

PRIMENA EKONOMSKE ANALIZE U TUMAČENJU POJEDINIH ODREDBI ZAKONA O ZAŠTITI KONKURENCIJE REPUBLIKE SRBIJE

Autor: MARIJANA MARJANOVIĆ

e-mail: marijanamarjanovic98@gmail.com

Mentor: prof. dr Ljubica Nikolić

Pravni fakultet Univerziteta u Nišu

Uvod: Rad analizira ključne institute srpskog prava konkurencije, uključujući zloupotrebu dominantnog položaja, restriktivne sporazume i koncentracije učesnika na tržištu, s fokusom na pravni okvir i ekonomske efekte.

Cilj: Cilj rada je da prikaže mehanizme zaštite konkurencije u Srbiji, identifikuje oblike povreda konkurencije i proceni njihove posledice po tržišnu efikasnost i potrošače.

Materijal i metode: Analiza je zasnovana na Zakonu o zaštiti konkurencije, relevantnim odlukama Komisije za zaštitu konkurencije, sudskoj praksi i pravno-ekonomskoj literaturi. Primenjeni su normativno-analitički, komparativni i ekonomsko-pravni pristup, uz studije slučaja i teorijsku analizu tržišnih efekata.

Rezultati: Rad pokazuje da restriktivni sporazumi, kao što su dogovori o cenama ili podeli tržišta, ograničavaju tržišnu dinamiku i inovacije. Zloupotreba dominantnog položaja može dovesti do ekskluzivnih i eksploatacionih efekata, ograničavajući konkurenciju i povećavajući cene. Kontrola koncentracija omogućava Komisiji da spreči nastanak dominantnih subjekata ili koordinativnih efekata koji narušavaju konkurenciju. Istovremeno, koncentracije ponekad dovode do ekonomskih koristi, kao što su ekonomija obima i veća proizvodna efikasnost.

Zaključak: Efikasna primena prava konkurencije zahteva balans između zabrane povreda i podsticanja tržišne efikasnosti. Kombinacija pravnih i ekonomskih analiza omogućava bolje razumevanje efekata povreda konkurencije i doprinosi očuvanju zdravog tržišnog okruženja.

Ključne reči: ekonomski efekti, restriktivni sporazumi, zloupotreba dominantnog položaja, koncentracije, konkurencija.

UVOD

U savremenom društvu zaštita konkurencije predstavlja osnovni stub tržišnih ekonomija jer podstiče efikasno funkcionisanje tržišta, zaštitu potrošača, inovacije, bolji kvalitet proizvoda i usluga, kao i viši životni standard. Uloga konkurencije postaje naročito značajna u zemljama sa tranzicionim ekonomijama, poput Republike Srbije, gde proces tržišne liberalizacije zahteva postojanje efikasnih pravnih i institucionalnih mehanizama za očuvanje i unapređenje konkurentskog poretka.

Konkurencija (lat. *Concurrentia* – suparništvo, takmičenje) jeste međusobno nadmetanje učesnika na tržištu (Begović, Pavić, Popović, 2019: 11). Odredbama člana 3 st. 1 Zakona o zaštiti konkurencije istaknuto je da učesnici na tržištu mogu biti „sva pravna i fizička lica koja neposredno ili posredno, stalno, povremeno ili jednokratno učestvuju u prometu robe, odnosno usluga, nezavisno od njihovog pravnog statusa, oblika svojine ili državljanstva, odnosno državne pripadnosti.“ Nadmetanje učesnika na tržištu postoji i na strani ponude – gde se na relevantnom tržištu međusobno nadmeću proizvođači, ali

i na strani tražnje – kao međusobno nadmetanje kupaca na relevantnom tržištu. Ipak, konkurencija koja postoji na strani tražnje, tj. među kupcima roba i usluga, nema veći ekonomski značaj. S druge strane, konkurencija koja postoji na strani ponude ima veliki ekonomski značaj jer predstavlja osnovni pokretač tržišnog razvoja, te ćemo se u ovom radu fokusirati na efekte konkurencije koja postoji na strani ponude.

Samo nadmetanje učesnika na tržištu možemo posmatrati kao tržišnu utakmicu koja dovodi do stvaranja konkurentskog pritiska (Nikolić, Mojašević, 2023: 29). Konkurentski pritisak pokreće ekonomsku efikasnost, alokativnu efikasnost, dinamičku efikasnost i proizvodnu efikasnost, ali i odvaja uspešne učesnike na tržištu od neuspešnih. Pojednostavljeno, konkurencija podstiče napredak, privredni rast, rast životnog standarda i doprinosi ukupnom društvenom blagostanju (Begović et al., 2019: 11). Prema tome, jača konkurencija dovodi do stvaranja jačeg konkurentskog pritiska, a samim tim i do višeg nivoa društvenog blagostanja (Nikolić, Mojašević, 2023: 29).

