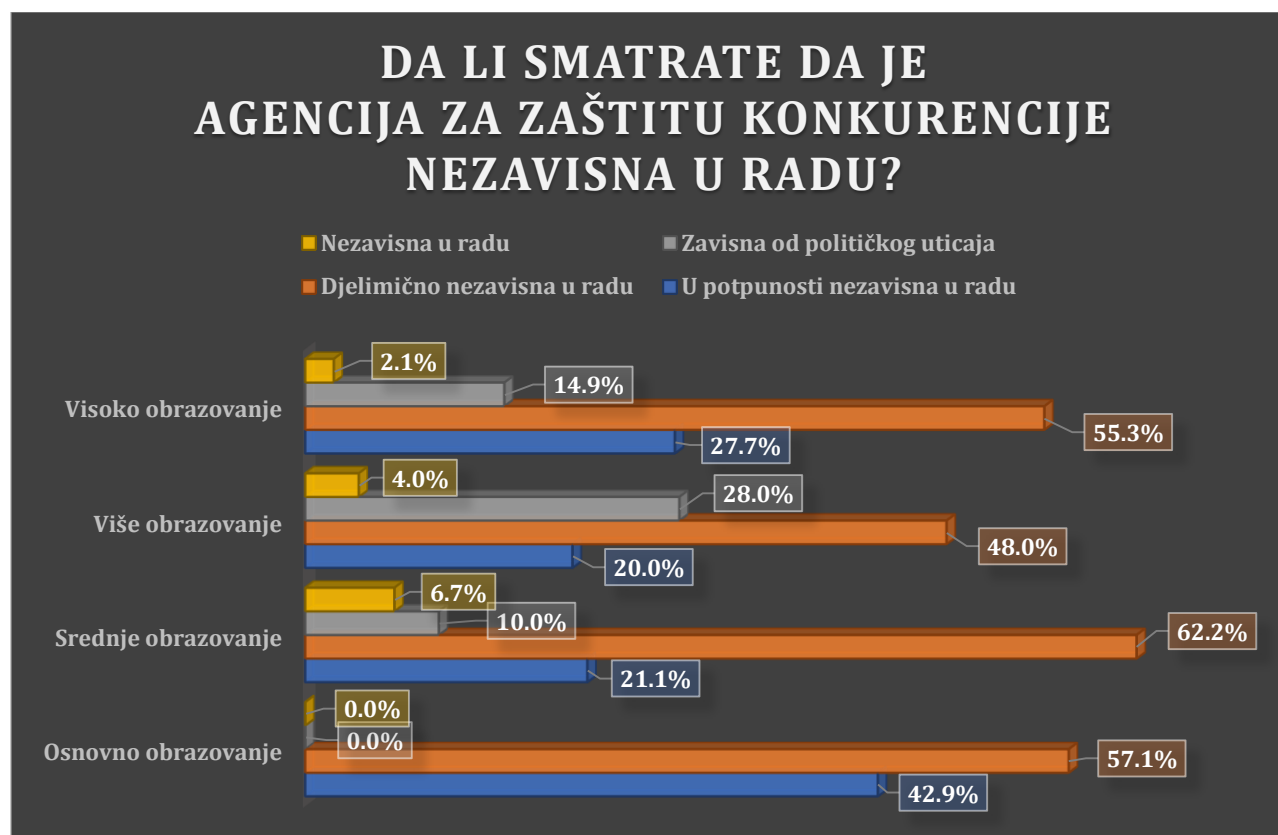
Slika 31: Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu? – Pol

Da je Agencija za zaštitu konkurencije djelimično nezavisna u svom radu smatra i ubjedljivo najveći dio učesnika koji pripadaju svim pojedinačnim starosnim grupama obuhvaćenim istraživanjem (Slika 32).



Slika 32: Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu? – Starost

Većina ispitanika svih kategorija stepena obrazovanja je mišljenja da je Agencija za zaštitu konkurencije djelimično nezavisna u radu, dok se među licima s osnovnim obrazovanjem nalazi i najveći udio onih koji misle da je Agencija u potpunosti nezavisna u radu – 42,9% (Slika 33).



Slika 33: Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu? – Stepen obrazovanja

Stanovnici svih triju regija Crne Gore smatraju da je Agencija za zaštitu konkurencije djelimično nezavisna u radu, što je na Jugu praćeno ocjenom da je u potpunosti nezavisna u radu (37,8%), a u Centralnoj regiji i na Sjeveru ocjenom da je Agencija ipak zavisna od političkog uticaja – 21,4%, odnosno 15,1% (Slika 34).



Slika 34: Da li smatrate da je Agencija za zaštitu konkurencije nezavisna u radu? – Regija

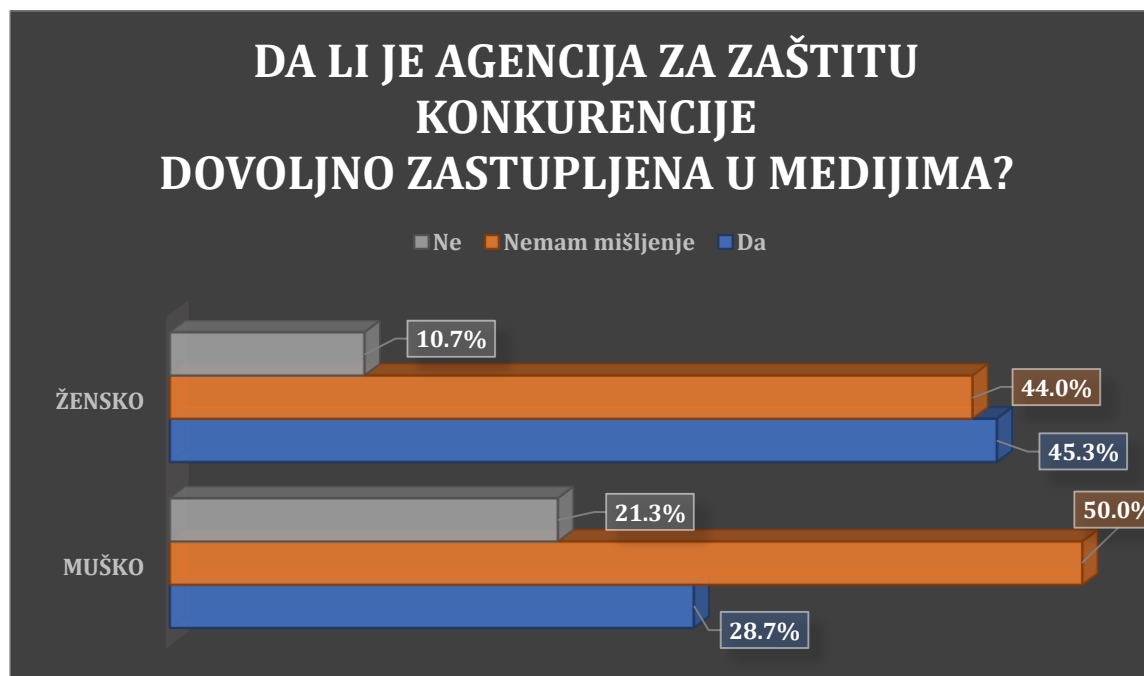
PITANJE BROJ 7: *Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima?*

Najveći dio ispitanika je na pitanje *Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima?* odgovorio kako nema mišljenje (47,3%). Njih 36,1% smatra da je Agencija dovoljno zastupljena u medijskim glasilima, dok 16,6% misli da nije (Slika 35).



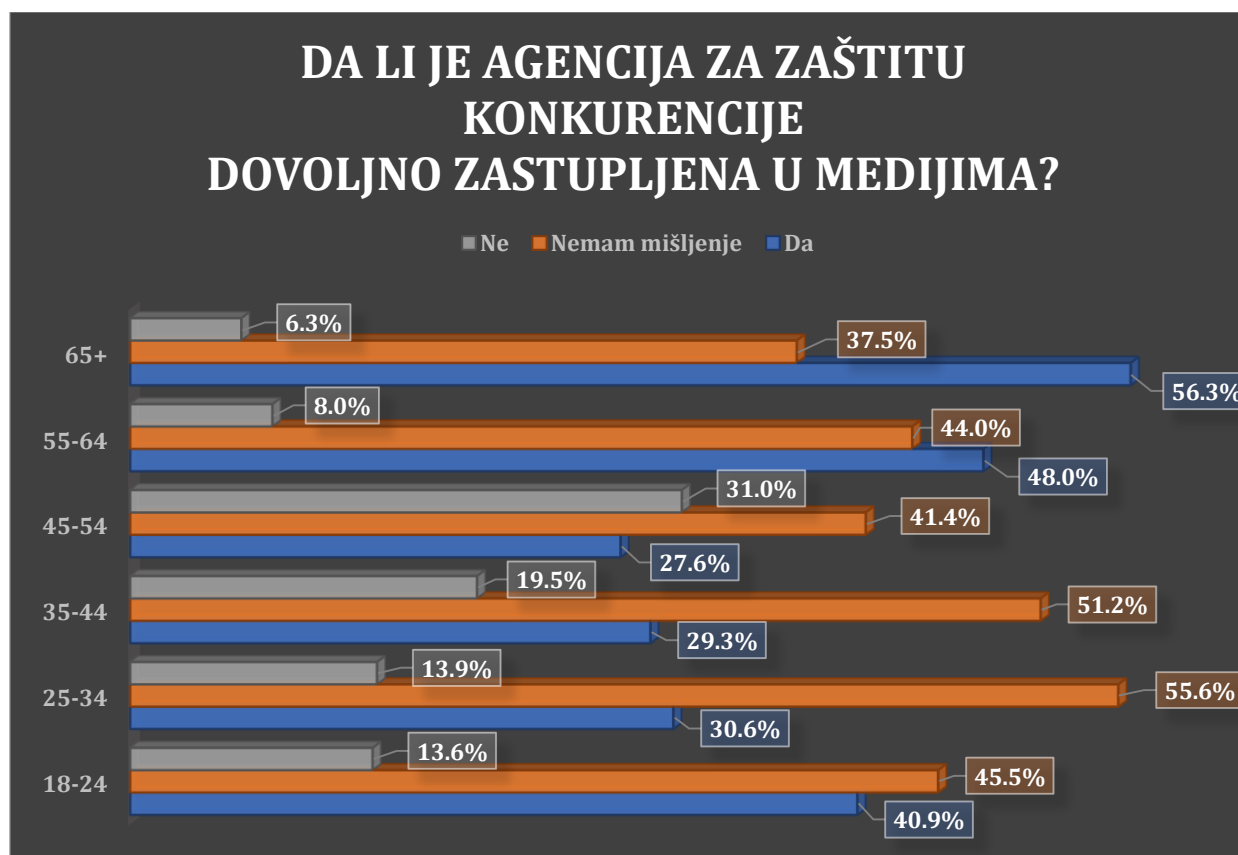
Slika 35: *Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima?* – Total

Da je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima smatra znatno više ispitanika ženskog (45,3%) nego muškog pola (28,7%), dok tačno polovina ispitanih lica muškog pola ipak nema mišljenje o ovom pitanju (Slika 36).



