

Kartelski sporazumi

Fetahaj, Rinor

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:204753>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

Rinor Fetahaj

Kartelski sporazumi

Diplomski rad

Pula

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

Kartelski sporazumi

Diplomski rad

JMBAG: 030300065121, redoviti student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija

Predmet: Politika konkurencije

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Marketing

Mentor: izv.prof.dr.sc. Dragan Benazić

Pula



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Rinor Fetahaj, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Rinor Fetahaj dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Kartelski sporazumi koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
2.	TRŽIŠNO NATJECANJE - POJAM I POLITIKA	2
2.1.	Pravo tržišnog natjecanja	2
2.2.	Povijest razvoja prava tržišnog natjecanja	5
2.3.	Razvoj hrvatskog prava tržišnog natjecanja	7
2.4.	Ciljevi prava tržišnog natjecanja	10
2.5.	Tijela za zaštitu tržišnog natjecanja	13
2.5.1.	<i>Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja</i>	13
2.5.2.	<i>Europska komisija</i>	17
3.	ZLOUPORABA VLADAJUĆEG POLOŽAJA	23
3.1.	Članak 102. UFEU-a – zlouporaba vladajućeg položaja	24
3.2.	Oblici zlouporabe vladajućeg položaja	25
3.2.1.	<i>Predatorne cijene</i>	26
3.2.2.	<i>Prekomjerne cijene</i>	28
3.2.3.	<i>Diskriminacija u cijenama</i>	31
3.2.4.	<i>Vezani poslovi/proizvodi</i>	32
3.2.5.	<i>Odbijanje poslovanja</i>	34
4.	ČLANAK 101. UFEU-A – ZABRANJENI SPORAZUMI	36
5.	KARTELSKI SPORAZUMI	38
5.1.	Oblici kartela	40
5.1.1.	<i>Dogovori o cijenama</i>	41
5.1.2.	<i>Podjela tržišta</i>	42
5.1.3.	<i>Ograničenje proizvodnje</i>	43
5.1.4.	<i>Dogovori oko namještanja na natjecajima (bid rigging)</i>	44
5.2.	Tržišta na kojima se najčešće pojavljuju karteli	45
5.3.	Krizni karteli	46

5.4. Karteli – statistike i sankcije	48
6. ZAKLJUČAK	53
Literatura	55
Popis slika	60
Popis tablica	61
SAŽETAK	62
SUMMARY	63

1. UVOD

Tema i predmet ovog rada su kartelski sporazumi. Na samom početku ovog rada potrebno je definirati tržište. Općenito, tržište se smatra mjestom gdje se roba kupuje i prodaje, no u ekonomiji se pojam tržište ne odnosi na određeno mjesto, već je ono mehanizam putem kojeg kupci i prodavači dolaze u kontakt jedni s drugima i kupuju i prodaju robu po međusobno dogovorenim cijenama. Iz navedenog, tržište možemo podijeliti na ponuđače, odnosno one koji prodaju ili nude proizvod ili uslugu te oni koji kupuju te proizvode i usluge, a to su kupci. Kako ponuđača na tržištu ima puno, može se reći kako se ti ponuđači međusobno natječu kako bi imali što bolji položaj na tržištu, odnosno tržišni udio i ostvarili veću dobit od svojih konkurenata. Ali to natjecanje je zakonski ograničeno i zbog toga je uveden pojam prava tržišnog natjecanja. Mnogi konkurenti na tržištu su „posegnuli“ za sporazumima koji su teško vidljivi zakonodavstvu s ciljem ostvarivanja konkurentne prednosti na nezakonit način, a jedni od tih sporazuma su kartelski sporazumi. Stoga je cilj ovog rada teorijski definirati tržišno natjecanje te se bolje upoznati s terminologijom kartela. Kako bi bolje razumjeli kartele i njihov utjecaj na tržišnom natjecanju pomoći će nam i mnogi primjeri kartelskih sporazuma koji se navode kroz rad.

Ovaj se rad sastoji od uvoda i zaključka te četiri glavna poglavlja. U drugom poglavlju definirano je tržišno natjecanje i pravo tržišnog natjecanja te se objašnjava kako je nastalo tržišno natjecanje i kako se ono mijenjalo i razvijalo kroz povijest. Uz to, navode se ciljevi prava tržišnog natjecanja te tijela koja su odgovorna za provedbu prava i propisa tržišnog natjecanja. Treće poglavlje definira zlouporabu vladajućeg položaja i objašnjava najčešće oblike zlouporabe vladajućeg položaja. U četvrtom poglavlju se nalazi članak 101. UFEU-a – zabranjeni sporazumi koje se nadovezuje s petim poglavljem, točnije kartelskim sporazumima, odnosno njihova definicija i problematika te njihovi oblici i pojedine statistike. Kroz sam rad su također priloženi i brojni primjeri nekih od najpoznatijih kartelskih sporazuma u tržišnom natjecanju te njihove sankcije i kazne. Zadnje poglavlje je zaključak u kojem su sintetizirane bitne spoznaje ovog rada i određen kritički stav autora rada.

2. TRŽIŠNO NATJECANJE - POJAM I POLITIKA

Tržišno natjecanje među poduzetnicima obilježje je gospodarskog ustroja u kojem se alokacija resursa obavlja polazeći od ponude i potražnje na tržištu. Podrazumijeva stalnu "bitku" između većeg ili manjeg broja konkurenata u ponudi određenih proizvoda i usluga za što veći broj kupaca tih proizvoda i usluga, a radi ostvarivanja poslovnih ciljeva u obliku dobiti i većeg tržišnog udjela.¹

Politika tržišnog natjecanja bavi se procesom tržišnog natjecanja, strukturom tržišta i utjecajima na tu strukturu koji dolaze iz privatnopravne sfere, a koji se ne temelje na metodama tržišnog natjecanja. Ona je oblik intervencije u privatnopravne odnose između gospodarskih subjekata kojom se ostvaruje gospodarska politika u mikroekonomskoj sferi.² Politika tržišnog natjecanja je niz pravila i mjera koja određena država donosi kako bi se smanjili ili pak u potpunosti spriječili raznorazni ilegalni sporazumi u svrhu postizanja boljeg položaja na tržištu na nedopustiv način koji za cilj imaju ometanje i stvaranje nepovoljnog položaja konkurencije na tržištu djelovanja.

2.1. Pravo tržišnog natjecanja

Pravo tržišnog natjecanja čine pravila kojima je cilj osigurati jednake uvjete poslovanja za sve poduzetnike, postaviti jasna pravila za natjecanje poduzetnika na tržištu, ali time i granice dopuštenih sredstava i mjera kojima se poduzetnici mogu služiti kako bi imali bolji položaj na tržištu³. Slijedom navedenoga, može se zaključiti da pravo tržišnog natjecanja ima za svrhu provesti, očuvati te održati jednak i fer položaj između svih poduzetnika na tržištu neovisno o njihovoj veličini.

¹ Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, Tržišno natjecanje. Dostupno na: <https://www.aztn.hr/trzisno-natjecanje/> (pristupljeno 01.08.2022.)

² V. Šoljan, *Vladajući položaj na tržištu i njegova zlouporaba u pravu tržišnog natjecanja Europske zajednice*, Zagreb, Ibis grafika, 2004, str. 116.

³ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, *Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora*, Zagreb, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2021., str. 6.

Pravo tržišnog natjecanja kao skup pravila kojima se tržišno natjecanje uređuje u središtu je politike tržišnog natjecanja koju čine sve mjere i pravila ponašanja usmjereni na to da tržišno natjecanje bude slobodno. Uz pravila tržišnog natjecanja, politiku tržišnog natjecanja čini i institucionalni okvir u obliku stvaranja tijela sposobnih za provedbu pravila tržišnog natjecanja, kao i sve mjere koje trebaju osigurati adekvatnu provedbu jer bez toga postoji samo puklo pravo bez primjene te zato u mjeru provedbe ulaze ne samo pravila tržišnog natjecanja, nego i sva druga pravila, kao što su pravila postupka pred tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja i pravila postupka pred sudovima koji obavljaju kontrolu nad odlukama tijela za zaštitu tržišnog natjecanja, pravila koja osiguravaju učinkovitu provedbu sankcija za nepoštovanje pravila tržišnog natjecanja.⁴

Pravo tržišnog natjecanja prepoznaje tri oblika djelovanja poduzetnika (u užem smislu) na tržištu koji mogu narušavati tržišno natjecanje, a to su:

- Zabranjeni sporazumi poduzetnika (npr. karteli)
- Koncentracija poduzetnika
- Zloupotreba vladajućeg položaja poduzetnika

Zabranjene sporazume možemo definirati kao zakonom nedopustivo udruženje poduzetnika u svrhu postizanja određene prednosti na tržištu kako bi se narušio položaj konkurenata, a poboljšao vlastiti.

Zabranjeni su sporazumi i svako usklađeno djelovanje poduzetnika kojima se ograničava slobodna trgovina i tržišno natjecanje među poduzetnicima.

Sporazumijevanje koje je zabranjeno može imati negativne učinke na slobodno tržišno natjecanje kako među poduzetnicima između kojih postoji sporazumijevanje tako i u odnosu prema trećima, poduzetnicima koji nisu stranke sporazuma.⁵

Pod pojmom koncentracije podrazumijevaju se raznovrsni oblici povezivanja poduzetnika, na statusnoj i/ili ugovornoj osnovi kojima je zajedničko obilježje stvaranje pravnog i/ili ekonomskog zajedništva između sudionika koncentracije koji

⁴ ibidem, str. 7.

⁵ ibidem, str. 8.

su prije provedbe koncentracije bili međusobno pravno i ekonomski neovisni poduzetnici.⁶ Koncentracije poduzetnika možemo podijeliti na tri vrste, a to su:

- Horizontalne - koncentracije poduzetnika koji djeluju na istom tržištu, odnosno nude isti proizvod ili uslugu
- Vertikalne – definiramo ih kao koncentracije poduzetnika koji djeluju na različitim tržištima, odnosno ne nude isti proizvod ili uslugu
- Konglomeratne – koncentracije koje djeluju u cijelosti na međusobno nepovezanim tržištima

Zlouporeba tržišnog natjecanja poduzetnika u pravu tržišnog natjecanja, definiramo kao situaciju u kojoj poduzetnik koji ima veliku, značajnu tržišnu snagu može, neovisno o drugim konkurentima, donositi neravnopravne odluke prema konkurentima, kupcima, potrošačima i dobavljačima i na taj način ograničavati i štetiti cjelokupnom tržišnom natjecanju. Kod razmatranja zlouporebe vladajućeg položaja, važno je istaknuti da vladajući položaj sam po sebi nije zabranjen, naime, i poduzetnik u vladajućem položaju ima pravo natjecati se na tržištu na kojem sudjeluje u prometu roba i usluga, međutim poduzetnik s većom tržišnom snagom, koji se nalazi u vladajućem položaju na tržištu ima posebnu i veću odgovornost za postupanje prema drugim sudionicima na tržištu, kako ne bi svojim utjecajem negativno utjecao i ograničio tržišno natjecanje na zajedničkom tržištu.⁷

Zlouporeba može biti cjenovna, odnosno kada se ona događa putem cijena te necjenovna, odnosno kada ne uključuje cijene već druga postupanja. Najčešći oblici zlouporebe su: predatorske cijene, diskriminacija cijena i prekomjerne cijene, odnosno pretjerane cijene. Što se tiče pojave zlouporebe u smislu necjenovnog postupanja, najčešće razlikujemo vezane poslove/proizvode, odbijanje poslovanja, odnosno suradnje te uvjetovane rabate i popuste.

⁶ Akšamović, D. (2008). *Pravni režim za koncentracije poduzetnika u pravu tržišnog natjecanja EZ i Hrvatske s posebnim osvrtom na mjere restrukturiranja koncentracija i mjera praćenja ponašanja sudionika koncentracije*, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, vol. 29, br. 2, 2008, str. 1035. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/40694> (pristupljeno 03.08.2022.)

⁷ Kapural, M. (2010). *Zlouporeba vladajućeg položaja u pravu tržišnog natjecanja EU*. Pravo i porezi, br. 11, Zagreb, str. 4. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/clanak-12957/> (pristupljeno 03.08.2022.)

2.2. Povijest razvoja prava tržišnog natjecanja

Povijest zakona o tržišnom natjecanju odnosi se na najranije pokušaje država da kontroliraju konkurentnost na tržištu, održavajući tako fer i korektan odnos među konkurentima, odnosno takmacima na određenom tržištu što je danas dovelo do mnogih modernih zakona o zaštiti tržišnog natjecanja. Najraniji zakon o tržišnom natjecanju je donesen još 50. godina pr. Kr. kako bi se zaštitila industrija žitarica u Rimskom Carstvu zabranjujući blokadu opskrbnih brodova.⁸ Naime, države su kako danas, tako i tijekom povijesti oduvijek nastojale provesti i održavati odnose među takmacima na tržištu te sprječavati nepoštene utakmice konkurenata. Moderno tržišno natjecanje za svoj početak smatra trenutak kada je donesen Shermanov zakon (Sherman act) u Sjedinjenim Američkim Državama godine 1890. Njime se nastojalo suzbiti svaki sporazum koji je ograničavao, ometao ili smanjio trgovinu. Jednako tako, zabranjeno je monopoliziranje ili pokušaj monopoliziranja trgovine (zapravo zlouporaba vladajućeg položaja u suvremenoj terminologiji tržišnog natjecanja).⁹ Glavna svrha Shermanovog zakona bila je pružati jednaka pravila za sve takmace na tržištu.

Počeci pojačanog razvoja prava tržišnog natjecanja smatraju se trenutkom kada su Belgija, Italija, Francuska, Luksemburg, Njemačka i Nizozemska sklopili Rimski ugovor 25. ožujka 1957. godine u Rimu. Njime je osnovana Europska ekonomska zajednica (EEZ), zajedničko tržište utemeljeno na slobodnom kretanju:¹⁰

- robe
- usluga
- ljudi
- kapitala

Cilj Europske ekonomske zajednice (EEZ) bio je zblížiti i pojačati odnose između zemlja članica u vidu trgovanja i proizvodnje.

⁸ Wigmore, I. (2019). *What is competition law?* – definition from WhatIs.com. Dostupno na: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/competition-law> (pristupljeno 07.08.2022)

⁹ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 31.

¹⁰ EUR-Lex. *Ugovor iz Rima (EEZ)*. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=LEGISSUM%3Axy0023> (pristupljeno 07.08.2022.)

Prema članku 2. Ugovora o osnivanju EEZ-a, ugovorne strane određuju da je zadaća Zajednice da uspostavljanjem zajedničkog tržišta i progresivnim približavanjem ekonomskih politika zemalja članica promiče u Zajednici skladan razvitak gospodarskih aktivnosti, kontinuirano i uravnoteženo širenje, povećanje stabilnosti, ubrzano podizanje životnog standarda i bliže odnose između zemalja članica koje joj pripadaju.¹¹

Člankom 3. Ugovora određene su aktivnosti EEZ-a koje uključuju:¹²

- ukidanje carinskih pristojbi i količinskih ograničenja uvoza i izvoza robe, kao i svih drugih mjera s jednakim učinkom
- uspostavljanje zajedničke carinske tarife i zajedničke trgovinske politike prema trećim zemljama
- ukidanje prepreka slobodi kretanja osoba usluga i kapitala
- usvajanje zajedničke politike u poljoprivredi
- usvajanje zajedničke politike u prometu
- uspostavu sustava koji osigurava neometanu konkurenciju na zajedničkom tržištu
- primjenu postupaka prema kojima će se moći usklađivati ekonomske politike zemalja članica i prema kojima će se nesklad u platnoj bilanci moći prevladati
- usklađivanje zakonodavstva zemalja članica u mjeri koja je potrebna za pravilno funkcioniranje zajedničkog tržišta
- stvaranje Europskog socijalnog fonda kako bi se poboljšale mogućnosti zapošljavanja radnika i pridonijelo podizanju njihova životnog standarda
- osnivanje Europske investicijske banke radi olakšavanja gospodarskog širenja Zajednice otvaranjem novih resursa
- udruživanje prekomorskih zemalja i teritorija kako bi se povećala prodaja i zajednički gospodarski i društveni razvoj

¹¹ Banić, S. (2019). *Vremeplov: Rimski ugovori – 25. ožujka 1957*. Dostupno na: <https://informator.hr/strucni-clanci/vremeplov-rimski-ugovori-25-ozujka-1957> (pristupljeno 07.08.2022)

¹² ibidem

2.3. Razvoj hrvatskog prava tržišnog natjecanja

Zaštita tržišnog natjecanja Republike Hrvatske prvi puta je uređeno Zakonom 1995. godine, zatim je uslijedila njegova dopuna i kratka izmjena između 1997. i 1998. godine. Nakon toga je na snagu stupio novi, drugi Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja 2003. godine te je trajao sve do 2009. godine kada je donesen treći, iznova nadopunjeni Zakon – izmijenjen 2013. godine, trajao sve do 2021. godine. Danas je na snazi Zakon iz 2021. godine.

