

BOSNA I HERCEGOVINA
Konkurencijsko vijeće



БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА
Конкуренијски савјет

ОДЛУКА
О УТВРЂИВАЊУ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

Сарајево
Јануар 2006. године

На основу члана 25. став (1) тачка а) и члана 3. став (5) Закона о конкуренцији («Службени гласник БиХ», број 48/05), Конкурентијски савјет на 22. (двадесет другој) сједници одржаној дана 24. јануара 2006. године, је донијело

ОДЛУКУ О УТВРЂИВАЊУ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА

I. ОПШТЕ ОДРЕДБЕ

Члан 1. (Предмет)

Овом Одлуком се утврђује начин, критерији и поступци за одређивање релевантног тржишта, у смислу члана 3. Закона о конкуренцији (у даљњем тексту: Закон), као основе за рачунање тржишног учешћа привредних субјеката на тржишту, у сврху провођења одредби Закона.

Члан 2. (Релевантно тржиште)

- (1) Релевантно тржиште се одређује као тржиште одређених производа који су предмет обављања активности привредних субјеката на одређеном географском подручју.
- (2) Релевантно тржиште се одређује посебно за сваки дати случај.

Члан 3. (Дефиниција производа)

У смислу ове Одлуке појам «производ» у ширем значењу обухваћа производе и/или услуге, права интелектуалног власништва, технолошке и друге облике који се појављују на тржишту (у даљњем тексту: производ).

II. РЕЛЕВАНТНО ТРЖИШТЕ ПРОИЗВОДА И РЕЛЕВАНТНО ГЕОГРАФСКО ТРЖИШТЕ

Члан 4. (Релевантно тржиште производа)

Релевантно тржиште производа обухваћа све производе које потрошачи и/или корисници сматрају међусобно замјењивим, под прихватљивим условима, имајући у виду нарочито њихове битне карактеристике, квалитет, уобичајну намјену, начин употребе, услове продаје и цијене.

Члан 5. (Релевантно географско тржиште)

- (1) Релевантно географско тржиште обухваћа цјелокупан или значајан дио територије Босне и Херцеговине на којем привредни субјекти дјелују у продаји и/или куповини релевантног производа под једнаким или довољно уједначеним условима и који то тржиште битно разликују од услова тржишне конкуренције на сусједним географским тржиштима.
- (2) Изузимајући став (1) овог члана, у одређеним случајевима, релевантно географско тржиште може бити утврђено на међународном нивоу.

- (3) Географске области у којима се услови тржишне конкуренције значајно разликују неће се узимати у обзир при одређивању релевантног географског тржишта.

Члан 6.

(Критерији за утврђивање релевантног тржишта)

- (1) За утврђивање релевантног тржишта у обзир се узимају, нарочито, следећи критерији:
- a) замјењивост потражње за одређеним производом;
 - b) замјењивост понуде за одређеним производом;
 - c) постојање потенцијалне тржишне конкуренције;
 - d) баријере приступа на релевантно тржиште.

III. КРИТЕРИЈИ ПРОЦЕНЕ ЗАМЈЕЊИВОСТИ ПОТРАЖЊЕ

Члан 7.

(Критерији процене замјењивости потражње за одређеним производом)

- (1) Процјена замјењивости потражње за одређеним производом односи се на утврђивање производа које потрошачи сматрају међусобно замјењивим (супститутима) у смислу члана 4. ове Одлуке.
- (2) Приликом утврђивања постојања замјењивости потражње за одређеним производом у обзир се узима вријеме које је потребно добављачима за успостављање нормалног снабдјевања тржишта замјенским производом (супститутом).
- (3) У процјени релевантног тржишта у обзир се узима преовладавајућа тржишна цијена одређеног производа осим ако је преовладавајућа тржишна цијена одређеног производа формирана у недостатку ефективне тржишне конкуренције.
- У случају да је тржишна цијена формирана у недостатку другог конкурентног производа, узима се у обзир да ли је цијена већ раније повећана управо ради недостатка тржишне конкуренције.
- (4) Приликом утврђивања замјењивости потражње за одређеним производом морају се узети у обзир и они потрошачи (купци) који се не могу без обзира на промјену цијене релевантног производа, преоријентисати на други замјењиви производ (супститут).

Члан 8.

(Замјенски производ (супститут))

- (1) Замјењиви производ (супститут) је производ који с обзиром на своје карактеристике, цијену, намјену и навике потрошача, односно купца може замијенити други (релевантни) производ и на тај начин задовољити исту потребу потрошача, односно купца.
- (2) Претпоставка да је неки производ замјењив (супститут) може се разумно предвидјети ако се већи број потрошача (купаца) релевантног производа преоријентише на други производ, или другог добављача истог (сличног) производа,

као реакцију на хипотетички мало 5% (пет посто) до 10% (десет посто), али трајно повећање цијена релевантног производа.

