

Karteli i njihov utjecaj na cijene

Mehmedagić, Damir

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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:137:378493>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Damir Mehmedagić

KARTELI I NJIHOV UTJECAJ NA CIJENE

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

Damir Mehmedagić

KARTELI I NJIHOV UTJECAJ NA CIJENE

Završni rad

JMBAG: : 0303081732, redovan student
Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Kolegij: Politika konkurencija
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Marketing

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

Pula, kolovoz 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni 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 Završnog 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, _____ dajem odobrenje Sveučilištu
Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

_____ 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. KARTELI	2
2.1 Antitrustovska politika u Eu	3
2.2 Karakteristike kartela	4
2.3 Oblici kartela	5
2.4 Karteli cijena	7
2.5 Karteli prodaje.....	8
2.6 Kartel dobiti	8
2.7 Karteli sindikati	9
2.8 Prisilni karteli.....	9
2.9 Krizni karteli.....	9
3. TRŽIŠTA NA KOJIMA SE KARTEL NAJČEŠĆE POJAVLJUJE	11
3.1 . Štetnost kartela	11
3.2. Tajni sporazumi.....	12
3.3. Sankcioniranje kartela	13
Problemi održavanja kartela	15
3.4. Utjecaj na cijene.....	17
4. Analiza odabranih primjera kartela	19
1. Primjer: utjecaj kartela na zemlje izvoznice nafte (OPEC)	19
2. Primjer: CIPEC - kartel za bakar.....	22
3. Primjer: kartelizacija sportskih natjecanja među fakultetima	23
8. ZAKLJUČAK	25
POPIS LITERATURE.....	26
SAŽETAK.....	27
SUMMARY	28

1. UVOD

Kada govorimo o učinkovitom tržišnom natjecanju kao jednom od temelja tržišnog gospodarstva koji za cilj ima osiguranje ravnopravnog položaja svih poduzetnika na tržištu, svako ograničavanje tržišnog natjecanja postupcima koji se ne mogu opravdati važećim gospodarskim razlozima smatra se suprotnim temeljnim ciljevima koji se teže postići zaštitom tržišnog natjecanja. Zabrana ograničavajućih sporazuma od izuzetne je važnosti za poduzetnike iz razloga što se njime osigurava konkurentnost na tržištu te ekonomski rast. Kada govorimo o potrošačima, glavna važnost leži u stvaranju eliminacije nekonkurentnih poduzetnika i nižih cijena. Karteli, kao zabranjeni sporazumi, svrstavaju se među teške povrede tržišnog natjecanja. Europsko pravo tržišnog natjecanja, skupa s presudama suda europskih zajednica te odlukama Europske komisije, radilo je na razvoju bogate prakse tumačenja raznih oblika kartela i načinima otkrivanja te dokazivanja istih.

Središnja tema ovog rada je Kartel. Cilj rada je prikazati kartele i njihove utjecaje na cijene kroz teorijsku razradu problematike te isti razraditi na primjerima. Svrha rada je prikazati koliko su karteli štetni za sve sudionike na tržištu. U radu se postavljaju sljedeća istraživačka pitanja:

1. Što je kartel?
2. Koja su obilježja kartela?
3. U kojim se oblicima kartel javlja?
4. Kako se boriti protiv kartela?
5. Kako kartel utječe na cijene?

Rad je strukturiran u tri dijela. U prvom dijelu rada govorimo o antitrustovskoj politici kao jednom od mehanizama borbe protiv kartela, u drugom dijelu rada govorimo kartelima i njihovim utjecajima na cijene, a u zaključnom dijelu ovog rada na jedinstvenim primjerima pokazujemo kako kartel zapravo djeluje u praksi.

2. KARTELI

Kartelom se nazivaju sporazumi između tržišnih takmaca čija je svrha ograničavanje ili potpuno isključivanje tržišnog natjecanja između sudionika sporazuma s ciljem da povećanjem cijena ostvare znatno veći profit¹

Karteli su zabranjeni sporazumi koji sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja jer u potpunosti eliminiraju konkurenciju i to na štetu drugih tržišnih takmaca, potrošača i gospodarstva. Govorimo o sporazumu kojem je cilj ograničiti tržišno natjecanje pomoću određivanja cijena, ograničavanje proizvodnje. Ovakva ograničenja se smatraju posebno štetnim jer određivanje cijene dovodi do toga da kupci plaćaju veće cijene za proizvode. Na takav način podjela tržišta ili kupaca smanjuje izbor dostupan kupcima i također dovodi do viših cijena. Osim određivanja cijena, podjele tržišta i dogovora davanja ponuda na natječajima kao tipičnih oblika kartelnih dogovora, postoji i mogućnost da do kartelizacije tržišta dođe putem dogovora o razmjeni podataka među konkurentima, primjerice kroz udruženje poduzetnika. Borba protiv kartela prioritet je Europske komisije, koja je tijekom razdoblja 1990-2017. kaznila 835 trgovačkih društava kaznom u ukupnom iznosu od 27,6 milijardi eura za karteliziranje tržišta²

Ugovor o Europskoj zajednici u članku 81. definira zabranjene sporazume:

- a) Izravno ili neizravno određuju kupovne ili prodajne cijene ili drugi trgovinski uvjeti
- b) Ograničavaju ili nadziru proizvodnju, tehnički razvoj ili ulaganja
- c) Dijeje tržište ili izvore nabave
- d) Primjenjuju nejednaki uvjeti na iste poslove s različitim trgovačkim partnerima, čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju
- e) Sklapanje ugovora uvjetuje pristankom drugih stranaka na dodatne obveze koje, po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima, nemaju nikakve veze s predmetom tih ugovora³

¹ Prema «Rječniku pojmova prava i politike tržišnog natjecanja i srodnih područja», Mladen Cerovac, TEB, Poslovno savjetovanje, 2004., str. 57.

² V. Butorac Malnar, S. Petrović., Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora, Zagreb, Pravni fakultet sveučilišta u Zagrebu, 2021, 236.str.

³ Konsolidirana verzija Ugovora o uspostavljanju Europske zajednice, OJ C 325/33 od 24. prosinca 2002

Karteli su, sukladno gore navedenom, prvenstveno nelegalno, a zatim i nepoželjno udruženje poduzetnika na tržištu. Njihova prisutnost šteti cjelokupnoj ekonomskoj i pravnoj okolini jer remete uvjete funkcioniranja tržišta, onemogućavaju i sprječavaju dostojanstveno tržišno natjecanje, onemogućavaju poslovanje ili u potpunosti uzrokuju gašenje samostalnih konkurenata te u konačnici onemogućuju krajnjim potrošačima slobodan izbor potražnje proizvođača usluge prilagođene njihovim zahtjevima i cjenovno prihvatljivima. Veliki su napori uloženi u pravnu regulativu zabrane kartela i provedbu njihove eliminacije, međutim, još uvijek postoje izvjesni tržišni prostori njihova djelovanja, pa te napore nadležnih institucija u borbi protiv kartela treba još više osnažiti. Prema svemu gore navedenom, možemo reći da su karteli nelegalno, a samim time i nepoželjno udruženje poduzetnika na određenom tržištu. Samim svojim prisustvom na tržištu, oni štete ekonomskoj, a i pravnoj okolini jer remete postojeće uvjete funkcioniranja tržišta, sprječavaju pošteno tržišno natjecanje, onemogućavaju poslovanje konkurentima, a samim time onemogućuju krajnjim korisnicima slobodan izbor potražnje. Iako se ulažu veliki napori u pravnu regulativnu zabrane kartela, ipak još uvijek postoje tržišni prostori na kojima i dalje djeluju.