Prvi hrvatski zakon o zaštiti tržišnog natjecanja donesen je 27. lipnja 1995. godine a počeo se provoditi 22. srpnja iste godine. Zakonom su se uređivala pravila ponašanja i mjere za zaštitu ravnomyernog tržišnog natjecanja. Zakon je donio Zastupnički dom Sabora Republike Hrvatske i sadržava 46. članka podijeljenih u pet glava. Prema članku 2. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja ovaj Zakon se primjenjuje na trgovačka društva, trgovca pojedinca, obrtnika i druge pravne i fizičke osobe, koje obavljajući gospodarsku djelatnost sudjeluju u prometu roba i usluga.¹³ Zakonom se odredilo da sve upravne i stručne poslove u vezi sa zaštitom tržišnog natjecanja obavlja tijelo Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, a kao savjetodavno stručno tijelo pri Agenciji imenovan je Savjet za zaštitu tržišnog natjecanja. Savjet je imao za mogućnost ravnatelju Agencije predlagati poduzimanje mjera za zaštitu tržišnog natjecanja. Glavni poslovi Savjeta za zaštitu tržišnog natjecanja su, između ostalog bili:

- ocjena sporazuma, odnosno jesu li sporazumi sukladni odredbama Zakona
- utvrđivanje zlouporabe tržišnog natjecanja
- ocjena koncentracija, odnosno njihova sukladnost sa Zakonom i utvrđivanje nedozvoljenih koncentracija

Drugi Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja donesen je 15. srpnja 2003. od strane Hrvatskog sabora. Zakon sadrži 70 članaka u 9 glava. Kao i prethodni Zakon, ovaj Zakon je podrazumijevao primjenu na sve pravne i fizičke osobe koji obavljaju gospodarsku djelatnost i time sudjeluju u prometu roba i usluga. Zadaća oba zakona

¹³ Narodne novine (1995). *Odluka o proglašenju Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja*. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1995_07_48_991.html (pristupljeno 07.08.2022)

bila je suzbijanje bilo kakvog oblika sprječavanja i ograničavanja tržišnog natjecanja na teritoriju Republike Hrvatske, ali isto tako i izvan teritorija Republike Hrvatske ukoliko su ograničavanja imala utjecaj na teritoriju Republike Hrvatske. Zakon donosi niz značajnih promjena u odnosu na prethodni, a neke od najvažnijih su: jasnije definiranje temeljnih instituta, uvođenje Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja od pet članova i pružanje ovlasti da na prijedlog uvedenog vijeća Vlada Republike Hrvatske donosi podzakonske akte za provedbu Zakona.

Treći zakon donesen je 8. lipnja 2009. godine te stupio na snagu 1. listopada 2010. godine koji je vođen ka usklađivanju s europskim pravom tržišnog natjecanja.

Kasnije je on s ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju još naknadno dopunjen i izmijenjen. Razlog donošenja novog Zakona je u biti bila nedovoljno učinkovita zaštita tržišnog natjecanja i neefikasno izricanje kazni.

Ključni nedostatak prethodnog Zakona o tržišnom natjecanju iz 2003. godine smatrao se što je Agenciji dana ovlast samo za utvrđivanje povreda Zakona, a ne izricanje kazni, odnosno kažnjavanje poduzetnika za kršenje propisa o tržišnom natjecanju. Taj se bitan nedostatak u primjeni Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja 2003. godine riješio tako što su odredbama Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja 2009. godine Agenciji, koja je bila nadležna samo za utvrđivanje povreda Zakona, povjerene i ovlasti za izricanje sankcija za utvrđene povrede – naime, povrede propisa o tržišnom natjecanju su se do donošenja Zakona 2009. godine smatrale prekršajima, a njegovim donošenjem su umjesto prekršaja uvedene upravno kaznene mjere, a izriče ih Agencija kojoj je cilj osiguravanje učinkovitog tržišnog natjecanja, kažnjavanje počinitelja povreda Zakona, otklanjanje štetnih posljedica takvih povreda i odvracanje drugih poduzetnika od kršenja odredaba Zakona.¹⁴

Zakon o zaštiti 2009. godine prije svega donosi niz bitnih promjena i poboljšanja u odnosu na prethodni Zakon iz 2003. godine kao npr.:¹⁵

- Opširniju definiciju pojma poduzetnika

¹⁴ Rostaš-Beroš, L. (2014). *Nadležnost upravnih sudova u zaštiti tržišnog natjecanja*. Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, vol. 35, br. 1, str. 348. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130793> (pristupljeno 07.08.2022.)

¹⁵ Cerovac, M. *Novi zakon o zaštiti tržišnog natjecanja: značajne novine*. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/clanci/Novi_ZZTN_znacajne_novine.pdf (pristupljeno 08.08.2022.)

- Utvrđeni su uvjeti za skupna izuzeća sukladno članku 81. stavku 3. Ugovora o EZ i uvjeti za sporazume u sektoru transporta
- Utvrđeni su jasni parametri temeljem kojih će se smatrati da se pouzетnik nalazi u vladajućem položaju i kada je njegov tržišni udjel manji od zakonom utvrđene pretpostavke postojanja vladajućeg položaja
- Jasnije su objašnjene strukturne mjere i mjere praćenja poslovanja poduzetnika koje Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja može utvrditi u rješenju o zlouporabi vladajućeg položaja na tržištu
- Jasnije je naglašena primjena testa značajnog narušavanja tržišnog natjecanja kod ocjene koncentracija
- Detaljno se razrađuju kriteriji za izračun ukupnog prihoda financijskih institucija
- Uvodi se obveza dostavljanja pisane Obavijesti o preliminarno utvrđenim činjenicama u postupku strankama protiv kojih je pokrenut postupak
- Utvrđuje se popis kriterija za procjenu koja se informacija smatra poslovnom tajnom odnosno koje podatke Agencija neće smatrati poslovnom tajnom
- Izričito se spominje mogućnost naknade štete uzrokovane kršenjem propisa o tržišnom natjecanju pred nadležnim trgovačkim sudom

Uz gore navedena poboljšanja Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja iz 2009. godine donosi i brojne novine koje za cilj imaju ojačavanje djelotvornosti sustava zaštite tržišnog natjecanja. Ključne novine su:¹⁶

- Uvode se upravno kaznene mjere
- Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja je nadležna iz utvrđivanja povreda Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja i za izricanje upravno-kaznenih mjera
- Uvodi se mogućnost oslobađanja ili smanjivanja visine upravno kaznene mjere za poduzetnike koji Agenciji prijave postojanje kartela i ukažu na ključne dokaze
- Detaljno se uređuje pretrage poslovnih i drugih prostorija, zemljišta i prijevoznih sredstava u svrhu provedbe dokazanog postupka

¹⁶ ibidem

- Upravni sud je nadležan za kontrolu zakonitosti odluka Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, kako u dijelu koji se odnosi na utvrđivanje povrede propisa o tržišnom natjecanju, tako i u dijelu koji se odnosi na izrečenu upravno kaznenu mjeru
- Uvodi se žurnost u postupcima pred Upravnim sudom Republike Hrvatske u upravnim sporovima po tužbama protiv rješenja Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja
- Ukida se institut pojedinačnog izuzeća sporazuma od opće zabrane sklapanja ograničavajućih sporazuma
- Uvodi se pokretanje postupka utvrđivanja zabranjenih sporazuma i postupaka utvrđivanja zlouporabe vladajućeg položaja po službenoj dužnosti, pri čemu podnositelj zahtjeva za pokretanjem postupka nema položaj stranke u postupku
- Uvodi se kratki obrazac prijave koncentracije i skraćeni postupak ocjene koncentracije, uz taksativno navođenje kriterija i slučajeva u kojima se takav postupak može primijeniti

2.4. Ciljevi prava tržišnog natjecanja

Pravo tržišnog natjecanja može težiti različitim ciljevima pa tako različite jurisdikcije mogu imati različite ciljeve. Čak i ako se prihvati da je cilj prava tržišnog natjecanja postizanje učinkovitosti i maksimiziranje ekonomske dobrobiti, postavlja se pitanje bi li to trebao biti jedini cilj.

Od samih početaka razvoja prava tržišnog natjecanja promijenilo se nekoliko teoretskih pitanja o tome što bi zapravo trebali biti ciljevi sustava zaštite tržišnog natjecanja – bi li to trebala biti zaštita jednakih uvjeta za tržišno natjecanje za sve poduzetnike koji u njemu sudjeluju; zaštita sudionika tržišnog natjecanja; zaštita potrošača; osiguravanje učinkovitosti tržišta ili pak nešto sasvim drugo.¹⁷ Važno je dobro razumjeti ciljeve tržišnog natjecanja kako bi se izvršavala pravilna primjena

¹⁷ T. Čapeta, I. Goldner Lang (ur.), *Pravo unutarnjeg tržišta Europske unije*, Zagreb, Narodne novine, 2021, str. 212.

prava tržišnog natjecanja. Kada se razmatraju ciljevi prava tržišnog natjecanja, treba imati u vidu da, premda ekonomska analiza omogućava razumijevanje obilježja konkretnog tržišta i omogućava donošenje ocjene o posljedicama određene poslovne prakse na razinu tržišnog natjecanja, svi problemi ocjene monopola i tržišnog natjecanja nisu isključivo ekonomske prirode, već se djelomično oslanjaju i na vrijednosne stavove društva o zaštiti malog poduzetništva, održavanju gospodarskih sloboda, podržavanju inicijative, slobodi izbora, te pravnoj sigurnosti.¹⁸ Jednostavno rečeno, cilj prava tržišnog natjecanja je zapravo održavanje i reguliranje uvjeta za sprečavanje, narušavanje i ograničavanje slobodnog tržišnog natjecanja među poduzetnicima što u konačnici doprinosi cjelokupnom blagostanju potrošača i ostvarivanju gospodarskog i ekonomskog napretka.

¹⁸ V. Šoljan, op. cit., str. 104.

Slika 1. Ciljevi prava tržišnog natjecanja EU

The Goals and Values of EU Competition Law



Izvor: Ezrachi, A., *EU Competition Law Goals and the Digital Economy* (6. lipnja 2018). Oxford Legal Studies Research Paper No. 17/2018. Dostupno na https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3191766, (pristupljeno 08.08. 2022.)

Na gore prikazanoj slici možemo iščitati sedam ključnih ciljeva EU prema članku autora Ariel Ezrachi sa Sveučilišta na Oxfordu. Autor u središtu navodi blagostanje potrošača kao najključniji cilj prava tržišnog natjecanja, zatim ostale – poštenje, integracija tržišta, ekonomsku slobodu, dobrobit potrošača, efikasnost te učinkovita struktura tržišnog natjecanja.

Postoje mnoge teorije i definicije takozvanog „blagostanja potrošača“ – stručnjaci i autori literatura prava tržišnog natjecanja ga različito definiraju, pa ga shodno tome neki autori svrstavaju na vrhu ljestvice kao glavni cilj prava tržišnog natjecanja dok se drugi ne slažu da bi ono trebalo biti primarni cilj prava tržišnog natjecanja. U jednostavnom smislu, blagostanje potrošača odnosi se na individualne koristi koje proizlaze iz potrošnje dobara i usluga. U teoriji, blagostanje potrošača pojedinca,

definirano je vlastitom procjenom zadovoljstva tog pojedinca s obzirom na cijene i prihode. Elementi blagostanja potrošača su:¹⁹

- cijena,
- kvaliteta,
- inovacija te
- mogućnost izbora.

Europska komisija u svojim smjernicama razrađuje ulogu standarda dobrobiti potrošača. U kontekstu članka 101. UFEU-a, napominje se da je cilj prava o tržišnom natjecanju Zajednice zaštititi tržišno natjecanje na tržištu kao sredstvo za poboljšanje blagostanja potrošača i osiguravanje učinkovite raspodjele resursa. Slično tome, u kontekstu članka 102. UFEU-a, Europska komisija naglašava da njezina provedbena aktivnost ima za cilj spriječiti štetni učinak na dobrobit potrošača, bilo u obliku viših razina cijena ili u nekom drugom obliku kao što je ograničavanje kvalitete ili smanjenje izbora potrošača.²⁰

2.5. Tijela za zaštitu tržišnog natjecanja

2.5.1. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) je osnovana 20. rujna 1995. godine odlukom Hrvatskog sabora, a započela je s radom sredinom 1997. godine. Agencija je pravna osoba, odnosno regulatorno tijelo s javnim ovlastima koja samostalno i neovisno obavlja poslove unutar svojeg djelokruga rada i za to odgovara Hrvatskom saboru, koji i imenuje članove Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja na prijedlog Vlade Republike Hrvatske nakon provedenog javnog poziva za predlaganje kandidata.²¹

Prema programu rada Agencije, misija Agencije je provedba zakona o zaštiti tržišnog natjecanja i Zakona o državnim potporama koja za cilj ima osiguravanje jednakih i fer

¹⁹ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 21.

²⁰ Ezrachi, A. (2018). *EU Competition Law Goals and the Digital Economy*. Oxford Legal Studies

Research Paper No. 17. Dostupno na https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3191766, (pristupljeno 09. 08. 2022.)

²¹ J. Pecotić Kaufman. (2012) *Pravo tržišnog natjecanja*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb. str. 13

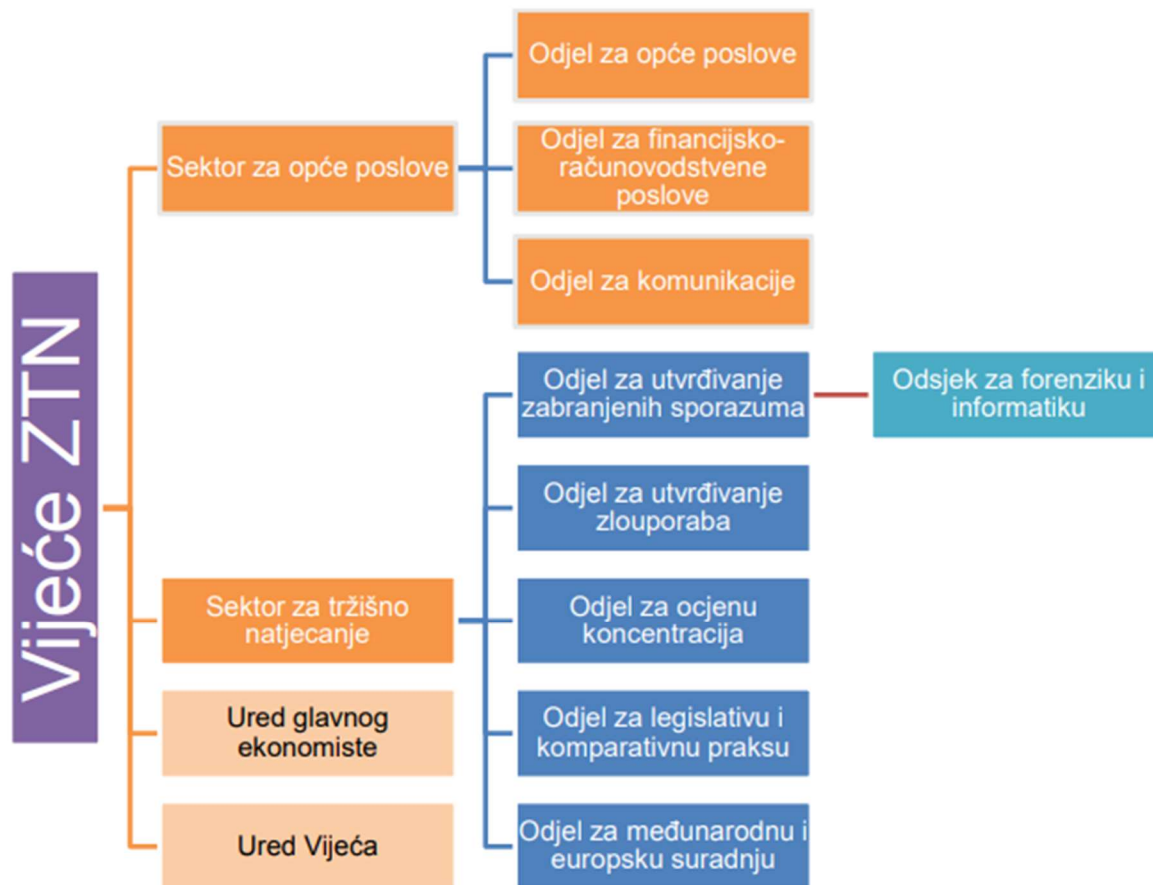
uvjeta za sve sudionike tržišta dok je vizija Agencija uspostaviti djelotvorno tržišno natjecanje koje bi poticalo održivi gospodarski rast i omogućilo uvjete za razvoj poduzetništva, konkretno malog i srednjeg poduzetništva.²² Cilj Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja je stvaranje jednakih uvjeta za poduzetnike na tržištu, neovisno o njihovoj veličini, a to postiže modernim pristupom provođenja mjera zaštite tržišnog natjecanja u svrhu preventive stvaranja situacija koje štete tržišnom natjecanju.

