

BOSNA I HERCEGOVINA
Konkurencijsko vijeće



БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА
Конкуренијски савјет

ODLUKA
O UTVRĐIVANJU MJERODAVNOG TRŽIŠTA

Sarajevo
Siječanj 2006. godine

Na temelju članka 25. stavka (1) točka a) i članka 3. stavka (5) Zakona o konkurenciji («Službeni glasnik BiH», broj 48/05), Konkurencijsko vijeće na 22. (dvadesetdrugoj) sjednici održanoj dana 24. siječnja 2006. godine, je donijelo

ODLUKU O UTVRĐIVANJU MJERODAVNOG TRŽIŠTA

I. OPĆE ODREDBE

Članak 1. (Predmet)

Ovom Odlukom se utvrđuje način, kriteriji i postupci za određivanje mjerodavnog tržišta, u smislu članka 3. Zakona o konkurenciji (u daljnjem tekstu: Zakon), kao temelja za izračun tržišnog udjela gospodarskih subjekata na tržištu, u svrhu provedbe odredbi Zakona.

Članak 2. (Mjerodavno tržište)

- (1) Mjerodavno tržište se određuje kao tržište određenih proizvoda koji su predmetom obavljanja djelatnosti gospodarskih subjekata na određenom zemljopisnom području.
- (2) Mjerodavno tržište se određuje posebno za svaki dati slučaj.

Članak 3. (Definicija proizvoda)

U smislu ove Odluke pojam «proizvod» u širem značenju obuhvaća proizvode i/ili usluge, prava intelektualnog vlasništva, tehnološke i druge oblike koji se pojavljuju na tržištu (u daljnjem tekstu: proizvod).

II MJERODAVNO TRŽIŠTE PROIZVODA I MJERODAVNO ZEMLJOPISNO TRŽIŠTE

Članak 4. (Mjerodavno tržište proizvoda)

Mjerodavno tržište proizvoda obuhvaća sve proizvode koje potrošači i/ili korisnici smatraju međusobno zamjenjivim, pod prihvatljivim uvjetima, imajući u vidu osobito njihove bitne značajke, kvalitetu, uobičajnu namjenu, način uporabe, uvjete prodaje i cijene.

Članak 5. (Mjerodavno zemljopisno tržište)

- (1) Mjerodavno zemljopisno tržište obuhvaća cjelokupan ili značajan dio teritorija Bosne i Hercegovine na kojem gospodarski subjekti djeluju u prodaji i/ili kupovini mjerodavnog proizvoda pod jednakim ili dovoljno ujednačenim uvjetima i koji to tržište bitno razlikuju od uvjeta tržišne konkurencije na susjednim zemljopisnim tržištima.
- (2) Iznimno od stavka (1) ovoga članka, u određenim slučajevima, mjerodavno zemljopisno tržište može biti utvrđeno na međunarodnoj razini.
- (3) Zemljopisne oblasti u kojima se uvjeti tržišne konkurencije značajno razlikuju neće se uzimati u obzir pri određivanju mjerodavnog zemljopisnog tržišta.

Članak 6.
(Kriteriji za utvrđivanje mjerodavnog tržišta)

(1) Za utvrđivanje mjerodavnog tržišta u obzir se uzimaju, naročito, sljedeći kriteriji:

- a) zamjenjivost potražnje za određenim proizvodom;
- b) zamjenjivost ponude za određenim proizvodom;
- c) postojanje potencijalne tržišne konkurencije;
- d) zapreke pristupa mjerodavnom tržištu.

III. KRITERIJI PROCJENE ZAMJENJIVOSTI POTRAŽNJE

Članak 7.
(Kriteriji procjene zamjenjivosti potražnje za određenim proizvodom)

- (1) Procjena zamjenjivosti potražnje za određenim proizvodom odnosi se na utvrđivanje proizvoda koje potrošači smatraju međusobno zamjenjivim (supstitutima) u smislu članka 4. ove Odluke.
- (2) Prilikom utvrđivanja postojanja zamjenjivosti potražnje za određenim proizvodom u obzir se uzima vrijeme koje je potrebno dobavljačima za uspostavljanje normalne opskrbe tržišta zamjenskim proizvodom (supstitutom).
- (3) U procjeni mjerodavnog tržišta u obzir se uzima prevladavajuća tržišna cijena određenog proizvoda izuzev ako je prevladavajuća tržišna cijena određenog proizvoda formirana u nedostatku efektivne tržišne konkurencije.