Američki biznismen Dejvid Sarnof (David Sarnoff) smatrao je da „konkurencija izvlači najbolje iz proizvoda i najgore iz ljudi“, čime je želeo da ukaže na potrebu države da interveniše na tržištu kroz donošenje i primenu propisa (Cucić, 2024: 11–12). Naime, poput sportskih utakmica, i tržišne utakmice moraju se odvijati pod određenim pravilima. U takvom kontekstu, važeći Zakon o zaštiti konkurencije Republike Srbije¹ ima ključnu ulogu u definisanju pravila ponašanja privrednih subjekata, ograničavanju nelojalnih praksi i stvaranju uslova za održivo tržišno takmičenje. Begović i Pavić ističu da zakoni o zaštiti konkurencije spadaju među one zakone koje mnoge zemlje opravdano smatraju ključnim za obezbeđivanje adekvatnog poslovnog okruženja, a time i za stvaranje preduslova za društveno blagostanje i privredni rast, pa je naročito važno osigurati njihovu efikasnu i doslednu primenu kako bi se ostvarili željeni ciljevi u pogledu zaštite konkurencije (Begović, Pavić, 2010: 35). Nadzor nad primenom propisa kojima se štiti konkurencija poveren je Komisiji za zaštitu konkurencije (KZK). Reč je o nezavisnoj i samostalnoj organizaciji koja ima status pravnog lica i vrši javna ovlašćenja.

Primena Zakona o zaštiti konkurencije nosi sa sobom niz ekonomskih efekata, koji mogu biti pozitivni ili negativni, u zavisnosti od načina na koji se zakon sprovodi i prilagođava specifičnostima domaće privrede. S obzirom na to da Srbija već duži niz godina razvija tržišnu ekonomiju u procesu približavanja Evropskoj uniji, analiza ekonomskih posledica određenih odredbi ovog zakona dobija na značaju. Proučavanje njegovih efekata omogućava ne samo ocenu efikasnosti postojećeg zakonodavstva već i pružanje uvida u način na koji pravila o zaštiti konkurencije oblikuju ponašanje tržišnih aktera, doprinosi privrednom rastu, zaštiti potrošača i poboljšanju životnog standarda.

Međutim, pored pravnog regulisanja zaštite konkurencije, država preduzima i druge aktivnosti u cilju zaštite konkurencije, te govorimo o antimonopoloskoj politici (eng. *anti-trust policy*), to jest politici zaštite konkurencije (eng. *competition policy*), kao širem skupu aktivnosti u odnosu na pravo konkurencije. Često se ističe da antimonopolska politika predstavlja mešavinu zakona, ekonomije i administrativnih akcija čiji je cilj sprovođenje političkih odluka koje favorizuju konkurenciju (Gerber, 1984: 1). Politika zaštite konkurencije u Republici Srbiji zasniva se na primeni pravila o restriktivnim sporazumima, zloupotrebi dominantnog položaja i kontroli koncentracija, kao i na zastupanju i promovisanju značaja konkurencije u javnim politikama (eng. *competition advocacy*).

Prema jednoj ekonomskoj analizi, efikasna primena politike zaštite konkurencije ima pozitivne efekte na ekonomski razvoj zemalja u tranziciji i rast BDP-a (Milošević, Trifunović i Papović Markopoulos, 2018: 160). Ipak, nemaju sve aktivnosti države podjednako povoljan uticaj na očuvanje i podsticanje konkurencije. Na primer, politika državne pomoći može negativno uticati na jednakost učesnika na tržištu ukoliko se ne sprovodi adekvatno

1 Zakon o zaštiti konkurencije – ZZK, *Službeni glasnik RS*, br. 51/2009 i 95/2013.

i pod kontrolom. Tipičan oblik državne pomoći predstavljaju subvencije dodeljene pojedinim privrednim subjektima, kojima se pruža povlašćeni položaj u odnosu na subjekte koji takvu podršku nisu dobili. Zbog toga je od ključnog značaja uspostavljanje efektivnih i transparentnih mehanizama kontrole državne pomoći.