Djelokrug rada Agencije je područje sprječavanja, narušavanje i ograničavanje tržišnog natjecanja u obliku zabranjenih sporazuma i zlouporaba vladajućeg položaja poduzetnika na tržištu. U nadležnosti Agencije je također kontrola koncentracija među poduzetnicima.

Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja je tijelo koje je zaduženo za upravljanje radom Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja, a ono se sastoji od pet članova koje imenuje Hrvatski sabor od kojih je jedan predsjednik Vijeća.

²² AZTN. *Godišnje izvješće Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja*. Dostupno na https://www.aztn.hr/uploads/documents/0_nama/programi_rada/Program_rada_2010-2011.pdf (pristupljeno 10.08.2022.)

Slika 2. Organizacijska struktura Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja



Izvor: Program rada Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja. Dostupno na https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/programi_rada/Program_rada_AZTN_2014-2016.pdf (pristupljeno 10.08.2022.)

Zakonom je strogo zabranjen bilo kakav utjecaj na sam rad Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja koji za cilj ima ugrožavanje ili ometanje njezinog rada, odnosno samostalnosti i neovisnosti.

Prilikom ocjene sporazuma, odnosno utvrđivanje kršenja uvjeta koje sporazum mora zadovoljiti kako bi bio izuzet od načelne zabrane, Agencija je dužna ponajprije utvrditi ima li poduzetnik vladajući položaj, a zatim postoji li zlouporaba tog položaja te ukoliko se ustanovi da je to slučaj, tada Agencija ima široke ovlasti određivanja mjera za otklanjanje štetnih utjecaja, a te mjere su najčešće mjere praćenja ili

strukturne mjere.²³ Pri ocjenjivanju dopuštenosti koncentracija, Agencija utvrđuje osobito:²⁴

1. strukturu mjerodavnog tržišta, postojeće i moguće buduće konkurente na mjerodavnom tržištu, strukturu ponude i potražnje na tržištu te njihove cijene, trendove, rizike, ekonomske i/ili pravne i ostale zapreke pristupu ili izlasku s tržišta
2. položaj, tržišne udjele te ekonomsku i financijsku snagu poduzetnika na mjerodavnom tržištu, stupanj konkurentnosti sudionika koncentracije
3. učinke koncentracije na druge poduzetnike (npr. kraći putevi distribucije, sniženje troškova distribucije)

U članku 37. Zakona za zaštitu tržišnog natjecanja glasi da postupak utvrđivanja da je sporazum zabranjen ili postupak utvrđivanja postojanja zlouporabe tržišnog natjecanja u pravilu pokreće sama Agencija, ali to može podnijeti u obliku pisanog zahtjeva, prijedloga, prigovora ili obavijesti i svaka pravna ili fizička osoba, strukovna ili gospodarska interesna udruga, odnosno komora poduzetnika, udruga potrošača, Vlada Republike Hrvatske, tijela državne uprave te tijela jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave.²⁵

²³ Ibidem, str. 14

²⁴ Čl. 21. st. 3. ZZTN-a

²⁵ Čl. 37. st. 1. ZZTN-a

Tablica 1. Broj riješenih predmeta Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja u 2021. godini

	Broj riješenih predmeta u 2021.		
	Tržišno natjecanje	Nepoštene trgovačke prakse	Ukupno
Upravni predmeti	33	10	43
Neupravni predmeti	622	60	682
Sveukupno:	655	70	725

Izvor: „Godišnje izvješće o radu Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja za 2021. god“. Dostupno na <https://www.sabor.hr/godisnje-izvjesce-o-radu-agencije-za-zastitu-trzisnog-natjecanja-za-2021-godinu-podnositeljica?t=132120&tid=210510> (pristupljeno 12.08.2021.)

Iz gornje tablice (tablica 1.) možemo vidjeti da je Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja imala poprilično dobru godinu u smislu riješenih predmeta u 2021. godini. AZTN je u području tržišnog natjecanja riješio 655 predmeta, od toga 33 upravnih i 622 neupravnih predmeta. Kada pogledamo područje nepoštene trgovačke prakse, tu možemo vidjeti 10 riješenih upravnih predmeta, a 60 neupravnih. Sveukupan broj riješenih predmeta za 2021. je 725. U godini 2020. taj broj je ipak bio veći, no ne za puno – iznosio je 729, samo 4 predmeta više.

2.5.2. Europska komisija

Glavno tijelo nadležno u Europskoj uniji za provedbu mjera i pravila tržišnog natjecanja je Europska komisija. U skladu s člancima 101. – 109. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (UFEU), Europska komisija zajedno s nacionalnim tijelima zaduženim za provođenje prava tržišnog natjecanja izravno provodi pravila o tržišnom natjecanju na području Europske unije, a u svrhu osiguravanja poštenog i ravnopravnog natjecanja – od kojeg poduzeća, potrošači i europsko gospodarstvo imaju najviše koristi. U slučaju prekršaja ili prekoračenja granica, Komisija može nametnuti novčane kazne koje mogu iznositi i do značajnih 10% prekršiteljevog prometa.

Tijela za zaštitu tržišnog natjecanja, uključujući i Europsku komisiju razmjenjuju informacije o provedbi pravila tržišnog natjecanja Europske unije putem EMTTN (Europske mreže tijela za tržišno natjecanje). EMTTN, značajno doprinosi osiguravanju djelotvorne primjene pravila tržišnog natjecanja Europske unije – putem njega, tijela se informiraju o predloženim odlukama i primaju na znanje komentare drugih tijela te na taj način povezuju iskustva i prepoznaju i provode najučinkovitije prakse.²⁶

Fokus Komisije glasi na borbi protiv kartela, sprječavanju iskorištavanja tržišne moći dominantnih tvrtki u bilo kojem sektoru ili europskoj zemlji, nadzor na predloženim spajanjima te nadzor državne potpore sektorima i tvrtkama koje mogu narušiti tržišno natjecanje.²⁷

Unutar Komisije, Glavna uprava za tržišno natjecanja odgovorna je prvenstveno za provedbu sljedećih funkcija:²⁸

- provođenje antimonopolske i kartelske politike
- kontrola spajanja poduzeća
- kontrola državnih potpora
- razvoj politike tržišnog natjecanja EU-a, instrumenata politike tržišnog natjecanja i smjernica za poduzeća i država članica
- promicanje kulture tržišnog natjecanja i međunarodne suradnje u području politike tržišnog natjecanja; održavanje i jačanje ugleda Komisije u svijetu

²⁶ Europska komisija, Ured za publikacije Europske unije. *Tržišno natjecanje: poboljšanje funkcioniranja tržišta*, 2014, str. 3. dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2775/31433> (pristupljeno 13.08. 2022.)

²⁷ Ibidem, str. 4.

²⁸ Europska komisija. *Annual activity report 2020 - Competition*, str. 3., dostupno na https://ec.europa.eu/info/publications/annual-activity-report-2020-competition_hr (pristupljeno 13.08.2022)

Slika 3. Glavna pravila Europske unije u svezi tržišnog natjecanja

Glavna pravila

Prema pravilima EU-a, tvrtke:

- ne smiju pristajati na utvrđivanje cijena ili međusobnu podjelu tržištu (članak 101. Ugovora o funkcioniranju Europske unije),
- ne smiju zlorabiti dominantni položaj na nekom tržištu da bi istisnule manje konkurente (članak 102. Ugovora o funkcioniranju EU-a),
- ne smiju provesti spajanja ako bi time dospjele u položaj da nadziru tržište. Veće tvrtke s velikim prometom u EU-u ne smiju provesti spajanja bez prethodnog odobrenja Europske komisije, čak i ako je njihovo sjedište izvan EU-a (Uredbu o koncentracijama).

Pravila EU-a pokrivaju i državnu pomoć tvrtkama, koja je pod nadzorom Komisije (članak 107. Ugovora o funkcioniranju EU-a). Sljedeći su slučajevi, primjerice, zabranjeni ako nisu u skladu s određenim kriterijima:

- zajmovi i potpore,
- porezne olakšice,
- proizvodi i usluge koji se isporučuju, odnosno pružaju po preferencijalnim cijenama,
- državna jamstva koja poboljšavaju kreditni rejting tvrtke u odnosu na njezine konkurente.

Također, nikakva se državna potpora ne smije pružiti posmlim tvrtkama za koje nema nade da će postati ekonomski održive.

Izvor: Europska komisija, Glavna uprava za komunikacije. *Tržišno natjecanje: poboljšanje funkcioniranja tržišta*, Ured za publikacije, 2014. Dostupno na:

<https://data.europa.eu/doi/10.2775/31433> (pristupljeno 13.08.2022.)

Ovlasti Komisije, ukoliko ona odluči provesti inspekciju su sljedeće:²⁹

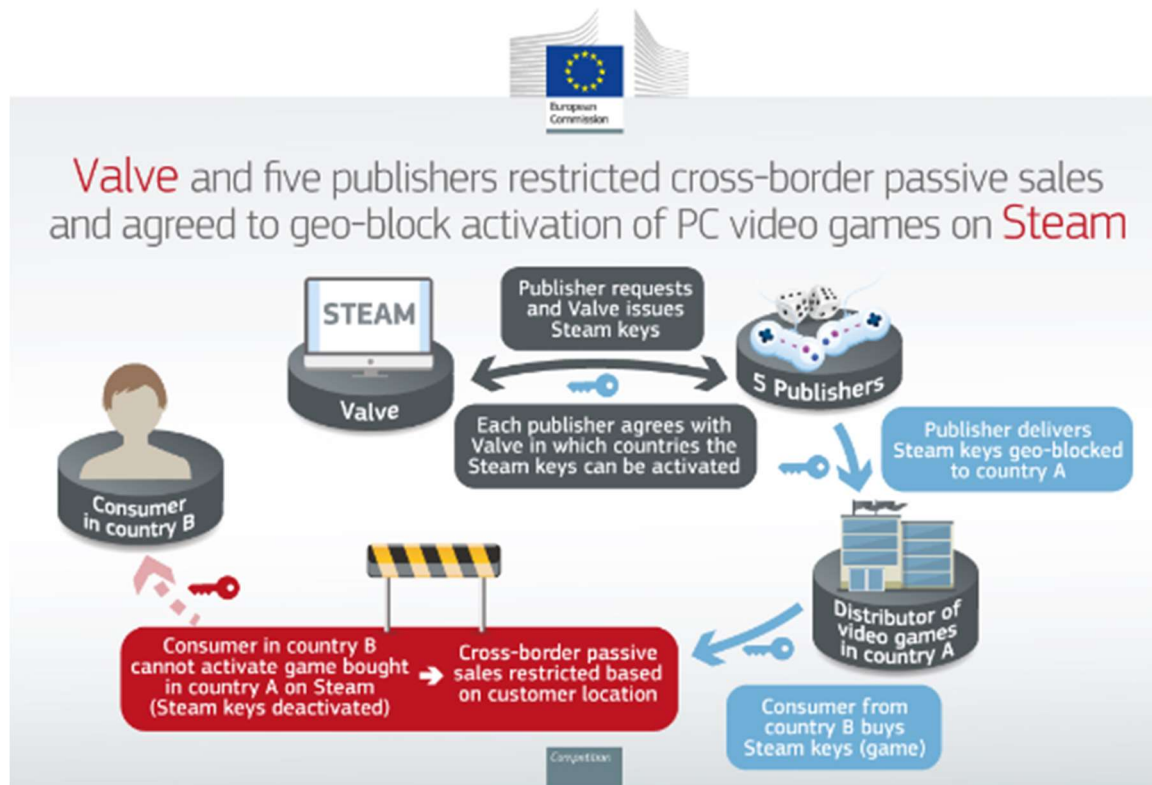
- ući u prostor tvrtke, odnosno njezino zemljište ili u prijevozna sredstva
- pregledati svu poslovnu dokumentaciju
- uzeti ili dobiti kopiju poslovne dokumentacije
- zapečatiti bilo koji poslovni prostor, poslovne knjige ili zapise na određeno razdoblje
- pitati bilo kojeg predstavnika tvrtke ili člana osoblja za objašnjenje dokumenata koji se odnose na predmet i svrhu inspekcije te snimiti ta objašnjenja

Svi europski propisi i odluke koje se direktno tiču tržišnog natjecanja su javno dostupni i podijeljeni po područjima tržišnog natjecanja (opća pitanja, članak 101. i 102., karteli, koncentracije...) i po ključnim djelatnostima u kojima se javljaju pitanja

²⁹ Europska komisija, Ured za publikacije Europske unije. *Tržišno natjecanje: poboljšanje funkcioniranja tržišta*, 2014, str. 6. dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2775/31433> (pristupljeno 13.08. 2022.)

tržišnog natjecanja (poštanske usluge, poljoprivredni proizvodi, energija i okoliš, financijske usluge, sport).³⁰

Slika 4. Novčana kazna Europske komisije Valve-u i pet izdavača video igara zbog geoblokiranja (7.8 milijuna eura)



Izvor: Europska komisija. *Antitrust: Commission fines Valve and five publishers of PC video games € 7.8 million for "geo-blocking" practices.* Dostupno na:

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_170 (pristupljeno 13.08.2022.)

Europska komisija je 2021. godine izdala novčanu kaznu Valve-u, vlasniku online platforme za izdavanje video igara i još pet izdavača – *Bandai Namco*, *Capcom*, *Focus Home*, *ZeniMax* i *Koch Media* u iznosu od 7.8 milijuna eura zbog kršenja antimonopolskih pravila EU-a, odnosno jer su ograničili prekograničnu prodaju računalnih videoigara na temelju geografske lokacije korisnika unutar Europskog gospodarskog prostora (EGP), ušavši u takozvanu praksu "geoblokiranja". Novčane kazne izdavačima u ukupnom iznosu od preko 6 milijuna eura smanjene su

³⁰ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 51

zahvaljujući suradnji tvrtki s Komisijom dok je Valve odlučio ne surađivati s Komisijom te je kažnjen s više od 1,6 milijuna eura.³¹

Slika 5. Provedba tržišnog natjecanja u području antimonopolskih sporazuma i kartela u 2021. godini.



Izvor: Europska komisija. *Izvešće o politici tržišnog natjecanja za 2021.* Dostupno na: <http://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2022/08/Izvj%C5%A1%C4%87e-EK-COMP21.pdf> (pristupljeno 15.08.2022.)

³¹ Europska komisija. *Antitrust: Commission fines Valve and five publishers of PC video games € 7.8 million for "geo-blocking" practices.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_21_170 (pristupljeno 13.08.2022)

Glavni prioritet Europske komisije je borba protiv kartela, naime, ona je tijekom razdoblja od 1990. do 2017. godine kaznila 835 trgovačkih društava kaznama u ukupnom iznosu od 27,6 milijardi eura zbog karteliziranja tržišta.³²

³² V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 236.

3. ZLOUPORABA VLADAJUĆEG POLOŽAJA

U slučaju zlouporabe vladajućeg položaja poduzetnik se okorištava situacijom u kojoj ima veliku tržišnu moć te ne ovisi o konkurentima pa se stoga može ponašati neetički i neprofesionalno prema drugim takmacima na tržištu narušavajući tako cjelokupno tržišno natjecanje.

Najprije je važno istaknuti da vladajući položaj na tržištu sam po sebi nije zabranjen, već je takav položaj zabranjen ukoliko se on zlouporabi. U prirodi tržišnog natjecanja je, naime, da se poduzetnici na tržištu natječu i da na taj način nastoje biti učinkovitiji i inovativniji od svojih konkurenata, međutim problem nastaje ako poduzetnik koji ima vladajući položaj na tržištu odluči zlouporabiti taj položaj. Nepisano pravilo glasi da jednom kada poduzetnik razvije vladajući položaj, stječe potpunu odgovornost da svojim postupanjima i ponašanjem ne narušava tržišno natjecanje.