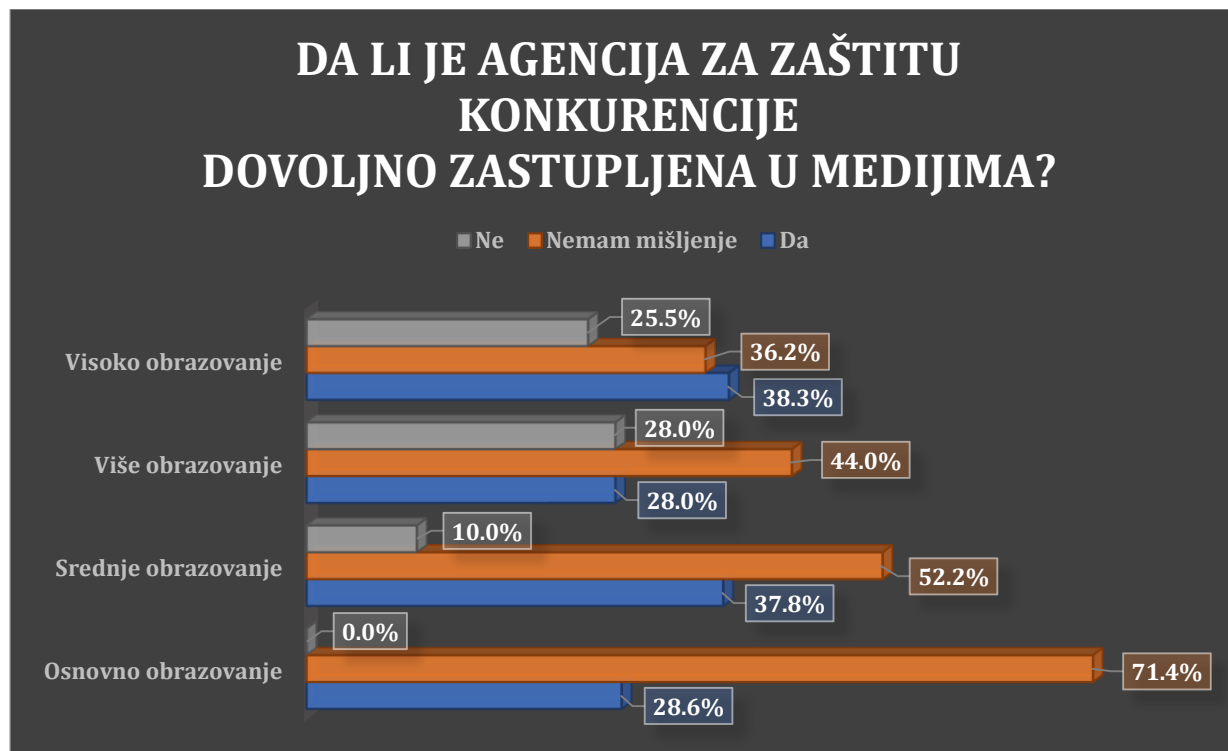
Slika 36: Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima? – Pol

Dok većina ispitanika koji pripadaju starosnoj grupi 18-24 (45,5%), odnosno 25-34 (55,6%), 35-44 (51,2%), te 45-54 godina (41,4%) nema mišljenje na ovu temu, većina ispitanih lica koja imaju između 55 i 64 godine (48%) i onih starijih od 65 (56,3%) pak smatra da Agencija za zaštitu konkurencije jeste dovoljno zastupljena u medijima (Slika 37).



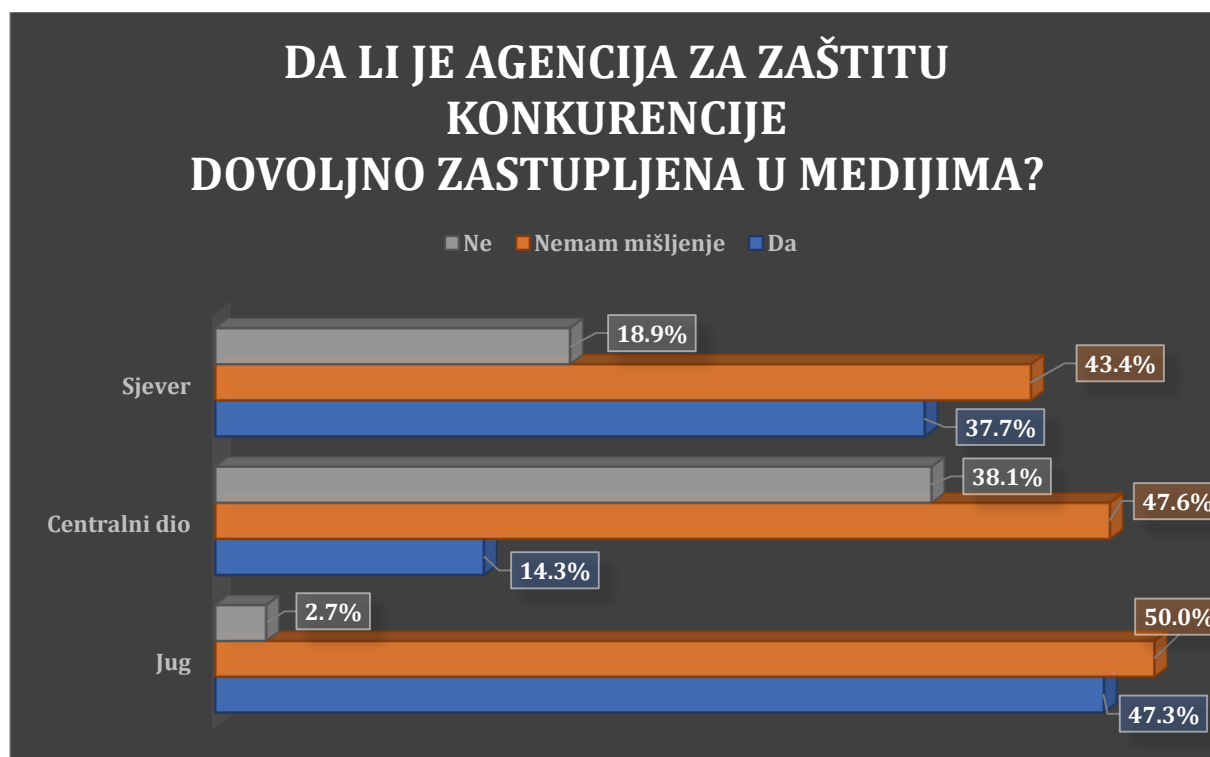
Slika 37: Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima? – Starost

Jedino u kategoriji lica s visokim obrazovanjem primjećuje se da većina smatra kako je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno medijski zastupljena (38,3%), dok je u ostalim kategorijama ipak preovladao odgovor „Nemam mišljenje“. U kategoriji lica s višim obrazovanjem, jednak postotak ispitanika je za Agenciju ocijenio i da nije i da jeste dovoljno zastupljena u medijima (po 28%), a jedino među osobama s osnovnim obrazovanjem nije bilo lica koja su tvrdila da Agencija nije dovoljno zastupljena (Slika 38).



Slika 38: Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima? – Stepen obrazovanja

Da je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima vjeruje značajan postotak ispitanih lica sa Juga (47,3%) i Sjevera Crne Gore (37,7%), nasuprot 14,3% ispitanika iz Centralnog regiona. Ipak, predominantna većina iz sve tri regije nema mišljenje o ovom pitanju (Slika 39).



Slika 39: *Da li je Agencija za zaštitu konkurencije dovoljno zastupljena u medijima?* – Regija

PITANJE BROJ 8: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima?*

Na osmo pitanje – *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima?* – potvrdno je odgovorilo 57,4% ispitanika, dok njih 34,9% nema mišljenje o ovom pitanju. Samo 7,7% ispitanih smatra kako sprovođenje ovakve kampanje nije neophodno (*Slika 40*).



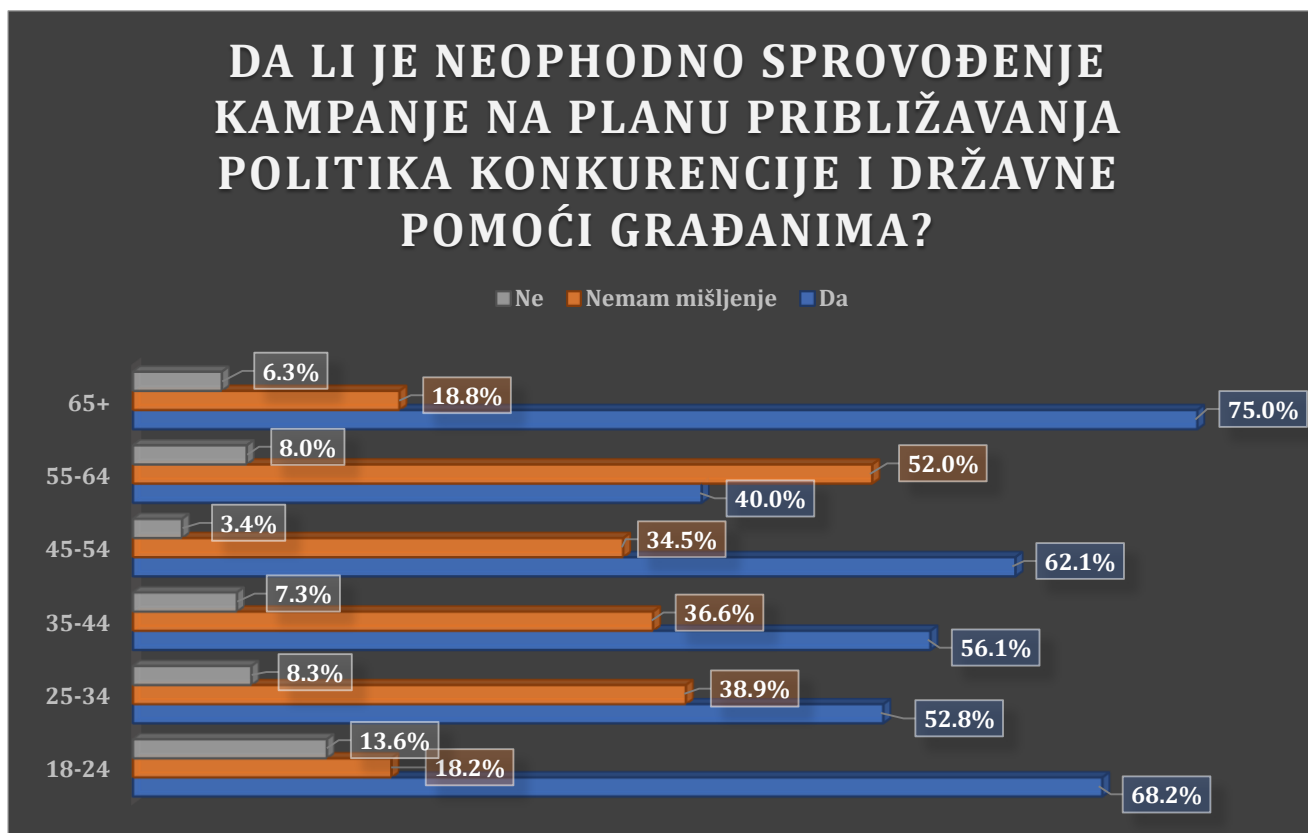
Slika 40: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima?* – Total

Ubjedljiva većina od 65,3% ispitanica ženskog pola, kao i 51,1% ispitanika muškog pola, smatra kako je sprovođenje kampanje posvećene približavanju politika zaštite konkurencije i kontrole državne pomoći neophodno (Slika 41).



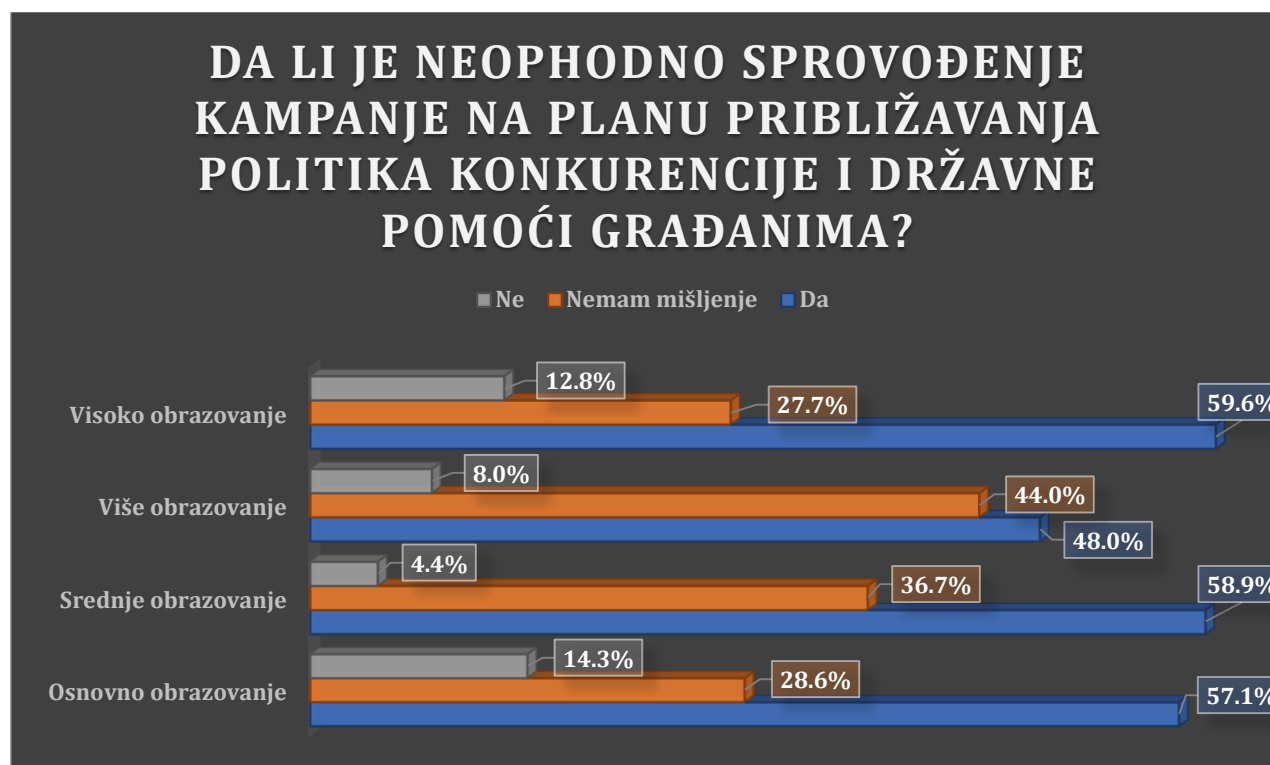
Slika 41: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima? – Pol*

Da je sprovođenje ovakvog vida kampanje neophodno smatra većina građana koji pripadaju svim starosnim skupinama, sem onih što pripadaju grupi lica između 55 i 64 godine starosti, gdje većina (52%) ipak nema mišljenje o ovoj temi (Slika 42).



