

Fenomen koji nagrizava već oronule temelje tržišne utakmice u prometu roba i usluga

# Monopol

Ove godine se i zvanično završava postupak privatizacije u našoj zemlji, a samim tim se završava i postupak raspodele i koncentracije finansijske moći i tržišta. Upravo zbog te činjenice, stvoreni su određeni monopoli u prometu roba i usluga.



Piše: Igor Isailović

**M**onopol jeste kancer zdrave konkurencije. Monopol se obično definiše u situaciji kada na strani ponude postoji samo jedan ponuđač, ili u praksi ponuđači koji pokrivaju više od 40% tržišta.

Propis kojim je normirana ova oblast donet je septembra 2005. godine kada je nažalost postupak raspodele moći i tržišta već bio u poslednjoj fazi.

Pomenutim Zakonom o zaštiti konkurencije propisano je da se povredom konkurencije smatraju:

- 1) sporazumi kojima se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija (monopolski sporazumi);
- 2) zloupotreba dominantnog položaja;
- 3) koncentracija kojom se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija, pre svega stvaranjem, odnosno jačanjem dominantnog položaja na tržištu.

## Monopolski sporazumi

Sporazumi kojima se bitno sprečava, ograničava ili narušava konkurencija zabranjeni su i ništavni, a naročito sporazumi kojima se:

- 1) neposredno ili posredno utvrđuju kupovne ili prodajne cene ili drugi uslovi trgovine;
- 2) ograničava ili kontroliše proizvodnja, tržište, tehnički razvoj ili investicije;
- 3) dele tržišta ili izvori nabavke;
- 4) primenjuju nejednaki uslovi poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu i time učesnike na tržištu dovode u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurente;
- 5) uslovljava zaključenje sporazuma prihvatanjem dodatnih obaveza koje, s obzirom na svoju prirodu i trgovačke običaje i praksu, nisu u vezi sa predmetom sporazuma.

Dakle, ovi sporazumi jesu ništavni, ali u praksi, pa čak i iz ugla običnog potrošača, možemo neposrednim opažanjem rafova sa izloženom robom zaključiti da su proizvođači određenih proizvođača uvek bolje pozicionirani od iste ili istovrsne robe drugih proizvođača. U određenim restoranima obično je pravilo da u ponudi imaju bezalkoholne napitke samo jednog od dva najveća svetska proizvođača bezalkoholnih napitaka ili samo jednu vrstu mineralne ili gazirane vode (obično samo jednog proizvođača). Razlozi za ovako nešto sigurno nisu ekonomičnost ili nedovoljna potražnja za drugim vrstama robe, već osnovano sumnjamo da su u pitanju sporazumi kojima se sprečava, ograničava ili narušava konkurencija.

## Zloupotreba dominantnog položaja

Dominantan položaj na relevantnom tržištu ima učesnik na tržištu koji posluje nezavisno od drugih učesnika na tržištu, odnosno koji donosi poslovne odluke ne vodeći računa o poslovnim odlukama svojih konkurenata, dobavljača, kupaca i/ili krajnjih korisnika njegove robe i/ili usluga.

Navedenim propisom takođe je propisano da "Dominantan položaj mogu imati dva ili više nezavisnih učesnika na tržištu, koji su na relevantnom tržištu povezani ekonomskim vezama, tako da zajednički deluju kao jedan učesnik na tržištu (kolektivna dominacija)."

Zloupotrebom dominantnog položaja na relevantnom tržištu robe i/ili usluga smatraju se radnje kojima se ograničava, sprečava ili narušava konkurencija, a naročito radnje kojima se:

- 1) neposredno ili posredno nameću nepravedne kupovne ili prodajne cene ili drugi nepravedni uslovi poslovanja;
- 2) ograničava proizvodnja, tržište ili tehnički razvoj, na štetu potrošača;
- 3) primenjuju nejednaki uslovi poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu, čime se dovode u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurente;
- 4) uslovljava zaključenje ugovora time da druga strana prihvati dodatne obaveze koje, po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima, nisu u vezi sa predmetom ugovora.