U mini vodiču Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja za poslovne zajednice glasi da je poduzetnik u vladajućem položaju ukoliko se zbog svoje tržišne snage na mjerodavnom tržištu može ponašati u znatnoj mjeri neovisno u konkurentima, kupcima i potrošačima ili dobavljačima posebice ako:³³

- nema konkurenata na tržištu
- ima znatnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na konkurente

Pojam zlouporabe tržišnog natjecanja najbolje je definirano u predmetu Hoffman-La Roche u kojem glasi:

„Koncept zlouporabe je objektivni koncept koji se odnosi na ponašanje poduzetnika u vladajućem položaju, koje je takvo da utječe na strukturu tržišta na kojem je, kao posljedica same prisutnosti poduzetnika o kojem je riječ, razina tržišnog natjecanja oslabljena, i koje, putem pribjegavanja metodama različitim od onih koje uvjetuju uobičajeno tržišno natjecanje u proizvodima ili uslugama temeljem poslovnih transakcija sudionika u trgovini, ima za posljedicu sprečavanje održanja

³³ AZTN. Zaštita tržišnog natjecanja i državne potpore, minivodič za poslovne zajednice, str. 8. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/brosure/minivodic_za_poslovnu_zajednicu.pdf (pristupljeno 23.08.2022)

*razine tržišnog natjecanja koje još postoji na tržištu ili sprječavanje razvoja tog tržišnog natjecanja.*³⁴

Zlouporaba vladajućeg položaja na tržištu nastaje isključivo inicijativom poduzetnika, neovisno radi li se o poduzetniku u vladajućem položaju ili njegovom poslovnom partneru što znači da se zakonom propisana postupanja ni u kojem slučaju ne mogu smatrati zlouporabnim, kao ni ona koja su posljedica pravnog okvira koji uklanja svaku mogućnost tržišnog natjecanja.³⁵ Poduzetnik zlouporabnim postupanjem ostvaruje nekakav dobitak, bio to financijski dobitak ili bolji položaj na tržištu, no dobitak u tom smislu u praksi nije uvijek smatran elementom zlouporabe.

3.1. Članak 102. UFEU-a – zlouporaba vladajućeg položaja

Svaka zlouporaba vladajućeg položaja od strane jednog poduzetnika ili više njih unutarjem tržištu ili njegovu znatnom dijelu zabranjena je kao nespojiva s unutarnjim tržištem u mjeri u kojoj bi mogla utjecati na trgovinu među državama članicama.

Takva se zlouporaba može osobito sastojati od:

- a) neposrednog ili posrednog nametanja nepravednih kupovnih ili prodajnih cijena ili drugih nepravednih trgovinskih uvjeta;
- b) ograničavanja proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača;
- c) primjena nejednakih uvjeta na istovrsne poslove s ostalim trgovinskim partnerima, čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju;
- d) uvjetovanja sklapanja ugovora preuzimanjem dodatnih obveza od strane drugih stranaka koje, po svojoj naravi ili prema trgovačkoj praksi, nisu ni u kakvoj vezi s predmetom tih ugovora.

³⁴ V. Šoljan, op. cit., str. 251.

³⁵ ibidem, str. 249.

Slično, prema članku 13. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja, zabranjena je svaka zlouporaba vladajućeg položaja jednog ili više poduzetnika na mjerodavnom tržištu, a osobito:³⁶

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 nepovoljniji položaj u odnosu na konkurenciju,
4. uvjetovanje sklapanja ugovora pristankom drugih ugovornih strana na dodatne obveze, koje po svojoj prirodi ili običajima u trgovina nisu u izravnoj vezi s predmetom tih ugovora

Struktura članka 102. UFEU-a, osim postojanja vladajućeg položaja i njegove zlouporabe upućuje i na još tri osnovna uvjeta provedbe:³⁷

- mora se raditi o poduzetniku u smislu prava tržišnog natjecanja
- poduzetnik mora imati vladajući položaj na zajedničkom tržištu ili njegovom značajnom dijelu
- postupci poduzetnika moraju utjecati na trgovinu između država članica

3.2. Oblici zlouporabe vladajućeg položaja

Zlouporabe vladajućeg položaja u pravilu moguće je podijeliti na „iskorištavajuće“ zlouporabe, koje neizravno štete interesima potrošača, a cilj im je ostvariti što veću financijsku korist. Tu je riječ o postupcima poduzetnika koji na tržištu, zbog svoje tržišne snage, primjerice nameće vrlo visoke cijene, odnosno prekomjerne cijene koje nisu u razumnom skladu s vrijednošću proizvoda, a radi postizanja vlastite monopolističke prednosti. Poduzetnik isto tako može postići taj cilj ograničavanjem proizvodnje čime dolazi do disbalansa ponude i potražnje na tržištu što naposljetku dovodi do povećanja cijene proizvoda izvan njegove razumne granice. S druge strane, zlouporaba može biti i „isključujuća“ koja direktno šteti blagostanju potrošača,

³⁶ Čl. 13. ZZTN-a

³⁷ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 297.

a cilj joj je isključivanje konkurenata na tržištu što onda dovodi do sprječavanja normalnog funkcioniranja i razvoja tržišnog natjecanja.

Isključujuće zloporabe ne moraju nužno biti samo one koje imaju za cilj potpuno uklanjanje konkurenata s tržišta, već mogu biti i u smislu „discipliniranja“ konkurenata koja uključuje razne oblike pritiska kojima se nastoji uvjeriti konkurenta da odustane od tržišnog natjecanja.³⁸ Primjeri isključujuće zloporabe su naplaćivanje predatorskih cijena, odnosno naplaćivanje cijena ispod troškova proizvodnje tog proizvoda i odbijanje poslovanja.

3.2.1. Predatorne cijene

Predatorne cijene možemo definirati kao cijene proizvoda koja su znatno manja od troškova proizvodnje istoga. Predatorne cijene za cilj imaju isključivanje stvarnih i potencijalnih konkurenata s tržišta ili njihovo discipliniranje. Takvom politikom cijena, poduzetnik u vladajućem položaju, u cilju monopoliziranja tržišta, nudi svoje proizvode po iznimno niskim cijenama kratkoročno trpeći gubitke da bi nakon uspješnog eliminiranja konkurenata s tržišta, koji nisu u stanju konkurirati tako niskim cijenama, dugoročno bio u prilici nametanja visokih cijena kojima nadoknađuje pretrpljene gubitke.³⁹ Navedena definicija sadrži dva glavna elementa za identifikaciju predatorskog ponašanja poduzetnika u praksi – prvo, postojanje kratkoročnog gubitka; drugo, postojanje dovoljne tržišne moći poduzetnika predatora da nakon isključivanja konkurenata povisi cijene proizvoda kako bi dugoročno povećao profit.

Sa potrošačkog gledišta niže cijene su skoro pa uvijek dobre, međutim kod situacije predatorskih cijena one se zadržavaju kratkoročno samo dok se ne eliminiira konkurent s tržišta nakon čega dolazi do naglog porasta cijena ali pri tome i suženog izbora za potrošače pa su u konačnici i potrošači ti koji su žrtve predatorskih cijena poduzetnika predatora.

³⁸ V. Šoljan, op. cit., str. 250.

³⁹ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 337.

Kao što je već prethodno napomenuto, cilj predatorskih cijena ne mora isključivo biti eliminacija konkurenata sa tržišta već to može biti i „discipliniranje“ konkurenata koja u konačnici vodi da konkurent sam odustane od tržišnog natjecanja zbog nemogućnosti pariranja. Nerijetko će predatorsko ponašanje na tržištu rezultirati i manjim brojem ulaska novih potencijalnih konkurenata na tržište zato što za vrijeme trajanja predatorskih niskih cijena ne postoji mogućnost zarade.

Zasigurno jedan od najpoznatijih slučajeva u kojemu je utvrđena zlorporaba vladajućeg položaja predatorskim cijenama je predmet *AKZO Chemie*⁴⁰ 1985. godine. AKZO je bio proizvođač organskog peroksida koji se koristi u proizvodnji plastike i kao aditiv u proizvodnji brašna. S druge strane, njegov konkurent *ECS*, se isto tako bavio proizvodnjom peroksida, ali ne u svrhu proizvodnje plastike već u mlinarstvu u Ujedinjenom Kraljevstvu i Irskoj gdje je njegov najveći kupac bio *Allied Mills*. U trenutku kada je *ECS* odlučio proširiti svoje poslovanje i na proizvodnju plastike, AKZO mu je zaprijetio eliminacijom s tržišta ukoliko *ECS* ne odustane od te namjere. Unatoč prijetnji, *ECS* je odlučio provesti svoj plan te je počeo djelovati na tržištu plastike. Od strane Komisije utvrđeno je da je *ECS* htio proširiti svoje poslovanje na tržište plastike prodavajući organski peroksid po cijeni od 15-20% nižoj od AKZO što je rezultiralo da AKZO izgubi svog najvećeg klijenta. Posljedica toga je bila početak uvođenja predatornih cijena prema kupcima *ECS*-a. Klijentima *ECS*-a je nudio peroksid po velikim popustima dok je u industriji plastike držao više cijene.⁴¹ To je u konačnici prisililo i sam *ECS* da spusti cijene ispod ekonomske isplativosti s ciljem zadržavanja kupaca. *ECS* je uložio žalbu Komisiji koja je naposljetku utvrdila kako je AKZO zlorabio svoj položaj tako prekršivši članak 102. UFEU-a, točnije, utvrdila je da se radi o predatorskom ponašanju - snižavanju cijena ispod troškova proizvodnje s ciljem isključivanja konkurenta s tržišta, u ovom slučaju *ECS*-a.

⁴⁰ EUR-Lex. *AKZO Chemie BV v Commission of the European Communities*, C-62/86 (1991), ECR I-3359, ECLI:EU:C:1991:286, dostupno na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61986CJ0062> (pristupljeno 24.08.2022.)

⁴¹ Pošćić, A. (2012). *Dokazivanje predatornih cijena u europskom pravu tržišnog natjecanja*. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, vol. 49, br. 3, str. 567. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/86833> (pristupljeno 24.08.2022.)

3.2.2. Prekomjerne cijene

Sljedeći oblik zlouporabe vladajućeg položaja su prekomjerne cijene. U predmetu *United brands*, prema definiciji Suda EU-a smatra se da poduzetnik u vladajućem položaju naplaćuje prekomjerne cijene proizvoda kada one nisu u razumnom odnosu s njihovom ekonomskom vrijednosti - u pravilu, prekomjerne cijene može naplaćivati samo poduzetnik u vladajućem položaju koristeći svoju znatnu tržišnu moć i to najčešće smanjivanjem obujma proizvodnje, uslijed čega dolazi do pada ponude i raste cijena, ili pak smanjivanjem kvalitete proizvoda, čime se smanjuju troškovi proizvodnje i samim time cijene prestaju biti u razumnom odnosu s njihovom ekonomskom vrijednosti.⁴²

Zlouporabna priroda prekomjernih cijena ne proizlazi nužno uvijek iz činjenice da poduzetnik u vladajućem položaju iskorištava kupce svojih proizvoda i usluga, već iz činjenice da prekomjerne cijene na nekom tržištu otežavaju ili onemogućavaju drugim poduzetnicima ulazak na drugo tržište.⁴³

Takva situacija je postojala u predmetu *General Motors*⁴⁴ u Belgiji. U Belgiji je zakonom bilo određeno da proizvođači motornih vozila moraju izdavati potvrde o sukladnosti tehničkih karakteristika vozila. Naime, u situaciji kada bi se vozila proizvodila izvan Belgije, odnosno uvozila, morao se provoditi postupak ispitivanja i izdavanje potvrde za koje je proizvođač bio obvezan odrediti zastupnika za provedbu ispitivanja i izdavanje potvrda s time da je za jednu vrstu vozila mogla biti ovlaštena samo jedna osoba (zastupnik). Za Opel vozila i sva vozila koja su bila u grupi *General Motors*, isključivo je bio ovlašten *General Motors Continental*, stoga su sve fizičke i pravne osobe koje su uvezile ta vozila u Belgiju morale od *General Motors Continental* zatražiti provedbu postupka ispitivanja i izdavanja potvrde.⁴⁵ Isprva, *General Motors* nije naplaćivao sami postupak ispitivanja i izdavanja potvrde, ali je s vremenom odlučio krenuti s naplaćivanjem određenog iznosa koji je u više navrata povisio. Komisija je reagirala te je pokrenula postupak. U postupku je Komisija

⁴² V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 346.

⁴³ V. Šoljan, op. cit., str. 296.

⁴⁴ EUR-Lex. *General Motors Continental NV v Commission of the European Communities*. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61975CJ0026> (pristupljeno 25.08.2022)

⁴⁵ V. Šoljan, op. cit., str. 297.

utvrdila zlouporabu vladajućeg položaja od strane *General Motors*-a nametanjem prekomjernih cijena, a to je potkrijepila na način da je utvrdila da postoji veliki nerazmjer između stvarnih troškova i stvarno određenih cijena. Isto tako, u svojoj je odluci utvrdila kako su dvanaest drugih belgijskih poduzetnika, koji su bili ovlašteni zastupnici drugih, stranih proizvođača, obavljali ispitivanje i izdavanje potvrde za uveliko niže iznose. Komisija je smatrala da je praksa određivanja prekomjernih cijena za izdavanje potvrda o sukladnosti tehničkih karakteristika vozila djelovala na trgovinu među članicama, te nepovoljno djelovala na konkurentni položaj „paralelnih trgovaca“ – trgovaca koji nisu bili dio sustava ovlaštenih trgovaca Opel vozila, uzimajući u obzir da su oni morali plaćati naknadu za izdavanje potvrde za razliku od ovlaštenih trgovaca.⁴⁶ U postupku žalbe, Europski sud je utvrdio da jedan od načina zlouporabe vladajućeg položaja može biti određivanje cijena koja je prekomjerna u odnosu na ekonomsku vrijednost usluge. Europski sud je u konačnici poništio odluku Komisije iz razloga što je *General Motors* u vrlo kratkom roku nakon pokretanja postupka obustavio primjenjivati povišenu naknadu. Činjenica da su se povišene cijene naplaćivale tijekom kratkog vremenskog razdoblja je išla u prilog *General Motorsu*⁴⁷. Naposljetku, *General Motors* je prekomjerne naplaćene iznose podnositeljima zahtjeva vratio.

U isključujućim oblicima određivanja cijena, u pravu antitrusta SAD, smatra se, osim predatornih cijena, i praksa takozvanih „pritiska cijena“ (price squeezes), a riječ je o situaciji kada poduzetnik:⁴⁸

1. Koji ima veliku tržišnu snagu na tržištu jednog proizvoda;
2. Određuje cijenu tog proizvoda u visini koja ne može biti smatrana poštenom; a taj je
3. Proizvod potreban za konkuriranje na drugom tržištu na kojem konkurira i monopolist;
4. Cijena koju monopolist određuje na drugom tržištu je preniska da bi konkurenti ostvarili dobit potrebnu za opstanak

⁴⁶ loc. cit.

⁴⁷ Pošćić, A. (2009). „Značajni dio zajedničkog tržišta“ kao jedan od uvjeta iz članka 82. Ugovora o Europskoj zajednici. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, vol. 46, br. 4, str. 788. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/45713> (pristupljeno 25.08.2022)

⁴⁸ V. Šoljan, op. cit., str. 298.

Prethodno navedeni oblik zlouporabe Europska komisija utvrdila je u predmetu *Napier Brown/British Sugar*. Ustanovljeno je da je *British Sugar*, proizvođač šećera u vladajućem položaju na tržištu veleprodaje nepakiranog šećera i na tržištu maloprodaje šećera, tijekom dužeg vremenskog perioda održavao veleprodajne i maloprodajne cijene na način na koje maloprodajne cijene nisu bili odraz troškova pakiranja tih proizvoda.⁴⁹ Umanjenjem razlike cijena konzumnog šećera i industrijskog šećera ograničio je tržišno natjecanje.⁵⁰ Komisija je zaključila da je posljedica navedene cjenovne politike onemogućila konkurentima da dugoročno opstanu na tržištu te su bili primorani napustiti tržište uslijed nedostatne marže za one koji obavljaju istu djelatnost kao *British Sugar* - djelatnost pakiranja i prodavače maloprodajnog šećera.

Prekomjerne cijene, kao oblik zlouporabe vladajućeg položaja je iznimno kontroverzan te nije bilo puno slučajeva zabrane zbog same teške prirode dokazivosti istog. Prema ekonomskom shvaćanju tržišta su samo regulirajuće osobnosti. Prema tome, smatra se da je nametanje pretjeranih cijena izvedivo samo u kratkom periodu uzimajući u obzir da su visoke cijene mamac novim potencijalnim konkurentima.