Komisija za kontrolu državne pomoći (KKDP) zadužena je za nadzor nad ovim pitanjem u Republici Srbiji. Ipak, smatramo da njena efikasnost nije zadovoljavajuća. Prema dostupnim podacima iz avgusta 2025. godine, poslednji objavljeni izveštaj Komisije datira iz 2023. godine, iako je KKDP dužna da izveštaj o radu za prethodnu godinu podnese Narodnoj skupštini i objavi na svom sajtu do marta tekuće godine. Dakle, na sajtu KKDP nedostaje izveštaj za 2024. godinu, što ukazuje na problem nedostatka transparentnosti u kontroli državne pomoći.

Evropska komisija, u Godišnjem izveštaju o napretku Srbije za 2024. godinu, posebno ističe da se pravila kontrole državne pomoći ne primenjuju dosledno, naročito u slučajevima dodele državne pomoći stranim investitorima i državnim preduzećima, što je povezano sa postojanjem snažnog političkog pritiska. Takođe, navodi se da se državna pomoć stranim investitorima često dodeljuje bez prethodnog odobrenja KKDP. Ovo je posebno značajno sa aspekta zaštite konkurencije, jer su u pitanju značajni iznosi koji mogu imati direktan uticaj na tržišnu dinamiku i fer uslove nadmetanja.²

Politika zaštite konkurencije i dodeljivanje državne pomoći neraskidivo su povezani. Naime, ukoliko država dodeljuje državnu pomoć određenim privrednim subjektima, vodeći se političkim i interesnim razlozima, privredni subjekt kome je državna pomoć dodeljena stavlja se u povlašćeni položaj u odnosu na ostale učesnike na tržištu koji takvu pomoć nisu dobili te samim tim ne postoje fer uslovi za odigravanje tržišne utakmice. Učesnik na tržištu koji je dobio državnu pomoć nije motivisan da ulaže sredstva u inovacije i poboljšanje svojih proizvoda i usluga te istovremeno slabi i konkurentski pritisak. Slabljenje konkurentskog pritiska dovodi do smanjenja ekonomske efikasnosti i niže stope privrednog rasta. Na kraju, sve ovo za posledicu ima niži životni standard i izostanak društvenog blagostanja.

Naime, osnovni uslovi za postojanje tržišne efikasnosti jesu slobodno tržište i zaštita privatne svojine, iako država i dalje značajno utiče na ekonomske aktivnosti kroz različite oblike intervencionizma (Nikolić, 2019: 152). Istraživanja pokazuju da zemlje sa visokim indeksom ekonomskih sloboda, u kojima je tržište relativno oslobođeno regulative, privatna svojina adekvatno zaštićena, a korupcija svedena na minimum, ostvaruju veći privredni rast i viši životni standard. Tako su 2024. godine ekonomski najslobodnije zemlje, poput Singapura, Švajcarske, Irske i Tajvana, istovremeno i među ekonomski najrazvijenijima, dok zemlje poput Severne Koreje, Kube i Venecuele zauzimaju dno lestvice, sa veoma niskim životnim standardom.³ U ovakvim sistemima, uloga države svodi se na stvaranje uslova za slobodnu i fer tržišnu utakmicu (Gerber, 1984: 50). Prema istom indeksu, Republika Srbija je 2024. godine rangirana na 60. mestu, što ukazuje na potrebu za daljim institucionalnim i ekonomskim reformama.

Dakle, dobro postavljen normativni okvir predstavlja neophodan, ali ne i dovoljan uslov za zaštitu konkurencije. Potrebno je obezbediti efikasnu i doslednu primenu propisa, uz nadzor koji obavljaju nezavisne, slobodne i samostalne institucije koje odlikuje transparentnost u radu.

U ovom radu se bavimo ekonomskom analizom pojedinih odredbi Zakona o zaštiti konkurencije u Republici Srbiji. Fokus je na razumevanju njihovih ekonomskih efekata,

2 Evropska komisija, *Saopštenje Komisije upućeno Evropskom parlamentu, Savetu, Evropskom ekonomskom i socijalnom komitetu i Komitetu regiona*, Brisel, 2024. Dostupno na: https://www.mei.gov.rs/upload/documents/eu_dokumenta/2024/izvestaj_24.pdf, pristupljeno: 10. 8. 2025. godine.

3 The Heritage Foundation, *2024 Index of Economic Freedom*. Dostupno na: <https://www.heritage.org/index/>, pristupljeno: 21. 8. 2025. godine.

pre svega u kontekstu suzbijanja kartela, zabranjenih sporazuma, sprečavanja zloupotrebe dominantnog položaja i nedozvoljenih koncentracija učesnika na tržištu. Cilj rada jeste analiza ekonomskih efekata pojedinih odredbi ovog zakona na tržišnu efikasnost, ponašanje učesnika na tržištu, dobrobit potrošača i poboljšanje životnog standarda. Pored toga, rad se bavi identifikacijom potencijalnih nedostataka u zakonskim rešenjima i predlaganjem mera za njihovo unapređenje.