U slučaju da je tržišna cijena formirana u nedostatku drugog konkurentnog proizvoda, uzima se u obzir da li je cijena već ranije povećana upravo radi nedostatka tržišne konkurencije.

- (4) Prilikom utvrđivanja zamjenjivosti potražnje za određenim proizvodom moraju se uzeti u obzir i oni potrošači (kupci) koji se ne mogu bez obzira na promjenu cijene mjerodavnog proizvoda, preorijentirati na drugi zamjenski proizvod (supstitut).

Članak 8.
(Zamjenski proizvod (supstitut))

- (1) Zamjenski proizvod (supstitut) je proizvod koji s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike potrošača, odnosno kupca može zamijeniti drugi (mjerodavni) proizvod i na taj način zadovoljiti istovjetnu potrebu potrošača, odnosno kupca.
- (2) Pretpostavka da je neki proizvod zamjenjiv (supstitut) može se razumno predvidjeti ako se veći broj potrošača (kupaca) mjerodavnog proizvoda preorijentira na drugi proizvod, ili drugog dobavljača istovjetnog (sličnog) proizvoda, kao reakciju na hipotetički malo 5% (pet posto) do 10% (deset posto), ali trajno povećanje cijena mjerodavnog proizvoda.
- (3) Procjena da li se neki proizvod može smatrati zamjenskim proizvodom (substitutom) donosi se s gledišta kupca, odnosno potrošača.

- (4) Prilikom procjene moguće zamjenjivosti određenog proizvoda mogu se koristiti informacije dobijene od stvarnih i potencijalnih kupaca, odnosno potrošača ili drugih mjerodavnih institucija.
- (5) Informacije o zamjenjivosti određenog proizvoda mogu se, naročito, tražiti od zainteresiranih sudionika na tržištu, konkurenata tržišnim sudionicima, potencijalnih tržišnih konkurenata, poslovnih udruženja na mjerodavnom tržištu, institucija za zaštitu potrošača i drugih.

IV. ZAMJENJIVOST PONUDE

Članak 9.

(Zamjenjivost ponude za određenim proizvodom)

Zamjenjivost ponude za određenim proizvodom podrazumjeva sposobnost proizvođača (distributera) da, u slučaju povećanja cijene mjerodavnog proizvoda u relativno kratkom roku i bez značajnog povećanja troškova ili rizika, započne s proizvodnjom ili distribucijom zamjenskog proizvoda.

Članak 10.

(Procjena potencijalne tržišne konkurencije)

- (1) Prilikom procjene postojanja potencijalne tržišne konkurencije potrebno je utvrditi njenu razinu i uvjete na mjerodavnom tržištu pod kojima novi tržišni sudionici, odnosno gospodarski subjekti mogu ući na dato mjerodavno tržište.
- (2) Postojanje potencijalne tržišne konkurencije, u smislu stavka (1) ovoga članka, utvrđuje se na temelju razmatranja predviđenih promjena postojećih tržišnih uvjeta, naročito, sljedećih kriterija:
- a) strukture mjerodavnog tržišta;
 - b) ponašanja postojećih sudionika na mjerodavnom tržištu i učinka na ostale stvarne i potencijalne sudionike na tržištu;
 - c) ekonomske i financijske snage sudionika na tržištu i mogućnosti izbora dobavljača i korisnika;
 - d) ekonomskih, pravnih i drugih zapreka pristupa mjerodavnom tržištu;
 - e) tržišnih trendova ponude, potražnje, ekonomskog i tehničkog razvoja mjerodavnog proizvoda;
 - f) pokazatelja tržišnog udjela među sudionicima na tržištu (domaći i strani);
 - g) analize promjena cijena i razlike u cijenama na nacionalnoj i međunarodnoj razini.
- (3) U posebnim slučajevima mogu se u obzir uzeti i drugi ciljevi ulaska na tržište (primjerice dobrotvorni ciljevi i slično).