Slika 42: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima? – Starost*

Većina lica s visokim obrazovanjem (59,6%) smatra kako je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima, s čime je saglasna i većina lica s višim (48%), srednjim (58,9%) i osnovnim (57,1%) stepenom obrazovanja (Slika 43).



Slika 43: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima? – Stepem obrazovanja*

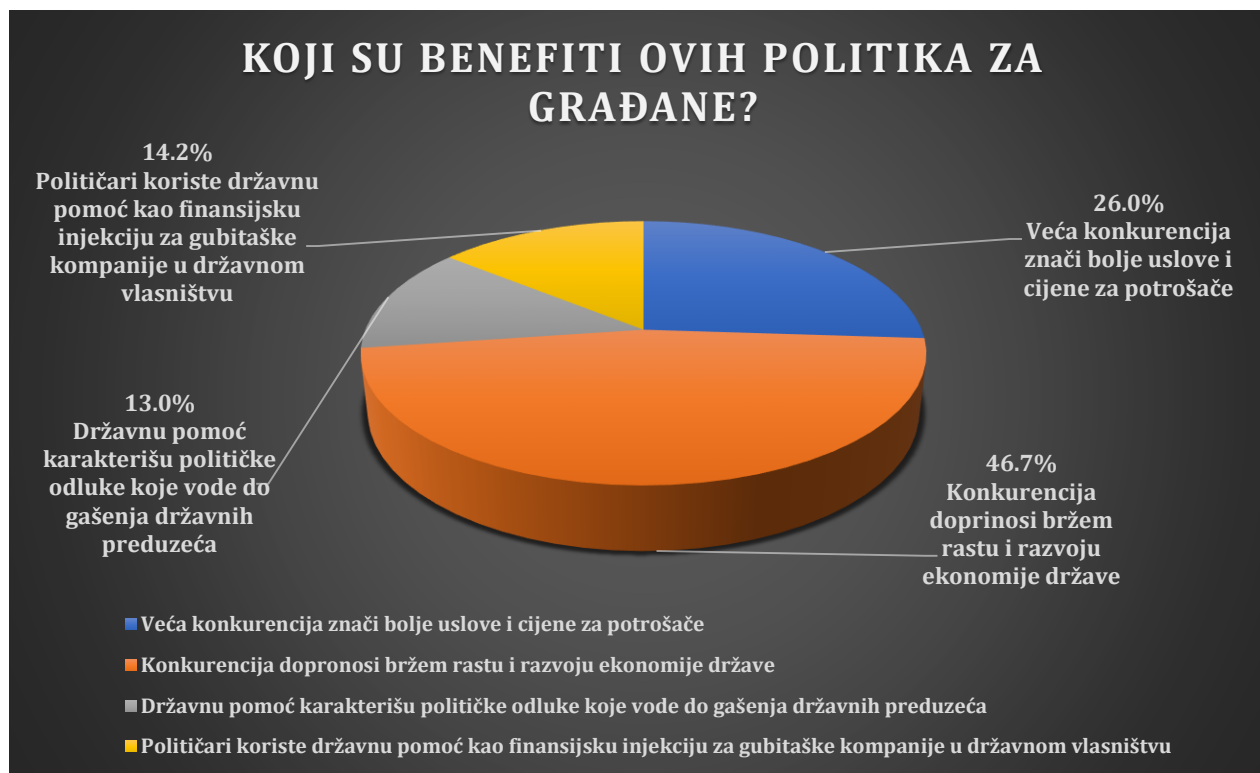
Takođe, da je sprovođenje ovakve kampanje neophodno smatra i većina stanovnika Juga (67,6%) i Sjevera Crne Gore (56,6%), dok 50% stanovnika iz Centralne regije nema mišljenje (Slika 44).



Slika 44: *Da li je neophodno sprovođenje kampanje na planu približavanja politika konkurencije i državne pomoći građanima? – Regija*

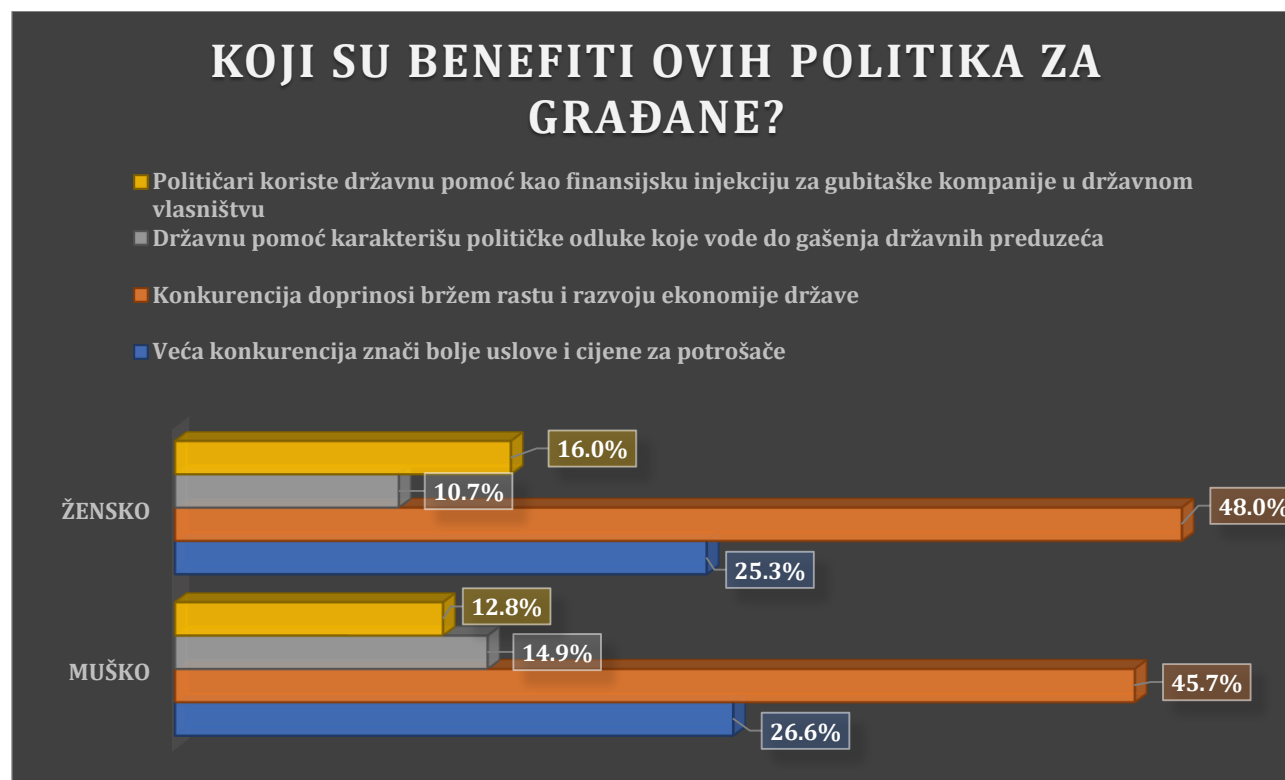
PITANJE BROJ 9: Koji su benefiti ovih politika za građane?

Na pitanje – *Koji su benefiti ovih politika (zaštite konkurencije i kontrole državne pomoći) za građane?* – najveći dio ispitanika odabrao je odgovor „Konkurencija doprinosi bržem rastu i razvoju ekonomije države“ (46,7%), praćen s njih 26% koji su odgovorili da „veća konkurencija znači bolje uslove i cijene za potrošače“. Da političari koriste državnu pomoć kao finansijsku injekciju za gubitaške kompanije u državnom vlasništvu misli 14,2%, a da državnu pomoć karakterišu političke odluke koje vode do gašenja državnih preduzeća njih 13% (Slika 45).



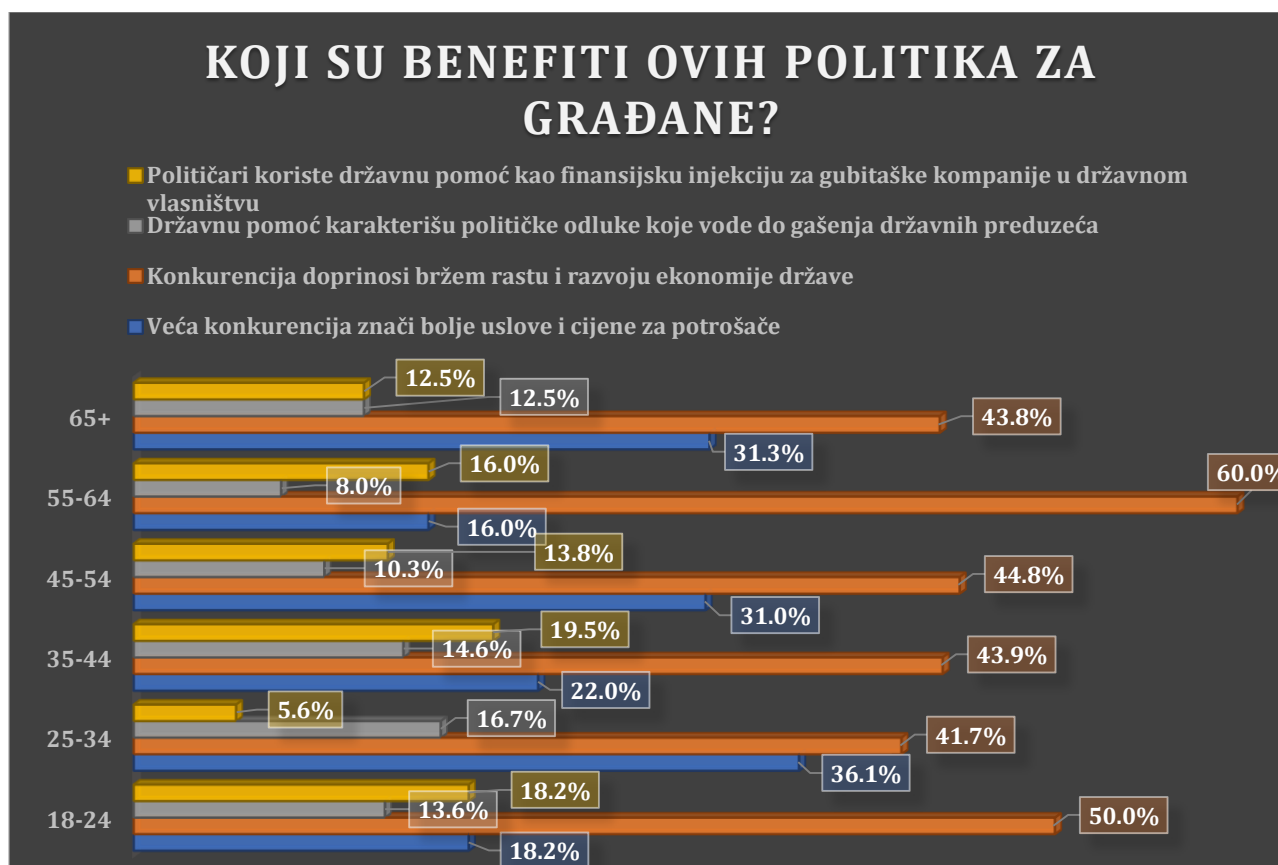
Slika 45: Koji su benefiti ovih politika za građane? – Total

Većina ispitanih osoba ženskog (48%) i muškog (45,7%) pola ocjenjuje da je ključni benefit ovih politika to što konkurencija doprinosi bržem rastu i razvoju ekonomije države, što je praćeno odgovorom da veća konkurencija znači bolje uslove i cijene za potrošače – kod 25,3% žena i 26,6% kod muškaraca. Trećerangiran odgovor kod muških ispitanika je bio „Državnu pomoć karakterišu političke odluke koje vode do gašenja državnih preduzeća“ – 14,9%, dok je kod ispitanica ženskog pola to bio odgovor „Političari koriste državnu pomoć kao finansijsku injekciju za gubitaške kompanije u državnom vlasništvu“ – 16% (Slika 46).