Važno je napomenuti da nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja i Europska komisija djeluju u vezi određenih oblika zlouporaba vladajućeg položaja isključivo samo ako su utvrđene obrazložene zlouporabe vladajućeg položaja poduzetnika na tržištu u obliku predatorskih ili prekomjernih cijena proizvoda i/ili usluga, a to znači da tijela za zaštitu tržišnog natjecanja ne prate sustavno cijene i njihove promjene te nemaju ulogu regulatora za cijene.⁵¹

⁴⁹ Kapural, M. (2010.) *Zlouporaba vladajućeg položaja u pravu tržišnog natjecanja EU*. Pravo i porezi, br. 11, Zagreb, str. 7. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/strucni_clanci/mirta_kapural/5_mk.pdf (pristupljeno 26.08.2022)

⁵⁰ V. Šoljan, op. cit., str. 299

⁵¹ Kapural, M. (2010.) *Zlouporaba vladajućeg položaja u pravu tržišnog natjecanja EU*. Pravo i porezi, br. 11, Zagreb, str. 8. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/strucni_clanci/mirta_kapural/5_mk.pdf (pristupljeno 26.08.2022.)

3.2.3. Diskriminacija u cijenama

U pravilu, cjenovna diskriminacija je naplaćivanje različitih cijena za istu uslugu ili proizvod.

Diskriminacija u cijenama postoji kada prodavač različite jedinice istog proizvoda prodaje različitim kupcima po različitim cijenama, pri čemu razlika u cijeni nije povezana s razlikom u troškovima prodaje tog proizvoda i/ili kada prodavač različite jedinice proizvoda prodaje različitim kupcima po istim cijenama, pri čemu su prisutni različiti troškovi prodaje koji bi opravdali razliku u cijenama.⁵² Cjenovna diskriminacija može biti iskorištavajuća ili isključujuća.

Cjenovna diskriminacija obuhvaća tri moguće situacije:⁵³

1. Cijena je različita, troškovi su isti
2. Cijena je ista, troškovi su različiti
3. Cijena i troškovi su različiti, ali u nejednakoj razini

Pretpostavke za uspješno cjenovno diskriminiranje potrošača su sljedeće:⁵⁴

- Poduzeće može utjecati na tržišnu cijenu, odnosno ono je *price-maker*
- Poduzeće strukturira tržište na skupine potrošača te ih drži odvojenima kako bi se spriječila arbitraža
- Poduzeće strukturira kupce prema cjenovnoj elastičnosti potražnje, odnosno dijeli ih na kupce s neelastičnom potražnjom, a to su oni koji su manje osjetljivi na cijene te imaju veću kupovnu moć i na kupce s elastičnom potražnjom, kupce koji imaju manju kupovnu moć i karakterizira ih viša cjenovna osjetljivost

Bitno je naglasiti da s ekonomskog gledišta nije svaka diskriminacija narušavajuća, naime neki oblici diskriminacije mogu dovesti do povećanja općeg blagostanja

⁵² V. Šoljan, op. cit., str. 338.

⁵³ loc. cit.

⁵⁴ Ahec Šonje, A. (2017). *Price Discrimination - Cons and Pro (Diskriminacija koja može proći)*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/321151784_Price_Discrimination_-_Cons_and_Pro_Diskriminacija_koja_moze_proci (pristupljeno 26.08.2022.)

poslovanja na tržištu, pa u tom slučaju nije nužno svaki oblik diskriminacije zlouporaban.

Kao primjer cjenovne diskriminacije osvrnut ćemo se na predmet *Irish Sugar*. *Irish Sugar* je imao gotovo 90 posto tržišnog udjela na tržištu industrijskog šećera te 85 posto udjela u maloprodaji u Irskoj. Komisija je utvrdila da je *Irish Sugar*, s ciljem zaštite svojeg domaćeg tržišta, uspostavio sustav popusta u visini od 5 posto, namijenjen posebno trgovcima kojima je fokus poslovanja bio blizu granice Sjeverne Irske. Navedeni popust se nije temeljio na objektivnim ekonomskih faktorima, primjerice, prijevozni troškovi, troškovi skladištenja ili usluga koje je kupac mogao pružati prodavaču, već je kroz određeni niz godina bio korišten i prilagođavan s obzirom na promjene cijena Irskoj i Sjevernoj Irskoj koje su mogle pogodovati uvozu šećera.⁵⁵ Sud je u presudi ustanovio da je riječ o *selektivnom snižavanju cijena*, obliku diskriminacije cijenama, činjenicom da je popust davan temeljen zemljopisnog položaja.

3.2.4. *Vezani poslovi/proizvodi*

Vezani proizvod ili posao je praksa kojom poduzetnik u vladajućem položaju na tržištu kao dobavljač jednog proizvoda ili usluge uvjetuje dobavljanje tog proizvoda ili usluge (vezujući proizvod) isključivo u slučaju prihvaćanja dobavljanja drugog proizvoda ili usluge (vezanog proizvoda) od dobavljača ili nekog trećeg ukoliko to odredi.⁵⁶

U mnogim situacijama prodavač nudi proizvod pod uvjetom da se kupi i drugi proizvod. Naime, putnički agent može prodavati avionsku kartu samo uz kupnju hotelskog smještaja; proizvođač automobila prodaje automobil isključivo kao cjelinu, ne prodaje odvojeno dijelove automobila; računala mogu uključivati i operativni sustav i aplikacije u paketu.

⁵⁵ V. Šoljan, op. cit., str. 357.

⁵⁶ Ibidem str. 387.

Drugi primjer vezanja se odnosi kada prodavatelj zahtijeva od kupca da kupi ne samo određenu robu, već i sve jedinice te robe koje želi kupiti od drugog prodavača. Primjerice, tvrtka za pružanje mobilnih usluga može vam htjeti prodati mobitel samo pod uvjetom da sve telefonske pozive obavljate preko njih, a ne preko drugih operatera.

Mješovita paketna prodaja postoji kada tvrtka nudi potrošačima izbor između kupnje proizvoda u paketu ili kupnje proizvoda ili komponenti unutar tog paketa odvojeno. Međutim, ukoliko kupci odluče kupiti proizvode odvojeno, njihova cijena će biti u pravilu osjetno viša za razliku od one koja bi bila kada bi kupili paket.

Nužno je napomenuti da bi se radilo o vezanom poslu, uvjet je da su vezani proizvodi i/ili usluge samostalni, odnosno različiti po trgovačkim običajima ili prirodi. To znači da po prirodi oni moraju biti različiti u konstrukciji, sastavu, načinu korištenja, trajnosti i uporabnoj svrsi vezanog i vezujućeg proizvoda.⁵⁷

Osvrnuti ćemo se na jedan od najcitiranijih primjera kada se govori o vezanim poslovima, a to je predmet *Hilti*.⁵⁸ *Hilti* je bio proizvođač pištolja za zabijanje čavala, odnosno proizvođač sustava za pričvršćivanje u poslovima građevinarstva. Također, bavio se potrošnim materijalom pištolja koji se sastojao od čavala i njihovih spremnika. *Hilti* je, s ciljem da ograniči tržišno natjecanje, počeo provoditi sustavnu politiku vezane prodaje na način da je kupnju Hilti kompatibilnih spremnika uvjetovao kupnjom čavala u točno onoj količini koja je taj spremnik mogla sadržavati, a na takve je kupnje odobravao razne popuste. Da bi situacija bila gora, *Hilti* je prestao dobavljati svoje spremnike proizvođačima Hilti kompatibilnih čavala te je naredio svojim distributerima i trgovcima da učine isto. Hilti kompatibilni spremnici za čavle bili su zaštićeni patentom, stoga ih drugi proizvođači kompatibilnih čavala nisu smjeli proizvoditi a da time ne prekrše njegovo pravo, vezivanje prodaje spremnika i čavala ograničilo je tržišno natjecanje na tržištu Hilti kompatibilnih čavala.⁵⁹ Komisija je donijela presudu i u njoj zaključila da je *Hilti* definitivno provodio politiku vezane

⁵⁷ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 390.

⁵⁸ EUR-Lex. *Eurofix-Bauco v. Hilti*. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31988D0138> (pristupljeno 27.08.2022.)

⁵⁹ V. Šoljan, op. cit., str. 401.

prodaje s ciljem eliminiranja konkurenata s tržišta čavala koji su mogli štetiti njegovom vladajućem položaju, a to se u konačnici i odrazilo i na same potrošače kojima je bio ograničen izbor nabave čavala.

3.2.5. Odbijanje poslovanja

Odbijanje poslovanja ili opskrbe smatrano je zlouporabom vladajućeg položaja u situacijama kada poduzetnik koji je u vladajućem položaju, odbija poslovanje ili dobavljanje proizvoda novim ili postojećim kupcima i/ili onemogućava pristup „ključnoj infrastrukturi“ i/ili odbija izdavati licence prava intelektualnog vlasništva, uz pretpostavku da ne postoji opravdan razlog odbijanja i da je cilj odbijanja zapravo uklanjanje tržišnog natjecanja na povezanom tržištu sa svrhom poboljšanja vlastitog vladajućeg položaja.⁶⁰

„Ključna infrastruktura“ su sredstva ili uređaji bez kojih poduzetnici ne mogu u potpunosti obavljati svoju djelatnost - njihova primjena je neophodna za doseganje kupaca na tržištu. Kada se ona ograniči ili u potpunosti onemogući nastaje veliki problem za poduzetnike zato što ta sredstva ili uređaje u pravilu nije moguće reproducirati na razumno prihvatljiv način.⁶¹

Zlouporaba vladajućeg položaja odbijanjem pristupa „ključnoj infrastrukturi“ postoji kada:⁶²

- je pristup infrastrukturi neophodan za obavljanje djelatnosti na povezanom tržištu iz razloga što ne postoje ni realne ni potencijalne mogućnosti da se na drugi način ostvaruje učinkovit pristup povezanom tržištu
- odbijanje pristupa „ključnoj infrastrukturi“ u potpunosti i trajno uklanja tržišno natjecanje na drugom, s tom „ključnom infrastrukturom“ povezanom tržištu
- ne postoje objektivni razlozi odbijanja pristupa „ključnoj infrastrukturi“

⁶⁰ Kapural, M. (2010.) *Zlouporaba vladajućeg položaja u pravu tržišnog natjecanja EU*. Pravo i porezi, br. 11, Zagreb, str. 9. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/strucni_clanci/mirta_kapural/5_mk.pdf (pristupljeno 27.08.2022.)

⁶¹ V. Šoljan, op. cit., str. 435.

⁶² loc. cit.

- postoje tehničke, pravne ili ekonomske prepreke koje onemogućavaju i čine uspostavu ili izgradnju druge „ključne infrastrukture“ teškim ili bi izgradnja druge infrastrukture bila ekonomski neodrživa

Treba istaknuti da odbijanje poslovanja nema štetni učinak na tržišnom natjecanju u situacijama kada poduzetnik nema vladajući položaj iz razloga što odbijeni poduzetnik ima mogućnost dobavljanja proizvoda i usluga od drugih poduzetnika na tržištu.

4. ČLANAK 101. UFEU-A – ZABRANJENI SPORAZUMI

Jedna od temeljnih odredbi prava tržišnog natjecanja u Europskoj uniji je članak 101. UFEU-a koji zabranjuje sporazume među poduzetnicima kojima je cilj ograničavanje tržišnog natjecanja.⁶³

Članak 101. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (UFEU) predviđa:

1. Budući da su nespojivi s unutarnjim tržištem, zabranjuju se: svi sporazumi među poduzetnicima, odluke udruženja poduzetnika i usklađeno djelovanje koji bi mogli utjecati na trgovinu među državama članicama i koji imaju za cilj ili posljedicu sprečavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja na unutarnjem tržištu, a osobito oni kojima se:
 - a) neposredno ili posredno utvrđuju kupovne ili prodajne cijene ili drugi trgovinski uvjeti;
 - b) ograničuju ili nadziru proizvodnja, tržišta, tehnički razvoj ili ulaganja;
 - c) vrši podjela tržišta ili izvora nabave;
 - d) primjenjuju nejednaki uvjeti na istovrsne poslove s ostalim trgovinskim partnerima, čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju;
 - e) sklapanje ugovora uvjetuje preuzimanjem dodatnih obveza od strane drugih stranaka koje, po svojoj naravi ili prema običajima u trgovini, nisu ni u kakvoj vezi s predmetom tih ugovora.
2. Svi sporazumi ili odluke zabranjeni na temelju ovog članka ništavi su.
3. Međutim, odredbe stavka 1. mogu se proglasiti neprimjenjivima u slučaju:
 - svakog sporazuma ili vrste sporazuma među poduzetnicima,
 - svake odluke ili vrste odluka udruženja poduzetnika,
 - svakog usklađenog djelovanja ili vrste usklađenog djelovanja koji doprinose poboljšanju proizvodnje ili distribucije robe ili promicanju tehničkog ili gospodarskog napretka, a istodobno potrošačima omogućuju pravedan udio u koristi koja iz njih proizlazi te koji:
 - a) tim poduzetnicima ne nameću ograničenja koja nisu nužna za postizanje ovih ciljeva;
 - b) tim poduzetnicima ne omogućuju isključivanje konkurencije s tržišta s obzirom na znatan dio dotičnih proizvoda.

⁶³ T. Čapeta, I. Goldner Lang (ur.), op. cit., str. 220.

Članak 101. UFEU-a ništetnošću sankcionira sporazume među poduzetnicima, ali isto tako i usklađena djelovanja poduzetnika kojima se ograničava tržišno natjecanje – oba navedena postupanja obuhvaćena su pojmom kartel, a kako bi došlo do tih sporazuma poduzetnika, odnosno usklađenog djelovanja, potrebno je da u tome sudjeluju najmanje dva samostalna poduzetnika.⁶⁴ Pojednostavljeno, članak 101. UFEU-a, u domaćem kontekstu, članak 8. ZZTN-a, zabranjuje kartele i sva druga postupanja koja ograničavaju ili narušavaju tržišno natjecanje uz pojedine iznimke određene člankom 101., 3. stavkom, primjerice krizni karteli.

⁶⁴ Ibidem, str. 221.

5. KARTELSKI SPORAZUMI

U ovome poglavlju baviti ćemo se uglavnom pojmom i definicijama kartela i kartelskih sporazuma, njihove problematike i njihovog utjecaja na tržišno natjecanje. U nastavku navodimo nekoliko definicija kartela, odnosno kartelskih sporazuma.

Karteli spadaju pod najčešćim oblikom zabranjenih sporazuma - naime, kartelske sporazume definiramo kao sporazume između tržišnih konkurenata kojima je definitivna svrha narušavanje ili u potpunosti isključivanje drugih konkurenata s tržišnog natjecanja kako bi se podizanjem cijena ostvario dodatan, mnogo veći profit. Često su neformalni i usmeni.

Drugim riječima, kartel možemo definirati kao dogovor između ili u ime proizvođača koji se bave istom djelatnošću (horizontalni sporazum), s ciljem ili učinkom ograničavanja ili uklanjanja konkurencije među njima, a takvi dogovori mogu biti formalni (ugovor) i neformalni (tajni dogovori) ili zajednička postupanja. Karteli kao takvi predstavljaju najteži i jedan od najizazovnijih oblika kršenja propisa o zaštiti tržišnog natjecanja. Karteli su nezakoniti jer dovode do viših cijena, smanjenog izbora proizvoda i manje inovacija.

Nadalje, karteli su sporazumi i/ili usklađene radnje između dva ili više konkurenata čiji je cilj koordinirati njihovo konkurentsko ponašanje na tržištu i/ili utjecati na relevantne parametre tržišnog natjecanja putem praksi kao što su utvrđivanje nabavnih ili prodajnih cijena ili drugih uvjeta trgovanja, dodjela proizvodne ili prodajne kvote, dijeljenje tržišta, uključujući namještanje ponuda i ograničenja uvoza ili izvoza.⁶⁵

Prema riječima nekadašnjeg povjerenika Europske komisije, Maria Montia, karteli su „tumori na otvorenom tržišnom gospodarstvu“.⁶⁶

⁶⁵ Dunne, N. (2020). *Characterizing Hard Core Cartels Under Article 101 TFEU*. The Antitrust Bulletin 65, no. 3, str. 383. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0003603X20929121> (pristupljeno 31.08.2022.)

⁶⁶ Monti, M. *Fighting cartels - why and how?* Dostupno na: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.468.9110&rep=rep1&type=pdf> (pristupljeno 27.08.2022.)