PRAVNO-EKONOMSKI ZNAČAJ KONKURENCIJE

Pravni značaj konkurencije ogleda se u stvaranju adekvatnog normativnog okvira za zaštitu konkurencije. Naime, pravo konkurencije, kao posebna grana prava, ima za predmet izučavanje pravnih normi koje uređuju zaštitu konkurencije. Pravo konkurencije izvorno se naziva antimonopolsko pravo (eng. *Antitrust Law*), čiji naziv potiče od suzbijanja monopola, kao najstarijeg oblika povrede konkurencije (Nikolić, Mojašević, 2023: 257). Na razvoj prava konkurencije značajno utiče ekonomska analiza, ali i razvoj veštačke inteligencije, tako što doprinose efikasnijem otkrivanju povreda konkurencije (Cao, 2022: 156).

Zaštita konkurencije u srpskom pravnom sistemu zajemčena je odredbama važećeg Ustava, koji članom 84 st. 2 propisuje zabranu akata i radnji kojima se, suprotno zakonu, ograničava slobodna konkurencija, stvaranjem ili zloupotrebom monopolskog ili dominantnog položaja. Konkretizacija ovog načela izvršena je odredbama važećeg Zakona o zaštiti konkurencije iz 2009. godine, kojim su definisana najznačajnija materijalnoppravna i procesnoppravna pravila u ovoj oblasti i uspostavljeni institucionalni mehanizmi za zaštitu konkurencije. U pogledu prostornog važenja, Zakon o zaštiti konkurencije se primenjuje na sve akte i radnje učinjene kako na teritoriji Republike Srbije tako i van teritorije Republike Srbije, koji utiču ili mogu da utiču na konkurenciju na teritoriji Republike Srbije (čl. 2 ZZK). Međutim, važno je napomenuti da se odredbe ovog zakona ne primenjuju na regulisanje konkurencije u radnom odnosu, između poslodavca i zaposlenog, niti na radne odnose koji se uređuju kolektivnim ugovorom koji zaključuju poslodavci i sindikalna udruženja (čl. 4 ZZK). Pored Zakona o zaštiti konkurencije, kao osnovnog i najvažnijeg propisa u ovoj oblasti, zaštita konkurencije regulisana je i odredbama drugih zakona, poput Zakona o elektronskim komunikacijama⁴, Zakona o javnom informisanju i medijima⁵, Zakona o elektronskim medijima⁶ i drugim, kao i velikim brojem podzakonskih akata kojima se razrađuju i konkretizuju zakonske odredbe.

Ekonomski značaj konkurencije ogleda se u tome što konkurentski pritisak podstiče ekonomsku efikasnost i pokreće privredni rast. Dakle, konkurencija utiče na dinamičku efikasnost tako što postiže proizvodnju boljih i kvalitetnijih proizvoda; utiče na alokativnu efikasnost, podsticanjem proizvodnje onih proizvoda koji su potrebni i u količini koja je potrebna; takođe, utiče i na proizvodnu efikasnost, s obzirom na to da podstiče proizvodnju uz niže troškove po jedinici proizvoda (Nikolić, Mojašević, 2023: 29–30). Međutim, konkurencija ima i selektivnu funkciju, koja se ogleda u razdvajanju uspešnih učesnika na tržištu od neuspešnih (Nikolić, Mojašević, 2023: 29–30). Naime, selektivna funkcija konkurencije nagrađuje uspešne učesnike na tržištu, ali istovremeno, na posredan način, dovodi i do prestanka postojanja onih učesnika na tržištu koji nisu uspešni. Na primer, ukoliko se na tržištu telekomunikacionih usluga nadmeću operateri A i B, pri čemu operater A uvodi povoljne pakete koji uključuju neograničene pozive, brži internet i

4 Zakon o elektronskim komunikacijama, *Sl. glasnik RS*, br. 44/2010, 60/2013 – odluka US, 62/2014, 95/2018 – dr. zakon i 35/2023 – dr. zakon.

5 Zakon o javnom informisanju i medijima, *Sl. glasnik RS*, br. 92/2023.

6 Zakon o elektronskim medijima, *Sl. glasnik RS*, br. 92/2023.

dodatne usluge, poput besplatnog interneta za društvene mreže, uz adekvatnu korisničku podršku i široku pokrivenost; dok operater B ima skuplje pakete sa ograničenim uslugama, manjim stepenom pokrivenosti i lošijom korisničkom podrškom, vremenom će operater A privući više korisnika i imati veći profit. S druge strane, operater B imaće manji profit i biće prinuđen da unapredi svoje poslovanje ukoliko želi da opstane na tržištu. Međutim, ukoliko operater B u tome ne uspe, biće prinuđen da se povuče sa tržišta.