2.1 Antitrustovska politika u Eu

Ekonomski integracijski procesi kroz svoju povijest pokazuju želju za ujedinjenjem ekonomskog tržišta. Glavni razlog tomu je iznimno brz tehnološki razvoj koji je potaknuo industrijalizaciju velikih razmjera. Upravo takav stupanj proizvodnje zahtijevao je brzo širenje tržišta izvan granica nacionalne ekonomije. Aktivnosti izvoza i uvoza između europski zemalja postale su neizbježne, ali sa druge strane zahtijevale su pravne okvire u kojima će se ekonomske djelatnosti nesmetano moći odvijati. Početak regulacije antitrustovskog zakonodavstva nalazi se u Rimskom ugovoru iz 1950, a kasnije su odredbe nadopunjene Ugovorom o Europskoj uniji iz Maastricha. Tim ugovorom nametnula se obveza zemljama članica da svaka unutar svog nacionalnog pravnog sustava harmonizira zakonske i podzakonske akte. Pojedine zemlje Članice Europske unije imale su različitu praksu i pravnu pozadinu u trenutku potpisivanja ugovora. Sve su međutim, nakon Drugog svjetskog rata bile u sličnom položaju. Nakon potpuno uništenih privreda trebalo je stvoriti nove sustave, restrukturirati postojeću industriju s težnjom da bude konkurentna i na jedinstvenom

europskom tržištu i na svjetskom tržištu. To naravno nije bio lagan zadatak. Stvarajući takve ekonomske Čimbenike, pojavila se neizostavna pojava koncentriranja industrijskih subjekata i njihove moći. Prve države koje su donijele neke od pravnih regulacija bile su Njemačka i Velika Britanija. Kao i većina sustava antitrustovska zakonodavstva, pravni sustav EU razlikuje dvije podjele, a to su horizontalna i vertikalna. Horizontalna ograničenja nepravednog natjecanja između suparničkih privrednih subjekata se teško sankcioniraju, posebice u područjima gdje su razine tržišnih cijena i količine gotovih proizvoda fiksne, a tržišta već unaprijed podijeljena. Prihvatajući takvu podjelu kao polaznu tezu, valja imati na umu da se antitrustovsko zakonodavstvo ni u kojem slučaju ne smije shvaćati kao kazneno pravo. Ključna razlika je naravno u sankcijama koje su za razliku od kaznenopravnih, ovdje civilne prirode. Najčešća primjenjiva sankcija je nevaljanost ugovora i odgovornost privrednih subjekata za nastalu štetu pred nacionalnim sudom.

Drugu skupinu pravnih propisa čine vertikalnih ograničenja čije se djelovanje odnosi na slučajeve koji se događaju između proizvođača, distributera i krajnjih korisnika. Najveća se pažnja pridodaje na potrošače koje se želi dodatno zaštititi od nepravilnih učinaka na tržište. Finalni proizvod i usluga u procesu dolazaka do potrošača može promijeniti svoju osnovnu svrhu. Vertikalna ograničenja kreću upravo prema ukidanju takvih navika i što bržem uspostavljanju ujedinjenog poslovanja. Cjelokupni pravni sustav Europske Unije, pa tako i antitrustovsko zakonodavstvo u domeni je djelovanja Komisije, u borbi protiv monopola i nastojanjem za što pravednijim sudjelovanjem na tržištu. Na kraju treba zaključiti da je Antitrustovska politika jedan od najvažnijih mehanizama u borbi protiv monopola, te da takva politika teži uspostavljanju idealne konkurencije na tržištu.

2.2 Karakteristike kartela

Kartelom označavamo tržišnu strukturu u kojoj više proizvođača, umjesto da međusobno konkuriraju, oni zapravo koordiniraju ponudama, s ciljem da svi ostvare monopolsku profit. Drugim riječima, kartel je forma gospodarski sporazuma između poduzeća, koja zadržavaju ekonomsku samostalnost s ciljem povećavanja profita putem određivanja monopolskih cijena i drugih uvjeta prodaje. Cilj ovakvih monopolskih organizacija je povećanje profita putem određivanja cijene, a ne kroz smanjenje troškova proizvodnje.

Poduzeća koja su dio kartela, sporazumom ostaju i pravno i ekonomski samostalna, ali prema međusobnom sporazumu moraju se držati dogovora. Postignuti dogovor se najčešće odnosi na podjelu tržišta, uvjete prodaje i cijenama robe. Da bi se ovakav dogovor uspio realizirati, odnosno da bi poduzeće imalo koristi od kartela potrebno je da oni kontroliraju većinski dio tržišta gospodarske djelatnosti kojom se bave.

S obzirom na veličinu tržišta karteli mogu biti nacionalnog i međunarodnog značaja. Nacionalni karteli je produkt sporazuma između domaćih poduzeća u jednoj zemlji, oni su mnogo češća pojava u odnosu na međunarodni kartel jer su međunarodni karteli pod utjecajem autonomnih mjera koje svaka zemlja donosi zasebno. Još jedna od specifičnosti kartela da se članovi nalaze u međusobnoj ovisnosti, tj. Moraju uskladiti svoje odluke i djelovanja jer odluka jednog člana utječe i na ostale. U svrhu ostvarivanja uzajamne koristi u obliku o svih sudionika kartela se očekuje da se drže dogovora, međutim kao i kod ostalih i kod kartela među članovima ima dosta nepovjerenja, tako da mnogi karteli određuju sustav nadzora kako bi se svi pridržavali sporazuma i kako ne bi došlo do kršenja istog.

2.3 Oblici kartela

Karteli se pojavljuju u različitim oblicima. Osiguranje monopolskog položaja i eliminacija konkurencije, kartelska poduzeća ostvaruju sklapanjem sporazuma u kojem su definirane pitanja u vezi s nabavkom i prodajom proizvedenih proizvoda na tržištu, prema sredstvima putem kojih se ostvaruju takvi ciljevi kartele dijelimo u iduće skupine:

Karteli najčešće obuhvaćaju dogovore o:

- a) Cijenama- članovi kartela se dogovaraju kolika će biti cijena i njezin porast koje će naplaćivati svojim kupcima roba i usluga, te također podižu cijene u istom iznosu i u isto vrijeme
- b) Količini proizvodnje- članovi kartela ograničavaju razinu proizvodnje ili usluga kojima će opskrbljivati tržište kako bi povisili cijene

- c) Rabatima- članovi kartela se unaprijed dogovaraju oko popusta koje će naplaćivati svojim kupcima robe ili usluga, odnosno nude identične popuste ili imaju identičnu formu popusta
- d) Izboru kupaca ili područja koje će opskrbljivati- prestaju s opskrbljivanjem pojedinih kupaca zbog njihove lokacije, sprečavajući i nove tržišne takmace da pristupe tržištu

Prateći podjelu zabranjenih sporazuma prema članku 81. ugovora o EZ izdvajaju se sljedeći oblici kartela:

- a) Dogovor o cijenama/ cjenovni karteli (price fixing cartels)

Najveći broj kartela otkriven i sankcioniran od Europske komisije je kartel čiji članovi dogovaraju cijene. U tzv. Vitaminskom kartelu osam poduzetnika je sudjelovalo u osam različitih tajnih kartelnih sporazuma kojima su dijelili tržišta i dogovarali cijene i time utjecali na tržišta vitaminskih proizvoda. Kartel je funkcionirao na način da su sudionici odredili cijene za različite vitaminske proizvode, dodijelili prodajne kvote, odredili poraste cijena i izdali najave cijena sukladno sporazumu. Uz navedeno su ustanovili i sustav nadzora nad provedbom kartelnog sporazuma uz najvišim menadžerskim položajima pojedinih sudionika

U Graphite Electrodes Europska komisija je utvrdila kako je osam proizvođača dogovorilo povisiti cijene na način da svaki proizvođač povisi cijene u dogovorenom postotku na svojem nacionalnom tržištu. Provedba kartela održavala se razmjennom budućih ciljanih cijena i sustavom nadzora.