Članovi kartela su, u pravilu, udruženja koja se dogovaraju o cijenama, dijele tržišta ili si međusobno dodjeljuju kupce ili područja koja će opskrbljivati, uz to, dogovaraju i rabate te definiraju opseg proizvodnje, pritom, dogovaraju svoje ponašanje i uvjete koje će postaviti u postupcima javne nabave, dijele profit među sobom, zatvaraju tržišta za nove konkurente ili kombiniraju navedeno, a posljedica takvog postupanja je ograničavanje ili potpuno ukidanje tržišnog natjecanja jer definiraju pravila u djelatnosti kojom se bave, zatvaraju tržišta za nove konkurente i štete samim potrošačima koji plaćaju i do 25 posto veću cijenu proizvoda ili usluga od one koja bi bila da nema dogovora među poduzetnicima, odnosno kartela.⁶⁷ Iako članovi kartela obično djeluju kao udruženja, među njima nerijetko postoji određena doza nepovjerenja i međusobne nesigurnosti koja je motivirana mogućim nastojanjima određenih članova da unutar profita dobivenih kartelskim dogovorom, ostvare druge profite izvan tih dogovora, stoga, mnogi karteli imaju određen sustav nadzora nad pridržavanjem dogovora, odnosno sporazuma, i sankcioniranje kršenja istih.⁶⁸

Kartel se obično sastoji od niza koncerna u zasebnom vlasništvu koji zadržavaju svoje pravne identitete dok se udružuju prema ugovoru ili neformalnom sporazumu u svrhu kontrole tržišta.

Pojedini ekonomisti su međunarodne kartele smatrali primarno instrumentima za oblikovanje trgovinske politike među državama, te su zaključili da kada se tako shvate, problem kartela nije previše važan, dok su drugi na problem kartela gledali kao na novi oblik prastarog problema monopola. Za njih je problem prvenstveno zaštita potrošača od iskorištavanja od strane organiziranih skupina proizvođača s velikom moći kontroliranja tržišta.

Karteli štete potrošačima i imaju štetan učinak na cjelokupnu ekonomsku učinkovitost. Uspješan kartel podiže cijenu iznad konkurentске razine i smanjuje

⁶⁷ AZTN, Tržišno natjecanje. *Karteli i ostali horizontalni sporazumi*.

Dostupno na: <https://www.aztn.hr/trzisno-natjecanje/nadleznosti/sporazumi/karteli-i-ostali-horizontalni-sporazumi/> (pristupljeno 28.08.2022.)

⁶⁸ Kapural, M. (2008.) *Karteli kao zabranjeni sporazumi između tržišnih takmaca u pravu tržišnog natjecanja*. Pravo i porezi, br. 12, Zagreb, str. 6. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/strucni_clanci/mirta_kapural/2_mk.pdf (pristupljeno 27.08.2022.)

proizvodnju, potrošači pritom odlučuju ili ne platiti višu cijenu za neke ili sve kartelizirane proizvode koje žele, odričući se tako proizvoda, ili plaćaju kartelsku cijenu i time nesvjesno doprinose bogatstvu članovima kartela. Nadalje, kartel štiti svoje članove od potpune izloženosti tržišnim silama, smanjujući pritiske na njih da kontroliraju troškove i inoviraju; svi ovi učinci nepovoljno utječu na učinkovitost u tržišnom gospodarstvu.⁶⁹

Smatra se da karteli svake godine izvlače milijarde dolara iz globalne ekonomije. Ekonomska šteta uzrokovana kartelima je znatna - u stvarnom svijetu, procijenjeno je da su suvremeni međunarodni karteli bili odgovorni za prosječno povećanje cijena od oko 28%, no taj bi postotak mogao biti znatno viši.⁷⁰

Općenito, karteli nisu ekonomski stabilni i ne traju dugo, jer su istraživanja otkrila da je prosječno trajanje kartela od 5 do 8 godina.⁷¹ Razlog tome najčešće je izloženost tijelima za provedbu prava tržišnog natjecanje, utjecaja recesije te međusobnog varanja i kršenja dogovora o cijenama ili proizvodnji.

5.1. Oblici kartela

Postoji mnogo oblika kartela koji ograničavaju tržišno natjecanje, a najčešći su:

1. dogovori o cijenama, odnosno namještanje cijena,
2. podjela tržišta
3. ograničavanje proizvodnje
4. dogovori oko namještanja na natjecajima (bid rigging)

⁶⁹ OECD (2002). *Fighting Hard Core Cartels: Harm, Effective Sanctions and Leniency*, dostupno na <https://www.oecd.org/competition/cartels/21552797.pdf> (pristupljeno 01.09.2022.)

⁷⁰ Bos, A. M. (2009). *Incomplete cartels and antitrust policy : incidence and detection*. Tinbergen Institute, str 24. Dostupno na: <https://hdl.handle.net/11245/1.317636> (pristupljeno 01.09.2022.)

⁷¹ Phutkaradze, P. (2020). *Cartel agreements*. World Science vol. 2, no. 1 (53), str. 23. Dostupno na: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ws/31012020/6900, (pristupljeno 01.09.2022.).

5.1.1. Dogovori o cijenama

Karteli cijena, odnosno dogovori o cijenama, odnosno namještanje cijena, među ostalima, najčešći su i najteži oblik zabranjenih sporazuma poduzetnika, a takav oblik kartela je ujedno i najsankcioniraniji oblik od strane Europske komisije.

Karteli cijena predstavljaju oblik dogovora u kojima sudionici tog dogovora utvrđuju cijene po kojima će kupovati i prodavati proizvode i usluge na tržištu.⁷² Dogovorom se utvrdi i fiksira prodajna cijena po kojoj se proizvodi i usluge mogu na određenom tržištu prodavati, stoga, poduzećima koja su dio kartela nije dopuštena prodaja ispod određene cijene za vrijeme trajanja kartelskog dogovora.⁷³

Zasigurno jedan od najpoznatijih primjera dogovaranja cijena je predmet *Elevators and Escalators*⁷⁴, u domaćem kontekstu „dizala i pokretne stepenice“. Europska komisija kaznila je grupe Otis, KONE, Schindler i ThyssenKrupp s 992 milijuna eura zbog vođenja kartela za ugradnju i održavanje dizala i pokretnih stepenica u Belgiji, Njemačkoj, Luksemburgu i Nizozemskoj. Dizala i pokretne stepenice igraju veliku ulogu u modernom urbanom životu, naime, tvrtka Otis sama procjenjuje da ekvivalent cijele svjetske populacije putuje njihovim dizalima, pokretnim stepenicama i pokretnim stazama svakih 9 dana. Ustanovljeno je da su najmanje devet godina, odnosno od 1995. do 2004. godine, te tvrtke dogovarale cijene, namještale ponude za ugovore o nabavi i namještale, odnosno međusobno dodjeljivale projekte. Namješteni projekti uključivali su dizala i pokretne stepenice za bolnice, trgovačke centre i poslovne zgrade. Također, dijelile su tržišta i razmjenjivale važne i povjerljive informacije. Posljedice ovog kartela mogu trajati i do pedeset godina jer održavanje često obavljaju tvrtke koje su ta dizala sama i ugradila. Tvrtka KONE dobila je potpuni imunitet od kazni budući da su one prve dale informacije o tim kartelima koje su bile ključne u istrazi. Isto tako, tvrtki Otis dan je puni imunitet dok je kazna

⁷² Mehmedagić, D. (2021). *Karteli i njihov utjecaj na cijene*. Završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2021., str. 7. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:378493> (pristupljeno 02.09.2022.)

⁷³ loc. cit.

⁷⁴ EUR-Lex. *Elevators and escalators*. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX:52008XC0326\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX:52008XC0326(01)) (pristupljeno 02.09.2022)

izrečena tvrtki ThyssenKrupp povećana za 50% jer se radi o ponovnom prekršitelju.⁷⁵

Kartelom će se, u smislu dogovaranja cijena, smatrat isto tako oblici kao što su dogovori oko ciljanih ili minimalnih cijena, dogovori oko preporučenih cijena, dogovori o povećanju cijena, dogovori cijena po kojima će takmaci kupovati proizvode te dogovori o ograničavanju rabata i popusta.⁷⁶

5.1.2. Podjela tržišta

Podjela tržišta, skupa s prethodnim oblikom kartelskog sporazuma, dogovora o cijenama, je najčešći oblik kartelskog sporazuma na tržištima.

Podjela tržišta je oblik sporazuma, u ovom kontekstu oblik kartelskog sporazuma, između poduzetnika prema kojem se dogovaraju, odnosno dijele tržišta, kupci, geografska područja i proizvodi. Rezultat takvih sporazuma je ograničavanje tržišnog natjecanja i konkurencije.

Podjelu tržišta možemo podijeliti na sljedeće oblike s obzirom na njihovu učestalost, odnosno pojavnost:

- geografska podjela tržišta
- podjela kupaca ili proizvoda i/ili usluga
- ograničavanje proizvoda ili izvora opskrbe

Kao primjer sporazuma o podjeli tržišta osvrnuti ćemo se ukratko na predmet *E.ON/ GDF Suez*⁷⁷ u kojemu je 2009. godine izrečena ukupna kazna od vrtoglavih 1,1 milijarde eura za podjelu tržišta kojom se krše propisi o kartelima i nepoštenoj poslovnoj praksi iz članka 101. UFEU-a. *E.ON Ruhrgas* (sada *Uniper Global Commodities SE*) je bio vodeći dobavljač prirodnog plina u Njemačkoj, a *GDF Suez*

⁷⁵ EUR-Lex. *Competition: Commission fines members of lifts and escalators cartels over €990 million*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_07_209 (pristupljeno 03.09.2022.)

⁷⁶ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 237.

⁷⁷ EUR-Lex. *Antitrust: Commission fines E.ON and GDF Suez €553 million each for market-sharing in French and German gas markets*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_09_1099 (pristupljeno 03.09.2022.)

vodeći dobavljači u Francuskoj. U vrijeme presude bili su dva najveća igrača u europskoj plinskoj industriji. *E.ON Ruhrgas* i *GDF Suez* dogovorili su se 1975. godine, kada su odlučili preko Njemačke izgraditi plinovod MEGAL za uvoz ruskog plina u Njemačku i Francusku, da ne prodaju plin transportiran ovim plinovodom na domaćim tržištima jedne druge. Ovakav sporazum je dodatno ojačao položaj *E.ON Ruhrgas*-a i *GDF Suez*-a u Njemačkoj i Francuskoj. Zadržali su sporazum o podjeli tržišta nakon što su europska tržišta plina liberalizirana, a definitivno su ga napustili 2005. godine. Komisija je kaznila oba učesnika u navedenom prekršaju podjele tržišta po 553 milijuna eura.

5.1.3. Ograničenje proizvodnje

Ograničenje proizvodnje obuhvaća situacije gdje konkurenti određuju proizvodne i prodajne kvote, zatim situaciju u kojoj „zamrzavaju“ tržišne udjele i dogovaraju njihovo nadziranje i analizu ili dogovaraju ne korištenje određenih proizvodnih kapaciteta.⁷⁸ Ograničenje proizvodnje u bilo kojem od gore navedenih situacija odmah u početku stvara neravnotežu između ponude i potražnje što u konačnici dovodi do povećanja tržišnih cijena.

Brojni karteli uključuju prodajne kvote koje je često lakše dogovoriti i pratiti nego pridržavati se politike cijena, naime, nijedno poduzeće ne može imati koristi od sniženja cijena ako je ono dužno pridržavati se ograničenja prodaje.⁷⁹

U predmetu *Quinine*⁸⁰, Komisija je po prvi puta ikada kaznila poduzeća zbog djelovanja kartela koji je podigao cijene putem ograničenja proizvodnje. Ukupna kazna iznosila je 2 milijuna tadašnjih njemačkih marki koju je izrekla Europska komisija 1969. godine i to je ujedno bila tada najveća kazna u svijetu zbog kršenja prava tržišnog natjecanja.

⁷⁸ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 239.

⁷⁹ A. Jones, B. Sufrin., N. Dunne; *Jones & Sufrin's EU Competition Law: Text, Cases, and Materials*. 7th edition. Oxford: Oxford University Press, 2019, str. 658. Dostupno na: https://books.google.hr/books?id=kPerDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (pristupljeno 04.09.2022)

⁸⁰ EUR-Lex. *ACF Chemiefarma NV v Commission of the European Communities*. Case 41-69. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61969CJ0041> (pristupljeno 05.09.2022.)

5.1.4. Dogovori oko namještanja na natječajima (*bid rigging*)

Dogovori oko namještanja na natječajima često se opisuje kao poseban oblik dogovaranja između tvrtki koji može nepovoljno utjecati na ishod bilo kojeg procesa prodaje ili kupnje u kojem se podnose ponude. Primjerice, tvrtke mogu unaprijed dogovoriti svoje ponude ili odlučiti koja će tvrtka ponuditi najnižu cijenu. Također, poduzetnici u sklopu kartela se nerijetko dogovaraju da ne licitiraju ili da rotiraju svoje ponude prema broju ili vrijednosti ugovora.

Namještanje ponuda ozbiljno je kazneno djelo koje šteti ili u potpunosti eliminira konkurenciju, povećava troškove i šteti mogućnosti održavanja poštenih i otvorenih natječaja. Neovisno događa li se namještanje ponuda na državnim projektima ili u privatnim sektorima, ti će se povećani troškovi u konačnici prenositi i na same potrošače. Primjerice, ovakav dogovor može biti postignut tako što će se jedan ili više ponuditelja suzdržati od podnošenja ponuda ili tako da se ponuditelji dogovore oko iznosa ponude koje će ponuditi, a zatim ponude iznos iznad predviđene, „normalne“ cijene koja je najčešće previsoka, odnosno prenapuhana.

Namještanje i dogovaranje ponuda gotovo uvijek rezultira ograničavanjem konkurencije te šteti gospodarstvu. Postoje različite vrste namještanja, odnosno dogovaranja oko namještanja ponuda, a najčešće su prikrivene ponude.

Prikrivene ponude su osmišljene tako da daju dojam istinske konkurencije, a kao takve natjecatelj najčešće.⁸¹

- ponuđuje iznos koji je veći od iznosa ponude pobjednika;
- ponuđuje iznos za koji se zna da je previsok da bi bio prihvaćen
- daje ponudu koja sadrži posebne uvjete za koje se zna da su neprihvatljivi kupcu

Namještanje ponuda je protuzakonito u svim zemljama članicama Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj, OECD-a. U EU, Ujedinjenom Kraljevstvu i Japanu, u 2019. godini, 33% odluka tijela nadležnih za tržišno natjecanje prema opsegu

⁸¹ OECD. *Guidelines for fighting bid rigging in public procurement*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/competition/cartels/42851044.pdf> (pristupljeno 05.09.2022)

odnosilo se na aktivnosti namještanja ponuda; u SAD-u je postotak bio 46%, a u Južnoj Koreji taj postotak je iznosio 89%.⁸²

Mnoga tijela za tržišno natjecanje izdaju smjernice za pomoć kupcima u otkrivanju namještanja ponuda, kao što su upozorenja na što trebaju pripaziti, posebno na promjene u obrascima ponuda, nepravilnostima u određivanju cijena i sumnjivo ponašanje.⁸³

5.2. Tržišta na kojima se najčešće pojavljuju karteli

Kartelski sporazumi se mogu pojaviti na brojnim tržištima i sektorima, no u pravilu ipak postoje tržišta i sektori koji su podložniji njihovoj pojavnosti u odnosu na druge. Važno je naglasiti da se karteli najčešće pojavljuju na tržištima oligopola – situacija, odnosno tržišna struktura u kojoj na tržištu djeluje mali broj prodavatelja neke robe ili usluge, homogene ili diferencirane.⁸⁴

Tržišta na kojima se najčešće pojavljuju karteli su sljedeći:⁸⁵

- tržišta na kojem djeluje manji broj konkurenata
- tržištima sa sličnim obilježjima proizvoda ili usluga koja ostavljaju malo prostora za konkuriranje (homogeni proizvodi)
- u situacijama kada su odnosi suradnje između konkurenata već uspostavljeni
- sektorima s viškom kapaciteta
- u uvjetima krize (npr. krizni karteli)

⁸² M. Coleman, *Bid rigging*, Global Dictionary of Competition Law, Concurrences. Dostupno na: <https://www.concurrences.com/en/dictionary/bid-rigging> (pristupljeno 06.09.2022.)

