



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

**TEMELJNA PODRUČJA ZAŠTITE PRAVA
TRŽIŠNOG NATJECANJA**

ZLOUPORABA VLADAJUĆEG POLOŽAJA

mr.sc. Mirta Kapural, dipl.iur
Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja,
28. veljače 2008.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

VLADAJUĆI POLOŽAJ PODUZETNIKA

Vladajući položaj poduzetnika na tržištu-sam po sebi nije zabranjen!

-poduzetnik sa većom tržišnom snagom, koji se nalazi u vladajućem položaju na tržištu ima posebnu i veću odgovornost za postupanje prema drugim sudionicima na tržištu.

Tržišna snaga je sposobnost utjecanja na cijene, proizvodnju, inovacije, različitost i kvalitetu robe i usluga ili druge parametre tržišnog natjecanja tijekom značajnog vremenskog razdoblja.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

UTVRĐIVANJE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

a) Utvrđivanje mjerodavnog tržišta

Uredba o utvrđivanju mjerodavnog tržišta:

Mjerodavno tržište u proizvodnoj dimenziji-tržište određene robe i/ili usluga koje su predmet obavljanja djelatnosti poduzetnika

Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji-cjelokupan ili dio teritorija Republike Hrvatske, na kojem se tržišni takmaci natječu u prodaji i/ili nabavi proizvoda

b) Utvrđivanje vladajućeg položaja-polazna osnova za utvrđivanje zlouporabe kao oblika protutržišnog postupanja na mjerodavnom tržištu



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

UTVRĐIVANJE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

Kada se poduzetnik nalazi u vladajućem položaju?

Poduzetnik je u vladajućem položaju ako se zbog svoje tržišne snage može ponašati na mjerodavnom tržištu u značajnoj mjeri neovisno od svojih stvarnih ili mogućih konkurenata, potrošača, kupaca ili dobavljača, naročito ako:

- 1. nema konkurenata na mjerodavnom tržištu, i/ili
- 2. ima značajnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na stvarne ili moguće konkurente (članak 15. stavak 1. ZZTN)



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

UTVRĐIVANJE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

S obzirom na:

- – tržišni udjel i položaj,
- – financijsku snagu,
- – pristup izvorima nabave ili tržištu,
- – povezanost s drugim poduzetnicima,
- – pravne ili činjenične zapreke za ulazak drugih poduzetnika na tržište,
- – poduzetnikovu sposobnost diktiranja tržišnih uvjeta s obzirom na njegovu ponudu ili potražnju, i
- – poduzetnikovu sposobnost isključivanja ostalih konkurenata s tržišta usmjeravanjem na druge poduzetnike.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

UTVRĐIVANJE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

ELEMENTI:

1. Položaj ekonomske snage na tržištu-poduzetnik samostalno ili s drugim poduzetnicima ima vodeći položaj na tržištu o odnosu na konkurente;
2. Veza između položaja ekonomske snage koju ima određeni poduzetnik i procesa tržišnog natjecanja-način na koji poduzetnik i ostali sudionici djeluju i međusobno djeluju na navedenom tržištu
3. Neovisno ponašanje na tržištu u odnosu na ostale sudionike-razina tržišnih ograničenja s kojima se suočava navedeni poduzetnik

Poduzetnici u vladajućem položaju ne smiju biti izloženi učinkovitim tržišnim ograničenjima, moraju imati značajnu tržišnu snagu.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

ZAKONSKA PRESUMPCIJA VLADAJUĆEG POLOŽAJA

Članak 15. stavak 3. ZZTN:

Pretpostavlja se da se u vladajućem položaju nalazi poduzetnik čiji tržišni udjel na mjerodavnom tržištu iznosi **više od 40%**.

