

375.

Na osnovu člana 6 stav 5 Zakona o zaštiti konkurencije ("Službeni list CG", broj 44/12) Ministarstvo ekonomije, donijelo je

PRAVILNIK O NAČINU I KRITERIJUMIMA UTVRĐIVANJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Predmet

Član 1

Ovim pravilnikom propisuju se način i kriterijumi za utvrđivanje relevantnog tržišta.

Relevantno tržište proizvoda i relevantno geografsko tržište

Član 2

Relevantno tržište proizvoda se utvrđuje uzimajući u obzir naročito cijenu, uslove nabavke, ponude, namjene, kupovine ili prodaje proizvoda ili usluga koji se smaraju blisko zamjenljivim sa stanovišta prodavca, kupca ili korisnika.

Relevantno geografsko tržište, u zavisnosti od uslova konkurencije i mogućnosti zamjenjivosti tražnje i ponude proizvoda u kraćem vremenskom periodu, a u odsustvu značajnih troškova, može biti utvrđeno kao teritorija Crne Gore, geografsko područje uže od teritorije Crne Gore i geografsko područje van teritorije Crne Gore.

Ako se relevantno geografsko tržište utvrđuje na način da obuhvata geografsko područje uže ili šire od administrativnih granica teritorije Crne Gore, naročito se ima u vidu kupovna moć kupaca ili potrošača na tim područjima, odnosno mogućnost učešća učesnika na tržištu na tim područjima u ponudi robe ili usluga kupcima i potrošačima na utvrđenom relevantnom geografskom tržištu.

Prilikom utvrđivanja relevantnog geografskog tržišta van teritorije Crne Gore naročito se uzima u obzir postojanje sistema nabavke grupe kupaca sa sjedištem u Crnoj Gori koji relevantan proizvod nabavljaju od fizičkih ili pravnih lica sa teritorije druge države.

Radi utvrđivanja relevantnog geografskog tržišta, izrađuje se analiza karakteristika posmatranog tržišta na osnovu dostavljenih i u toku postupka prikupljenih podataka, a naročito podataka o tržišnim udjelima domaćih i inostranih učesnika na tržištu koji se smatraju direktnim ili potencijalnim konkurentima, značaja poslovanja na određenom relevantnom geografskom tržištu, praksa kupovine i prodaje preko drugih geografskih tržišta, razlika relevantnog proizvoda od drugih proizvoda i usluga kao i pokazatelja o cijeni i razlici u cijeni u okviru teritorije Crne Gore ili van teritorije Crne Gore.

U analizi iz stava 5 ovog člana, posebna pažnja se posvećuje uslovima pristupa tržištu, a naročito troškovima transporta i ograničenjima putne infrastrukture, mogućnosti uspostavljanja i pristupa kanalima distribucije i sa tim povezanim troškovima, postojanje i uticaj propisa kojima se uređuje učešće na tržištu (carine, kontingenti, kvote, regulisane cijene i uslovi prometa, dozvole, uslovi javnih nabavki, tehnički propisi i standardi i drugi slični zahtjevi), navike i običaji potrošača, kao i o ostale činjenice od značaja za utvrđivanje stepena tržišne integracije Crne Gore sa drugim državama i međunarodnim organizacijama.

Kriterijumi za utvrđivanje relevantnog tržišta

Član 3

Za utvrđivanje relevantnog tržišta primjenjuje se kriterijum zamjenjivosti tražnje relevantnog proizvoda, odnosno zamjenjivosti ponude određenim proizvodom, a u zavisnosti od ocjenjenih uslova konkurencije, postojanja i stepena razvoja potencijalnih konkurenata, odnosno prepreka za ulazak na tržište.

Zamjenjivost tražnje

Član 4

Zamjenljivost tražnje određenog proizvoda u smislu ovog pravilnika je utvrđivanje vrste ili grupe proizvoda koje potrošači smatraju međusobno zamjenjivim. Proizvodi i cijena ne moraju biti identični da bi se smatrali zamjenjivim.