Dakle, konkurencija dovodi do povećanja stope privrednog rasta i poboljšanja životnog standarda te samim tim države sa razvijenom konkurencijom imaju i viši životni standard od država u kojima konkurencija nije razvijena.

POJAM I OBLICI POVREDA KONKURENCIJE U PRAVNOM I EKONOMSKOM KONTEKSTU

Pravo konkurencije ima cilj zaštite konkurencije, što postiže preventivnim i korektivnim mehanizmima. Kada je reč o preventivnom, tj. *ex ante* delovanju, zaštita konkurencije ostvaruje se sprečavanjem povreda konkurencije i stvaranjem uslova za ravnopravno i pošteno tržišno nadmetanje. S druge strane, ukoliko je povreda konkurencije već nastala, do izražaja dolazi korektivno delovanje (*ex post*), čija se suština ogleda u sankcionisanju radnji to jest akata koji su doveli do povrede konkurencije (Nikolić, Mojašević, 2023: 257).

Savremene države nastoje da uspostave ravnotežu između slobode tržišta i zaštite javnog interesa. Sa ekonomskog aspekta, ovaj dvostruki pristup predstavlja balans između stvaranja okruženja koje podstiče konkurentsku igru i sankcionisanja ponašanja koja narušavaju pravilan rad tržišta. Preventivna funkcija obezbeđuje da tržište deluje kao efikasan mehanizam za alokaciju resursa, dok korektivna funkcija interveniše u slučaju tržišnih nepravilnosti, smanjujući gubitke za potrošače i društvo u celini. Takvim modelom jača se poverenje učesnika na tržištu i povećava ekonomska efikasnost.

Prema odredbama člana 9 Zakona o zaštiti konkurencije, pod pojmom „povrede konkurencije“ podrazumevaju se „akti ili radnje učesnika na tržištu koje za cilj ili posledicu imaju ili mogu da imaju značajno ograničavanje, narušavanje ili sprečavanje konkurencije.“ Ekonomska teorija, za razliku od pravne, najčešće upotrebljava pojam „narušavanje konkurencije“, koji ima uže značenje u odnosu na pojam „povrede konkurencije“ (Nikolić, Mojašević, 2023: 257). Takođe, pojam „povrede konkurencije“ ne treba poistovećivati sa nelojalnom konkurencijom.⁷

Kao osnovni oblici povreda konkurencije u srpskom pravu prepoznati su restriktivni sporazumi i zloupotrebe dominantnog položaja. Pored toga, koncentracije učesnika na tržištu podležu kontroli od strane Komisije za zaštitu konkurencije, ali se ne smatraju povredama u smislu odredaba ZZK, osim u slučajevima kada se sprovedu bez obavezne prijave, odnosno bez pribavljanja odobrenja. Takođe, u pogledu strukture, koncentracije učesnika na tržištu uređene su u posebnoj glavi (glavi 3. ZZK) upravo zato što ne predstavljaju uvek povrede konkurencije već jedino u slučajevima kada se sprovedu bez obavezne prijave, to jest bez pribavljanja odobrenja, dok su restriktivni sporazumi i zloupotreba dominantnog položaja definisani u okviru glave 2. ZZK, koja je posvećena povredama konkurencije.

7 Nelojalna konkurencija reglisana je odredbama čl. 41 st. 1 tač. 1 Zakona o trgovini i predstavlja radnje trgovca ili pružaoca usluge koje su usmerene protiv drugog trgovca, pružaoca usluge, odnosno konkurenta, kojima se krše kodeksi poslovnog morala i dobri poslovni običaji i prouzrokuje, odnosno može se prouzrokovati, šteta drugom trgovcu, odnosno pružaocu usluge, poput iznošenja neistinitih i uvredljivih tvrdnji o drugom trgovcu ili pružaocu usluge.

RESTRIKTIVNI SPORAZUMI: PREPREKA ILI PODSTICAJ KONKURENCIJI?

Restriktivni sporazumi predstavljaju dogovore između učesnika na tržištu, koji mogu imati oblik ugovora, pojedinih ugovornih odredbi, izričitih ili prećutnih dogovora, usaglašene prakse ili odluka udruženja učesnika na tržištu, kako to srpski zakonodavac *exempli causa* navodi. Njihov cilj ili posledica jeste značajno ograničavanje, narušavanje ili sprečavanje konkurencije na teritoriji Republike Srbije. Reč je o zabranjenim i ništavim sporazumima, izuzev u zakonom predviđenim slučajevima (čl. 10 ZZK).