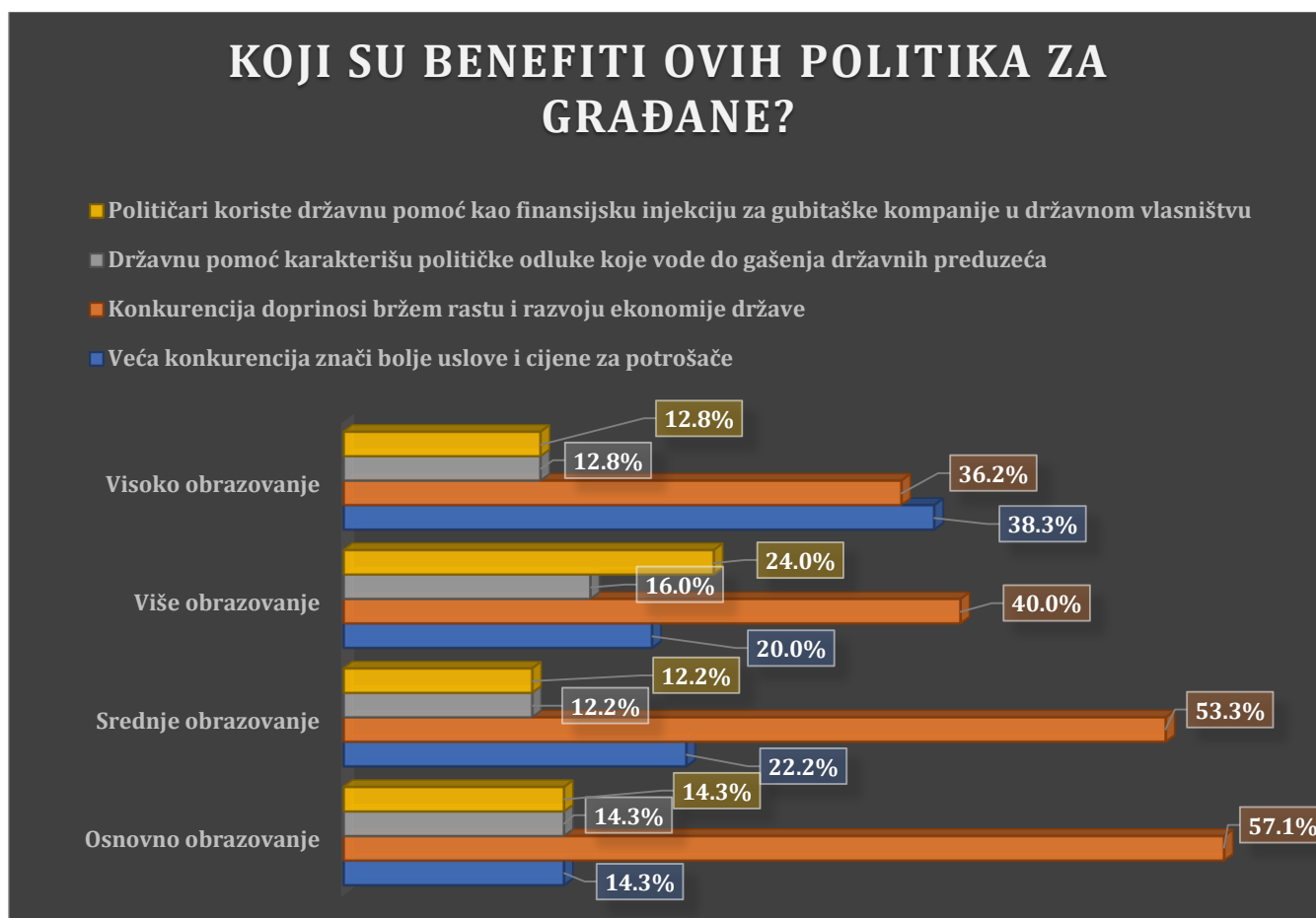
Slika 46: *Koji su benefiti ovih politika za građane?* – Pol

To da konkurencija doprinosi bržem rastu i razvoju ekonomije države kao primarni benefit ovih politika za građane navodi većina ispitanika svih starosnih kategorija, a u svakoj kategoriji je to da „Veća konkurencija znači bolje uslove i cijene za potrošače“ bio drugi najpopularniji odgovor (Slika 47).



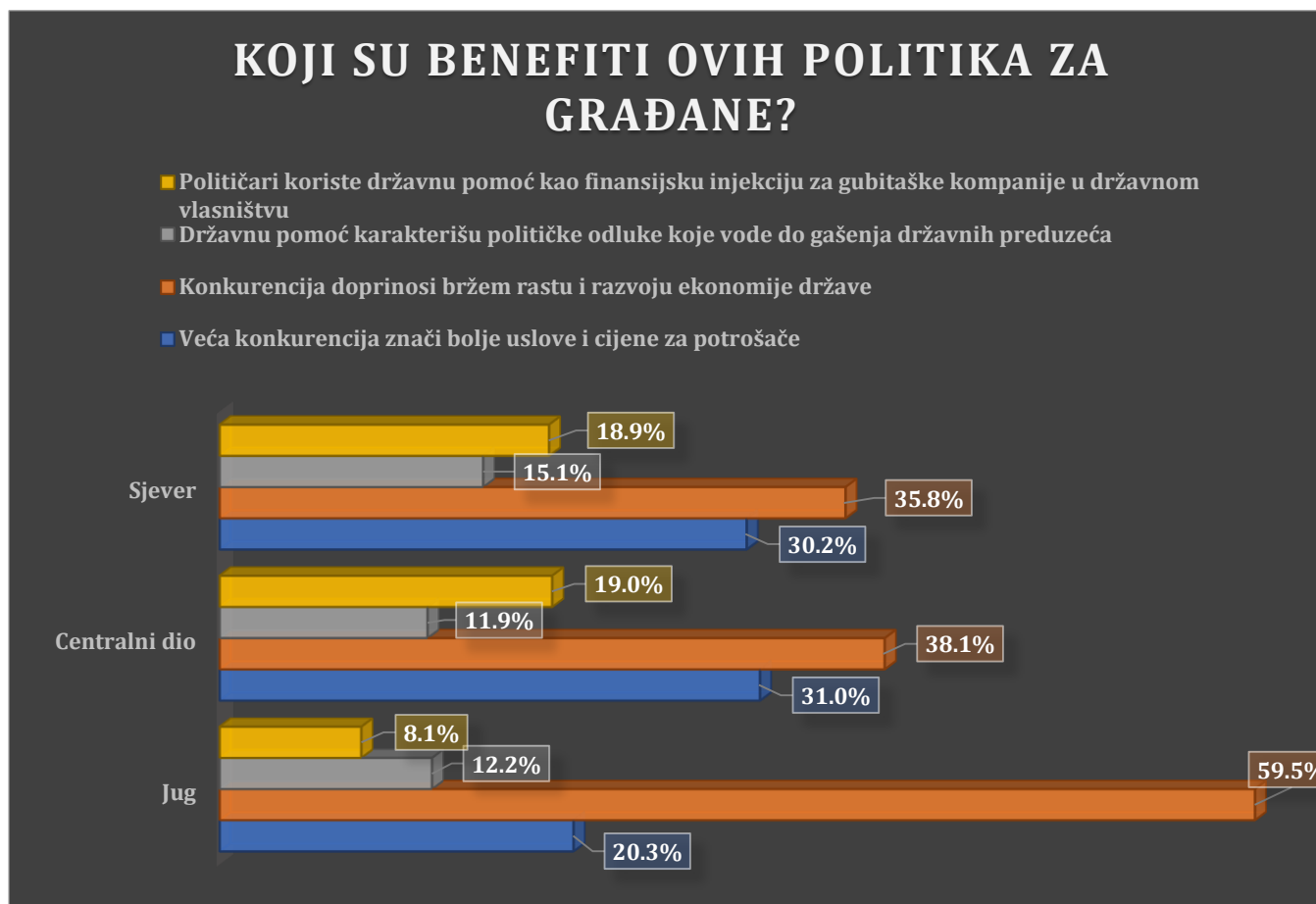
Slika 47: Koji su benefiti ovih politika za građane? – Starost

Da je ključni benefit politika koje primarno sprovodi Agencija za zaštitu konkurencije taj što konkurencija doprinosi bržem rastu i razvoju ekonomije države smatra većina ispitanika s osnovnim (57,1%), srednjim (53,3%), te višim obrazovanjem (40%). Većina ispitanih s visokim obrazovanjem (38,3%), ipak, smatra da je glavni benefit to što veća konkurencija znači bolje uslove i cijene za potrošače (Slika 48).



Slika 48: Koji su benefiti ovih politika za građane? – Stepen obrazovanja

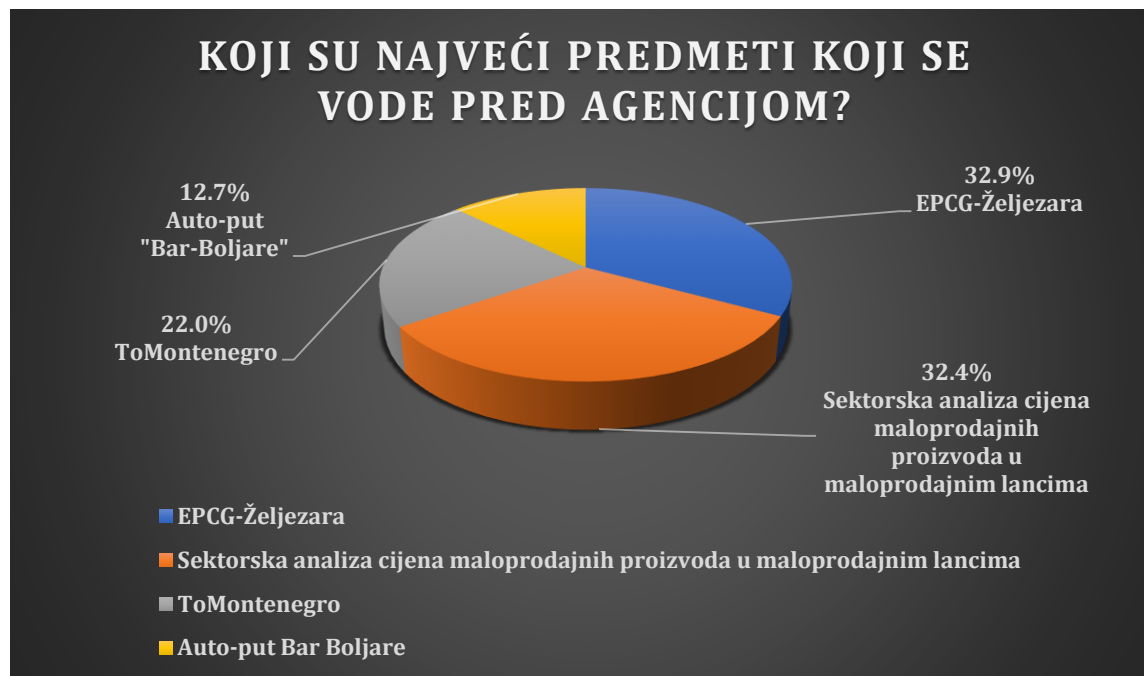
Da je to što konkurencija doprinosi bržem rastu i razvoju ekonomije države najveći benefit ovih politika za građane smatra najveći dio ispitanika iz svih crnogorskih regija: Južne – 59,5%, Centralne – 38,1% i Sjeverne – 35,8% (Slika 49).