Zamjenljivost tražnje dodatno se ocjenjuje na osnovu kriterijuma procjene mogućnosti kupaca i potrošača da u relativno kratkom vremenskom roku i bez značajnih dodatnih troškova obezbjede odgovarajući ili zamjenljiv proizvod.

Mogućnost zamjenljivosti tražnje ocjenjuje se na osnovu dostavljenih i u toku postupka prikupljenih podataka, a naročito na osnovu:

- 1) opštih karakteristike robe i usluga, namjene i kvalitativnih svojstava;
- 2) cijena relevantnog proizvoda i komplementarnih proizvoda u Crnoj Gori odnosno njenom dijelu i drugim, susjednim tržištima;
- 3) visine materijalnog i nematerijalnog izdatka za nabavku prihvatljivog zamjenljivog proizvoda;
- 4) održivosti snabdijevanja i nabavke zamjenljivog proizvoda u dužem vremenskom periodu;
- 5) rezultatata ispitivanja kupaca, potrošača, učesnika na tržištu, zaključaka stručnih studija i analiza tržišta;
- 6) mogućnosti korišćenja zamjenljivog proizvoda u uspostavljenom proizvodnom i tehničko-tehnoškom sistemu;
- 7) dinamičnost tržišta i prepreke za ulazak, elastičnost tražnje, istraživanje i razvoj novih proizvoda, korelacija cijena i sl.

Proizvod je zamjenjiv kada se:

1) sa sigurnošću ili na osnovu podataka iz stava 3 ovog člana može predvidjeti da će kupci, odnosno potrošači relevantnog proizvoda potrebu nabavke zadovoljiti drugim, na tržištu već raspoloživim proizvodom kao odgovor na eventualno malo (5% do 10%), ali trajno povećanje cijena relevantnog proizvoda; i/ili

2) sa izvjesnošću ili na osnovu podataka iz stava 3 ovog člana može predvidjeti da će kupci odnosno potrošači relevantnog proizvoda prihvatiti zamjenljiv proizvod drugog dobavljača kao odgovor na hipotetički malo (5% do 10%), ali trajno povećanje cijena relevantnog proizvoda.

Eventualno malo ali trajno povećanje cijene od 5% do 10% se u smislu ovog pravilnika uzima samo kao indikativni raspon.

Prilikom utvrđivanja zamjenjivosti tražnje za određenim proizvodom uzeće se u obzir i grupa potrošača, odnosno kupaca koji bez obzira na promjenu cijene relevantnog proizvoda ne mogu prihvatiti zamjenljiv proizvod, a iz razloga uspostavljenog proizvodnog procesa, poštovanja kvaliteta ili zaštićenog znaka i utvrđenog renomea i integriteta proizvoda odnosno drugih sličnih svojstava proizvoda.

Pri utvrđivanju zamjenjivosti tražnje za relevantnim proizvodom uzeće se u obzir i vrijeme koje je dobavljačima potrebno za uspostavljanje sistema kontinuirane i dugoročne snabdjevenosti tržišta zamjenljivim proizvodom i naročito svojstvo proizvoda i proizvodni ciklus planiranja proizvodnje i isporuke za specifičnu vrstu robe.

U postupku određivanja relevantnog tržišta, a naročito kada je riječ o proizvodima ili uslugama specifične namjene, Agencija za zaštitu konkurencije u skladu sa potrebama vođenja postupka i utvrđivanja bitnih činjenica ne sprovodi test utvrđen stavom 5 tač. 1 i 2 ovog člana.

Zamjenjivost ponude

Član 5

Zamjenjivost ponude za određenim proizvodom podrazumijeva mogućnost proizvođača i/ili dobavljača da, u slučaju povećanja cijene relevantnog proizvoda u kratkom vremenskom periodu i bez većih troškova ili poslovnog rizika otpočne sa proizvodnjom ili poveća obim proizvodnje i/ili distribucije zamjenljivog proizvoda i obezbjedi snabdjevenost kupaca i potrošača na kontinuiranoj i dugoročnoj osnovi.