Pretpostavlja se da se više poduzetnika nalazi u vladajućem položaju kada:

- 1. tri ili manje poduzetnika imaju zajednički tržišni udjel na mjerodavnom tržištu od **više od 60%**, ili
- 2. pet ili manje poduzetnika imaju zajednički tržišni udjel na mjerodavnom tržištu od **više od 80 % (zajednički vladajući položaj)**.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

UTVRĐIVANJE VLADAJUĆEG POLOŽAJA- TRŽIŠNI UDJELI

Visoki tržišni udjeli koje poduzetnik ima kroz neko vrijeme na tržištu ukazuju na vladajući položaj – npr. kada poduzetnik ima 50% ili više posto tržišta, a takmaci imaju znatno manji tržišni udio;

U slučaju manjih tržišnih udjela, vladajući položaj postoji kada poduzetnik ima tržišni udjel između 40%-50%
-manje je vjerojatno da će poduzetnici biti u vladajućem položaju ako posjeduju ispod 40% tržišnog udjela, iako i u tom slučaju mogu biti u vladajućem položaju



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

OBLICI ZLOUPORABE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

Kada je riječ o zlouporabi vladajućeg položaja?

Članak 16. ZZTN (=članak 82. Ugovora o EZ)

1. izravno ili neizravno nametanje nepravednih kupovnih ili prodajnih cijena, odnosno drugih nepravednih trgovinskih uvjeta,
2. ograničavanje proizvodnje, tržišta ili tehnološkog razvitka na štetu potrošača,
3. primjena nejednakih uvjeta na istovrsne poslove s drugim poduzetnicima, čime ih se dovodi u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju,
4. uvjetovanje sklapanja ugovora pristankom drugih ugovornih stranaka na dodatne obveze, koje po svojoj prirodi ili običajima u trgovini nisu u nikakvoj vezi s predmetom tih ugovora.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

Najčešći oblici zlouporabe vladajućeg položaja:

- **Pretjerane cijene** = cijene se mogu smatrati pretjeranim (te stoga i nepravedno visokim) ako poduzetniku omogućuju veću stopu povrata nego što bi to bilo moguće na konkurentnom tržištu
- **Predatorske cijene** = cijene koje kratkoročno podrazumijevaju gubitke (ispod razine troškova) kako bi se omogućila eliminacija konkurenta s ciljem da se dugoročno omogući naplaćivanje viših cijena
- **Diskriminacija putem cijena** = naplaćivanje različitih cijena različitim kupcima za isti proizvod, te naplaćivanje iste cijene različitim kupcima iako postoji materijalna razlika u pogledu troškova nabave
- **Vežanje proizvoda** = dobavljač uvjetuje kupcu da cjelokupnu potražnju ili dio potražnje za drugim (vezanim) proizvodom nabavlja od dobavljača prvog proizvoda
- **Odbijanje opskrbe** = odbijanje opskrbe proizvodom ili onemogućavanje pristupa “ključnoj infrastrukturi”



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

POSTUPAK UTVRĐIVANJA ZLOUPORABE VLADAJUĆEG POLOŽAJA

-ex officio ili na zahtjev stranke

Zaključak o pokretanju postupka: poduzetnik u vladajućem položaju, dovoljno indicija za postupanje koje bi moglo imati obilježja zlorporabe vladajućeg položaja.

Postupak: prikupljanje podataka (stranke, tržišni takmaci, udruženja), komparativna praksa EU, usmena rasprava (stranke, svjedoci, stručni pomagači, vještaci).

Dokazivanje: teško, dugotrajno, detaljne ekonomske i pravne analize, učinak na mjedoravnom tržištu.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

ODLUKE AZTN O ZLOUPORABI VLADAJUĆEG POLOŽAJA

ZAKLJUČAK O ODBACIVANJU ZAHTJEVA: poduzetnik se ne nalazi u vladajućem položaju, nema uvjeta za pokretanje postupka

RJEŠENJE O ODBIJANJU ZAHTJEVA- u provedenom postupku temeljem dokaza nije nesporno dokazano postojanje zloporabe vladajućeg položaja.