⁸³ ibidem

⁸⁴ Rupčić, N. i Frajman, I. (2013). *Tajni dogovori u oligopolu*. Praktični menadžment, vol. 4, br. 2, str. 128. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118672> (pristupljeno 07.09.2022)

⁸⁵ Kapural, M. (2008.) *Karteli kao zabranjeni sporazumi između tržišnih takmaca u pravu tržišnog natjecanja*. Pravo i porezi, br. 12, Zagreb, str. 14. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/clanak-15800/>

Veća je vjerojatnost da će tržišta imati kartele ako se primjenjuju mnoge od sljedećih karakteristika:⁸⁶

- postoji nekoliko poduzeća ili samo nekoliko većih, važnijih poduzeća
- poduzeća su slična u strukturama troškova, procesa, ciljeva ili broju proizvedenih proizvoda
- odgovarajući proizvod je homogen, npr. brašno, cement ili šećer – na takvom tržištu dogovor o cijeni može biti jednostavan
- proizvod nema supstituta
- kupci neće ili ne mogu značajno smanjiti količinu proizvoda koji kupuju, čak i u situaciji povećanja cijene istog
- podaci o kupoprodajnim transakcijama su široko dostupni, primjerice tko je kome koliko prodao za koju cijenu
- uključen je postupak namještanja ponuda, odnosno dogovora o namještanju ponuda na natječajima

5.3. Krizni karteli

Iako su temeljem prava konkurencije Europske unije karteli skoro bez iznimke nezakoniti, pod određenim se okolnostima dopuštaju sporazumi kojima se poduzetnici obvezuju na uzajamno smanjivanje kapaciteta i proizvodnje (krizni karteli), a riječ je o situacijama u kojima potražnja toliko opadne da je normalno konkuriranje nemoguće, pa konkurenti dogovaraju obustavljanje dijela svoje proizvodnje – u situacijama kriznog kartela dopušteno je ograničavanje količine proizvodnje, no nije i dogovaranje cijena.⁸⁷

Krizne kartele možemo najjednostavnije definirati kao suradnje ili zajedničke radnje koje poduzimaju konkurenti tijekom i kao rezultat, odnosno posljedica ekonomske krize, u pokušaju pronalaženja zajedničkog rješenja za probleme s kojima se susreću tijekom krize. Rješenja mogu primjerice biti dogovori o količinama

⁸⁶ OECD. *Prosecution and law enforcement*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/27122270.pdf> (pristupljeno 08.09.2022)

⁸⁷ V. Butorac Malnar, J. Pecotić Kaufman, S. Petrović, D. Akšamović, M. Liszt, op. cit., str. 248.

proizvodnje, omogućavanje pravovremenog izlaska nekolicine poduzetnika s tržišta i/ili postavljanjem "poštenih" cijena kako bi se izbjeglo bankrotiranje poduzetnika u industriji.⁸⁸

Premda su karteli općenito zabranjeni zbog svoje sposobnosti da štete i ograničavaju tržišno natjecanje i dobrobit potrošača, takvi karteli, ukoliko se provode oprezno tijekom razdoblja prekapacitiranosti, mogu imati značajne koristi, naime, takvi sporazumi mogu optimizirati poremećene razine potražnje i ponude, olakšati uredan izlazak poduzeća i omogućiti poduzećima koja ostanu na tržištu da prevladaju gubitke i time poboljšaju ukupnu dobrobit potrošača.⁸⁹

Krizni kartel može se odnositi na dvije situacije, prva; na kartel koji je nastao tijekom ozbiljne nacionalne ili globalne gospodarske krize bez dopuštenja, te druga; situacija u kojima je vlada dopustila, čak i poticala, formiranje kartela među tvrtkama tijekom ozbiljne nacionalne ili globalne gospodarske krize, odnosno ekonomskog pada ili kada nacionalni zakon o tržišnom natjecanju dopušta stvaranje kartela tijekom takvih kriza, odnosno ekonomskih padova, a ta situacija je nerijetko povezana s izrazima kao što su kartel depresije, kartel recesije i kartel restrukturiranja, koji ukazuju na višak proizvodnog kapaciteta u odnosu na trenutne razine potražnje.⁹⁰

Općenito, krizni karteli će se najčešće pojaviti u industrijama u kojima su proizvodni pogoni trajni i specijalizirani, a potražnja potrošača pada zbog nepovoljnih tržišnih uvjeta.⁹¹

⁸⁸ Manjushree RM (2020). *Legalising Crisis Cartels*. Dostupno na: <https://vidhilegalpolicy.in/blog/legalising-crisis-cartels/> (pristupljeno 09.09.2022.)

⁸⁹ ibidem

⁹⁰ OECD (2011). *Crisis Cartels*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/competition/cartels/48948847.pdf> (pristupljeno 09.09.2022)

⁹¹ Kokkoris I. (2010). *Should Crisis Cartels Exist amid Crises?* The Antitrust Bulletin, no. 4, 727. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0003603X1005500403> (pristupljeno 10.09.2022.)

5.4. Karteli – statistike i sankcije

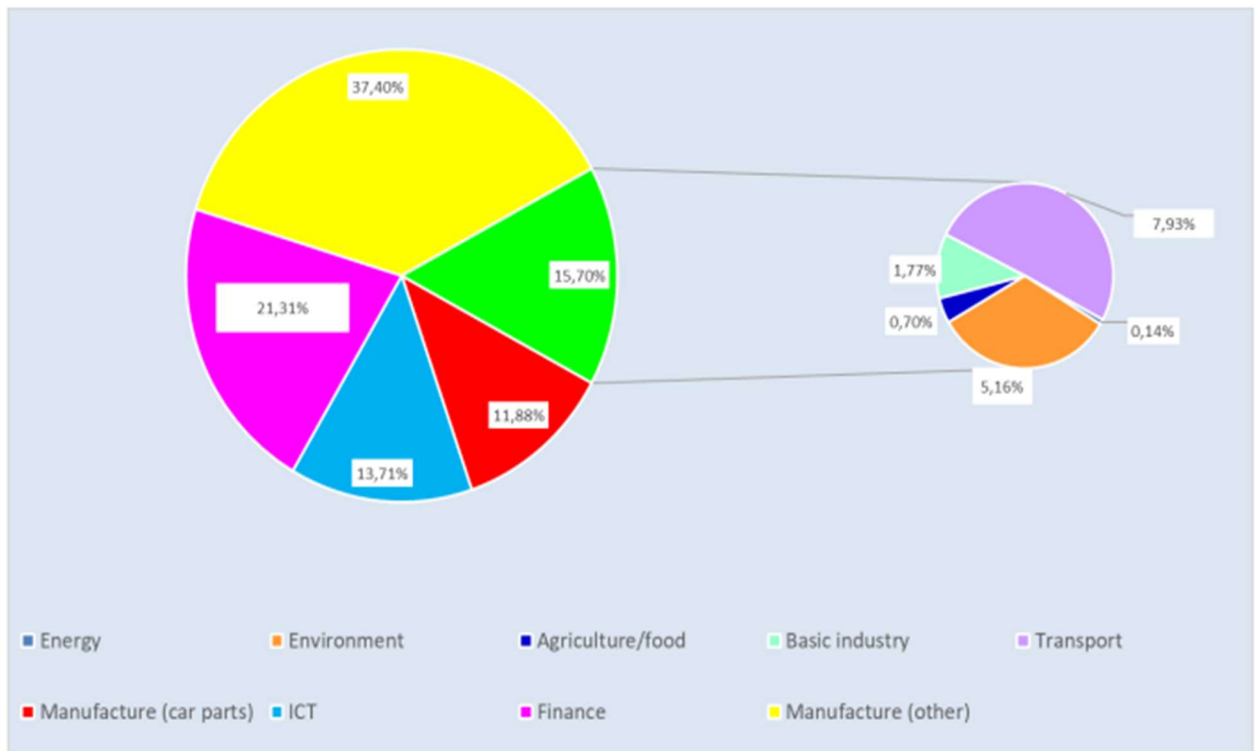
Tablica 2. Deset najviših novčanih kazni za kartele u razdoblju od 1969. do 2021. godine.

Godina	Slučaj (engl.)	Kazna u EUR
2016/2017	„Trucks“	3 807 022 000
2019/2021	„Forex“	1 413 274 000
2012	„TV and computer monitor tubes“	1 409 588 000
2013/2016/2021	„Euro interest rates derivatives (EIRD)“	1 308 172 000
2008	„Carglass“	1 185 500 000
2014	„Automotive bearings“	953 306 000
2021	„Car emissions“	875 189 000
2007	„Elevators and escalators“	832 422 250
2001	„Vitamins“	790 515 000
2010/2017	„Airfreight“	739 642 616

Izvor: izrada autora prema „Cartels cases statistics“. Dostupno na: https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-07/cartels_cases_statistics.pdf (pristupljeno 03.09.2022.)

U priloženoj tablici (tablica 2.) možemo vidjeti da slučaj „Trucks“ (2016./2017.) drži prvo mjesto po visini novčane kazne u razdoblju od 1969. do 2021. godine u iznosu od vrtoglavih 3 807 022 000 eura, dok je najmanja kazna uručena u slučaju „Airfreight“ (2010./2017.) od 739 642 616 eura.

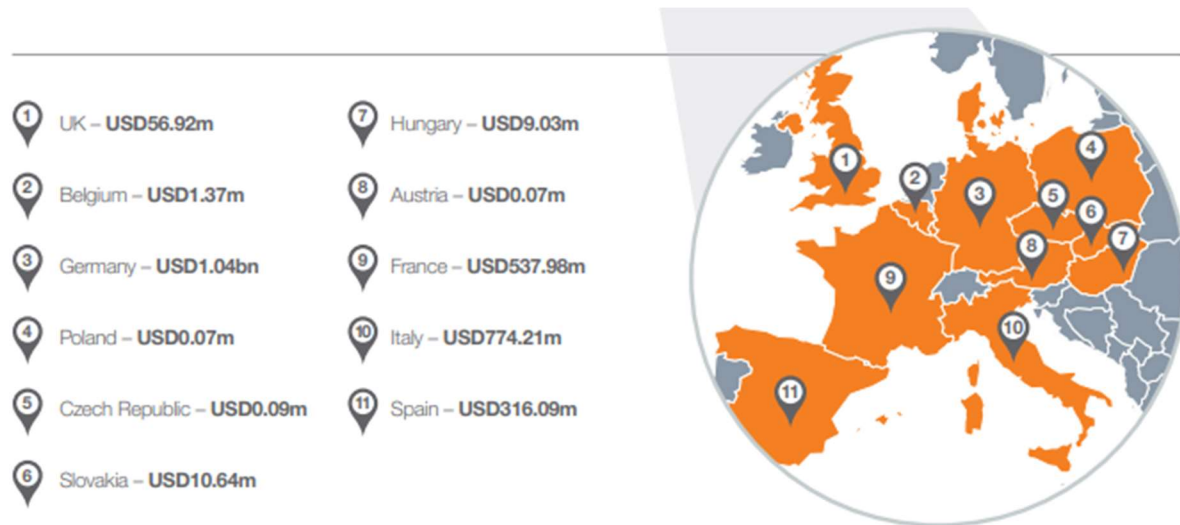
Slika 6. Postotak kazni izrečenih po sektorima od 2010. godine



Izvor: Europska komisija. *Cartels cases statistics*. Dostupno na: https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-07/cartels_cases_statistics.pdf (pristupljeno 05.09.2022).

Iz slike 6. (slika 6.) možemo vidjeti da je najveći postotak izrečenih kazni u žutom polju, odnosno u sektoru proizvodnje (ostalo) koji iznosi 37,40%. Drugi po redu sektor je sektor financija koji iznosi 21,31%, treći sektor iznosi 15,70% - industrijski sektor. Sljedeći na redu je ICT sektor, odnosno sektor informacijsko-komunikacijske tehnologije s postotkom od 13,71% te zadnji po redu je sektor proizvodnje auto dijelova, a on iznosi 11,88%.

Slika 7. Novčane kazne za djelovanje kartela na području država Europske unije 2019. godine



Izvor: Allen & Overy. *Global cartel enforcement report 2019*. Dostupno na:

<https://www.allenoverly.com/en-gb/global/news-and-insights/global-cartel-enforcement-control>

(pristupljeno 05.09.2022.)

Tijela za zaštitu tržišnog natjecanja diljem svijeta nastavila su borbu suzbijanja nacionalnih i međunarodnih kartela u 2019. godini, pri čemu su mnoge jurisdikcije pokazale značajan porast u visini kazni u usporedbi s onima izrečenim 2018. godine.⁹² Europska komisija ponovno je na vrhu svjetske ljestvice s kaznama u ukupnom iznosu od 1,6 milijardi dolara (porast od 74% u odnosu na 2018.).⁹³ Najveća novčana kazna 2019. godine izrečena je Njemačkoj u iznosu od 1,04 milijarde dolara. Sljedeća po redu je Italija s kaznom od 774,21 milijuna dolara, a najmanja novčana kazna je izrečena Austriji u iznosu od 70,000 dolara.

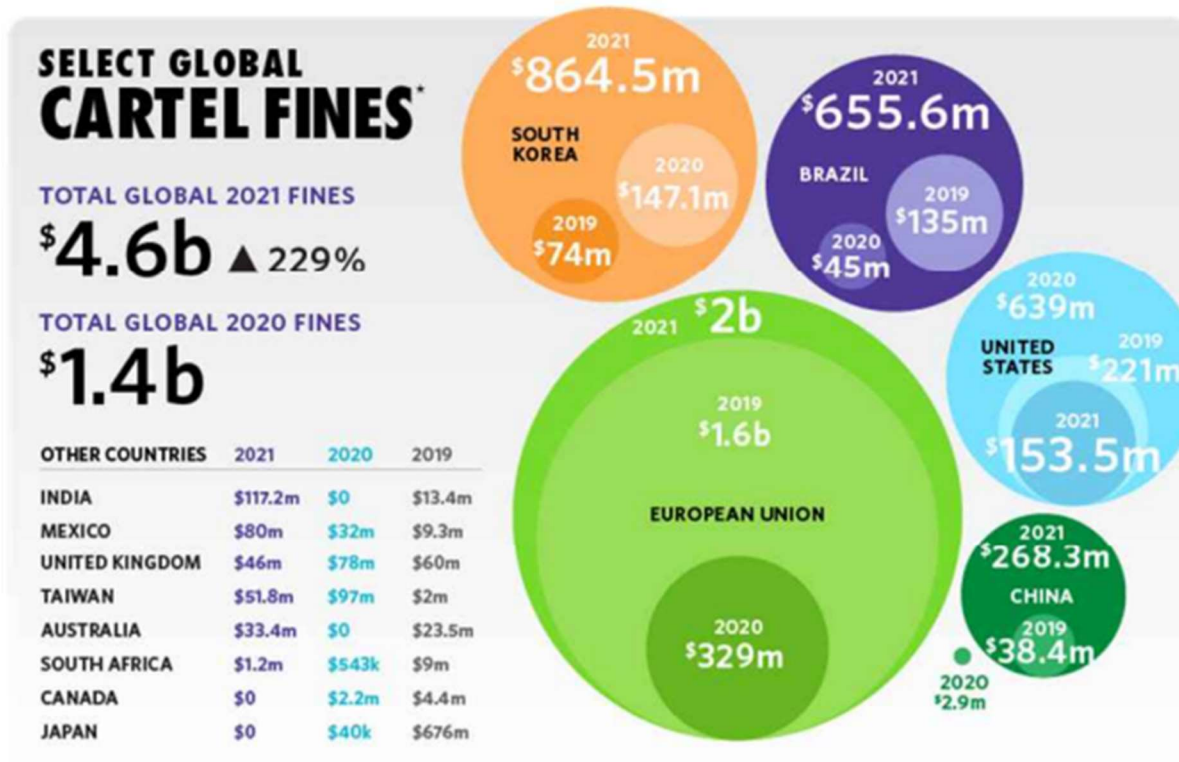
⁹² Allen & Overy. *Global cartel enforcement report 2019*. Dostupno na:

<https://www.allenoverly.com/en-gb/global/news-and-insights/global-cartel-enforcement-control>

(pristupljeno 05.09.2022.)

⁹³ ibidem

Slika 8. Novčane kazne za djelovanje kartela na svjetskoj razini – 2021. godina u odnosu na 2019. i 2020. godinu



Izvor: Morgan Lewis. *Global cartel enforcement report 2021*. Dostupno na:

<https://www.morganlewis.com/pubs/2022/01/global-cartel-enforcement-report-2021> (pristupljeno 05.09.2022.)

Slika 8. prikazuje iznose novčanih kazni za djelovanje kartela na svjetskoj razini u 2021. godini te usporedbu sa prethodnim godinama, 2020. i 2019. godinom. Zabilježene su značajne ukupne novčane kazne Europske komisije od 2 milijarde dolara 2021. godine, dok je 2020. godine taj iznos bio 329 milijuna dolara, a 2019. godine 1,6 milijardi dolara; kazne u Južnoj Koreji u 2021. godini su iznosile 864,5 milijuna dolara, dok je 2020. godine taj broj ipak bio puno manji i iznosio je 147,1 milijuna dolara, a 2019. godine još manji te je iznosio 74 milijuna dolara; u Brazilu su izrečene ukupne kazne od 655,6 milijuna dolara u 2021. godine, a 2020. godine 45 milijuna dolara te 2019. godine 135 milijuna dolara; kazne u Kini su 2021. godine iznosile 268,3 milijuna dolara, a 2020. godine samo 2,9 milijuna dolara te u 2019. godini taj je iznos bio nešto viši i iznosio je 38,4 milijuna dolara. U SAD-u 2021. godine izrečene su kazne od 150,1 milijuna dolara, što je značajni pad u odnosu na 2020. godinu kada je taj iznos bio 639 milijuna dolara te 221 milijuna dolara u 2019. godini. Ukupni iznos izrečenih kazni u svijetu 2021. godine iznosio je 4,6 milijardi

dolara što je porast od 229% u odnosu na prethodnu, 2020. godinu kada je ukupna izrečena kazna iznosila 1,4 milijarde dolara.