Slika 49: Koji su benefiti ovih politika za građane? – Regija

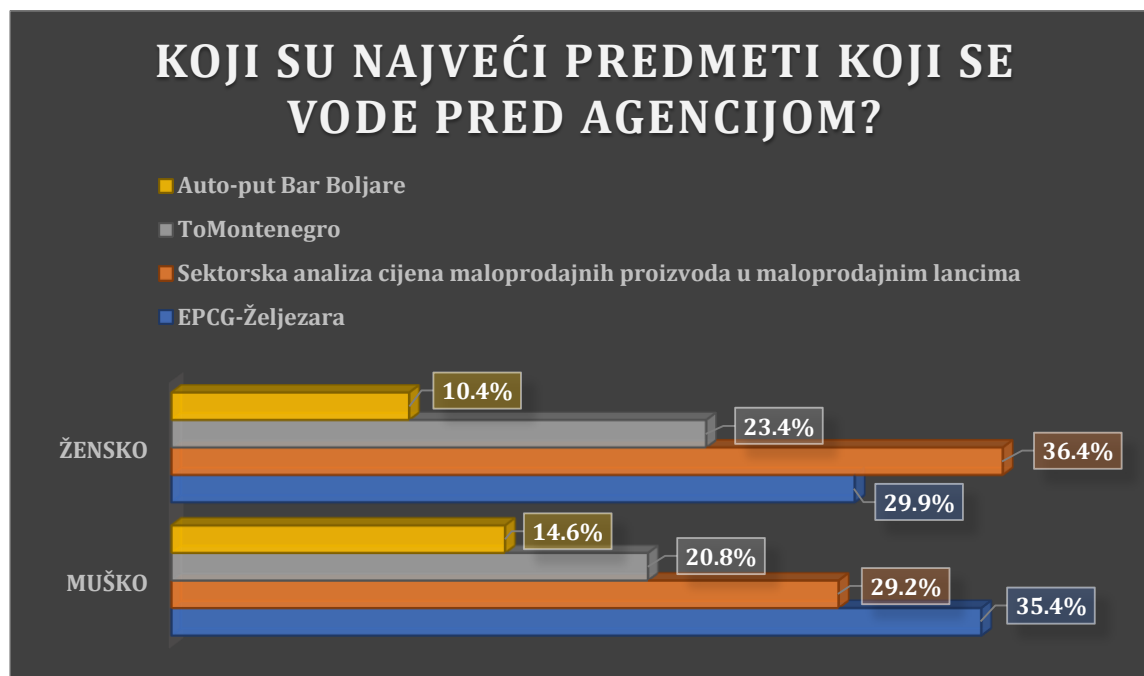
PITANJE BROJ 10: Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom?

Na deseto pitanje – **Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom?** – najveći dio ispitanika se odlučio za odgovore „EPCG-Željezara“ (32,9%) i „Sektorska analiza cijena maloprodajnih proizvoda u maloprodajnim lancima“ (32,4%). Njih 22% je izabralo odgovor „ToMontenegro“, a 12,7% odgovor „Auto-put Bar-Boljare“ (Slika 50).



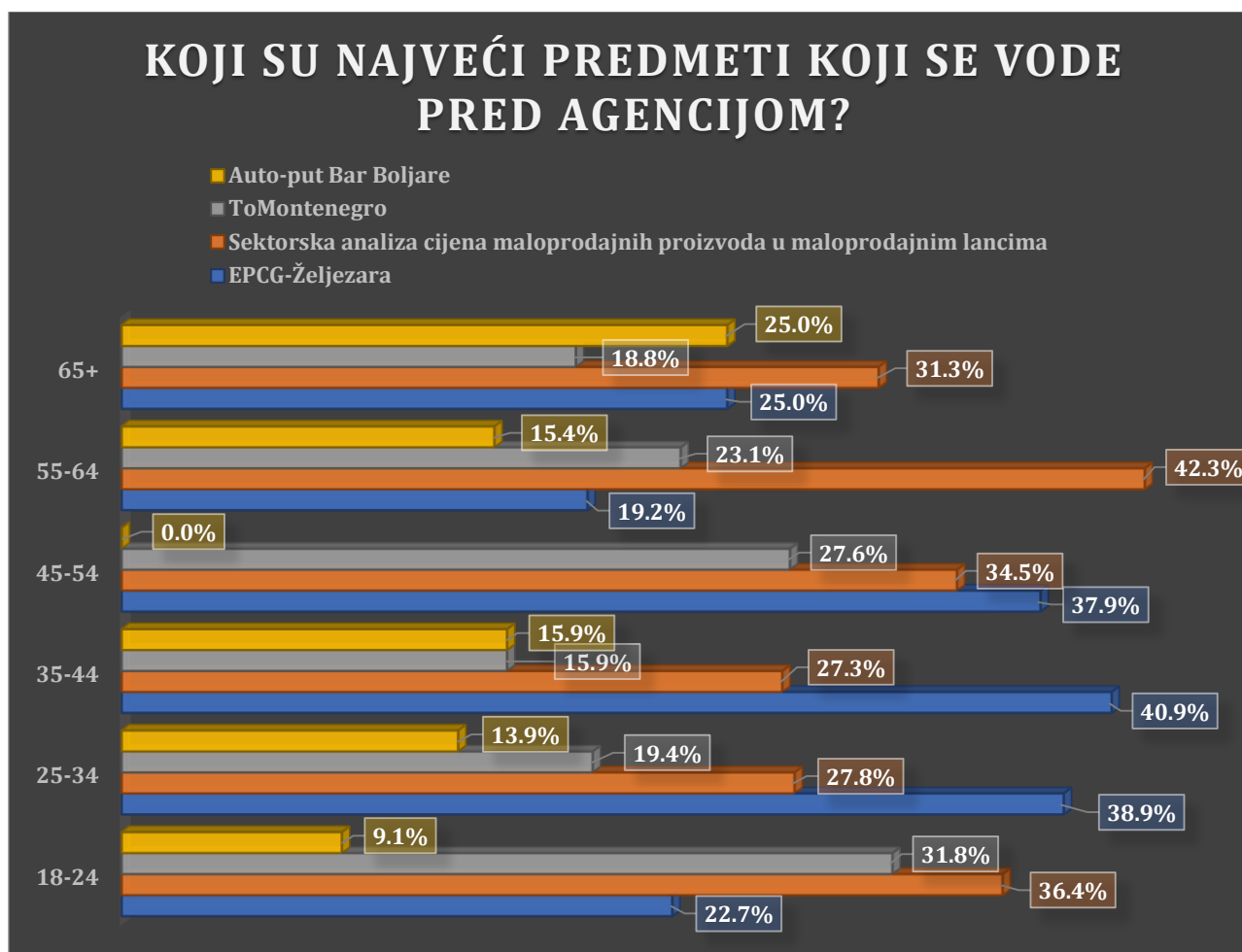
Slika 50: Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom? – Total

Većina ispitanica ženskog pola, njih 36,4%, stava je da je sektorska analiza cijena maloprodajnih proizvoda najveći predmet koji se trenutno vodi pred Agencijom, dok većina od 35,4% ispitanika muškog pola cijeni kako je ipak najveći aktuelni predmet „EPCG-Željezara“ (Slika 51).



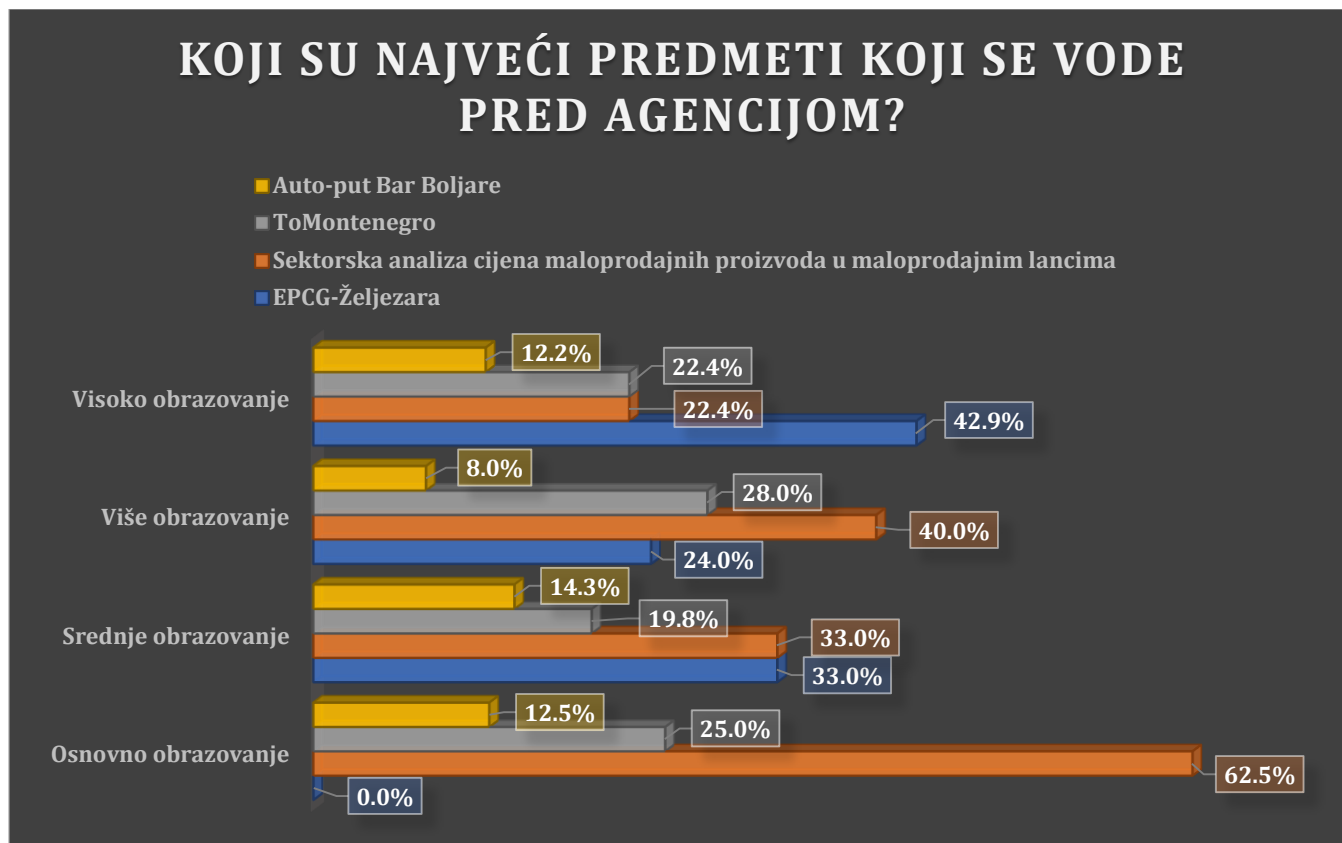
Slika 51: Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom? – Pol

Da je sektorska analiza cijena maloprodajnih proizvoda u trgovačkim lancima najveći predmet kojim se Agencija trenutno bavi smatra većina ispitanika starijih od 65 godina (31,3%), kao i onih koji imaju 55-64 (42,3%), odnosno 18-24 godine starosti (36,4%), dok u ostalim starosnim kategorijama preovladava mišljenje da je najznačajniji predmet ipak onaj vezan za slučaj „EPCG-Željezara“ (Slika 52).