V. ZAPREKE PRISTUPA MJERODAVNOM TRŽIŠTU

Članak 11. (Zapreke pristupa mjerodavnom tržištu)

- (1) Zapreke pristupa mjerodavnom tržištu (proizvoda i zemljopisnom tržištu) obuhvataju sva ograničenja koja potencijalnim sudionicima (gospodarskim subjektima) ograničavaju i sprječavaju slobodan pristup na tržište.
- (2) Zapreke pristupa mjerodavnom tržištu, naročito, su sljedeće:
 - a) pravne zapreke, zakoni, podzakonski akti i administrativne odredbe (primjerice: carinske i druge uvozne pristojbe, kvantitativna ili vrijednosna ograničenja, porezna i politika cijena, državni monopoli, tehnički propisi, norme i standardi i slično);
 - b) ekonomske zapreke, a naročito:
 - 1) strukturalne zapreke (inicijalni kapital, kapitalne investicije, patenti, *know-how*, ekonomija obima, transportni troškovi, diferencijacija proizvoda, razina ponude i potražnje i slično);
 - 2) strateške zapreke pristupa mjerodavnom tržištu postojećih sudionika na tržištu koji svojim ponašanjem i djelovanjem odvrćaju ili sprječavaju pristup potencijalnim tržišnim sudionicima na mjerodavno tržište.

VI. UTVRĐIVANJE MJERODAVNOG TRŽIŠTA U POSEBNIM SLUČAJEVIMA

Članak 12. (Utvrđivanje mjerodavnog tržišta u posebnim slučajevima)

- (1) Mjerodavno tržište proizvoda može se utvrditi za određeni proizvod ili za skupinu proizvoda, ovisno o strukturi mjerodavnog tržišta, navikama potrošača i potrebama konkretne analize.
- (2) Prilikom utvrđivanja mjerodavnog tržišta, u smislu stavka (1) ovoga članka, mogu se analizirati i tržišta komplementarnih proizvoda, naročito ako se povećanje cijene nekog proizvoda (sekundarni proizvod, odnosno sekundarno tržište) koji je sastavni dio komplementarnog proizvoda izravno ima utjecaj na povećanje cijene mjerodavnog proizvoda (primarni proizvod, odnosno primarno tržište).

Članak 13. (Utvrđivanje mjerodavnog tržišta u posebnim slučajevima)

U skladu s člankom 5. stavka (2) ove Odluke mjerodavno zemljopisno tržište utvrđuje se, naročito:

- a) u slučaju proizvoda koje određene skupine kupaca (potrošača), odnosno gospodarskih subjekata s prebivalištem ili sjedištem u Bosni i Hercegovini kupuju od fizičkih ili pravnih osoba ili njihovih udruga, odnosno gospodarskih subjekata s prebivalištem ili sjedištem izvan Bosne i Hercegovine (primjerice kada radi troškova prijevoza mjerodavni proizvodi na krajnjim granicama tržišta utvrđenim u članku 5. stavka (1) ove Odluke nisu međusobno zamjenjivi); i/ili
- b) u slučaju proizvoda koje gospodarski subjekti iz Bosne i Hercegovine prodaju kupcima, fizičkim ili pravnim osobama ili njihovim udrugama s prebivalištem ili sjedištem izvan

Bosne i Hercegovine (primjerice kada se gospodarski subjekti iz Bosne i Hercegovine javljaju na međunarodnim javnim nadmetanjima).

VII. TRŽIŠNI UDJEL I UKUPNI GODIŠNJI PRIHOD

Članak 14. (Tržišni udjel)

- (1) Tržišni udjel gospodarskog subjekta koji djeluje na mjerodavnom tržištu izračunava se na temelju tržišnog udjela proizvodnje i/ili prodaje mjerodavnog proizvoda na mjerodavnom tržištu u određenom vremenskom razdoblju.

Tržišni udjel je mjerilo odgovarajuće veličine svakog gospodarskog subjekta na mjerodavnom tržištu.

- (2) Tržišni udjel iz stavka (1) ovoga članka izračunava se na temelju ukupne vrijednosti i obujma proizvodnje i/ili prodaje (prema ukupnoj količini odgovarajućih mjernih jedinica i vrijednosti) mjerodavnog proizvoda.

Dodatni kriterij je korištenje podataka o proizvodnom kapacitetu pojedinačnog gospodarskog subjekta u odnosu na ukupne kapacitete koji se koriste u proizvodnji mjerodavnog proizvoda.