## Koncentracija

Koncentracija se obično definiše kao sticanje neposredne ili posredne kontrole jednog ili više učesnika na tržištu nad drugim učesnikom na tržištu ili njegovim delom. Stvaranjem koncentracije stvara se tzv. monopolski položaj.

Koncentracija je ipak moguća u smislu navedenog propisa, ali se ona može sprovesti samo po pribavljenom odobrenju, koje na zahtev učesnika na tržištu izdaje Komisija.

Zahtev za koncentraciju podnosi se pod uslovom da:

- 1) zajednički ukupan godišnji prihod svih učesnika u koncentraciji ostvaren na tržištu Republike Srbije, u prethodnoj obračunskoj godini, prelazi iznos od 10 (deset) miliona evra, u dinarskoj protivvrednosti, po kursu na dan sastavljanja godišnjeg računa



Izvršna vlast bi trebalo da učini sve da na svojoj teritoriji ima fer tržišnu konkurenciju, ali sa druge strane ne bi smela ni da zanemari svoju ulogu u revitalizaciji srpske privrede, tj. da uspostavi partnerski odnos sa privrednicima, jer je njena pomoć odlučujuća u osvajanju regionalnih pa i svetskih tržišta.

zaštite konkurencije, radi izvršavanja međunarodnih obaveza u ovoj oblasti i prikuplja informacije o zaštiti konkurencije u drugim državama;

- vodi evidenciju o prijavljenim sporazumima, o učesnicima koji imaju dominantan položaj na tržištu, kao i o koncentracijama, u skladu sa ovim zakonom;
- organizuje, preduzima i kontroliše sprovođenje mera kojima se obezbeđuje zaštita konkurencije;
- obavlja i druge poslove u skladu sa zakonom.

ili

- 2) zajednički ukupan godišnji prihod učesnika u koncentraciji ostvaren na svetskom tržištu u prethodnoj obračunskoj godini prelazi iznos od 50 (pedeset) miliona evra, u dinarskoj protivvrednosti, po kursu na dan sastavljanja godišnjeg računa, pri čemu najmanje jedan učesnik na tržištu, koji je učesnik koncentracije, mora da bude registrovan na teritoriji Republike Srbije.

Potrebno je napomenuti da je predmetnim propisom i obrazovana komisija za zaštitu konkurencije kao samostalna i nezavisna organizacija koja vrši javna ovlašćenja, u skladu sa ovim zakonom.

Tako je propisano da je organ komisije Savet komisije, koji donosi sve odluke i druge akte o pitanjima iz nadležnosti Komisije.

Komisija je nadležna da između ostalog:

- rešava o pravima i obavezama učesnika na tržištu u skladu sa zakonom;
- prati i analizira uslove konkurencije na pojedinačnim tržištima i u pojedinačnim sektorima;
- ostvaruje međunarodnu saradnju u oblasti

Na kraju, potrebno je znati da su propisom predviđene i kaznene odredbe koje, na primer, predviđaju da će se novčanom kaznom u visini od 1 do 10% od ukupnog godišnjeg prihoda, u prethodnoj obračunskoj godini, kazniti za prekršaj učesnik na tržištu koji:

- zaključi ili izvrši zabranjeni sporazum;
- zloupotrebom dominantan položaj na relevantnom tržištu;
- sprovede koncentraciju za koju nije izdato odobrenje za sprovođenje koncentracije;

Dakle, ova oblast prava je uz određene intervencije skoro idealna, ali je najveći problem uvek isti, a to je primena propisa.

Zakonodavac je dakle jasno propisao mere za zaštitu konkurencije, ali nije predvideo npr. anti-monopolsku inspekciju, koja bi na terenu ispitala primenu ovog propisa, pa imamo apsurd da je Komisija za zaštitu konkurencije za skoro tri godine postojanja izrekla samo par mera i pored činjenice da postojanje monopolskih sporazuma u svakodnevnom životu očigledno.

Autor je advokat, partner Advokatske kancelarije Simeunović-Ikonović-Isailović