Da bi određeni sporazum bio ocenjen kao restriktivan, neophodno je jasno utvrditi razloge koji upućuju na takvu ocenu. Prema tome, u odluci kojom se sporazum proglašava restriktivnim i zabranjenim zbog omogućavanja razmene poslovnih informacija između konkurenata, moraju biti sadržani jasni i obrazloženi razlozi za takvu odluku.⁸ U oceni se primenjuje tzv. test efekta (eng. *effects test*) (Frieze, Grobanski, Graf von Schulenburg, 2005: 1493–1502).

Restriktivni sporazumi dele se na:

1. Horizontalne – zaključuju se između učesnika na tržištu koji se nalaze na istom nivou lanca proizvodnje, odnosno prometa roba i usluga;
2. Vertikalne – zaključuju se između učesnika na tržištu koji se nalaze na različitim nivoima lanca proizvodnje, odnosno prometa roba i usluga (Nikolić, Mojašević, 2023: 258–259).

Praktičan značaj ove podele naročito dolazi do izražaja pri određivanju tzv. sporazuma manjeg značaja.

Ekonomski efekti horizontalnih restriktivnih sporazuma

Horizontalni restriktivni sporazumi uglavnom imaju cilj koordinacije poslovanja kroz ograničavanje konkurencije, što može dovesti do povećanja cena, smanjenja proizvodnje ili inovacija, a posledično i do narušavanja dobrobiti potrošača. Najčešći oblik horizontalnih restriktivnih sporazuma jesu karteli, tj. kartelski sporazumi koje zaključuju učesnici na tržištu sa ciljem prestanka međusobnog nadmetanja i usaglašavanja bitnih elemenata poslovanja (Nikolić, Mojašević, 2023: 259).

Karteli se mogu formirati i *de facto*, na osnovu usaglašene prakse koja se ogleda u faktičkom ponašanju privrednih subjekata, pri čemu oni poručuju konkurentima da ih više ne smatraju rivalima (Whish, 2001: 105). U suštini, karteli predstavljaju kooperativne oligopole (Begović, Labus, Jovanović, 2013: 264).

Karteli mogu biti usmereni na: dogovaranje cena i drugih uslova trgovine; ograničavanje i kontrolu proizvodnje, tržišta, tehničkog razvoja ili investicija; stvaranje nejednakih tržišnih uslova; nameštanje ponuda u javnim nabavkama (eng. *bid rigging*) i druge zabranjene aktivnosti koje učesnike dovode u povoljniji položaj u odnosu na konkurente.

Sa ekonomskog stanovišta, karteli generišu alokativnu, proizvodnu i dinamičku neefikasnost, pa njihovo sankcionisanje postaje nužno. Takođe, izazivaju i rasipanje ekonomske rente i stvaraju dodatne transakcione troškove (Begović et al., 2019: 54).

Njihovo otkrivanje i dokazivanje, međutim, veoma je složeno zbog njihove tajne prirode i sofisticiranih metoda prikrivanja. Učesnici se oslanjaju na neformalnu komunikaciju, sastanke na neutralnim lokacijama i kodirane poruke. Dodatnu prepreku predstavlja strah učesnika od visokih novčanih kazni, krivične i prekršajne odgovornosti, kao i od gubitka poslovne reputacije, što smanjuje spremnost privrednih subjekata da dobrovoljno otkriju svoje učešće u zabranjenim sporazumima. Upravo zato pravni sistemi uvode posebne

⁸ Videti: Presuda Upravnog suda, 16 U. 1165/12 od 5. 4. 2012. godine. Dostupno na: <https://pn2.propisi.net/Home/ShowDocument/?di=rp82822&dt=rp&dl=26349>, pristupljeno: 25. 8. 2025. godine.