6. ZAKLJUČAK

Današnje se tržište sastoji od mnogo konkurenata koji žele ilegalno prodrijeti na tržište pokušavajući pritom ostvariti značajan udio na tržištu i visoku dobit. Istodobno čine i veliku štetu potrošačima i drugim konkurentima oduzimajući im šanse prodiranja na tržište, primjerice određivanjem cijena koje njima odgovaraju ili podjelom tržišta među članovima kartela. Zbog tih uvjeta uveden je pojam tržišnog natjecanja. Kako bi tržišno natjecanje bilo pravno regulirano nastao je pojam prava tržišnog natjecanja kako bi se izbjegla spomenuta šteta i kako bi se uvela ravnopravnost među konkurentima prilikom prodiranja na željeno tržište. Način na koji bi konkurenti mogli proći "ispod radara", odnosno ne bi mogli biti zamijećeni od strane regulatornih institucija su kartelski sporazumi. Kartelski sporazumi su zabranjeni od strane zakonodavstva jer imaju za cilj narušavati, ograničavati ili pak u potpunosti izbaciti konkurente sa tržišta. Članovi, odnosno poduzeća koja su združena u kartele zajedno mogu utjecati na cijene, međusobno se dogovarati oko podjele tržišta i ograničavati proizvodnju kako bi poboljšali položaj na tržištu na nezakonit način istovremeno stvarajući barijere drugim konkurentima.

Zakonodavstvo se po pitanju svega toga kroz povijest godinama razvijalo i mnogi teoretičari imali su različite stavove po pitanju regulacije kartela. Jedno od značajnih tijela u EU koje regulira tržišno natjecanje je Europska komisija. Svojim odredbama Komisija je uspjela kartelske sporazume proglasiti ilegalnima i zabranjenima. Kartelski sporazumi su jedni od najštetnijih oblika povreda propisa tržišnog natjecanja današnjice. Sporazumi protiv tržišnog natjecanja imaju ogromnu ulogu u narušavanju i ograničavanju slobodnog tržišnog natjecanja.

Kartelski sporazumi su vrlo zanimljivi za istraživanje jer je razvidno da se jači igrači na tržištu mogu lako dosjetiti ideja s kojim bi mogli ojačati svoj položaj i ulaziti u sporazume koji nose određenu dozu rizika ukoliko budu uhvaćeni u ilegalnim radnjama od strane nadležnih tijela. Kartelski sporazumi ne štete samo drugim poduzećima, odnosno konkurentima već i samim potrošačima na način da će oni imati u konačnici manji izbor proizvoda i usluga na tržištu, a pritom će cijene tih proizvoda i usluga biti i znatno veće nego što bi bile da ne postoje karteli. Važno je

da novčane kazne ili sankcije regulatornih tijela za kartelske sporazume budu dovoljno stroge tako da obeshrabre ili u potpunosti odvrate poduzetnike od namjere stvaranja ilegalnih kartela, odnosno kartelskih sporazuma u ovom kontekstu. Kartele je teško otkriti i osim ako kazne nisu vrlo stroge i visoke, poduzetnici mogu smatrati da će koristi od nezakonitog ponašanja nadmašiti rizik od kazni. Ove kazne moraju znatno premašiti očekivanu dobit kartela. Svi pravni propisi bi se i dalje trebali razvijati i usklađivati sa suvremenom situacijom na tržištu, a nadležna i regulatorna tijela bi trebala bolje i učinkovitije nadzirati radnje konkurenata i pravodobno i kvalitetno reagirati i raditi svoj posao.

Literatura

Knjige:

1. Šoljan, V., *Vladajući položaj na tržištu i njegova zlouporaba u pravu tržišnog natjecanja Europske zajednice*, Zagreb, Ibis Grafika, 2004.
2. Butorac Malnar V. et al., *Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora: Drugo, izmijenjeno i dopunjeno izdanje*, Zagreb, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2021.
3. Čapeta, T., Goldner Lang, I. (ur.), *Pravo unutarnjeg tržišta Europske unije*, Zagreb, Narodne novine, 2021.

Znanstveni i stručni članci:

1. Akšamović, D. „Pravni režim za koncentracije poduzetnika u pravu tržišnog natjecanja EZ i Hrvatske s posebnim osvrtom na mjere restrukturiranja koncentracija i mjera praćenja ponašanja sudionika koncentracije“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, vol. 29, br. 2, 2008, str. 1033-1066. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/40694> (pristupljeno 03.08.2022.)
2. Kapural, M. „Zlouporaba vladajućeg položaja u pravu tržišnog natjecanja EU“, *Pravo i porezi*, br. 11, 2008, str. 64-72. Dostupno na: <https://www.rrif.hr/clanak-12957/> (pristupljeno 03.08.2022.)
3. Rostaš-Beroš, L. „Nadležnost upravnih sudova u zaštiti tržišnog natjecanja“, *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, vol. 35, br. 1, 2014, str. 345-355. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/130793> (pristupljeno 07.08.2022.)
4. Ezrachi, A. „EU Competition Law Goals and the Digital Economy“, *Oxford Legal Studies Research Paper*, No. 17, 2018. Dostupno na https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3191766, (pristupljeno 09. 08. 2022.)
5. Pošćić, A. „Dokazivanje predatornih cijena u europskom pravu tržišnog natjecanja.“ *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, vol. 49, br. 3, 2012, str. 553-573. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/86833> (pristupljeno 24.08.2022.)

6. Pošćić, A. „Značajni dio zajedničkog tržišta kao jedan od uvjeta iz članka 82. Ugovora o Europskoj zajednici“, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, vol. 46, br. 4, 2009, str. 781-793. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/45713> (pristupljeno 25.08.2022)
7. Ahec Šonje, A. „Price Discrimination - Cons and Pro (Diskriminacija koja može proći)“, *Corporate governance and the human dimension*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/321151784_Price_Discrimination_-_Cons_and_Pro_Diskriminacija_koja_moze_proci (pristupljeno 26.08.2022.)
8. Dunne, N. „Characterizing Hard Core Cartels Under Article 101 TFEU“, *The Antitrust Bulletin*, vol. 65, no. 3, 2020, str. 376–400. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0003603X20929121> (pristupljeno 31.08.2022.)
9. Kapural, M. „Karteli kao zabranjeni sporazumi između tržišnih takmaca u pravu tržišnog natjecanja“, *Pravo i porezi*, br. 12, 2008, str. 83-92. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/strucni_clanci/mirta_kapural/2_mk.pdf (pristupljeno 27.08.2022.)
10. Bos, A. M. „Incomplete cartels and antitrust policy: incidence and detection“, *Tinbergen Institute Research Series*, no. 463, 2009. Dostupno na: <https://hdl.handle.net/11245/1.317636> (pristupljeno 01.09.2022.)
11. Phutkaradze, P. „Cartel agreements“, *World Science*, vol. 2, no. 1 (53), 2020, str. 22-27. Dostupno na: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ws/31012020/6900, (pristupljeno 01.09.2022.).
12. Mehmedagić, D. „Karteli i njihov utjecaj na cijene“, *Završni rad*, 2021. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:378493> (pristupljeno 02.09.2022.)
13. Rupčić, N. i Frajman, I. „Tajni dogovori u oligopolu“, *Praktični menadžment*, vol. 4, br. 2, 2013, str. 127-138. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118672> (pristupljeno 07.09.2022)
14. Kokkoris I. „Should Crisis Cartels Exist amid Crises?“, *The Antitrust Bulletin*, vol. 55, no. 4, 2010, str. 727-758. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0003603X1005500403> (pristupljeno 10.09.2022.)
15. Petrović, S. (2012) Nadležnost tijela za zaštitu tržišnog natjecanja: aktualni prijepori: Zakonske odredbe o nadležnosti i ovlastima Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja. U: Pecotić Kaufman, J., ur. *Pravo tržišnog natjecanja*:

novine u hrvatskom i europskom zakonodavstvu i praksi. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb, str. 11-20.

Blog:

1. RM, M. „Legalising Crisis Cartels“, [web blog], 27 August 2020. Dostupno na: <https://vidhilegalpolicy.in/blog/legalising-crisis-cartels/> (pristupljeno 09.09.2022).

Internetski izvori:

1. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja, Tržišno natjecanje. Dostupno na: <https://www.aztn.hr/trzisno-natjecanje/> (pristupljeno 01.08.2022.)
2. Wigmore, I. (2019). *What is competition law?* – definition from WhatIs.com. Dostupno na: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/competition-law> (pristupljeno 07.08.2022.)
3. EUR-Lex. *Ugovor iz Rima (EEZ)*. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=LEGISSUM%3Axy0023> (pristupljeno 07.08.2022.)
4. Banić, S. (2019). *Vremeplov: Rimski ugovori – 25. ožujka 1957*. Dostupno na: <https://informativator.hr/strucni-clanci/vremeplov-rimski-ugovori-25-ozujka-1957> (pristupljeno 07.08.2022)
5. Narodne novine (1995). *Odluka o proglašenju Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja*. Dostupno na: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1995_07_48_991.html (pristupljeno 07.08.2022)
6. Cerovac, M. *Novi zakon o zaštiti tržišnog natjecanja: značajne novine*. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/clanci/Novi_ZZTN_znacajne_novine.pdf (pristupljeno 08.08.2022.)
7. AZTN. *Godišnje izvješće Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja*. Dostupno na https://www.aztn.hr/uploads/documents/o_nama/programi_rada/Program_rada_2010-2011.pdf (pristupljeno 10.08.2022.)

8. Europska komisija, Ured za publikacije Europske unije. *Tržišno natjecanje: poboljšanje funkcioniranja tržišta*, 2014, str. 3. dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2775/31433> (pristupljeno 13.08. 2022.)
9. Europska komisija. *Annual activity report 2020 - Competition*, str. 3., dostupno na https://ec.europa.eu/info/publications/annual-activity-report-2020-competition_hr (pristupljeno 13.08.2022)
10. Europska komisija. *Antitrust: Commission fines Valve and five publishers of PC video games € 7.8 million for “geo-blocking” practices*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_21_170 (pristupljeno 13.08.2022)
11. AZTN. *Zaštita tržišnog natjecanja i državne potpore, minivodič za poslovne zajednice*, str. 8. Dostupno na: https://www.aztn.hr/uploads/documents/brosure/minivodic_za_poslovnu_zajednicu.pdf (pristupljeno 23.08.2022)
12. EUR-Lex. *AKZO Chemie BV v Commission of the European Communities*, C-62/86 (1991), ECR I-3359, ECLI:EU:C:1991:286, dostupno na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61986CJ0062> (pristupljeno 24.08.2022.)
13. EUR-Lex. *General Motors Continental NV v Commission of the European Communities*. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61975CJ0026> (pristupljeno 25.08.2022)
14. EUR-Lex. *Eurofix-Bauco v. Hilti*. Dostupno na: <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31988D0138> (pristupljeno 27.08.2022.)
15. AZTN, Tržišno natjecanje. *Karteli i ostali horizontalni sporazumi*. Dostupno na: <https://www.aztn.hr/trzisno-natjecanje/nadleznosti/sporazumi/karteli-i-ostali-horizontalni-sporazumi/> (pristupljeno 28.08.2022.)
16. OECD (2002). *Fighting Hard Core Cartels: Harm, Effective Sanctions and Leniency*, dostupno na <https://www.oecd.org/competition/cartels/21552797.pdf> (pristupljeno 01.09.2022.)
17. EUR-Lex. *Elevators and escalators*. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX:52008XC0326\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX:52008XC0326(01)) (pristupljeno 02.09.2022)

18. EUR-Lex. *Competition: Commission fines members of lifts and escalators cartels over €990 million*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_07_209 (pristupljeno 03.09.2022.)
19. EUR-Lex. *Antitrust: Commission fines E.ON and GDF Suez €553 million each for market-sharing in French and German gas markets*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_09_1099 (pristupljeno 03.09.2022.)
20. EUR-Lex. *ACF Chemiefarma NV v Commission of the European Communities*. Case 41-69. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61969CJ0041> (pristupljeno 05.09.2022.)
21. OECD. *Guidelines for fighting bid rigging in public procurement*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/competition/cartels/42851044.pdf> (pristupljeno 05.09.2022)
22. OECD. *Prosecution and law enforcement*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/27122270.pdf> (pristupljeno 08.09.2022)
23. OECD (2011). *Crisis Cartels*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/competition/cartels/48948847.pdf> (pristupljeno 09.09.2022)
24. Allen & Overy. *Global cartel enforcement report 2019*. Dostupno na: <https://www.allenoverly.com/en-gb/global/news-and-insights/global-cartel-enforcement-control> (pristupljeno 05.09.2022.)

Popis slika

Slika 1. Ciljevi prava tržišnog natjecanja EU.....	12
Slika 2. Organizacijska struktura Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja	15
Slika 3. Glavna pravila Europske unije u svezi tržišnog natjecanja	19
Slika 4. Novčana kazna Europske komisije Valve-u i pet izdavača video igara zbog geoblokiranja (7.8 milijuna eura)	20
Slika 5. Provedba tržišnog natjecanja u području antimonopolskih sporazuma i kartela u 2021. godini.....	21
Slika 6. Postotak kazni izrečenih po sektorima od 2010. godine	49
Slika 7. Novčane kazne za djelovanje kartela na području država Europske unije 2019. godine	50
Slika 8. Novčane kazne za djelovanje kartela na svjetskoj razini – 2021. godina u odnosu na 2019. i 2020. godinu	51

Popis tablica

Tablica 1. Broj riješenih predmeta Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja u 2021. godini.....	17
Tablica 2. Deset najviših novčanih kazni za kartele u razdoblju od 1969. do 2021. godine.	48

SAŽETAK

Karteli su sporazumi između konkurenata u kojima se dogovaraju cijene, dodjeljuju tržišta, ograničava proizvodnja ili namještaju natjecaji. Oni su najštetnija vrsta kršenja propisa, odnosno prava tržišnog natjecanja te se prema njima treba tako i odnositi. Pravo tržišnog natjecanja su pravila, odnosno propisi kojima se nastoji spriječiti bilo kakav oblik sporazuma ili djelovanja kojima se narušava fer tržišno natjecanje. Regulatorno tijelo za zaštitu tržišnog natjecanja u Europskoj uniji je Europska komisija, a nacionalno regulatorno tijelo je Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja. Kartelski sporazumi su teško vidljivi zakonodavstvu pa često sam proces detektiranja istog i u konačnici sankcioniranje traje dugo, u pravilu i do nekoliko godina. Oni predstavljaju veliku štetu cjelokupnom tržištu, odnosno sudionicima, uključujući konkurente, a i same potrošače koji zbog takvih sporazuma imaju limitiran izbor proizvoda i usluga za koje nerijetko plaćaju puno veću cijenu od one koju bi plaćali da tih sporazuma nema. Iz godine u godinu regulatorna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja, zahvaljujući velikim naporima i razvoju tehnologije, otkrivaju sve veći broj kartela na tržištu te ih shodno njihovoj prouzrokovanoj šteti na tržištu i njihovom prometu sankcioniraju.

Ključne riječi: kartel, kartelski sporazumi, tržište, tržišno natjecanje, pravo tržišnog natjecanja, Europska komisija

SUMMARY

Cartels agreements are agreements between competitors in which prices are fixed, markets are allocated, production is limited or bids are rigged. They are the most harmful type of violation of regulations, i.e. competition law, and should be treated as such. Competition law are rules, regulations that seek to prevent any form of agreement or action that distorts market competition. The regulatory authority, competition law authority, in the European Union is the European Commission, and the national regulatory authority is the Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja. Cartel agreements are hardly visible to the law, so often the process of detecting them and ultimately sanctioning takes a long time, usually up to several years. They represent great damage to the entire market, to participants, including competitors, and consumers themselves who, because of such agreements, have a limited choice of products and services for which they often pay a much higher price than what they would have paid if there were no such agreements. Year after year, the competition law authorities, thanks to great efforts and the development of technology, discover an increasing number of cartels on the market and sanction them according to the damage they cause on the market and their traffic.

Key words: cartel, cartel agreements, market, market competition, competition law, European Commission