- b) Diskriminacija u cijenama

Zabranjuje se primjena nejednakih uvjeta za iste poslove s različitim trgovačkim partnerima čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju. Sporazumi kojima tržišni takmaci diskriminiraju određene kupce ili korisnike usluga primjenom cijena ili drugih uvjeta predstavljaju zabranjene sporazume.

- c) Podjela tržišta

Dogovori između tržišnih takmaca kojima se dijeli tržište smatraju se posebno ograničavajućim za funkcioniranje jedinstvenog tržišta EU. Jedan od primjera je

kada su članovi kartela, inače proizvođači izbjegavali izvoz drugim zemljama čime su podijelili domaće tržište.

d) Ograničenje ili kontrola proizvodnje

Ograničavanje razine proizvoda ili usluga kojima se opskrbljuje tržište s ciljem povećanja cijena. Ovakvi kartelni dogovori prikladni su za tržišne takmace koji imaju različitu strukturu troškova pa teže usuglašavanju cijene svojih proizvoda

e) Razmjena informacija

Kod ovakvog oblika između tržišnih takmaca javlja se problem razlikovanja između informacija koje se u poslovanju uobičajene razmjenjuju i nedopuštene razmjene osjetljivih informacija. S jedne strane, razmjena informacija između tržišnih takmaca povećava transparentnost na tržištu i dovodi do lakšeg predviđanja postupaka konkurenata i njihovog poslovanja što može imati loš odnosno negativan učinak za tržišno natjecanje, napredak u istraživanju i potrošače.

Kada govorimo o razmjenama informacija moramo razlikovati dvije vrste :

- a) Razmjena informacija koja predstavlja zabranjeno usklađeno djelovanje između tržišnih takmaca, razmjena svih vrsta osjetljivih, poslovnih informacija kao što su planirane buduće cijene, povećanje kapaciteta, planovi investiranja, pojedinačni podaci o prodaji i slične poslovne tajne
- b) Razmjena informacija koja ne prati usklađeno djelovanje pa može predstavljati povredu članka 81. ugovora o EZ samo ako proizvede negativne učinke na tržištu

2.4 Karteli cijena

Karteli cijena predstavljaju sklapanje dogovora kojim se utvrđuje cijene po kojima će se poduzeće obuhvaćeno sporazumom kupovati i prodavati. Ovim oblikom kartela poduzeće koja su ušla u sam dogovor osiguravaju stabilno stanje na tržištu. Određeni proizvođači dominiraju tržištem i onemogućavaju ostale da efikasno i rentabilno posluju. Ovakvim sporazumom se najčešće fiksira prodajna cijena po kojoj se roba može prodavati na određenom tržištu. Poduzećima koji su unutar kartela nije dozvoljena prodaja ispod određen najniže cijene u periodu trajanja važnosti kartelskog sporazuma. Međutim, kako poduzeća koja su pod kartelskim sporazumom

zadržavaju svoju financijsku i poslovnu samostalnost, oni mogu samostalno zaključivati poslova po monopolskim cijenama, pa mogu na raspolaganje kupcima dati određene kreditne olakšice (plaćanje na rate) što na neki način dovodi u pitanje dogovore koji su doneseni sporazumom. Kako bi se ovo izbjeglo kartelni sporazumi predviđaju i reguliraju uvjete prodaje, te sprječavaju mogućnost dobivanja kupaca na tržištu. Odnosno, pored utvrđivanja najniže prodajne cijene robe, ovim sporazumom se može utvrditi i najviša cijena po kojoj se sirovine i drugi materijali mogu kupovati, kupoprodajni uvjeti, rokovi plaćanja kao i zabrana ugovaranja posebnih olakšica od strane pojedinih članova kartela.

2.5 Karteli prodaje

Karteli prodaje su sporazumi o podjeli tržišta, a mogu se podijeliti na dva načina:

- a) Na dan određivanja količine robe, koja se prodaje u određenim vremenskim razmacima, tj. Prema opsegu prometa robe koja se realizira na tržištu
- b) Prema broju kartelskih poduzeća tj. Raspodjela tržišta između članica kartela

Kod ovog kartela, članicama je ostavljena potpuna sloboda u određivanju cijena po kojima će se roba prodavati. Ako neki od članova prekorače kvotu tj. Prodaju robu van teritorija određenog sporazumom, kartel povlači sankcije, koje su također unaprijed definirane sporazumom.

2.6 Kartel dobiti

Kompliciraniji oblik kartela, najčešće na tržištu Velike Britanije. Ovim oblikom kartela se utječe na članice kartela tako da ne privlače kupcem spuštanjem cijena, kako bi članovi uz obavljanje svoje gospodarske djelatnosti i financijskog poslovanja zadržali potpunu samostalnost, te imali punu slobodu u pogledu određivanja uvjeta prodaje kao i raspodjela tržišta. Članovi ovog kartela podvrgnuti su jedinstvenom nadzoru, snose rizik poslovanja i obavezni su da u određenim vremenskim razmacima uplaćuju u zajednički fond kartela. Kao mjerilo količine novca koji se uplaćuje u zajednički fond uzima se profit koju poduzeće ostvari. Skupljeni iznos dijeli se među članovima kartela po prethodno dogovorenom u sporazumu.

2.7 Karteli sindikati

Karteli sindikati su udruženja poduzeća koja svoju trgovinsku djelatnost realiziraju preko zajedničke agencije i isključuju mogućnost samostalno zastupanja poduzeća članica na tržištu. Ova zajednička agencija se organizira sa ciljem zajedničke trgovinske aktivnosti, tj. Kupovine i prodaje robu u ime i za račun članova u kartelu, a u skladu sa sklopljenim sporazumom. Ovakvim odredbama sindikat pruža članovima garanciju protiv izigravanja sporazuma i diskriminacije na tržištu. Ovakav oblik predstavlja daleko čvršću vezu između članova nego što je to u slučaju kod običnog kartela.

2.8 Prisilni karteli

U slučaju kada karteli predstavljaju javni interes, njihova organizacijska forma zahtjeva i državnu intervenciju. Oni nastaju odlukom nadležnih organa državne vlasti. Prema djelovanju ovog kartela, razlikujemo nacionalne i međunarodne prisilne kartele. Nacionalni se ograničava samo na prostoru jedne države. Kao primjer za ovakav kartel može se navesti kartel za prodaju kalcijuma u Njemačkoj.

Međunarodni prisilni kartel je sporazum između dvije ili više država, s ciljem zaštite interesa kod prodaje određene robe. Primjer ovakvog kartela bio je sporazum između Turske i Jugoslavije, koji je zaključen 1931. s ciljem reguliranja cijene i prodaje opijuma u svijetu.

2.9 Krizni karteli

Iako su temeljem prava konkurencije Europske unije karteli gotovo bez iznimke nezakoniti, pod određenim se uvjetima dopuštaju sporazumi kojima se poduzetnici obvezuju na uzajamno smanjivanje kapaciteta i proizvodnje (tzv. Krizni karteli). Riječ je o situacijama u kojima potražnja toliko opadne da je normalno konkuriranje nemoguće, pa konkurenti dogovaraju obustavljanje dijela svoje proizvodnje. To su slučajevi u kojima dolazi do nerazmjera između ukupnog proizvodnog kapaciteta industrije u cjelini i stvarne potražnje za proizvodima tih proizvođača. Međutim,

premda je u okviru kriznog kartela dopušteno ograničavanje količine, nije dopušteno dogovaranje cijena.⁴

Da bi komisija odobrila sporazum o uzajamnim smanjivanjima proizvodnih kapaciteta i proizvodnje, strukturalna prekapacitiranost zbog koje je došlo do znatnog smanjenja korištenja kapaciteta, donosno pada proizvodnje i znatnih operativnih gubitaka, mora postojati tijekom dulje razdoblja, a u srednjem se roku ne očekuje da će situacija trajnije poboljšati.

