

KOLEKTIVNA DOMINACIJA NA TRŽIŠTU

REZIME: Antimonopolsko pravo u svojim odredbama zabrane kartelnih sporazuma prvenstveno ima na umu zajedničko delovanje više privrednih subjekata, a dok je zabrana zloupotrebe dominantnog položaja rezervisana za individualna delovanja dominantnih privrednih subjekata, ali se ta zabrana može odnositi i za kolektivnu zloupotrebu dominantnog položaja i kao takva primenjivati u praksi. Kako u antimonopolskom pravu Republike Srbije, koje se još nalazi u fazi početnog razvoja, kolektivna dominacija, iako zakonski regulisana, nije bila utvrđena u praksi, u ovom radu se nastoji pružiti odgovor na pitanje zašto je to tako? Da li zaista kolektivne dominacije do sada nije bilo ili je izostalo njeno prepoznavanje zbog zakonskih rešenja koja nisu adekvatna u toj oblasti.

Ključne reči: domianantan položaj na tržištu, oligopoli, kolektivna dominacija.

Uvod

Preduslov za pravilno odvijanje tržišne utakmice jeste ravnopravnost svih njenih učesnika. Ovo bi značilo, da bi svaki pokušaj nekog privrednog subjekta da stekne određenu ekonomsku moć i prednost nad drugima, trebalo sankcionisati, ili staviti pod nadzor države. Međutim, šta ako privredni subjekt tu svoju nadmoć nad drugima stiče kao sposobniji u ravnopravnoj konkurentskoj borbi sa ostalima? Da li bi to onda značilo da se kažnjava pobednik i bolji i sposobniji? Odgovor bi trebao da se stavi u kontekst šireg državnog i društvenog interesa i da se sagledaju mogućnosti negativnih posledica po opšte interese ukoliko bi se nekoliko osnaženih subjekata otrglo izvesnoj kontroli države.

Odavno je poznato da tzv. slobodna konkurencija na tržištu nosi u sebi immanentnu opasnost da se izvitoperi putem akata privrednih subjekata koji učestvuju na datom tržištu. Naime, savremeni privredni život se odvija u uslovima antinomijske. S jedne strane, u čitavom nizu privrednih delatnosti je zbog razvoja nauke

* Sekretar na Pravnom fakultetu za privredu i pravosuđe, Privredna akademija, Novi Sad

i tehnike, uspešno poslovanje moguće samo uz investiranje velikih sredstava, što je za male privredne subjekte nedostižno. Zato su česta spajanja, pripajanja i drugi oblici koncentrisanja, usled kojih nastaju privredni giganti¹. Privredni giganti, takođe, mogu nastati i samostalnim ekonomskim snaženjem jednog privrednog subjekta. Sve to, sa druge strane, može imati za posledicu da jedno ili nekoliko njih stekne dominantnu poziciju na tržištu, što im može dati mogućnost da ograniče, pa i potpuno isključe slobodnu utakmicu na tržištu u delatnosti koju obavljaju.

Dominantan položaj na tržištu, kao mogućnost jednog ili malog broja privrednih subjekata koji poseduju pravnu ili faktičku moć da samostalno i nezavisno utvrđuju uslove razmene, ne uzimajući pri tome u obzir volju, odnosno interese i položaj drugih učesnika na tržištu², u teoriji i u praksi se posmatra i proučava uglavnom kroz individualna ponašanja određenog privrednog subjekta na tržištu. Naime, norme zabrane zloupotrebe dominantnog položaja na tržištu, uređuju individualno ponašanje privrednih subjekata koji samostalno raspolažu odgovarajućim stepenom tržišne moći, a dok kolektivno sticanje tržišne moći i dominantnog položaja na tržištu uređuju norme koje se tiču zabrane kartelnih sporazuma na tržištu. Međutim, u praksi to nije uvek tako i postoje granični slučajevi u kojima često dolazi do preklapanja gore navedenih normi, te je na nadležnim organima odluka o tome koju normu u kojoj situaciji treba da primene.

Oligopoli

Dok monopol predstavlja situaciju na tržištu u kojoj jedan privredni subjekt dominira tim tržištem, oligopol predstavlja situaciju kada dva ili više privrednih subjekata kontrolišu tržište tako da svaki od njih bitno utiče na uslove poslovanja drugih subjekata na tržištu³, s tim da ako dominiraju dva privredna subjekta, onda se to naziva duopol. Ako pod monopolom podrazumevamo potpuni monopol gde postoji samo jedan tržišni subjekt na strani ponude, bez mogućnosti da na to tržište uđu novi privredni subjekti, onda je takva situacija u stvarnosti jednako retka, kao i situacija gde na tržištu postoji idealna konkurencija, odnosno svodi se na teorijski model. Oligopolska situacija, međutim, je ona koju u realnosti najviše srećemo u svim tržišnim privredama i na svim tržištima. Baš iz tog razloga, definisanje pojma oligopola je od izuzetnog značaja za antimonopolsku materiju.