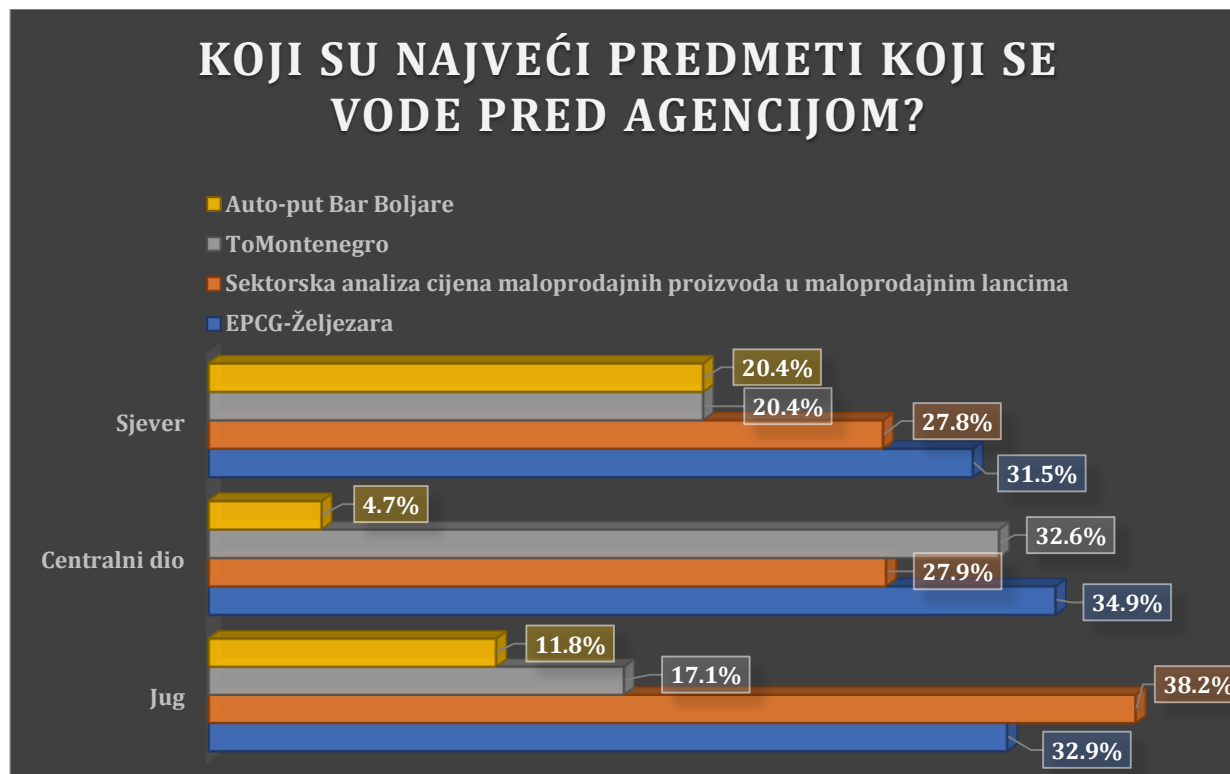
Slika 52: Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom? – Starost

Da je „EPCG-Željezara“ najveći predmet trenutno pred Agencijom za zaštitu konkurencije cijeni većina (42,9%) lica s visokim obrazovanjem, dok većina ispitanika s višim (40%) i osnovnim obrazovanjem (63,5%) smatra kako je najznačajniji predmet ipak sektorska analiza cijena maloprodajnih proizvoda u maloprodajnim lancima. Jednak procenat od po 33% lica sa srednjim stepenom obrazovanja vjeruje da je najvažniji aktuelni predmet „EPCG-Željezara“, odnosno sektorska analiza (Slika 53).



Slika 53: Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom? – Stepen obrazovanja

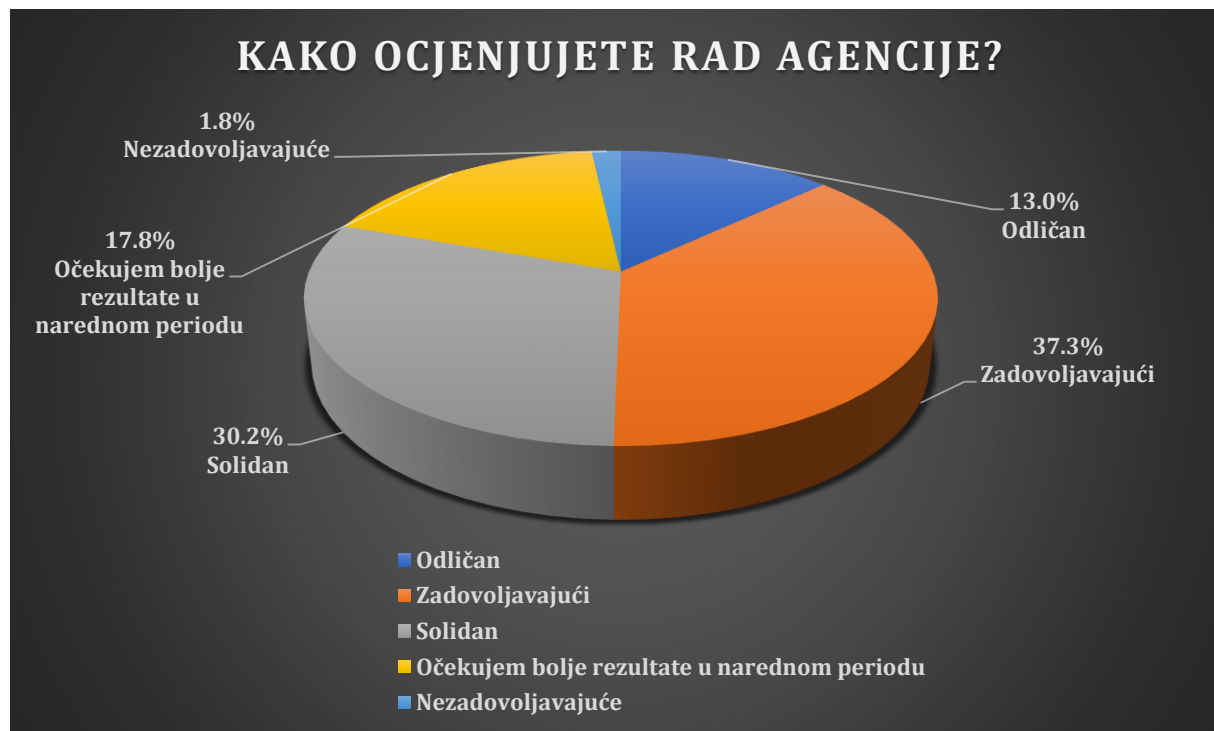
Kada je u pitanju regija iz koje dolaze ispitanici, najveći dio onih s Juga (38,2%) vjeruje da je sektorska analiza cijena maloprodajnih proizvoda u maloprodajnim lancima najveći predmet pred Agencijom za zaštitu konkurencija, dok su ispitanici iz ostale dvije regije saglasni u mišljenju da je slučaj „EPCG-Željezara“ ipak najznačajniji. Slučaj „ToMontenegro“ je naročito značajnim ocijenilo stanovništvo u Centralnoj regiji Crne Gore – njih 32,6% ga smatra najvećim predmetom na trenutnoj agendi Agencije (Slika 54).



Slika 54: *Koji su najveći predmeti koji se vode pred Agencijom?* – Regija

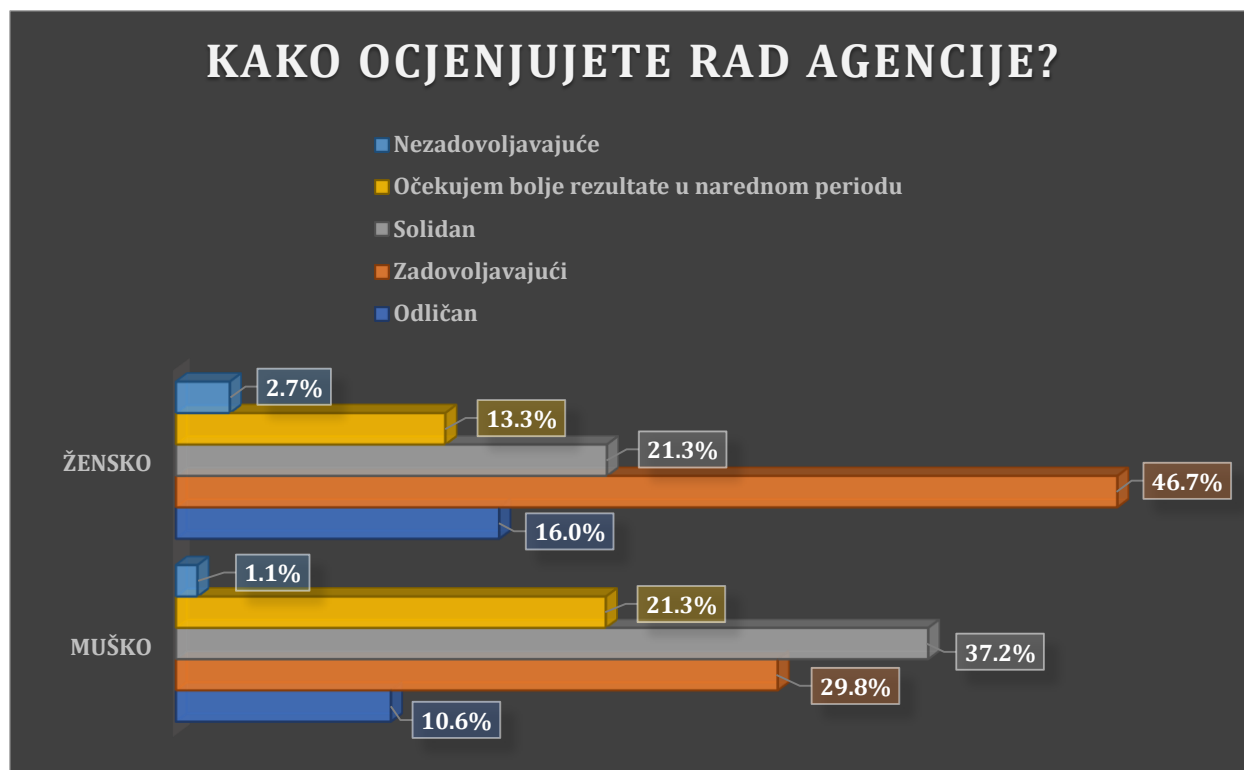
PITANJE BROJ 11: Kako ocjenjujete rad Agencije?

Što se tiče jedanaestog pitanja – **Kako ocjenjujete rad Agencije?** – 37,3% ispitanika ga je ocijenilo zadovoljavajućim, a 30,2% solidnim, dok 17,8% očekuje bolje rezultate u narednom periodu. Radom Agencije je nezadovoljno 1,8% ispitanih, a njih 13% ga ocjenjuje odličnim (Slika 55).



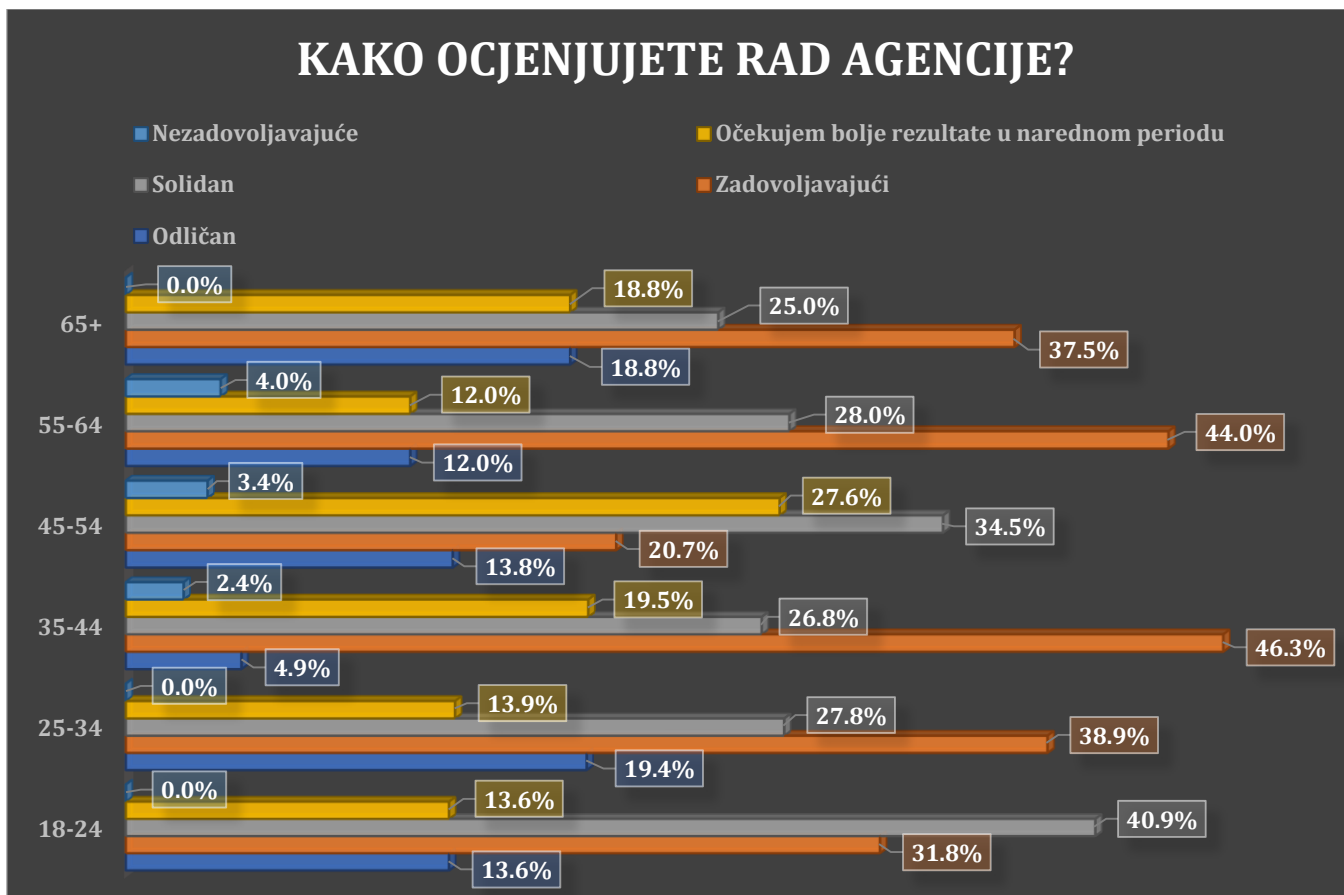
Slika 55: *Kako ocjenjujete rad Agencije?* – Total

Da je rad Agencije za zaštitu konkurencije zadovoljavajući tvrdi 46,7% ispitanica ženskog pola, a većina ispitanih lica muškog pola (37,2%) ga ocjenjuje solidnim (Slika 56).