- (3) Процјена да ли се неки производ може сматрати замјењивим производом (супститутом) доноси се са гледишта купца, односно потрошача.
- (4) Приликом процјене могуће замјењивости одређеног производа могу се користити информације добијене од стварних и потенцијалних купаца, односно потрошача или других релевантних институција.
- (5) Информације о замјењивости одређеног производа могу се, нарочито, тражити од: заинтересованих учесника на тржишту, конкурената учесника на тржишту, потенцијалних тржишних конкурената, пословних удружења на релевантном тржишту, институција за заштиту потрошача и других.

IV. ЗАМЈЕЊИВОСТ ПОНУДЕ

Члан 9.

(Замјењивост понуде за одређеним производом)

Замјењивост понуде за одређеним производом подразумијева способност произвођача (дистрибутера) да, у случају повећања цијене релевантног производа у релативно кратком року и без значајног повећања трошкова или ризика, започне са производњом или дистрибуцијом замјењивих производа.

Члан 10.

(Процјена потенцијалне тржишне конкуренције)

- (1) Приликом процјене постојања потенцијалне тржишне конкуренције потребно је утврдити њен степен и услове на релевантном тржишту под којима нови тржишни учесници, односно привредни субјекти могу ући на дато релевантно тржиште.
- (2) Постојање потенцијалне тржишне конкуренције, у смислу става (1) овог члана, утврђује се на основу разматрања предвиђених промјена постојећих тржишних услова, нарочито, следећих критерија:
 - а) структуре релевантног тржишта;
 - б) понашања постојећих учесника на релевантном тржишту и утицаја на остале стварне и потенцијалне учеснике на тржишту;
 - ц) економске и финансијске снаге учесника на тржишту и могућности избора добављача и корисника;
 - д) економских, правних и других баријера приступања на релевантно тржиште;
 - е) тржишних трендова понуде, потражње, економског и техничког развоја релевантног производа;
 - ф) података о тржишном учешћа међу учесницима на тржишту (домаћи и страни);
 - г) анализе промјена цијена и разлике у цијенама на националном и међународном нивоу.

- (3) У посебним случајевима могу се у обзир узети и други циљеви уласка на тржиште (на примјер хуманитарни циљеви и слично).

V. БАРИЈЕРЕ ПРИСТУПА НА РЕЛЕВАНТНО ТРЖИШТЕ

Члан 11.

(Баријере за приступње на релевантно тржиште)

- (1) Баријере за приступње на релевантно тржиште (производа и географско тржиште) обухваћају сва ограничења која потенцијалним учесницима (привредним субјектима) ограничавају и спречавају слободан приступ на тржиште.
- (2) Баријере за приступње на релевантно тржиште, нарочито, су следеће:
- a) правне баријере, закони, подзаконски акти и административне одлуке (на примјер: царинске и друге увозне таксе, квантитативна или вриједносна ограничења, порезна и политика цијена, државни монополи, технички прописи, норме и стандарди и слично);
 - b) економске баријере, а нарочито:
 - 1) структуралне баријере(иницијални капитал, капиталне инвестиције, патенти, *know-how*, економија обима, транспортни трошкови, диференцијација производа, степен понуде и потражње и слично);
 - 2) стратешке баријере, приступа релевантном тржишту постојећих учесника на тржишту који својим понашањем и дјеловањем одвраћају или спречавају приступ потенцијалним тржишним учесницима на релевантном тржиште.

VI. УТВРЂИВАЊЕ РЕЛЕВАНТНОГ ТРЖИШТА У ПОСЕБНИМ СЛУЧАЈЕВИМА

Члан 12.

(Утврђивање релевантног тржишта у посебним случајевима)

- (1) Релевантно тржиште производа може се утврдити за одређени производ или за групу производа, зависно од структуре релевантног тржишта, навикама потрошача и потребама конкретне анализе.
- (2) Приликом утврђивања релевантног тржишта, у смислу става (1) овог члана, могу се анализирати и тржишта комплементарних производа, нарочито ако се повећање цијене неког производа (секундарни производ, односно секундарно тржиште) који је саставни дио комплементарног производа има директан утицај на повећање цијене релевантног производа (примарни производ, односно примарно тржиште).

Члан 13.

(Утврђивање релевантног тржишта у посебним случајевима)

У складу с чланом 5. став (2) ове Одлуке релевантно географско тржиште утврђује се, нарочито:

- a) у случају производа које одређене групе купаца (потрошача), односно привредних субјеката са пребивалиштем или сједиштем у Босни и Херцеговини купују од физичких или правних лица или њихових удружења, односно привредних субјеката са пребивалиштем или сједиштем изван Босне и Херцеговине (на примјер када ради

трошкова превоза релевантни производи на крајњим границама тржишта утврђеним у члану 5. став (1) ове Одлуке нису међусобно замјењиви); и/или

- b) у случају производа које привредни субјекти из Босне и Херцеговине продају купцима, физичким или правним лицима или њиховим удружењима са пребивалиштем или сједиштем изван Босне и Херцеговине (на примјер када се привредни субјекти из Босне и Херцеговине јављају на међународним јавним конкурсима).