¹ Jankovec, Ivica: *Suzbijanje opasnosti koja zbog dominantnog položaja nekog preduzeća može da nastane za slobodnu utakmicu na tržištu* (pravna regulativa EU u poređenju sa našim propisima); u okviru „Pravni i ekonomski okviri uključivanja jugoslovenskih privrednih subjekata u unutrašnje tržište EU“, Kragujevac, 1994., str. 69.

² Stojković, Ljiljana: *Osnovna obeležja antimonopolskog prava Evropske unije*; „Pravo i privreda“ br. 5-8, 1998., str. 996. i Vukadinović D., Radovan: *Pravo Evropske unije*; Kragujevac, 2006., str. 490.

³ Golštajn, Aleksandar: *Pravni režim konkurencije, monopola i oligopola*; „Anali Pravnog fakulteta u Beogradu“, br. 1, 1961., str. 20.

Ipak, pri samom određivanju pojma oligopola i pokušaju da se utvrdi distinkcija između njega i drugih tržišnih stanja, pojavljuju se teškoće. Naime, ukoliko oligopol definišemo kao situaciju gde dva ili više privrednih subjekata kontroliše tržište i da svaki od njih bitno utiče na uslove poslovanja drugih subjekata, postavlja se pitanje koliki broj tržišno moćnih privrednih subjekata čini oligopolsku situaciju na tržištu – da li je to, osim kada su u pitanju dva subjekta, tri, četiri, pet, deset ... Dakle kako razgraničiti oligopolska tržišta, od monopolskih gde jedan privredni subjekat zauzima istaknut položaj, ili od kompetitivnih tržišta, gde postoji velik broj privrednih subjekata čiji je pojedinačni uticaj na tržišna dešavanja zanemarljiv?⁴

U teoriji je postojalo više pokušaja da se bitne osobine oligopola obuhvate jednom definicijom. Tako je, na primer Čemberlin tvrdio da je oligopolsko tržište ono na kome ima više od jednog tržišno moćnog prodavca, ali da njihov broj ipak nije toliko veliki da bi se mogao zanemariti uticaj bilo kog od njih na formiranje cene na tržištu⁵. Problem oligopola se posmatra i u svetlu kolektivne tržišne dominacije, kada više tržišnih subjekata zajedno utiču na uslove formiranja cena određenih proizvoda na tržištu i zajedno poseduju značajan, odnosno propisima određen nivo tržišnog udela.

Specifičnost načina formiranja cena na monopolskom tržištu, donekle se odražava i u situaciji postojanja oligopolskog tržišta. Naime, cena se formira uvek nešto iznad kompetitivne cene, ali ne na nivou monopolske, koja obuhvata maksimalni ekstra profit. I ovde se uočava određena uopštenost određivanja, jer raspon formirane cene na konkurentnom tržištu i na monopolskom može biti veoma velik, te opet izostaje preciznost koja je u ovakvim situacijama neophodno potrebna, da bi se pojam oligopola mogao pravilno definisati. Osim specifičnosti načina formiranja cene u oligopolu, odnosno oligopolskoj tržišnoj strukturi, postoji još niz ekonomskih pojava koje ga prate. Naime, primećeno je da je u oligopolu povećana proizvodna diferencijacija, koja je neizbežan sastavni element svih savremenih tržišta⁶. Proizvodna diferencijacija se može vršiti na različite načine, kao što je geografska diferencijacija (različita područja koja su određenim kupcima manje ili više dostupna), zatim, diferencijacija prema određenim osobinama pojedinih proizvoda ili vrstama usluga koje prodavac pruža kupcu prilikom njihove prodaje i, najzad, diferencijacija koja je zasnovana na subjektivnom utisku koji određeni proizvod ostavlja na pojedine kupce (vrši se stalna promena dizajna, načina pakovanja, reklamiranje proizvoda koje prevazilazi sve ekonomske opravdanosti i pozitivne osobine reklame itd.).

⁴ Marković-Bajalović Dijana: *Tržišna moć preduzeća i antimonopolsko pravo*; Beograd, 2000., str. 201.

⁵ Chamberlin, Edward: *The Theory of Monopolistic Competition*; Cambridge, Massachusetts, 1932., str. 30.

⁶ Marković-Bajalović, Dijana: *Navedeno delo*; str. 209.