mehanizme podsticanja na prijavljivanje, među kojima se ističe pokajnički program (eng. *leniency program*). Jedino ako su visoke kazne izvesne, učesnici imaju racionalan podstrek da prijave kartel i iskoriste beneficije pokajničkog programa (Ellis, Wilson, 2001: 3). Pokajnički program ima dvostruku funkciju: represivnu i preventivnu. On potencijalne učesnike odvraća od zaključivanja novih zabranjenih sporazuma (eng. *deterrent effect*), dok postojećim učesnicima nudi motiv da prijave dogovor pre drugih, prema logici zatvoreničke dileme (eng. *prisoner's dilemma*) iz teorije igara (eng. *game theory*), u kojoj svaki učesnik ima racionalan motiv da prekine dogovor pre nego što bude izdan od strane drugog. Teorija igara predviđa da će, ukoliko postoji samo jedna mogućnost za potpuno oslobođenje od kazne, svaki učesnik biti motivisan da što pre prijavi kartel, jer drugi učesnik može dobiti povlašćeni status (Rakić, 2014: 244–247). Ekonomskom analizom može se pokazati da se učesnici kartela nalaze u situaciji sličnoj „zatvoreničkoj dilemi“ iz teorije igara – svaki učesnik ima racionalan interes da prijavi postojanje kartela pre drugih i na taj način ostvari pogodnosti u vidu oslobađanja ili umanjenja kazne. U praksi Republike Srbije, međutim, pokajnički program i dalje nema značajnu primenu, što se delimično objašnjava nedovoljnom svesti privrednih subjekata o njegovim koristima, ali i ograničenim kapacitetima Komisije za zaštitu konkurencije da obezbedi potpunu poverljivost i efikasnost postupka.

Pored toga, globalna dimenzija poslovanja često čini kartelske sporazume transnacionalnim, što dodatno komplikuje njihovo otkrivanje. Različiti standardi dokazivanja i razlike u nacionalnim zakonodavstvima nameću potrebu za međunarodnom saradnjom i harmonizacijom procedura. Kako bi odgovorila na ove izazove, Komisija za zaštitu konkurencije Srbije u poslednje vreme ulaže u razvoj digitalnih forenzičkih alata, koji omogućavaju prikupljanje i analizu elektronskih dokaza. Posebno je značajna donacija forenzičkog softvera u okviru projekta „Podrška EU unutrašnjem tržištu Srbije“ (IPA III), što predstavlja važan korak ka jačanju institucionalnih kapaciteta i unapređenju istraga kartela u digitalnom okruženju.⁹

Kako je reč o zabranjenim i pravno ništavim sporazumima, propisane su i odgovarajuće sankcije za ovakvo ponašanje. Naime, Zakon o zaštiti konkurencije predviđa mere zaštite konkurencije (čl. 68 ZZK), tj. novčane kazne koje Komisija za zaštitu konkurencije izriče sa ciljem da se sankcioniše povreda i preduprede buduće povrede. Njihov pravni efekat upućuje na represivni karakter i približava ih sankcijama iz krivičnog prava. Ipak, deo teorije opravdano ukazuje na to da termin „mera zaštite konkurencije“ nije sasvim adekvatan, jer se njome ne postiže zaštita kao prevencija, već se sankcioniše već nastala povreda, uz eventualnu prevenciju budućih (Danković Stepanović, 2012: 579). Mera zaštite konkurencije izriče se u novčanom iznosu koji može iznositi najviše 10% od ukupnog godišnjeg prihoda učesnika na tržištu, ostvarenog u Srbiji. Rok za plaćanje je između tri meseca i jedne godine od prijema rešenja. Zakonodavac predviđa i kriterijume za određivanje visine mere zaštite konkurencije te ističe da će se voditi računa o nameri, težini, posledicama i trajanju utvrđene povrede konkurencije (čl. 57 st. 2 ZZK). Posebnom uredbom predviđeni su i bliži kriterijumi za utvrđivanje visine sankcije.¹⁰

Sa stanovišta ekonomske analize prava, ove mere imaju ključnu ulogu u prevenciji povreda konkurencije. Primarna funkcija novčanih kazni jeste da ubede učesnike na tržištu da potencijalna dobit od povrede konkurencije neće biti veća od troškova kazne, čime se postiže efikasno odvracanje (Becker, 1968: 195). U tom smislu, kazna deluje kao „cena“ rizičnog ponašanja, i, ako je dovoljno visoka, racionalni privredni subjekti će proceniti da se povreda konkurencije ne isplati. Međutim, model kazni zasnovan na procentu

9 Više o tome: <https://kzk.gov.rs/potpisan-ugovor-o-donaciji-novog-fore>, pristupljeno: 31. 8. 2025. godine.

10 Videti: Uredba o kriterijumima za određivanje visine iznosa koji se plaća na osnovu mere zaštite konkurencije i procesnog penala, načinu i rokovima njihovog plaćanja i uslovima za određivanje tih mera, *Sl. glasnik RS*, br. 50/2010.

ukupnog prihoda učesnika može dovesti do disproporcionalnosti jer kazne mogu biti preterano visoke za manje povrede ili nedovoljne za veće, što smanjuje njihovu ekonomsku efikasnost (Posner, 1973: 34). Pored toga, ekonomska analiza ukazuje na mogućnost „prelivanja troškova” kazni na potrošače kroz povećanje cena, što može dovesti do neželjenih društvenih efekata.