VII. ТРЖИШНО УЧЕШЋЕ И УКУПАН ГОДИШЊИ ПРИХОД

Члан 14. (Тржишно учешће)

- (1) Тржишно учешће привредног субјекта који дјелује на релевантном тржишту израчунава се на основу тржишног учешћа производње и/или продаје релевантног производа на релевантном тржишту у одређеном временском периоду.

Тржишно учешће је мјерило одговарајуће величине сваког привредног субјекта на релевантном тржишту.

- (2) Тржишно учешће из става (1) овог члана рачуна се на основу укупне вриједности и обима производње и/или продаје (према укупној количини одговарајућих мјерних јединица и вриједности) релевантног производа.

Додатни критеријум је кориштење података о производном капацитету појединачног привредног субјекта у односу на укупне капацитете који се користе у производњи релевантног производа.

- (3) За утврђивање процјене тржишног учешћа учесника на тржишту, односно привредног субјекта користе се и други показатељи (количина и тржишна вриједност резерви природних ресурса које привредни субјекат посједује, контролише и слично).
- (4) Временски период из става (1) овог члана утврђује се годишње, а по потреби може се утврдити за дужи или краћи период (мјесечно, квартално) у зависности од производа и података који се прикупљају.
- (5) Укупан временски период за које се прикупљају подаци о тржишним учешћима, у смислу овог члана, не може бити дужи од пет година.
- (6) Избор начина, односно критерија за одређивање тржишног удјела за сваки дати случај зависиће о расположивости, тачности и вјеродостојности постојећих података.

Члан 15. (Рачунање тржишног учешћа)

- (1) Приликом рачунања тржишног учешћа користе се сви расположиви подаци и документација, а нарочито: подаци и информације привредних субјеката страна у поступку и осталих, различитих професионалних удружења привредника, агенција за статистику, Централне банке БиХ, агенција за банкарство, ресорних министарстава и других тијела државне управе, различитих регулаторних тијела,

независних институција које истражују тржиште, јединица локалне самоуправе и података Конкуренцијског савјета.

- (2) По потреби подаци се могу прибавити и на основу анкета проведених међу потрошачима и/или привредним субјектима.

Члан 16.
(Укупан годишњи приход)

- (1) Укупан годишњи приход привредног субјекта израчунава се на основу продаје производа по завршном рачуну у посљедњој закљученој години.
- (2) Укупан годишњи приход неће укључивати промет унутар једног привредног субјекта или у оквиру групе привредних субјеката под заједничком контролом.
- (3) Рачунање укупног годишњег прихода од продаје релевантног производа на географском тржишту укључује економске субјекте који, непосредно или посредно, правно или чињенично, одлучујуће утичу на управљање, нарочито, ако:
- a) имају више од половине учешћа у основном капиталу или дионицама;
 - b) могу остваривати више од половине гласачких права;
 - c) имају право на постављање више од половине чланова управе, управних и надзорних одбора;
 - d) на други начин имају право управљања пословањем контролисаног привредног субјекта.
- (4) Рачунање укупног прихода у банкама, другим финансијским институцијама и осигуравајућим друштвима, умјесто годишњег укупног прихода узима се сљедеће:
- a) за правне особе које се баве пружањем финансијских услуга, након одбијања директних пореза који се односе на њих, узима се сума сљедећих прихода:
 - 1) приход од камата и слични приходи;
 - 2) приход од вриједносних папира;
 - 3) потраживање провизије;
 - 4) нето профит од финансијских операција;
 - 5) други приходи из пословања;
 - b) за осигуравајућа друштва и друштва која обављају послове реосигурања вриједност бруто премије, која укључује уплаћене и потраживане износе који се односе на уговоре о осигурању закључене од стране или у име осигуравајућих друштава, укључујући и премије реосигурања, након одбијања пореза и парафискалних такси које се наплаћују на основу износа појединачних премија или у односу на укупан износ премија.

VIII. ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 17. (Допунски подаци)

Конкуренијски савјет у сврху одређивања релевантног тржишта за дате случајеве може се користити прописима и судском праксом Европског суда, као и одлукама Европске комисије.

Члан 18. (Престанак важења раније Одлуке)

Даном ступања на снагу ове Одлуке престаје важити Одлука о утврђивању релевантног тржишта («Службени гласник БиХ», број 01/05).

Члан 19. (Објављивање и ступање на снагу)

Ова Одлука ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у »Службеном гласнику БиХ«, а објавит ће се и службеним гласилима ентитета и Брчко Дистрикта Босне и Херцеговине.

К.С. број:01-01-26-101-І/06

21. фебруар 2006. године

Сарајево

Предсједница

Конкуренијског савјета

Сена Хатибовић