Ako se problem oligopola prenese iz ekonomske sfere definisanja na teren pravnog regulisanja, javlja se dodatni problem prepoznavanja oligopola u konkretnim tržišnim situacijama i njegovo razlikovanje od drugih mogućih tržišnih stanja.

Kao što je već napomenuto, oligopolske situacije na tržištu su ujedno i najčešće u svim tržišnim privredama i na svim tržištima. Na oligopolističkim tržištima egzistira nekolicina privrednih subjekata koji su po svojoj tržišnoj moći manje-više izjednačeni. Njihova težnja za zadržavanjem i ojačavanjem svoje tržišne moći i dominantnog položaja na određenom tržištu je veoma izražena. Osim toga što oligopolski privredni subjekti mogu da zaključe neki od kartelnih sporazuma, oni češće, baš zbog njihove snage, ne zaključuju formalne akte o uslovima poslovanja, već se često jednoobrazno ponašaju i tako zadržavaju i još više osnažuju svoju tržišnu dominaciju. Cilj ovakvog ponašanja nije, naravno solidarnost prema tržišnim partnerima i konkurentima, već maksimiziranje profita od strane učesnika u jednoobraznom ponašanju⁷. Ovakva delovanja oligopolističkih privrednih subjekata kroz njihova jednoobrazna ponašanja mogu, i često imaju za posledicu ograničavanje konkurencije na datom tržištu i predstavljaju nedozvoljena ponašanja. Međutim, problem jednoobraznih ponašanja se dodatno komplikuje činjenicom da je njihovo dokazivanje veoma teško. Naime, da bi se ovakvo ponašanje moglo sankcionisati potrebno je istovremeno dokazati postojanje dogovora između oligopolista, što nije nimalo lak posao. Ukoliko bi se jednoobrazna ponašanja oligopolista kasnije potvrdila nekim dogovorom ili ugovorom između njih, ona bi se tretirala kroz zabranu kartelnih sporazuma, odluka i dogovornih ravnanja.

Pojam i karakteristike kolektivnog dominantnog položaja na tržištu

Pojam kolektivnog dominantnog položaja je u tesnoj vezi sa pojmom oligopola i oligopolskim situacijama na tržištu, jer se oligopoli mogu posmatrati, osim u svetlu individualne dominacije, i u svetlu kolektivne dominacije, kada više tržišnih subjekata zajedno utiču na uslove formiranja cena određenih proizvoda na tržištu i zajedno poseduju značajan, odnosno propisima određen, nivo tržišnog udela. Kako je poznato da su oligopolske situacije jedne od najčešćih koje postoje na današnjim tržištima, onda je jasna potreba da se i njihov oblik kolektivne dominacije reguliše pravnim propisima.

Kolektivni dominantni položaj se u do skora važećem Zakonu o zaštiti konkurencije u Srbiji definisao kao položaj koji mogu imati dva ili više nezavisnih učesnika na tržištu koji su na relevantnom tržištu povezani ekonomskim vezama,

⁷ Šogorov, Stevan: *Pravno regulisanje konkurencije u okviru Evropske ekonomske zajednice*; Magistrski rad, Novi Sad, 1977., str. 200-202.

tako da zajednički deluju kao jedan učesnik na tržištu⁸. Dakle, drugim rečima kolektivna dominacija je predstavljala mogućnost dva ili više privrednih subjekata da zajednički utiču na uslove razmene na određenom tržištu, ne uzimajući u obzir potrebe i interese njihovih konkurenata i uopšte drugih učesnika na tržištu. Radi jasnijeg određivanja kolektivne dominacije, postojala je potreba preciznijeg definisanja ekonomskih veza. Naime, može se postaviti pitanje: Šta se podrazumeva pod ekonomskim vezama? Da li se pri tome misli na povezane učesnike na tržištu samo putem zajedničkih investicija ili se pod tim vezama podrazumevaju i povezani učesnici gde jedan od njih vrši presudni uticaj na odlučivanje ovih drugih (posedujući njihov akcionarski kapital ili moć da postavlja članove organa upravljanja u njima itd.⁹), ili pak, svi učesnici imaju zajednički organ upravljanja i sl. Neophodno je, stoga bilo utvrditi šta se pod ekonomskim vezama podrazumeva kada se imaju u vidu i drugi elementi kolektivne dominacije, prema kojima se zahteva postojanje nezavisnosti privrednih učesnika koji mogu imati kolektivni dominantni položaj. Takođe, trebalo je precizirati da li se atribut nezavisni odnosi na nezavisnost prema ostalim konkurentnima ili nezavisnost jednog privrednog subjekta od drugog u njihovom zajedničkom delovanju. U prvom slučaju bi i međusobno zavisni privredni subjekti mogli ispuniti uslov nezavisnosti prema ostalim učesnicima na tržištu, dok bi u svojim međusobnim odnosima zavisili jedan od drugog ili više njih od jednog privrednog subjekta. U drugom slučaju, u svom zajedničkom delovanju, privredni subjekti bi morali biti nezavisni jedni od drugih, a time i nezavisni od svojih konkurenata.