⁴ V. Butorac Malnar, S. Petrović., Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora, Zagreb, Pravni fakultet sveučilišta u Zagrebu, 2021, 248-249. str

3. TRŽIŠTA NA KOJIMA SE KARTEL NAJČEŠĆE POJAVLJUJE

Karteli se mogu pojaviti u skoro svim grana i mogu obuhvatiti proizvodnju, distribuciju ili prodaju proizvoda i usluga. U praksi Europske komisije i nacionalnih tijela za zaštitu tržišnog natjecanja ipak su utvrđeni pojedini sektori koji su tradicionalno podložniji dogovorima između tržišnih takmaca zbog samih karakteristika tržišta ili načina na koji postupaju. Tržišta sa povećanim rizikom sklapanja kartelskih sporazuma su:

- a) Tržišta s malim brojem konkurenata (oligopoli i duopoli)
- b) Tržišta proizvoda sa sličnim obilježjima koja ostavljaju malo prostora za konkuriranje (homogeni proizvodi), zato su česti karteli u građevinarstvu, kemijskom i farmaceutskom sektoru
- c) Kada su odnosi suradnje između konkurenata već uspostavljeni, npr. Putem udruženja poduzetnika
- d) Sektori s viško kapaciteta
- e) U uvjetima opće gospodarske krize (krizni karteli)

Karteli se često pojavljuju na tržištima na kojima postoje odnosi oligopola. Oligopol predstavlja situaciju na tržištu na kojem djeluje mali broj tržišnih takmaca, prodavatelja roba ili usluga koji su neovisni u utvrđivanju cijena i obujma proizvodnje. Međutim uslijed karakteristike takvog tržišta ovakvi će poduzetnici ipak u određenoj mjeri biti ovisni o svojim tržišnim takmacima jer će njihova postupanja imati učinak na postupanje njihovih tržišnih takmaca.⁵

3.1 . Štetnost kartela

Mario Monti, nekadašnji povjerenik Europske komisije za tržišno natjecanje u jednom svojem govoru kartele je nazvao „tumorima u otvorenom tržišnom gospodarstvu“, a američki Vrhovni sud kartele opisuje kao „najveće zlo antitrusta“.

Karteli stvaraju negativne učinke ne samo za potrošače već i za cijelo tržište, njegov razvoj i funkcioniranje, te za potencijalne konkurente na način da spajaju monopolske dobiti za najsnažnije poduzetnike jer nemaju poticaja niti potrebe poboljšati kvalitetu svojih proizvoda ili barem ojačati svoju proizvodnju. Najveću štetu za gospodarstvo

⁵ Rječnik pojmova prava i politike tržišnog natjecanja i srodnih područja, Mladen Cerovac, TEB, Poslovno savjetovanje, 2004., str. 87-88.

rade tako da održavaju najneučinkovitije poduzetnike na tržištu slabeći proizvodne poticaje. Karteli omogućavaju poduzetnicima – sudionicima kartela postizanje većih profita uz manje truda, a na štetu potrošača i gospodarstva. Za potrošače proizvodi od kartela znače samo više cijene, slabiju kvalitetu i slabiji izbor proizvoda, ali nemaju izbora nego moraju kupiti njihov proizvod.

Karteli su posebno štetan oblik protutržišnog postupanja jer je njihov cilj da povećaju cijene uklanjanjem ili ograničavanjem tržišnog natjecanja, a time direktno utječu na kupce roba i usluga. Također imaju i štetan učinak na cjelokupno gospodarstvo jer uklanjaju poticaj poduzetnika da učinkovito posluju i istražuju, odnosno da budu konkurentni.

No postoje i tzv. „dobri karteli“, u slučaju kada se dogovor sklapa za povećanje tehnološkog ili privrednog napretka ili služi za poboljšanje proizvodnje dobara ili snabdijevanje potrošača. Uvjet je da kartelski proizvođači smanje troškove tako da bi i cijena za potrošače u konačnici bila manja te da bi njihove potrebe bile zadovoljene.

3.2. Tajni sporazumi

Pojam tajni sporazum („namještanje ponuda“) odnosi se na nezakonite sporazume između gospodarskih subjekata s ciljem narušavanja tržišnog natjecanja u postupcima dodjele ugovora. Takvi sporazumi mogu imati različite oblike, kao što su prethodno utvrđivanje sadržaja ponuda kako bi se utjecalo na ishod postupka, suzdržavanje od podnošenja ponuda, podjela tržišta prema geografskim područjima, javnom naručitelju ili predmetu nabave. Cilj te svih tih praksi da se unaprijed utvrđenom ponuditelju omogući sklapanje ugovora uz stvaranje dojma da je postupak zaista konkurentan. Tajni sporazumi zapravo umanjuju korisne učinke poštenog transparentnog, tržišta javne nabave usmjerenog na ulaganja jer poduzećima se ograničavaju pristupi tom tržištu, a javnim naručiteljima smanjuju mogućnost izbora. Prisutnost tajnih sporazuma na tržištu javne nabave obično odbija gospodarske subjekte koji poštuju zakon od sudjelovanja u postupcima dodjele ili ulaganja u projekte javnog sektora. Tajni sporazumi odavno se smatraju glavnim čimbenikom rizika za učinkovitu javnu potrošnju. Procjenjuje se da troškovi koje javni naručitelji plaćaju zbog takvih sporazuma povećavaju do 60% u odnosu na one koje bi platili u normalnim tržišnim uvjetima. Čak jedan slučaj tajnog sporazuma u višemilijunskim

postupcima stajat će europske porezne obveznike dodatne milijune eura, što ima negativan utjecaj na učinkovitu javnu potrošnju.

Tajni sporazumi učestala su pojava na tržištima javne nabave (građevinarstvo, informacijske tehnologije i zdravstvo). Slučajevi tajnog sporazuma redovito se otkrivaju, istražuju i procesuiraju u cijelom svijetu. U izvanrednim situacijama, kao što je pandemija bolesti COVID-19, hitna potreba javnih tijela da u kratkom roku nabave velike količine robe i usluga za svoje zdravstvene sustave može povećati rizik od tajnog sporazuma među određenim gospodarskim subjektima koji mogu pokušati iskoristiti izvanrednu situaciju i umjetno ograničiti tržišno natjecanje kako bi povećali svoju dobit na teret javnih financija. Štetni učinci tajnog sporazuma na javne financije mogu se pokazati još većim nakon takvih izvanrednih situacija, a u vrijeme kada gospodarski oporavak u velikoj mjeri ovisi o najboljem mogućem raspolaganju dostupnim javnim sredstvima. Neprimjereno trošenje prekomjernih iznosa za radove, robe i usluge znači manje javnih sredstava za obavljanje osnovnih državnih zadaća, veći proračunski deficit i veću potrebu država da pribjegu podizanju zajmova, čime se ugrožava njihova financijska stabilnost i smanjuju učinci mjera koje se poduzimaju za oporavak. Oklijevanje poduzeća da sudjeluje u projektima javnog sektora na tržištima na kojima su prisutni tajni sporazumi pokopava nastojanje za privlačenje privatnih ulaganja u infrastrukturu (npr. Slučaj kada koncesije zahtijevaju sudjelovanje privatnog kapitala)

3.3. Sankcioniranje kartela

Prepoznajući kartele kao najteže oblike povrede propisa tržišnog natjecanja koji donose gubitke cijelom gospodarstvu, kada se utvrdi postojanje kartela Europska komisija i nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja država članica EU izriču vrlo visoke novčane sankcije koje dosižu i do 10 posto ukupnog godišnjeg prihoda poduzetnika. Prilikom izricanja sankcija Europska komisija uzima u obzir trajanje kartela, olakotne okolnosti kao što su npr. suradnja s Europskom komisijom tijekom istrage i otegotne okolnosti kao što su ponavljanje povrede, vodeća uloga u kartelu i sl. Osim novčanih sankcija, u pojedinim pravnim sustavima zemalja članica EU karteli su i predmet kaznenopravnog sankcioniranja. Na primjer, u Velikoj Britaniji sukladno

Zakonu o poduzetnicima (*Enterprises Act 2002*) sud može za sudjelovanje u kartelu fizičkim osobama izreći zatvorsku kaznu u trajanju do pet godina.