- (3) Za utvrđivanje procjene tržišnog udjela sudionika na tržištu, odnosno gospodarskog subjekta koriste se i drugi pokazatelji (količina i tržišna vrijednost rezervi prirodnih resursa koje gospodarski subjekt posjeduje, kontrolira i slično).
- (4) Vremensko razdoblje iz stavka (1) ovoga članka utvrđuje se godišnje, a po potrebi može se utvrditi za dulje ili kraće razdoblje (mjesečno, kvartalno) u ovisnosti od proizvoda i podataka koji se prikupljaju.
- (5) Ukupno vremensko razdoblje za koje se prikupljaju podaci o tržišnim udjelima, u smislu ovoga članka, ne može biti dulje od pet godina.
- (6) Izbor načina, odnosno kriterija za određivanje tržišnog udjela za svaki dani slučaj zavisit će o raspoloživosti, točnosti i vjerodostojnosti postojećih podataka.

Članak 15. (Izračun tržišnog udjela)

- (1) Prilikom izračuna tržišnog udjela koriste se svi raspoloživi podaci i dokumentacija, a naročito: podaci i informacije gospodarskih subjekata strana u postupku i ostalih, različitih profesionalnih udruga gospodarstvenika, agencija za statistiku, Centralne banke BiH, agencija za bankarstvo, resornih ministarstava i drugih tijela državne uprave, različitih regulatornih tijela, neovisnih institucija koje istražuju tržište, jedinica lokalne samouprave i podataka Konkurencijskog vijeća.
- (2) Po potrebi podaci se mogu pribaviti i na temelju anketa provedenih među potrošačima i/ili gospodarskim subjektima.

Članak 16. (Ukupni godišnji prihod)

- (1) Ukupni godišnji prihod gospodarskog subjekta izračunava se na temelju prodaje proizvoda po završnom računu u posljednjoj zaključenoj godini.

- (2) Ukupni godišnji prihod neće uključivati promet unutar jednog gospodarskog subjekta ili u okviru skupine gospodarskih subjekata pod zajedničkom kontrolom.
- (3) Izračun ukupnog godišnjeg prihoda od prodaje mjerodavnog proizvoda na zemljopisnom tržištu uključuje gospodarske subjekte koji, neposredno ili posredno, pravno ili činjenično, odlučujuće utječu na upravljanje, naročito, ako:
- a) imaju više od polovice udjela u temeljnom kapitalu ili dionicama;
 - b) mogu ostvarivati više od polovice glasačkih prava;
 - c) imaju pravo na postavljanje više od polovice članova uprave, upravnih i nadzornih odbora;
 - d) na drugi način imaju pravo upravljanja poslovanjem kontroliranog gospodarskog subjekta.
- (4) Izračun ukupnog prihoda u bankama, drugim finansijskim institucijama i osiguravajućim društvima, umjesto godišnjeg ukupnog prihoda uzima se sljedeće:
- a) za pravne osobe koje se bave pružanjem finansijskih usluga, nakon odbijanja izravnih poreza koji se odnose na njih, uzima se zbroj sljedećih prihoda:
 - 1) prihod od kamata i slični prihodi;
 - 2) prihod od vrijednosnih papira;
 - 3) potraživanje provizije;
 - 4) neto profit od finansijskih operacija;
 - 5) drugi prihodi iz poslovanja;
 - b) za osiguravajuća društva i društva koja obavljaju poslove reosiguranja vrijednost bruto premije, koja uključuje uplaćene i potraživane iznose koji se odnose na ugovore o osiguranju zaključene od strane ili u ime osiguravajućih društava, uključujući i premije reosiguranja, nakon odbijanja poreza i parafiskalnih pristojbi koje se naplaćuju na temelju iznosa pojedinačnih premija ili u odnosu na ukupan iznos premija.

VIII. PRIJELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Članak 17. (Dopunski podaci)

Konkurencijsko vijeće u svrhu određivanja mjerodavnog tržišta za dane slučajeve može se koristiti propisima i sudskom praksom Europskog suda, kao i odlukama Europske komisije.

Članak 18. (Prestanak važenja ranije Odluke)

Danom stupanja na snagu ove Odluke prestaje važiti Odluka o utvrđivanju mjerodavnog tržišta («Službeni glasnik BiH», broj 01/05).

Članak 19.
(Objava i stupanje na snagu)

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u »Službenom glasniku BiH«, a objavit će se i službenim glasilima entiteta i Brčko Distrikta Bosne i Hercegovine.

K.V. broj: 01-01-26-101-I/06

21. veljače 2006. godine

Sarajevo

Predsjednica

Konkurencijskog vijeća

Sena Hatibović