RJEŠENJE KOJIM SE UTVRĐUJE ZLOPORABA VLADAJUĆEG POLOŽAJA-

1. utvrđuje vladajući položaj i postupanje poduzetnika kojim se zlopotrebljava taj položaj, sprječava, ograničava ili narušava tržišno natjecanje, te trajanje takvoga postupanja,
2. zabranjuje svako daljnje takvo postupanje poduzetnika,
3. određuje rokove i mjere za uklanjanje štetnih učinaka takvoga postupanja,
4. određuje druge odgovarajuće mjere te rokove za njihovo izvršenje koje pridonose osiguravanju tržišnog natjecanja među poduzetnicima na mjerodavnom tržištu.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

Razlika od zabranjenih sporazuma: ZZTN (kao niti članak 82. Ugovora o EZ) ne predviđa izuzeća!

Međutim, moguće je opravdati određeno postupanje poduzetnika u vladajućem položaju.

Npr. u slučaju količinskog rabata za kupce, koji može biti opravdan ukoliko odražava smanjenje u proizvodnim troškovima.

-teret dokaza leži na poduzetniku,

-opravdanje mora biti objektivno, gospodarskim razlozima obrazloženo na način da takvi objektivni, gospodarski razlozi nadilaze moguće negativne učinke postupanja poduzetnika u vladajućem položaju na mjerodavnom tržištu.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

PRIMJERI IZ PRAKSE AZTN





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

1. MEDIJA-IDEJA d.o.o protiv TISAK d.d i DISTRI PRESS d.o.o.

Rješenje AZTN od 15. listopada 2007. (“Narodne novine”, broj 6/08)
-utvrđeno da poduzetnici Tisak i Distri-Press zlorabe svoj zajednički vladajući položaj na tržištu trgovine općeinformativnim dnevnicima na veliko u odnosu na distribuciju općeinformativnog dnevnika Media-Ideje «24 sata».

Zlouporaba: Tisak i Distri-Press nakladniku dnevnika «24 sata» sa cijenom u maloprodaji 3 kn, cijenu usluge distribucije obračunavaju tako da pored jedinstvene naknade utvrđene općim uvjetima poslovanja tih distributera, zaračunavaju i naknadu koja je ovisna o ukupno distribuiranim primjercima tog dnevnika+ remitendu. Svim ostalim nakladnicima, kojih je cijena u maloprodaji 6 kn, Tisak i Distri-Press zaračunavaju samo jedinstvenu naknadu, ne uzimajući u obzir i remitendu.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

1. MEDIJA-IDEJA d.o.o protiv TISAK d.d i DISTRI PRESS d.o.o.

UTVRĐENA ZLOUPORABA: dva najveća hrvatska distributera tiska, ujedno jedina dva distributera koji distribuciju obavljaju na nacionalnoj razini, primjenjuju nejednake uvjete na istovrsne poslove s različitim poduzetnicima i time poduzetnika Media-Ideja dovode u neravnopravan položaj u odnosu na njegove tržišne takmace na povezanom tržištu naklade općeinformativnih dnevnika (članak 16. stavak 2. točka 3. ZZTN)

RJEŠENJE AZTN: zlorporaba započela 2. ožujka 2005., traje i dalje.
-zabranilo Tisku i Distri-Pressu svako buduće slično postupanje,
naložilo Tisku i Distri Pressu da u roku od tri mjeseca donesu nove opće uvjete poslovanja kojima će se cijena usluga distribucije općeinformativnih dnevnika odrediti na jasan, transparentan i nediskriminirajući način, da cijena distribucije ne ovisi o prodajnoj cijeni dnevnika koje distribuiraju.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

2. HRVATSKA UDRUGA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA protiv PONIKVE d.o.o. Krk

Rješenje AZTN od 20. listopada 2005. (“Narodne novine”, broj 132/05)

Zlouporaba: poduzetnik Ponikve d.o.o. Krk nametanjem nepravednih cijena komunalnih usluga narušavao tržišno natjecanje zluporabom vladajućeg položaja na tržištu opskrbe vodom kućanstava te odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda kućanstava na otoku Krku.