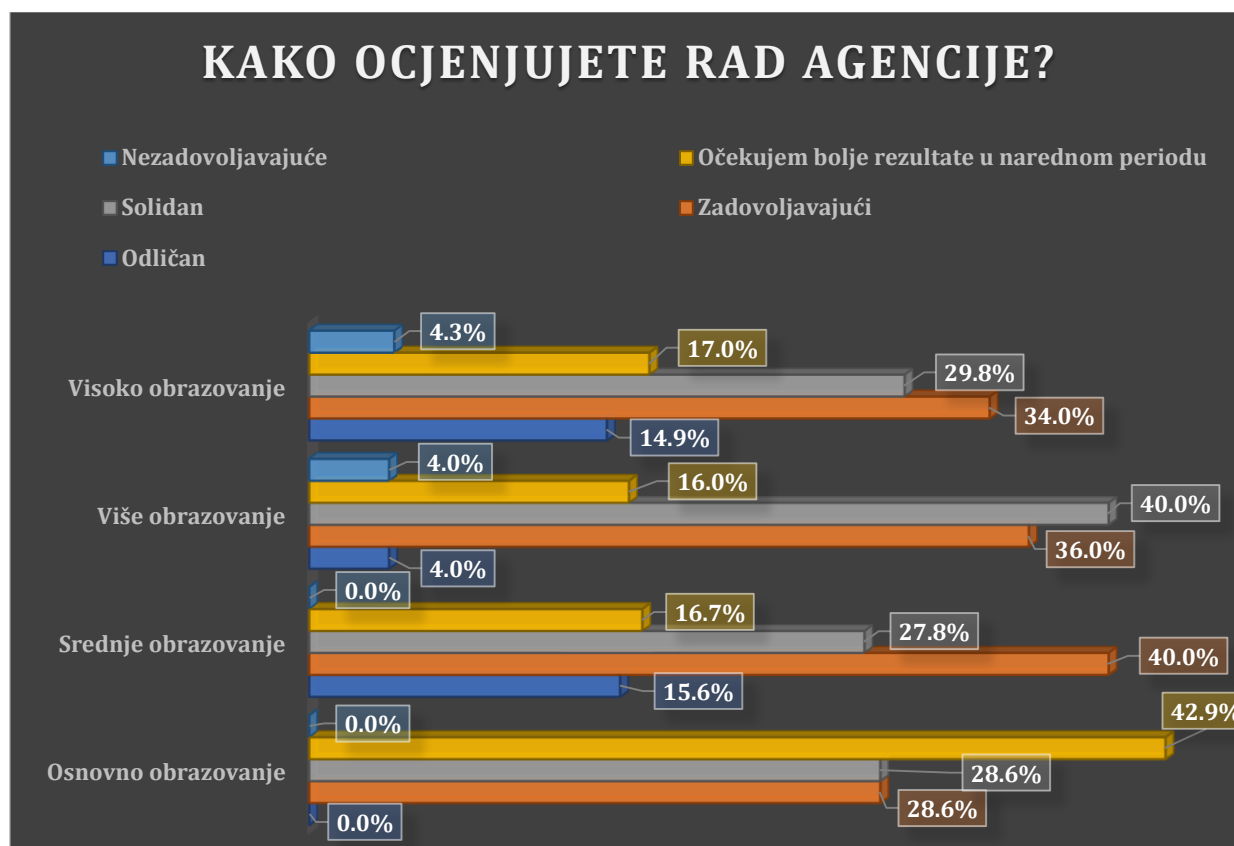
Slika 56: *Kako ocjenjujete rad Agencije?* – Pol

Kao zadovoljavajući je rad Agencije za zaštitu konkurencije ocijenila većina ispitanika koji pripadaju svim obuhvaćenim starosnim kategorijama, sem kategorije lica između 18 i 24 godine, gdje je većina od 40.9% ispitanih osoba rad Agencije ocijenila solidnim. Takođe, nijedno lice koje pripada ovoj, kao ni grupi lica između 25 i 34, te onoj građana starijih od 65 godina, nije za rad Agencije navelo da je nezadovoljavajući (Slika 57).



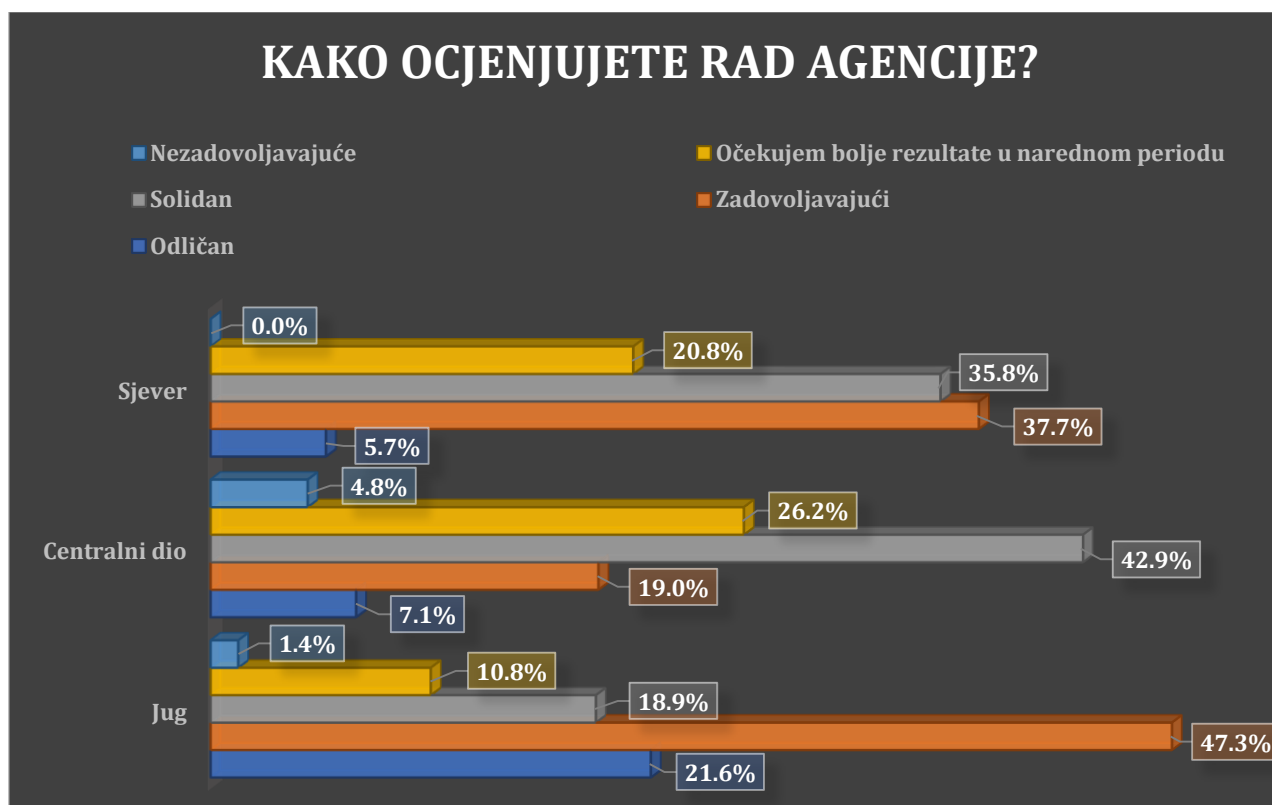
Slika 57: Kako ocjenjujete rad Agencije? – Starost

Većina lica sa srednjim (40%) i s visokim (34%) obrazovanjem smatra da je rad Agencije zadovoljavajući, dok većina osoba s višim stepenom obrazovanja (40%) cijeni kako je isti solidan. S druge strane, većina lica s osnovnim obrazovanjem (42,9%) očekuje bolje rezultate u predstojećem periodu (Slika 58).



Slika 58: Kako ocjenjujete rad Agencije? – Stepen obrazovanja

Većina od 47,3% ispitanika s Juga i 37,7% njih sa Sjevera Crne Gore smatra kako je rad Agencije zadovoljavajući, dok većina od 42,9% ispitanika iz Centralne regije vidi isti kao solidan. Niti jedan ispitanik iz Sjeverne regije nije rad Agencije ocijenio kao nezadovoljavajući (Slika 59).



Slika 59: Kako ocjenjujete rad Agencije? – Regija

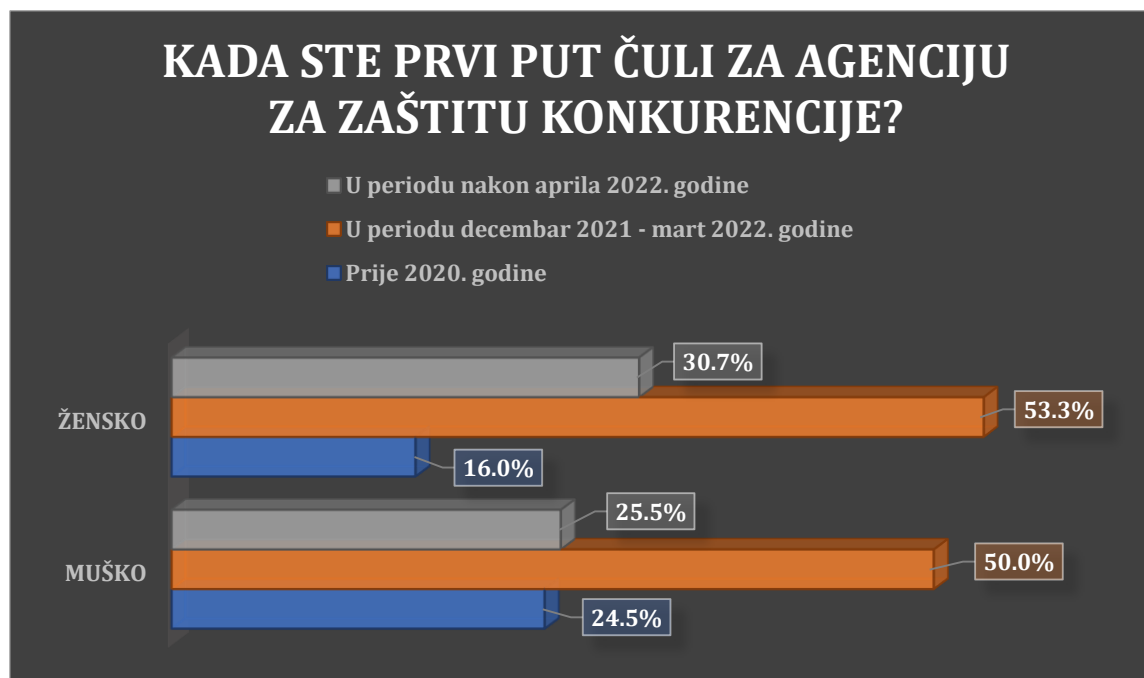
PITANJE BROJ 12: Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?

Interesantan trend je moguće primijetiti kada se govori o dvanaestom pitanju – *Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?* – gdje je samo 20,7% ispitanika izjavilo kako je za Agenciju čulo prije 2020. godine. Većina (51,5%) je za Agenciju čula u periodu decembar 2021 – mart 2022, dok je 27,8% njih za Agenciju čulo u periodu nakon aprila 2022 (Slika 60).