Kao glavni kriterijum za utvrđivanje kolektivne dominacije, kao i kod individualne, se uzima veličina tržišnog udela učesnika u kolektivnoj dominaciji. Visina tog tržišnog udela se uglavnom određuje limitom koji je nešto veći od onog predviđenog za individualnu dominaciju¹⁰ i on se kao glavni kriterijum dopunjuje pomoćnim kriterijumima – visina udela konkurenata, prepreke za stupanje na relevantno tržište, snaga potencijalne konkurencije i sl.

Određivanje pojma kolektivne dominacije se dodatno komplikuje definisanjem šta se podrazumeva pod zajedničkim uticajima, odnosno prepoznavanja delovanja zajedničkih uticaja u odnosu na individualni. Pitanje je da li pod tim

⁸ Zakon o zaštiti konkurencije „Službeni glasnik RS“ br. 79/05, član 17. stav 1.

⁹ Gde se ovakav karakter ekonomskih veza privrednih subjekata posebno određuje u Zakonu o zaštiti konkurencije R. Srbije (član 5. ranije važećeg Zakona) i takvi učesnici na tržištu, odnosno povezani učesnici, se smatraju jednim učesnikom na tržištu, pa nije sasvim jasno da li oni mogu u stvarnosti imati kolektivni dominantni položaj ili pak individualni, mada bi, u smislu Zakona, to ipak bio individualni dominantan položaj i onda takve ekonomske veze ne bi važile za kolektivnu dominaciju.

¹⁰ U R. Srbiji on iznosi 50%, u BiH 60%, s tim da i ispod granice on može postojati, kao što i iznad te granice ne mora postojati, što se utvrđuje u svakom konkretnom slučaju, dok je u pravu EU pojam kolektivne tržišne dominacije uveden praksom njenih nadležnih organa, a kriterijumi određivanja kolektivne dominacije još nisu utvrđeni.

treba smatrati usaglašenu praksu i paralelna ponašanja tih subjekata na tržištu i još važnije na koji način prepoznati ta ponašanja. Naime, u konkretnoj situaciji koji vremenski period je potreban od kada jedan tržišno dominantni subjekat izvrši svoj uticaj na uslove razmene na određenom tržištu, pa da ga u tome prati i drugi ili više privrednih subjekata, a da se to okarakterise kao pojedinačna dominacija svakog od njih ili pak, zajednička, odnosno kolektivna dominacija svih tih subjekata? Odgovor na ovo pitanje je od izuzetne važnosti prilikom utvrđivanja dominantne pozicije kada se ima u vidu da je osnovni kriterijum tog utvrđivanja visina tržišnog udela. Može se desiti situacija da svaki od pomenutih privrednih subjekata pojedinačno ne poseduju tržišni udeo na relevantnom tržištu koji se smatra dovoljnim za postojanje pojedinačne dominacije, ali da tržišni udeli svih njih zajedno čine da oni poseduju pravno relevantnu tržišnu moć i da se time neka njihova ponašanja mogu tretirati kao zloupotreba kolektivnog dominantnog položaja. Naime, kako dominantni položaj jednog privrednog subjekta sam po sebi nije zabranjen, nije ni kolektivna dominacija. Kako je poznato da za dominantne privredne subjekte važe stroža pravila ponašanja od onih koji su ustanovljeni za privredne subjekte koji taj položaj nemaju, onda je jasno da postavljanje preciznih pravila u određivanju postojanja tržišne dominacije (u ovom slučaju kolektivne) jeste veoma važno za sprovođenje normi koje regulišu zloupotrebu takvog položaja.

U novom Zakonu o zaštiti konkurencije, koji je počeo da se primenjuje od 1. novembra 2009.godine¹¹, izostalo je definisanje kolektivne dominacije. Ona se samo kao pojam spominje i to u kontekstu određivanja tržišnog udela, kao osnovnog kriterijuma koji se koristi prilikom utvrđivanja postojanja dominantnog položaja na tržištu¹². Ovakvo rešenje je najverovatnije bliže onome koje postoji u pravu Evropske unije, obzirom da je pojam kolektivnog dominantnog položaja na tržištu u Evropskoj uniji uveden praksom njenih nadležnih organa, a kriterijumi određivanja kolektivne dominacije još nisu utvrđeni.