Tabela 1: Deset najviših kazni za kartele po slučaju

Godina	Ime slučaja	Plaćena kazna (eur)
2016/2017	Kamioni	3 807 022 000
2012	Tv i monitori za kompjuter	1 409 588 000
2013/2016/2021	Euro kamatne stope	1 308 172 000
2008	auto stakla	1 185 500 000
2019	Forex	1 068 879 000
2014	Automobilski ležajevi	953 306 000
2021	Emisija ispušni plinova automobila	875 189 000
2007	Dizala i pokretne stepenice	832 422 250
2001	Vitamini	790 515 000
2010/2017	Zračni prijevoz	785 345 000

Izvor: https://ec.europa.eu/competition-policy/system/files/2021-07/cartels_cases_statistics_0.pdf (26.08.2021.)

U tablici vidimo da je na prvom mjestu slučaj „kamioni“ koji je platio najveću kaznu u povijesti kartela, a na zadnjem mjestu slučaj „zračni prijevoz“. Vidimo ovdje da se većinom radi od raznim vrstama prometa i prijevoza i da je upravo to grana gdje se karteli najčešće i javljaju.

Tabela 2: Deset najviših kazni koje su platila poduzeća

Godina	Poduzeće	Slučaj	Plaćena kazna (eur)
2016	Daimler	Kamioni	1 087 766 000
2017	Scania	Kamioni	880 523 000
2016	DAF	Kamioni	752 679 000
2008	Saint Gobain	Auto stakla	715 000 000
2012	Philips	Tv i monitori za kompjuter	705 296 000
2012	LG Electronics	Tv i monitori za kompjuter	687 637 000
2016	Volvo/Renault Trucks	Kamioni	670 448 000
2021	VW group	Emisija ispušni plinova automobila	502 360 000
2016	Iveco	Kamion	494 606 000
2013	Deutsche Bank	Euro kamatne stope	465 861 000

Izvor: https://ec.europa.eu/competition-policy/system/files/2021-07/cartels_cases_statistics_0.pdf (26.08.2021.)

Iz tablice možemo vidjeti da je firma Daimler platila najvišu kaznu u iznosu od 1 087 766 000 eura, dok je najmanju platila Deutsche Bank u iznosu od 465 861 000 eura. U tablici možemo vidjeti i poduzeće VW koje je također platilo veliku kaznu i jedan je od najučestalijih i najaktualniji primjer koji možemo čuti na medijima.

Problemi održavanja kartela

Ako su karteli profitabilni za svoje članice, zašto ih onda nema puno više u svijetu? Jedan od razloga je taj što postoje zakoni koji zabranjuju kartele i bilo kakvo sporazumno fiksiranje cijena, ali i prije uvođenja ovih zakona, karteli su bili rijetko prihvaćeni i podržavani i ako su postojali bili su kratko vijeka.

Tri su glavna razloga koja dovode do nestabilnosti kartela:

- a) Svako poduzeće članica kartela pada u iskušenje da učini prevaru, odnosno da izigra ovaj sporazum. Karteli dolaze do maksimalne monopolske profita tako što određuju svojim članicama količine outputa koji će proizvesti, a koje su često ispod razine koju bi svaka samostalno izabrala, što rezultira višim

cijenama. Kada je viša cijena postignuta, individualni članovi bi mogli zaraditi čak i veću dodatnu profit tako što bi povećala svoj output. Svako poduzeće bi htjelo da bude u kartelu zbog viših prodajnih cijena, ali bez da snosi posljedice zbog nižih outputa.

b) Postoji mogućnosti da pojedini članovi kartela se ne slažu s odlukama koje donosi uprava kartela, tj. odluka koje se tiču prodajnih cijena, količine proizvodnje, podjele tržišta i raspodjele profita. Ovo je posebno prisutno u slučajevima kada se poduzeće unutar kartela razlikuje po veličini, visini troškova i drugim karakteristikama, pa je gotovo nemoguće jednim sporazumom pronaći rješenje i uskladiti da svi budu zadovoljni. Ako se npr. poduzeća u kartelu razlikuju u visini troškova proizvodnje, vrlo je vjerojatno da neće svi pristati na određenu prodajnu cijenu proizvoda. Ovaj problem je prisutan u slučajevima kada poduzeće donosi dugoročne investicijske odluke. Svaka članica kartela želi da razvije i uveća svoje kapacitete i sudjelovanje u podjeli ukupnog outputa, a time i profiti, ali to neće biti u mogućnosti svih da to postignu.

c) Dodatna zarada članova kartela privući će druga poduzeća da alociraju svoje resurse u gospodarsku granu u kojoj posluje kartel. Budući da karteli dolaze do većeg profita povećanjem prodajne cijene, nova poduzeća imat će motiv da uđu na tržište proizvoda kartela. Kako kartel nije u mogućnosti da spriječi ulazak novi poduzeća na tržište, u tom slučaju cijene će biti spuštene na konkurentski nivo i nestat će dodatna zarada, a s tim i razlog za opstanak kartela.

Da bi poduzeća održala kartel uspješnim potreban im je način otkrivanja i kažnjavanja prevare, što znači da svako poduzeće mora imati uvid u cijene i nivo proizvodnje ostali poduzeća u kartelu. Oni također moraju biti u mogućnosti da „natjeraju“ svoje članove da poštuju odrednice sporazuma i da onemoguće pristup drugi poduzeća na tržište svoji proizvoda. Ovo u praksi

baš i nije lako izvedivo tako da imamo dosta primjera kartela koji su bili kratkog vijeka.

3.4. Utjecaj na cijene

Kartelska moć može se zloupotrijebiti na brojne načine, bilo da se radi o isključivanju konkurenata s tržišta ili pak cjenovnog iskorištavanja potrošača. U tom smislu oblici zlouporabe uključuju predatorske cijene, cjenovni diskriminaciju, vezane poslove, previsoke cijene i sl.

Predatorsko određivanje cijena predstavlja praksu određivanja cijena koje su ispod razine troška čija je svrha eliminirati konkurente u kratkom roku i smanjiti konkurenciju u dugom roku te spada pod konkurentski orijentirane metode određivanja cijena. Takve cijene predstavljaju jedan od oblika zlouporabe vladajućeg poduzeća koje svoje proizvode ili usluge privremeno prodaje po cijenama nižim od proizvodne cijene s ciljem istiskivanja tržišnih takmaca s tržišta ili da im spriječi pristup, pri čemu poduzeće predator povećava svoj tržišni udio do moguće monopolizacije tržišta. Da bi uopće došlo do predatorskih cijena, drugi konkurenti na tržištu moraju biti dovoljno slabi, a predator izuzetno financijski jak kako bi mogao podnijeti financijske gubitke do kojih dolazi primjenom metode predatorskih cijena.