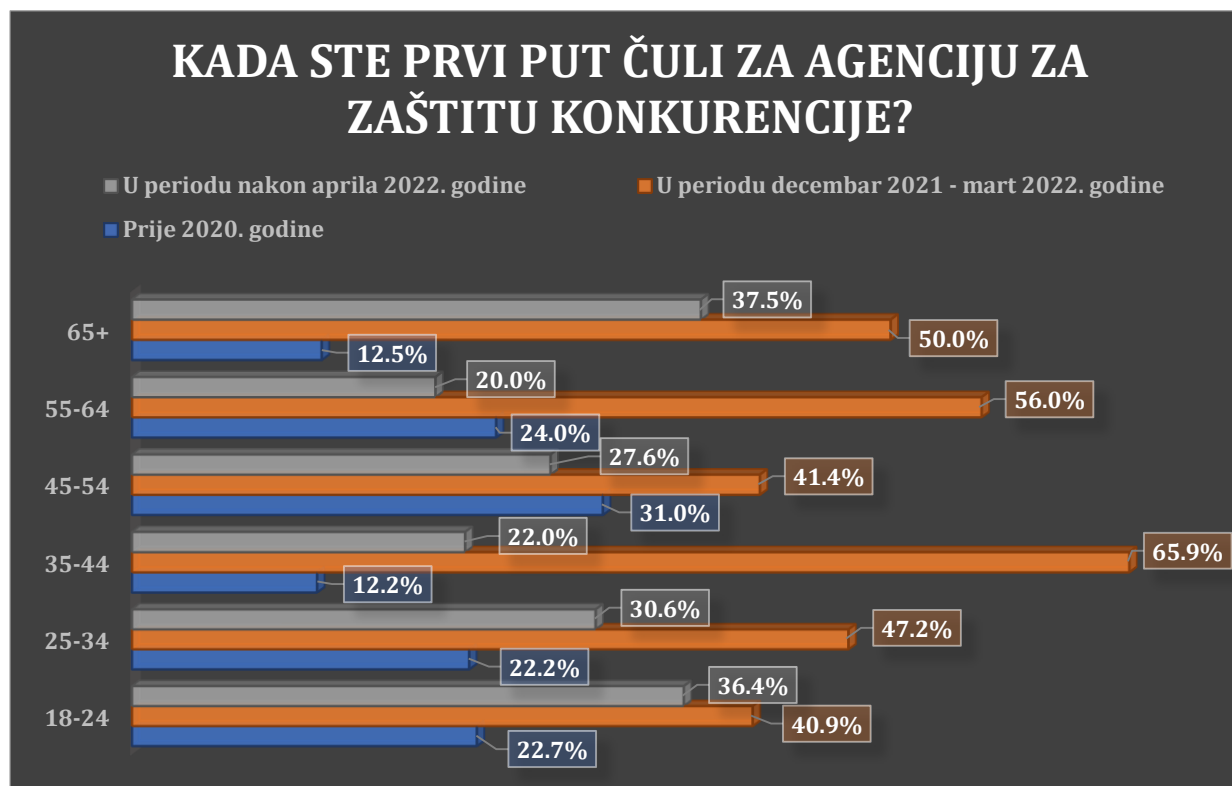
Slika 60: *Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije?* – Total

Za Agenciju je u periodu decembar 2021 – mart 2022. čula i većina ispitanika ženskog (53,3%) i većina (50%) ispitanika muškog pola (Slika 61).



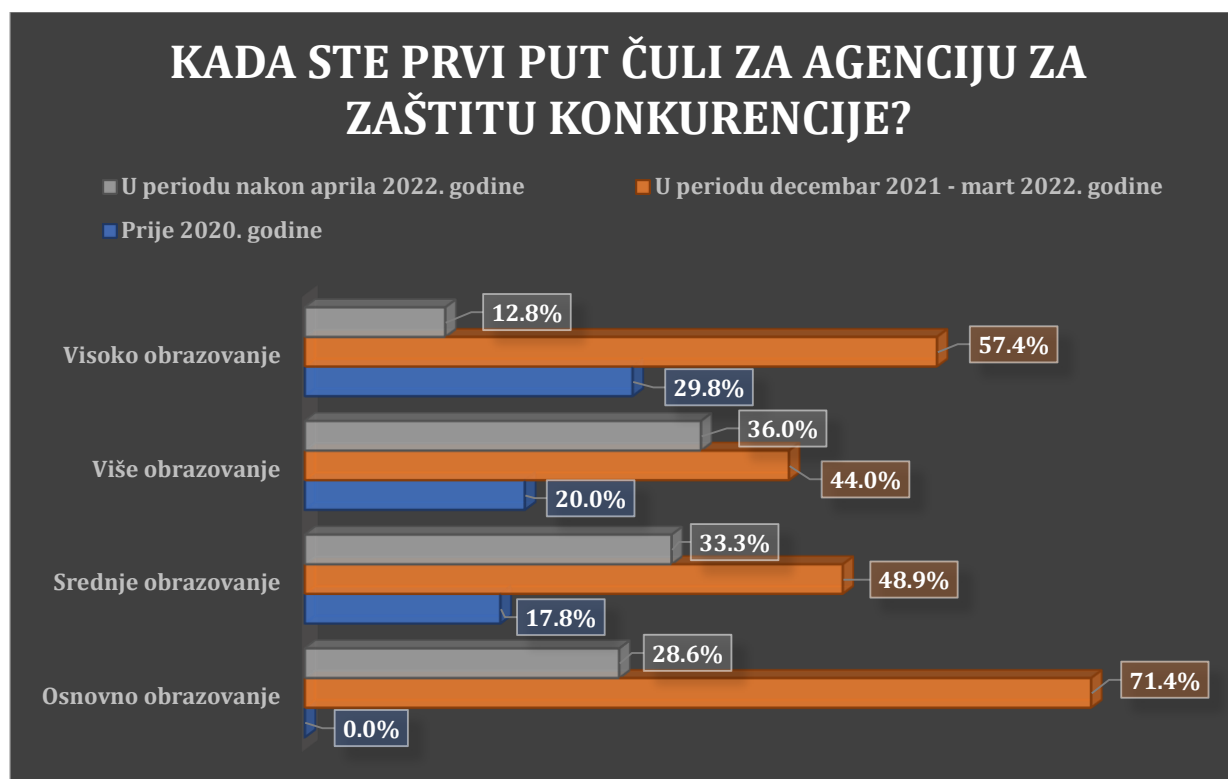
Slika 61: Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Pol

U grupi građana između 35 i 44 godine starosti nalazi se i najubjedljiviji procenat ispitanika koji su za Agenciju čuli u periodu decembar 2021 – mart 2022 (65,9%), kao i najniži postotak onih koji su za Agenciju za zaštitu konkurencije čuli prije 2020 – njih 12,2% (Slika 62).



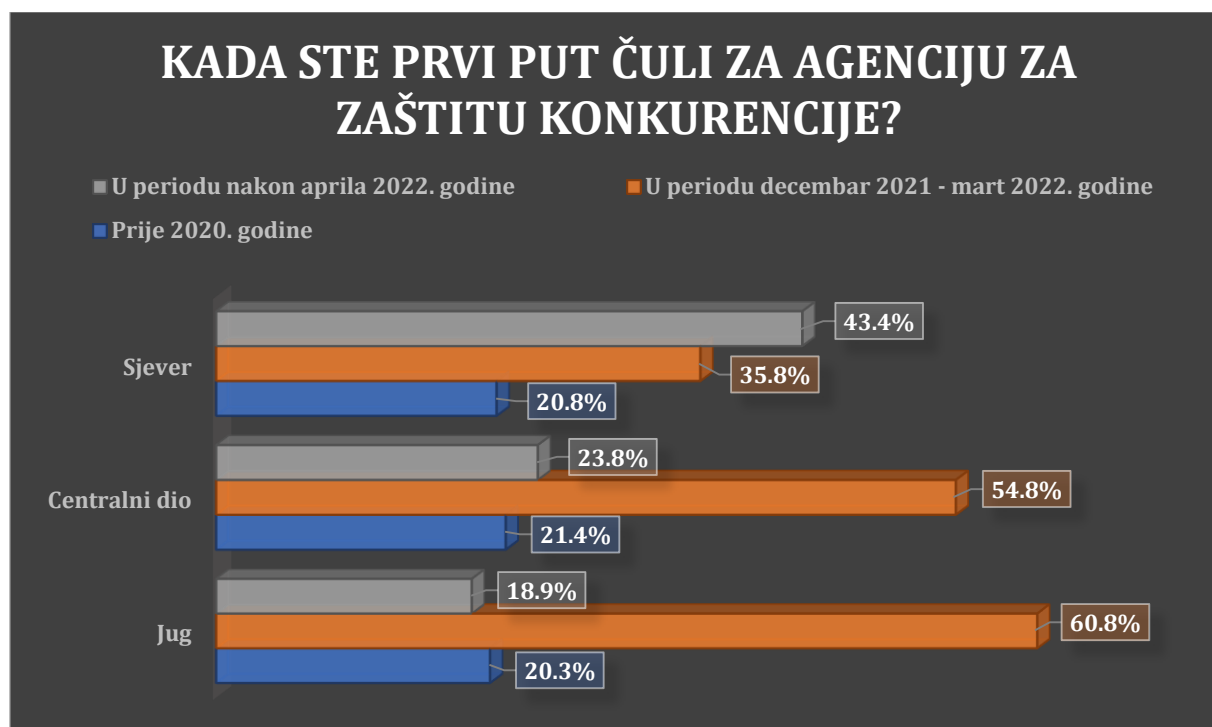
Slika 62: Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Starost

Najveći dio predstavnika grupacija ispitanika i s osnovnim (71,4%) i sa srednjim (48,9%), višim (44%), te visokim (57,4%) stepenom obrazovanja je za Agenciju prvi put čuo u periodu decembar 2021 – mart 2022, dok jedino među osobama s osnovnim obrazovanjem nije bilo nijednog lica koje je za Agenciju za zaštitu konkurencije čulo prije 2020 (Slika 63).



Slika 63: Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Stepem obrazovanja

Konačno, najveći dio ispitanika s Juga (60,8%) i iz Centralne regije (54,8%) je za Agenciju za zaštitu konkurencije prvi put čuo u periodu decembar 2021 – mart 2022, dok je najveći broj ispitanih lica sa Sjevera (43,4%) za Agenciju čuo u periodu nakon aprila 2022. godine (Slika 64).



Slika 64: Kada ste prvi put čuli za Agenciju za zaštitu konkurencije? – Regija

Zaključak

Sprovedeno istraživanje nam je omogućilo da dobijemo koristan uvid u način na koji građani Crne Gore percipiraju rad Agencije za zaštitu konkurencije i poslužiće kao osnov za strateško planiranje daljih aktivnosti usmjerenih ka široj crnogorskoj javnosti.

Kada se svi iznijeti podaci uzmu u obzir, postaje jasno da je potrebno uložiti dodatne napore u cilju kvalitetnijeg informisanja crnogorske javnosti o aktivnostima Agencije na planu sprovođenja zakonodavstva relevantnog za oblasti zaštite konkurencije i kontrole državne pomoći. Kako bi se ovaj cilj realizovao, Agencija je odlučila da, na razne načine, svoj rad učini transparentnijim i prijemčivijim prosječnom crnogorskom građaninu.

Da bi se vidljivost Agencije i njenog rada u javnosti dodatno povećala, potrebno je prevashodno raditi na jačanju administrativnih kapaciteta institucije. Na tom fonu, u predstojećem periodu ćemo se posvetiti popunjavanju novih radnih mjesta – posebno u Odjeljenju za međunarodnu saradnju i informisanje javnosti, najmlađoj organizacionoj jedinici Agencije za zaštitu konkurencije.

Ipak, određenu dozu optimizma uliva činjenica da je ubjedljiva većina ispitanih za Agenciju prvi put čula nakon što je došlo do pomenutih izmjena u organizacionoj strukturi institucije, odnosno u periodu od početka 2022. godine naovamo. Navedeno nam služi kao potvrda da smo ipak na dobrom putu i da održavamo pozitivan trend kada je u pitanju poboljšanje vidljivosti rada Agencije za zaštitu konkurencije, uprkos tome što je evidentno kako je još mnogo posla pred nama.

U svom budućem radu, potrudimo se da, kroz razne vidove aktivnosti koji nas očekuju, sem povećanja stepena upoznatosti šire javnosti s našim radom, pozitivno utičemo i na realnu percepciju Agencije kao striktno profesionalne institucije, lišene političkog i ma kakvog drugog uticaja sa strane.