Dakle, do stupanja na snagu novog Zakona o zaštiti konkurencije u Srbiji utvrđeno je da je pojam *kolektivni dominantan položaj* korišćen i kao takav definisan jedino pravu Republike Srbije, a da se u drugim pravnim sistemima (na primer u BiH) ovaj pojam samo pominje (pod nazivom grupni dominantni položaj) kod određivanja visine tržišnog udela u slučaju dominantnog položaja više privrednih subjekata, bez daljeg upuštanja u to kakve veze i kriterijumi su potrebni da bi se dva ili više privrednih subjekata našla u kolektivnom dominantnom položaju.

¹¹ „Službeni glasnik RS“ br.51/09.

¹² Član 15, stav 3. novog Zakona o zaštiti konkurencije.

Razlika u tretmanu kolektivne dominacije prema starom i novom Zakonu o zaštiti konkurencije u Srbiji

Iz gore već određenog pojma kolektivnog dominantnog položaja na tržištu, proizilaze i razlike u tretmanu te pojave od 2005. do 2009. godine, odnosno u periodu dok je važio stari Zakon u odnosu na određivanje koje postoji u novom Zakonu, dakle nakon 1. novembra 2009.godine.

Novi Zakon se više ne upušta u definisanje kolektivne dominacije, te se da pretpostaviti da je to prepušteno Komisiji za zaštitu konkurencije.

Definicija kolektivnog dominantnog položaja u starom zakonu je glasila: *dva ili više nezavisnih učesnika na tržištu koji su na relevantnom tržištu povezani ekonomskim vezama, tako da zajednički deluju kao jedan učesnik na tržištu (kolektivna dominacija)*. Iako je navedeno izazivalo veoma velike probleme u samom prepoznavanju kolektivne dominacije, u smislu određivanja vrste ekonomskih veza i njihovog razlikovanja od ekonomskih veza povezanih učesnika na tržištu koji se tretiraju kao jedan učesnik, to definisanje je pružalo bar neke osnovne kriterijume onima koji su u realnosti trebali da prepoznaju postojanje takvog položaja. Nedostatak tog ranijeg rešenja je svakako bio izostanak donošenja nekog posebnog podzakonskog akta koji bi se upustio u dalju konkretizaciju zakonske definicije i tako pružio odgovore na konkretna pitanja koja bi bila od značaja za prepoznavanje kolektivnog dominantnog položaja na tržištu.

Prema novom načinu tretiranja kolektivne dominacije u Zakonu od 2009. godine, koji je nije ni definisao, dileme prepoznavanja kolektivne dominacije u praksi će postati još veće, jer nema ni onih početnih, bazičnih kriterijuma od kojih Komisija za zaštitu konkurencije može krenuti.

Dosadašnja praksa Komisije za zaštitu konkurencije u oblasti zloupotrebe dominantnog položaja na tržištu

U svojoj dosadašnjoj praksi, Komisija za zaštitu konkurencije je vodila nekoliko postupaka povodom zloupotrebe dominantnog položaja na tržištu i donela određen broj odluka - rešenja kojima se utvrđuje postojanje zloupotrebe. Iako ni u jednom postupku nije utvrđeno postojanje kolektivnog dominantnog položaja, jedan od njih se izdvaja, kako po svojoj ukupnoj važnosti za antimonopolsko pravo Republike Srbije, tako i za eventualno buduće utvrđivanje kolektivne dominacije.

Komisija za zaštitu konkurencije je početkom 2008. godine okončala postupak pokrenut po službenoj dužnosti¹³, nakon sprovedenog postupka protiv izuzetno ekonomski, privredno i tržišno jakog privrednog subjekta - AD „Mlekare Suborica“, AD „Imlek“ Beograd i AD „Novosadska mlekara“ koje su u većinskom

¹³ Slučaj *Danube Foods Group* - Rešenje Komisije od 25. januara 2008. god. – <http://www.kzk.sr.gov.yu/>

vlasništvu DANUBE FOODS GROUP B.V. i smatraju se jednim učesnikom na tržištu. U ovom slučaju utvrđena je zloupotreba dominantnog položaja na tržištu koja je učinjena nametanjem nepravednih uslova poslovanja i primenom nejednakih uslova poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu – diskriminatorska praksa. Kao relevantno tržište u ovom slučaju bila je određena čitava teritorija Republike Srbije, a dokazano je da je snaga stvarne, odnosno postojeće konkurencije bila gotovo zanemarljiva¹⁴. Imenovani slučaj ima veoma veliki značaj kako za zaštitu konkurencije na tržištu, tako i za dalji razvoj i domet te zaštite, jer je jasno pokazano da ovoga puta neće biti „nedodirljivih“ privrednih subjekata, koji su ranije upravo bili oni tržišno najmoćniji.