Cjenovna diskriminacija je praksa naplate različitih cijena različitim potrošačima za isti proizvod ili inačicu istog proizvoda. Takva metoda oblikovanja cijena poduzećima može donijeti velike profite. Tako npr. aviokompanije koriste tehnike upravljanja prinosima. Koliko sjedala i po kojoj cijeni će se ponuditi na svakom letu (od „first class“ do „economy“ sjedala); „Nećemo prodati sjedalo nekome za 100\$ ako je on spreman platiti 400\$“

Vezani poslovi spadaju u praksu kojom poduzetnik u vladajućem položaju kao dobavljač jednoga proizvoda/usluge uvjetuje dobavljanje tog proizvoda/usluge prihvaćanjem dobavljanja drugoga različitog proizvoda/usluge od njega ili iz izvora koji on odredi.

Svako od tih postupanja, osim štete na samom tržišnom natjecanju donosi i stvarnu štetu ostalim sudionicima tržišta, ponajviše potrošačima.

Zajednički dogovor o određivanju prodajnih ili preprodajnih cijena je glavni primjer kartelskog sporazuma. Zabranjeni su sporazumi, odluke i usklađeno djelovanje kojima se izravno ili neizravno određuju kupovne ili prodajne cijene ili drugi uvjeti trgovanja. Drugi oblici sporazuma konkurenata, kao npr. dogovori oko ciljanih ili minimalnih cijena, dogovori oko preporučenih cijena, dogovori oko preporučenih cijena, dogovori o povećanju cijena, visina cijene po kojoj će konkurenti kupovati proizvode koji im služe kao sirovina u daljnjoj proizvodnji te dogovori o ograničavanju rabata i popusta; također će se smatrati kartelom.

Samo u rijetkim slučajevima se svi proizvođači nekog proizvoda udruže u kartel. Na kartel obično otpada samo dio ukupne proizvodnje tako da on kod određivanja cijena mora uzeti u obzir reagiranje ponude konkurentnih proizvođača (izvan kartela). Određivanje cijena kod kartela može se analizirati korištenjem već postojećeg dominantnog poduzeća.

Većina kartelnih odluka hrvatske Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja odnosi se upravo na dogovaranje cijena između konkurenata. Primjera radi možemo spomenuti predmet *Osječki pekarski kartel*, u kojem su se lokalni pekarski poduzetnici dogovorili oko cijene bijelog kruha na sastanku koji je organizirao lokalni ogranak Hrvatske obrtničke komore, što je Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja ocijenila protivnim članku 8. ZZTN-a, ili predmet *Riječki kartel vozačkih škola*, u kojem su lokalne autoškole sklopile detaljan ugovor koji je uključivao i kazne za poduzetnike koji budu odstupali od dogovorene cijene i uvjeta. Do 2009. Agencija nije bila ovlaštena izricati kazne za sudjelovanje u kartelnim sporazumima, pa je Pekarski kartel prvi predmet u kojem je izrečena kazna za kartelsko djelovanje.⁶

⁶ V. Butorac Malnar, S. Petrović; Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora, Pravni fakultet sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2021.

4. Analiza odabranih primjera kartela

1. Primjer: utjecaj kartela na zemlje izvoznice nafte (OPEC)

U travnju 1959., inovacijom saudijskog predstavnika Abdullaha Tarikija i predstavnika Venezuele, Pereza Alfonza, na kraju prvog kongresa Arapske nafte u Kairu, za prvog ozbiljno se raspravljalo o mogućnosti stvaranja organizacije u kojoj bi sudjelovali svi naftni proizvođači bez obzira da li su podrijetlom iz Arabije ili ne. Dakle, predstavnici zemalja koje su bile naftni svjetski giganti sudjelovali su u ovoj raspravi. Rezultat ove sažete i privatne rasprave bilo je stvaranje i pisanje tajnog ugovora koji potpisale su predstavničke komisije glavnih zemalja izvoznica nafte poput Irana i Venezuele (European Consortium for Political Research, 2016). Rasprava o tajnim sastancima i ugovorima bili su glavni pojmovi i jezgra za stvaranje Organizacije zemalja izvoznica nafte. Nakon postizanja ovog važnog, ali primarnog sporazuma, Alfonso i Tariki objavili su zajedničku najavu u kojoj su tražili od svih zemalja proizvođača nafte da poduzmu zajedničku politiku kao jamstvo za obranu njihovih zajedničkih interesa.

S druge strane, nakon 5 mjeseci, u kolovozu 1960., velike naftne tvrtke su smanjile cijenu nafte bez savjetovanja sa zemljama koje proizvode naftu. Ova akcija povećala je zabrinutosti naftnih zemalja zbog boravka izvan područja odlučivanja o ovom pitanju i njihovi poticaji za organizirano sjedinjenje. Nakon ovog događaja, krajem ljeta 1960. godine, predstavnici pet glavnih zemalja izvoznica nafte koje su predstavljale Iran, Irak, Saudijsku Arabiju, Kuvajt i Venezuelu u razdoblju od 10. - 14. rujna okupljaju se i nakon dugo vremena pregovora formalno odlučuju uspostaviti Organizaciju zemalja izvoznica nafte – OPEC (European Consortium for Political Research, 2016). Od početka pregovora o uspostavljanju OPEC - a, ključno mišljenje osnivača ove organizacije jest to da li uključiti europske zemlje koje proizvode naftu u OPEC te da li ih učiniti članicama ove organizacije. Organizacija zemalja izvoznica nafte (OPEC) trajna je međuvladina organizacija, koju su na Bagdadskoj konferenciji od 10. do 14. rujna 1960. stvorili Iran, Irak, Kuvajt, Saudijska Arabija i Venezuela. Nakon pet članica utemeljitelja, kasnije se pridružilo još 10 članica (OPEC, 2019.): Katar (1961.) - ukinuo je svoj članstvo u siječnju 2019. godine; Indonezija (1962.) - suspendirala je članstvo u siječnju 2009., a ponovno ga aktivirala u siječnju 2016., ali ga je odlučila ponovo obustaviti u studenom 2016; Libija (1962); Ujedinjeni Arapski Emirati (1967); Alžir

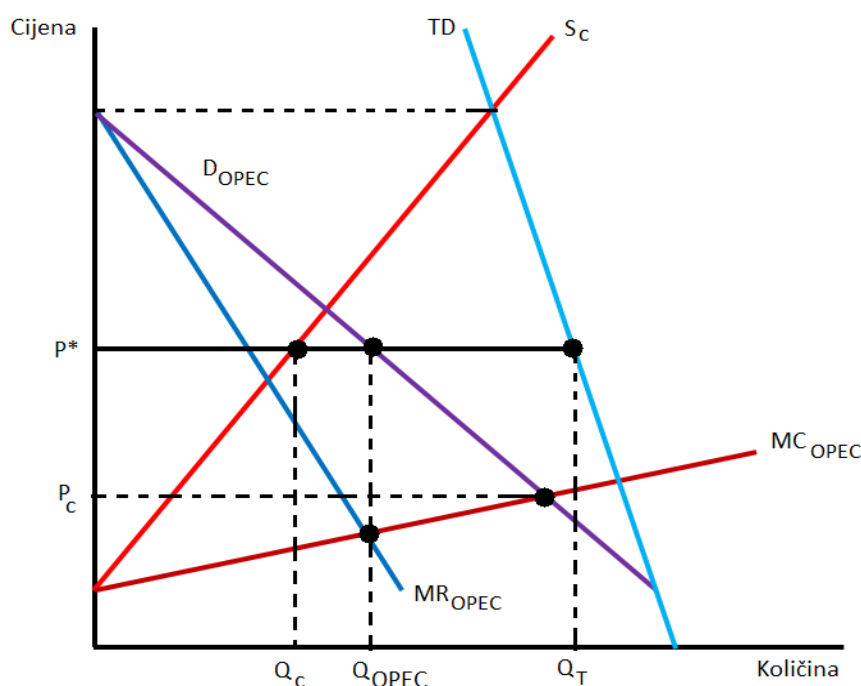
(1969); Nigerija (1971); Ekvador (1973) - suspendirao je svoje članstvo u prosincu 1992., ali ga je ponovno aktivirao u listopadu 2007; Angola (2007); Gabon (1975) - prestao je s članstvom u siječnju 1995., ali se pridružio u srpnju 2016; Ekvatorijalna Gvineja (2017); i Kongo (2018). OPEC je imao sjedište u Ženevi u Švicarskoj, u prvih pet godina svog postojanja. Kasnije je sjedište preseljeno u Beč, 1965. godine, otkada je i službeno ostalo sjedište do danas.