Ustanovljena diskriminacija potrošača izravnim nametanjem nepravednih prodajnih cijena vode i poticanje veće potrošnje vode, oni koji godišnje troše više plaćaju niži iznos naknade. Cijene ne upućuju potrošače, razvrstane u 32 kategorije ovisno o godišnjoj potrošnji, na racionalnu potrošnju ili potrošnju po njihovim potrebama.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

2. HRVATSKA UDRUGA ZA ZAŠTITU POTROŠAČA protiv PONIKVE d.o.o. Krk

Zlouporaba: Cjenik dovodi pojedine potrošače u različitim kategorijama, ali i potrošače unutar pojedinih kategorija, u neravnopravan položaj u odnosu na druge i diskriminira potrošače izravnim nametanjem nepravednih prodajnih cijena (članak 16. stavak 2. točka 1. ZZTN)

Rješenje AZTN: Ponikvama je naloženo da u roku od tri mjeseca izradi novi cjenik kojim će odrediti cijenu svojih usluga slobodnim odabirom modela tarifiranja. Usporedna analiza tržišta vode u Hrvatskoj i EU neosporno je dokazala da je unatoč oskudnosti vode i njezinog posebnog značaja moguće urediti sustav cijena koji ne dovodi potrošače u nejednak položaj određivanjem nepravednih cijena vode.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

3. VIP NET d.o.o. protiv HT d.d. i T-MOBILE Hrvatska

Zlouporaba: od 13. studenog 2003 na dalje;

-zlouporaba poduzetnika HT i T-Mobile na mjerodavnom tržištu telekom. usluga sklapanjem Okvirnih ugovora o pružanju telekom. usluga- svojim korisnicima uvjetovali sklapanje ugovora njihovim pristankom na dodatne obveze, koje po svojoj prirodi ili običajima u trgovini nisu ni u kakvoj vezi s predmetom tih ugovora, a koje se smatraju teškim ograničenjima tržišnog natjecanja.

Učinak dodatnih ugovornih obveza: sprječavanje, odnosno ograničavanje pristupa tržištu konkurentima HT-a i T-Mobila.





BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

3. VIP NET d.o.o. protiv HT d.d. i T-MOBILE Hrvatska

Zabranjene dodatne obveze ugovora:

1. Obveza korisnika da obavijeste o ponudi specifičnih novih usluga koje tim korisnicima nude konkurenti HT-a i T-Mobila,
2. Obveza korisnika da prihvate ponudu HT-a i T-Mobila, ako su cijene jednake ili niže, a kvaliteta jednaka ili bolja od ponude konkurencije
3. Obveza korisnika da obavijeste HT, odnosno T-Mobile, o postotku korištenja telekomunikacijskih usluga koje su bile predmetom ugovora a koje su korisnici mogli koristiti i od konkurenata,
4. Obveza korisnika da će koristiti sve telekomunikacijske usluge koje HT i T-Mobile nude ili će nuditi na tržištu nakon sklapanja ugovora.



BIZimpact – Izobrazba u osam zakonskih područja

Seminar 3 – Zaštita tržišnog natjecanja

3. VIP NET d.o.o. protiv HT d.d. i T-MOBILE Hrvatska

Rješenje AZTN od 12. srpnja 2007.

(“Narodne novine”, broj 100/07):

- naložila HT-u i T-Mobilu brisanje u cijelosti, odnosno izmjenu ograničavajućih odredaba u četrnaest (14) predmetnih ugovora.
- zabranila HT-u i T-Mobilu svako buduće postupanje kojime bi zlorababili vladajući položaj sklapanjem sporazuma koji sadržavaju ograničavajuće odredbe u smislu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, kojima bi HT i T-Mobile, korisnike svojih usluga, izravno ili neizravno financijski poticali ili kažnjavali, s ciljem ograničavanja korištenja konkurentskih telekomunikacijskih usluga.