Mogućnost zamjenljivosti ponude ocjenjuje se na osnovu svih raspoloživih podataka, a naročito se može ocjenjivati i po osnovu:

- 1) visine dodatnog ulaganja i promjena tehničko-tehnološkog procesa proizvodnje, promjena strategije poslovanja, ulaganja u nabavku osnovnih sredstava proizvodnje i prometa;
- 2) dinamičnosti tržišta, prakse zamjenljivosti u proteklom periodu kao i procesa istraživanja i razvoja novih proizvoda i očekivanih uticaja razvoja i prometovanja novog proizvoda na prodaju relevantnog proizvoda;
- 3) ekonomske i finansijske snage učesnika na tržištu i potencijalnih konkurenata;
- 4) razvijenosti proizvodnje i prodaje relevantnog proizvoda i mogućnosti povećanja prodaje i tražnje;
- 5) analize, studije i mišljenja stručne javnosti o mogućnosti zamjenljivosti ponude;
- 6) primjena kvantitativnih testova elastičnosti ponude i unakrsne elastičnosti cijene u proteklom periodu.

Potencijalni konkurenti i prepreke ulaska na tržište

Član 6

U postupku utvrđivanja uslova za dostupnost proizvoda i usluga potencijalnih konkurenata uzimaju se u obzir očekivane promjene tržišnih uslova poslovanja, naročito u odnosu na administrativna, poslovna ulaganja i druga ograničenja za ulazak na tržište, a naročito:

- 1) inicijalni troškovi ulaganja u osnovna i obrtna sredstva, zaposlene, promociju i marketing zamjenljivog proizvoda;
- 2) ekonomski potencijal relevantnog tržišta i ekonomija obima relevantnog proizvoda;
- 3) postupci izdavanja potrebnih odobrenja za učešće na tržištu;
- 4) onemogućavanje dostupnosti relevantnog ili zamjenljivog proizvoda dodatnim zahtjevima mjera standardizacije ili ispunjenja drugih administrativnih uslova koje nisu u vezi sa prirodom i ciljem prometovanja;
- 5) postojanje mjera subvencija, državnog intervencionizma i/ili državne pomoći;
- 6) akti i radnje učesnika na tržištu, proizvođača i/ili distributera relevantnog proizvoda, kojima se sprječava ili značajno otežava dostupnost zamjenljivog proizvoda na relevantnom tržištu.

Način utvrđivanja tržišnih udjela

Član 7

Tržišni udio svakog od učesnika koji djeluju na definisanom relevantnom tržištu izračunava se na osnovu njihovih tržišnih udjela u proizvodnji i/ili prodaji relevantnog proizvoda na relevantnom tržištu u određenom vremenskom periodu.

Tržišni udio iz stava 1 ovog člana izračunava se na osnovu vrijednosti proizvodnje i/ili prodaje i/ili kvantitativno na osnovu količine proizvodnje i/ili prodaje (po jedinici mjere).

Kvantitativno utvrđivanje tržišnog udjela vrši se u slučaju utvrđivanja tržišnog udjela proizvođača i/ili distributera homogenog proizvoda jednake ili slične vrijednosti po jedinici proizvoda.

Izračunavanje tržišnih udjela

Član 8

Za izračunavanje tržišnih udjela koriste se svi raspoloživi podaci, analize i studije a naročito podaci:

- 1) prikupljeni od učesnika na tržištu, uključujući i pravna i fizička lica koji ne moraju imati svojstvo stranke u pojedinačnom postupku;
- 2) stručnih ili privrednih strukovnih udruženja;
- 3) organa državne uprave, javnih preduzeća i organa sa povjerenim javnim ovlaštenjima;
- 4) nezavisnih institucija koje se bave istraživanjem uslova na tržištu;
- 5) jedinica lokalne uprave i lokalne samouprave;
- 6) Agencije za zaštitu konkurencije.

Član 9

Danom stupanja na snagu ovog pravilnika prestaje da važi Uputstvo o kriterijumima za utvrđivanje relevantnog tržišta („Službeni list RCG“, broj 77/05).

Član 10

Ovaj pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom listu Crne Gore“.

Broj: 0901–389/6

Podgorica, 3. aprila 2013. godine

Ministar,
dr Vladimir Kavarić, s.r.