Organizacija zemalja izvoznica nafte (OPEC) najveći je kartel na svijetu. Riječ je o grupi od 14 zemalja proizvođača nafte čija je misija koordiniranje i objedinjavanje naftne politike zemalja članica i osiguranje stabilizacije naftnih tržišta. Djelatnosti OPEC-a su zakonite jer ih zakoni u SAD-u štite iako se s pravnog stajališta krše regulativu.

Usred kontroverze sredinom 2000-ih, zabrinutosti zbog potencijalnih negativnih učinaka na američke tvrtke doveli su do blokade pokušaja američkog Kongresa da sankcionira OPEC kao ilegalni kartel. Unatoč činjenici da OPEC većina smatra kartelom, članovi OPEC-a smatraju da to nije kartel, već međunarodna organizacija s pravnom, trajnom i potrebnom misijom.

Analizu OPEC-a prikazana na grafu 1.

Graf 1: OPEC naftni kartel



Izvor: Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld; Mikroekonomija, peto izdanje, 2001., PRENTICE HALL

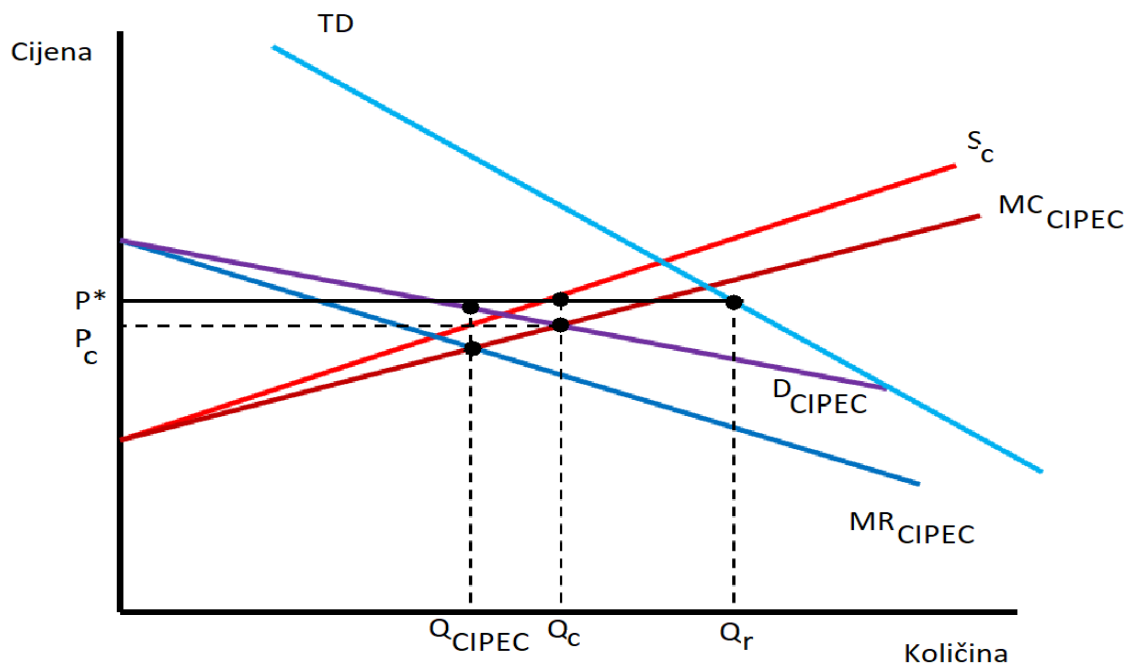
Krivulja TD prikazuje ukupnu svjetsku potražnju za naftom, a krivulja S_c je konkurentna krivulja ponude. Potražnja za naftom, D_{OPEC} , razlika je između ukupne potražnje i konkurentne ponude, dok je MR_{OPEC} pripadajuća krivulja graničnog prihoda. MC_{OPEC} je krivulja graničnog troška OPEC-a. OPEC ima znatno niže troškove proizvodnje od prodavača izvan kartela pa su tako granični prihod i granični trošak jednaki pri količini Q_{OPEC} što predstavlja količinu koju će OPEC proizvesti te također i maksimizaciju profita. Iz OPEC-ove krivulje potražnje vidljivo je da će cijena biti P^* , pri kojoj je konkurentna ponuda Q_c .

Ako pretpostavimo da zemlje izvoznice nafte nisu formirale kartel, nego samo konkurentne proizvode, cijena bi se tada trebala izjednačiti s graničnim troškom pa prema tome možemo odrediti konkurentnu cijenu iz točke gdje se sijeku OPEC-ove krivulje potražnje i graničnog troška. Dobivena cijena, P_c , znatno je niža od kartelske cijene P^* . Budući da su ukupna potražnja i nekartelska ponuda neelastične, potražnja za OPEC-ovom naftom također je dosta neelastična pa tako kartel ima veliku monopolsku moć.

2. Primjer: CIPEC - kartel za bakar

CIPEC tvore četiri zemlje proizvođača bakra (Čile, Peru, Zambija i Kongo) na koje zajedno otpada manje od polovice svjetske proizvodnje bakra. U tim zemljama troškovi proizvodnje su manji nego kod proizvođača izvan tog kartela, ali u slučaju Čilea nisu znatno niži.

Graf 2: CIPEC, kartel za bakar



Izvor: Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld; Mikroekonomija, peto izdanje, 2001., PRENTICE HALL

Na grafu 2 možemo vidjeti da je krivulja graničnog troška (MC_{CIPEC}) ucrтана samo malo ispod krivulje ponude (S_C) izvan kartela. CIPEC-ova krivulja potražnje, D_{CIPEC} , razlika je između ukupne krivulje potražnje TD i ponude izvan kartela S_C . CIPEC-ove krivulje graničnog troška i graničnog prihoda sijeku se pri količini Q_{CIPEC} , s pripadajućom cijenom P^* . Konkurentsku cijenu P_C dobit ćemo u točki gdje se CIPEC-ova krivulja potražnje siječe s njegovom krivuljom graničnog troška. Ova cijena je vrlo blizu kartelske cijene P^* .

CIPEC nije u mogućnosti stalno povećavati cijene (kao u primjeru za OPEC) zato što je ukupna potražnja za bakrom elastičnija nego za naftom, a sve zbog postojanja supstituta za bakar, npr. aluminij. Također, konkurentna ponuda je mnogo elastičnija,

proizvođači izvan kartela mogu proširiti ponudu ako cijene porastu (zbog raspoloživosti nabave od lomljenog metala). Upravo zbog toga, monopolska moć CIPEC-a je mala.