U pomenutoj odluci Komisije, utvrđeno je da su imenovani privredni subjekti zloupotrebili svoj dominantan položaj na tržištu, gde je naravno prethodno potvrđeno da poseduju dominantan položaj, u čemu su se koristili sledeći kriterijumi: visina tržišnog udela na relevantnom tržištu (47%), tržišni udeli njihovih stvarnih konkurenata (koji su bili gotovo zanemarljivi i kretali su se od 0,7% do 5,8%), zatim postojanje prepreka za ulazak na tržište potencijalnih konkurenata (gde su utvrđene značajne pravne i faktičke prepreke) i najzad, razmotren je položaj dobavljača, odnosno primarnih proizvođača (gde je utvrđeno da oni nisu međusobno organizovani i da je najveći broj onih čija je tržišna snaga veoma mala). Nakon toga, utvrđene su radnje zloupotrebe dominantnog položaja koje su svrstane u dva oblika zloupotrebe: nametanje nepravednih uslova poslovanja i diskriminatorska praksa, odnosno primena nejednakih uslova poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu.

1. Prvi oblik zloupotrebe (nametanje nepravednih uslova poslovanja) se ispoljavao preko sadržine tipskih ugovora koje su tržišno dominantne mlekare potpisivale sa svojim dobavljačima. Forma tih ugovora je u osnovi bila „take it or leave it“ (uzmi ili ostavi), gde dobavljači (primarni proizvođači) nisu imali uticaja u formiranju njegovih odredbi. Kao zloupotreba su posebno okarakterisane odredbe ugovora koje su se odnosile na: otkupnu cenu sirovog mleka, gde ona nije utvrđena, a ne postoje u ugovoru parametri na osnovu kojih se ona utvrđuje; zatim na uzimanje uzoraka za utvrđivanje kvaliteta sirovog mleka, gde se to činilo samo u laboratoriji mlekaru i njihova odluka se smatrala konačnom, bez prava da dobavljač proveri njen rezultat u nekoj nezavisnoj laboratoriji; tu je i obaveza obaveštavanja mlekaru od strane dobavljača o ponudama koje dobiju od drugih konkurenata (mlekara); odredbe ugovora o pravu na jednostrani raskid ugovora, gde je mlekaru kao tržišno dominantni privredni subjekt stavljena u očigledno povoljniji položaj. Kao delo zloupotrebe svrstana je i praksa mlekaru da u ugovorima o dodeli junica i ugovorima o kreditu, koje zaključuju sa svojim dobavljačima, navode odredbe koje imaju za posledicu dugoročno vezivanje dobavljača za njih i obavezu dobavljača da vrše isporuku sirovog mleka kako od dodeljenih

¹⁴ Isto, str. 4-5.

junica, tako i od svih drugih junica – krava koje poseduju za period od najmanje 5 g., i da ne mogu isporučivati mleko drugim mlekarama do otplate kredita za junice¹⁵. Iz ovih nekoliko nabrojanih odredbi tipskih ugovora, ugovora o dodeli junica i ugovora o kreditu, jasno se može zaključiti da su one tako koncipirane da služe isključivo zaštititi interesa otkupljivača, odnosno tržišno dominantnih mlekara i da u njima gotovo i nema preko potrebne zaštite primarnih proizvođača kao ekonomski slabije ugovorne strane, koja ne poseduje bilo kakvu tržišnu moć kojom bi mogla uticati na ugovorne uslove poslovanja.

2. Postojanje drugog oblika zloupotrebe (diskriminatorska praksa), Komisija je utvrdila, takođe na osnovu sadržine tipskih ugovora, ali ovoga puta su ti tipski ugovori potpisivani sa dobavljačima čija je ekonomska snaga značajna i koji poseduju određenu tržišnu moć na relevantnom tržištu (kao što su ad. „PKB korporacija“- najveći dobavljač ad. „Imlek“-a). Tako je utvrđeno da je praksa mlekara drugačija u poslovima sa velikim dobavljačima, i oni imaju, prvo pravo uticaja na sadržinu tipskog ugovora, zatim na kontrolnu analizu kojom se utvrđuje kvalitet mleka, nakon analize mlekarine laboratorije, i time su dominantne mlekare, ustvari, stavile u različit položaj male proizvođače, kojih procentualno ima najviše u godišnjoj isporuci i one velike, dajući veća prava upravo velikima¹⁶.