3. Primjer: kartelizacija sportskih natjecanja među fakultetima

Većina ljudi smatra da su natjecanja među fakultetima dodatna aktivnost studenata i zabava za ljubitelje sporta. Oni pretpostavljaju da sveučilišta podržavaju sportska natjecanja ne samo zato što ona pružaju sportašima amaterima priliku za razvoj svojih vještina i da igraju određeni sport, nego zato što pruža zabavu i promovira školski duh.

Poput bilo koje druge industrijske grane međufakultetska natjecanja imaju svoja poduzeća i svoje potrošače. „Poduzeća“ su sveučilišta koja podražavaju i financiraju timove. Inputi su treneri, sportaši i kapital u obliku stadiona i igrališta. Potrošači, od kojih su mnogi sadašnji ili bivši polaznici fakulteta, su navijači koji kupuju karte za utakmice i TV i radio stanice koje plaćaju za njihovo emitiranje. Postoji mnogo poduzeća i potrošača, što znači da je ova industrijska grana konkurentna. Međutim, konstantno visoka razina profita nije u skladu s konkurencijom – veliko državno natjecanje može zaraditi više od 6 milijuna dolara profita samo od sporta.⁷ Ova profitabilnost potječe od monopolske moći dobivene kartelizacijom.

Kartel je NCCA (National Collegiate Athletic Association- nacionalno sportsko udruženje fakulteta). NCCA ograničava konkurenciju u cijelom nizu značajnih aktivnosti kako bi se smanjila pregovaračku moć sportaša. NCCA kreira i provodi pravila u pogledu prikladnosti i uvjeta nadoknada. Kako bi smanjila konkurenciju sveučilišta, ona ograničava broj utakmica koje se mogu igrati svake sezone kao i broj momčadi koje mogu sudjelovati u svakoj diviziji. Kako bi ograničile cjenovnu konkurenciju, NCCA je do 1984. bila jedini pregovarač za sve ugovore o televizijskom prijenosu američkog nogometa, monopolizirajući na taj način jedan od glavnih izvora prihoda. Kao i kod većine kartela, njeni članovi povremeno su znali prekršiti njezina pravila i regulative. Međutim, do 1984. one je povećala monopolsku moć ove „industrije“ visoko iznad razine na kojoj je bila bez kartela. 1984. Vrhovni sud dosudio je da je monopolizacija ugovora za televizijski prijenos američkog nogometa od

⁷ Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld, Mikroekonomija, Mate, Zagreb, 2005. godine, str. 455

strane NCCA protuzakonita, te da pojedinačna sveučilišta mogu sklapati vlastite ugovore. Konkurentnost koja je iz toga proizašla dovela je do sniženja ugovornih provizija. Kao posljedica toga, više se utakmica američkog nogometa prenosi na televiziji, ali, zbog nižih naknada, u određenoj mjeri su pali prihodi škola. Iako je presuda Vrhovnog suda smanjila monopolsku moć NCAA, ona nije u potpunosti eliminirala. Zahvaljujući kartelu, sportska natjecanja između fakulteta i dalje su vrlo profitabilna.

8. ZAKLJUČAK

Možemo zaključiti da karteli predstavljaju oblik monopolske dominacije na tržištu i da utječu na pogoršanje položaja potrošača. Oni smanjuju optimalnu količinu proizvodnje sporazumom obuhvaćene grupe proizvođača određenog proizvoda i povećavaju cijenu tog proizvoda u odnosu na stanje koje je bilo prije sklapanja kartelskog sporazuma. U suvremenim uvjetima sve je izraženija „utrka za profitom“, a interes potrošača se stavlja u drugi plan. Osnova zadaća svakog poslovanja je imati što veći profit, najčešće na štetu potrošača. Poduzeća koja su u rastu jedini izlaz i put prema uspjehu vide eliminacijom konkurencije i uspostavljanju dominacije nad tržištem svog proizvoda. Koriste se sklapanjem kartelskih sporazuma među istim poduzećima, upravo s ciljem eliminiranja konkurencije i zajedničkim izlaskom na tržište. Suvremeni svijet je gotovo nezamisliv bez kartela, jer svaki veći oligopolist koristi ovakve sporazume kao dio svoje strategije. U kartelima se proizvođači dogovaraju oko cijena i razina proizvodnje. Za uspjeh kartelizacije potrebno je da ukupna potražnja ne bude jako cjenovno elastična i da kartel kontrolira većinu ponude ili suprotno da je ponuda proizvođača izvan kartela neelastična. Kao što je bilo prikazano primjerima za OPEC i CIPEC, uspješan kartel zahtjeva dvije stvari. Prvo, ukupna potražnja ne smije biti jako cjenovno elastična. Drugo, ili kartel mora kontrolirati gotovo cjelokupnu svjetsku ponudu ili u suprotnom ponuda proizvođača izvan kartela ne smije biti cjenovno elastična.

POPIS LITERATURE

POPIS KNJIGA:

1. Babić M., Ekonomija - uvod u analizu i politiku, Plejada d.o.o., Zagreb, 2015.
2. Samuelson P. A., Nordhaus W. D., Ekonomija: petnaesto izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 2000.
3. Mankiw N. G., Osnove ekonomije, MATE d.o.o., Zagreb, 2006.
4. Benić Đ., Mikroekonomija: menadžerski pristup, Školska knjiga, Zagreb, 2012.
5. Butorac Malnar V., Pecotić Kaufman J., Petrović S., Akšamović D., Liszt M., Pravo tržišnog natjecanja i državnih potpora: Drugo, izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2021.
6. Pindyck R. S., Rubinfeld D. L., Mikroekonomija: peto izdanje, MATE d.o.o., Zagreb, 2005.
7. Cerovac M., Riječnik pojmova prava i politike tržišnog natjecanja i srodnih područja: Poslovno savjetovanje, TEB, 2004.

POPIS GRAFOVA:

Graf 1: OPEC naftni kartel	21
Graf 2: CIPEC, kartel za bakar	22

POPIS TABLICA:

Tabela 1: Deset najviših kazni za kartele po slučaju	14
Tabela 2: Deset najviših kazni koje su platila poduzeća	15

SAŽETAK

U ovom završnom radu naglasak je stavljen na kartel i njihov utjecaj na cijene. Karteli kao tajni, zabranjeni sporazumi između tržišnih takmaca čija je svrha ograničavanja ili potpuno isključivanje tržišnog natjecanja kako bi osigurali svoj položaj na tržištu i ostvarili profit predstavljaju teška ograničenja tržišnog natjecanja. Iz tog razloga Europska komisija i nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja zemalja članica Eu u svome radu najveću pažnju posvećuju borbi protiv kartela. Kartel znatno utječe na cijene i njihov rast, ali i na samo tržište. Na tržištu postoji mnogo vrsta kartela, a većina njih je spomenuta u ovom radu, kao i štetnosti samog kartela na tržište te kako se boriti protiv njih.

Ključne riječi: kartel, cijene, tržište, Europska komisija

SUMMARY

In this final paper, the emphasis is placed on the cartel and their impact on prices. Cartels as secret, prohibited agreements between competitors whose purpose is to restrict or completely exclude competition in order to secure their market position and make a profit are severe restrictions of competition. For this reason, the European Commission and the national competition authorities of the EU Member States pay the greatest attention to the fight against cartels in their work. The cartel significantly affects prices and their growth, but also the market itself. There are many types of cartels on the market, and most of them are mentioned in this paper, as well as the harmfulness of the cartels themselves in the market and how to fight them.

Key words: cartel, prices, market, European Commission