Komisija u postupku nije razmatrala da li je određena visina cene otkupa mleka formirana na ekonomski opravdanom nivou, ali je ipak mogla dokazati da proizvođači (sa izuzetkom najvećih) ne mogu uticati na formiranje otkupne cene. Razlog tome su parametri kojima se otkupna cena mleka utvrđuje, a povezani sa laboratorijskom analizom mleka koja se vršila isključivo u mlekarinim laboratorijama i pri tome proizvođači nisu mogli samostalno uraditi kontrolne analize i proveriti mlekarine rezultate. Takođe, u prilog ovom zaključku Komisije ide i činjenica da su ostali konkurenti mlekara, koji nisu ugovarali ovakve nepravedene uslove poslovanja, za otkup mleka isplaćivali veće cene.

U obrazloženju imenovane odluke, utvrđene su i posledice navedenih zloupotreba dominantnog položaja koje su zaista veoma štetne po odvijanje konkurencije u toj grani. One su se sastojale u ograničavanju postojeće konkurencije i onemogućavanju ulaska novih konkurenata kroz dugoročno vezivanje proizvođača, zatim u štetnom uticaju na tržište primarne proizvodnje mleka kroz praksu diskriminacije proizvođača male ekonomske snage i njihovom obeshrabrivanju u dalja ulaganja u kvalitetniju proizvodnju. Tržišno dominantne mlekare su, na štetu po odvijanje konkurencije na tržištu i na štetu proizvođača, a time i krajnjih potrošača, za sebe pribavljale neopravdano visok profit i time koristile svoj dominantni položaj na tržištu na način koji je okarakterisan kao njegova zloupotreba.

¹⁵ Slučaj *Danube Foods Group*, str. 10.–14.

¹⁶ *Isto*, str. 14.-18.

Kako je ranije već ukazano na to da u gore detaljno opisanom slučaju iz prakse nije utvrđeno postojanje kolektivne dominacije dva privredna subjekta, jer su oba u većinskom vlasništvu trećeg i posmatraju se kao jedan privredni subjekt, a prema odredbi Zakona iz 2005. koja se odnosi na definisanje povezanih učesnika na tržištu, može se zaključiti da je opis ovog slučaja iz prakse nevažan za kolektivnu dominaciju. Ukoliko se pak posmatra novi Zakon o zaštiti konkurencije, izneti slučaj jeste od značaja, jer je odredba koja opisuje povezane učesnike na tržištu proširena i detaljnije opisuje način na koji se povezuju privredni subjekti. Međutim, kako je slučaj *Danube Foods Group V.B.* rešen u vreme važenja starog zakona, onda prethodni trud nije toliko uzaludan.

Naime, stari zakon je imao neku vrstu nekonzistentnosti u definisanju dva pojma, a to je definisanje povezanih učesnika na tržištu i definisanje pojma kolektivnog dominantnog položaja.

Povezani učesnici na tržištu: „*Smatraju se dva ili više učesnika na tržištu koji su povezani tako da jedan učesnik na tržištu neposredno ili posredno odlučujuće utiče na upravljanje u drugom učesniku na tržištu, a naročito po osnovu većinskog učešća u osnovnom kapitalu, većine glasova u organima upravljanja, prava na postavljanje većine članova upravnog ili nadzornog odbora i lica ovlašćenih za zastupanje učesnika na tržištu, kao i ugovora o prenošenju prava upravljanja.*

Dva ili više povezanih učesnika na tržištu u smislu ovog zakona smatraju se jednim učesnikom na tržištu“¹⁷.

Istovremeno, kolektivni dominantni položaj poseduju: „*Dominantan položaj mogu imati dva ili više nezavisnih učesnika na tržištu koji su na relevantnom tržištu povezani ekonomskim vezama, tako da zajednički deluju kao jedan učesnik na tržištu (kolektivna dominacija)*“¹⁸.

Dakle, odredbe se mogu posmatrati kao jedna drugoj kontradiktorne, jer jedna govori da se dva ili više njih tretiraju kao jedan učesnik, a druga da zajednički deluju kao jedan učesnik i vezani su ekonomskim vezama. Prema tome, Komisija o zaštiti konkurencije je mogla tako i u slučaju *Danube Foods Group V.B.*, naći da je ekonomska veza većinsko vlasništvo *Danube Foods Group V.B.* nad dva privredna subjekta i da oni zajednički deluju kao jedan učesnik i da u tom slučaju utvrdi postojanje kolektivne dominacije. Naravno, Komisija se odlučila za rešenje bez kolektivne dominacije, jer je većinsko vlasništvo, odnosno većinsko učešće u osnovnom kapitalu, navedeno kao primer kod definisanja povezanih učesnika na tržištu i time je dilema vrste, bar takve ekonomske veze¹⁹ rešena u korist individualne dominacije dva privredna subjekta, tj. oni su tretirani kao jedan učesnik na tržištu. Kako se i kod kolektivne dominacije dva učesnika povezana ekonomskim vezama koji zajednički deluju na tržištu i posmatraju se

¹⁷ Član 5., stav 2. Zakona o zaštiti konkurencije od 2005.godine.

¹⁸ Član 17, stav 1.

¹⁹ Jer većinsko vlasništvo nije ništa drugo do vrsta ekonomske veze između privrednih subjekata.

kao jedan učesnik na tržištu, onda se ponovo možemo vratiti na početak dileme o kontradiktornosti odredbi Zakona o zaštiti konkurencije od 2005. godine.

Na ovom mestu se može postaviti još jedno pitanje, a to je zašto se u slučaju *Danube Foods Group V.B.* za privredne subjekte koji se smatraju jednim učesnikom na tržištu koristi drugo lice množine? Zbog čega se oni, ako se smatraju kao jedan privredni subjekt, tako i ne oslovljavaju u Rešenju Komisije, odnosno upotrebom drugog lica jednine? Možda se na prvi pogled čini samo kao gramatičko pitanje, koje nije od značaja za pravnu regulaciju. Međutim, odgovor na ovo pitanje bi svakako razrešio određene, već ionako nagomilane nedoumice koje u ovom slučaju postoje.

ZAKLJUČAK

Iz svega navedenog, svakako se može zaključiti zbog čega se zakonodavac u novom zakonu o zaštiti konkurencije odlučio da se ne upušta u definisanje pojma kolektivne dominacije. Uočene kontradiktornosti u Zakonu od 2005. godine, su svakako izbegnute ovakvim novim rešenjem. Ipak, glavni problem je ostao isti, a to je: Na koji način u praksi prepoznati kolektivni dominantni položaj? Nije li u novom zakonu odlučeno da se preuzme rešenje koje je jedno od dva manja **zla** – **bolje ne definisati uopšte, nego definisati neprecizno**. Mora se priznati da to svakako ima nekog smisla, ako se ima u vidu situacija koja je u praksi izuzetno retka. Međutim, ako su oligopoli u praksi najčešći, i ako oni podrazumevaju dva ili nekolicinu dominantnih privrednih subjekata, zar onda nije jasno da kolektivna dominacija uopšte nije toliko retka, već čak i obrtnuto, a to što se do sada nikada nije utvrdila da postoji je možda posledica neadekvatnog zakonskog regulisanja.

Sanja Škorić, M.Sc.

The Secretary at the Faculty of Law of the University of Business Academy

Collective domination in the market

A b s t r a c t

Antimonopoly law in its provisions prohibiting cartel agreements primarily have in mind more joint activities of economic entities, while the prohibition of abuse of dominant position is reserved for the individual action of dominant companies. However, sometimes that ban could apply for the abuse of collective dominant position, and as such apply to practice. Antimonopoly law in Serbia, which is still in the initial stage of development, collective domination, even though it is regulated, it has never been found in practice. This paper is supposed to give an answer to the question: Why does it happens? Is it because collective

domination don't exist in the Serbian market, or is absent due to its recognition of legal solutions that are not adequate in that area.

Key words: dominant position in the market, oligopoly, collective domination

Literatura

1. Chamberlin, Edward: *The Theory of Monopolistic Competition*; Cambridge, Massachusetts, 1932;
2. Godišnji izveštaj o radu Komisije za zaštitu konkurencije za 2008. god. - <http://www.kzk.sr.gov.yu/>;
3. Golštajn, Aleksandar: *Pravni režim konkurencije, monopola i oligopola*; „Anali Pravnog fakulteta u Beogradu“, br. 1/61;
4. Jankovec, Ivica: *Suzbijanje opasnosti koja zbog dominantnog položaja nekog preduzeća može da nastane za slobodnu utakmicu na tržištu* (pravna regulativa EU u poređenju sa našim propisima); u okviru „Pravni i ekonomski okviri uključivanja jugoslovenskih privrednih subjekata u unutrašnje tržište EU“, Kragujevac, 1994;
5. Marković-Bajalović Dijana: *Tržišna moć preduzeća i antimonopolsko pravo*; Beograd, 2000;
6. Slučaj *Danube Foods Group* - Rešenje Komisije od 25. januara 2008. god. – <http://www.kzk.sr.gov.yu/>;
7. Stojković, Ljiljana: *Osnovna obeležja antimonopolskog prava Evropske unije*; „Pravo i privreda“ br. 5-8/98;
8. Šogorov, Stevan: *Pravno regulisanje konkurencije u okviru Evropske ekonomske zajednice*; Magistarski rad, Novi Sad, 1977;
9. Vukadinović D., Radovan: *Pravo Evropske unije*; Kragujevac, 2006.