Takođe, zaključivanje restriktivnih sporazuma sankcionisano je i sa krivičnopravnog aspekta, te je odredbama člana 229 st. 1 Krivičnog zakonika¹¹ predviđena zatvorska kazna u rasponu od šest meseci do pet godina, kao i novčana kazna, ukoliko neko lice u određenom privrednom subjektu zaključi restriktivni sporazum koji nije izuzet od zabrane u smislu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije, a kojim sporazumom se određuju cene, ograničava proizvodnja ili prodaja, odnosno vrši podela tržišta.

Dakle, mere zaštite konkurencije i krivičnopravne sankcije imaju iste ciljeve: specijalnu prevenciju, koja se ogleda u odvraćanju lica od nedopuštenog delovanja u budućnosti, ali i generalnu prevenciju, koja se ogleda u odvraćanju ostalih da delaju na nedozvoljene načine.

Očekivana vrednost sankcije, koja predstavlja iznos zaprećene kazne korigovan verovatnoćom da će ista biti primenjena, motiviše učesnike na tržištu da svoje ponašanje prilagode društvenoj stvarnosti i da, ukoliko dođe do sklapanja kartelskog sporazuma, svoj sporazum drže u tajnosti (Begović et al., 2019: 11). Takođe, sa ekonomskog aspekta, novčana sankcija predstavlja najefikasniji oblik sankcionisanja nedozvoljenih ponašanja, imajući u vidu neznatne transakcione troškove koje nosi sa sobom, uz istovremeno umanjenje blagostanja koje sankcionisano lice uživa i povećanje sveukupnog društvenog blagostanja (Begović, Jovanović, Radulović, 2012: 154).

Ukoliko pođemo od Piguovog (Arthur Cecil Pigou) shvatanja, prema kojem novčanu sankciju posmatramo kao jedan od vidova oporezivanja lica koje se nedozvoljeno ponaša, očekivana vrednost sankcije treba da bude jednaka eksternim troškovima koje nedozvoljeno ponašanje proizvodi (Begović et al., 2012: 154). U tom smislu, propisivanje visine novčane sankcije (mere zaštite konkurencije) u maksimalnom iznosu od 10% od ukupnog godišnjeg prihoda ostvarenog na teritoriji Republike Srbije, prema našem mišljenju, predstavlja adekvatno zakonsko rešenje. Naime, na osnovu ovakvog rešenja, subjektu se oduzima samo deo bogatstva koji je stekao u toku jedne godine pa se njegova egzistencija ne dovodi u pitanje. S druge strane, ukoliko je u toku godine ostvario visok profit, taj deo novca koji je njemu oduzet i prelazi u državni budžet biće viši, pa se povećava ukupno društveno blagostanje. Takođe, sankcionisano lice se odvraća od nedozvoljenog ponašanja u budućnosti, ali se odvraćaju i druga lica.

Kada je reč o praktičnim aspektima sankcionisanja, prema dostupnim podacima, Komisija za zaštitu konkurencije u 2024. godini samo u jednom slučaju je utvrdila postojanje povrede konkurencije i izrekla meru zaštite konkurencije učesnicima restriktivnog sporazuma.¹² Naime, Komisija je utvrdila da je nekoliko društava koja se bave nabavkom birotehničke opreme (štampači, skeneri i slično), sklopilo restriktivni sporazum čiji je cilj značajno ograničavanje i narušavanje konkurencije na relevantnim tržištima nabavki na teritoriji Republike Srbije i podelilo tržište snabdevanja prema naručiocima tako što su razmenjivala informacije o podnošenju ponuda u postupcima javnih i privatnih nabavki birotehničke opreme i potrošnog materijala čije tehničke specifikacije i karakteristike odgovaraju birotehničkoj opremi proizvođača „Konica Minolta“, pa je društvima koja su sklopila ovakav sporazum izrekla kazne od nekoliko miliona dinara, pri čemu je najviša kazna u iznosu od 27.788.681,00 dinara izrečena privrednom društvu „Konica Minolta“.

11 Krivični zakonik, *Sl. glasnik RS*, br. 85/2005, 88/2005 – ispr., 107/2005 – ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016, 35/2019 i 94/2024.

12 Više o tome: Komisija za zaštitu konkurencije, *Izveštaj o radu Komisije za zaštitu konkurencije za 2024. godinu*, Beograd, 2025. Dostupno na: http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/izvesta-ji/14_saziv/02-357_25.pdf, pristupljeno: 1. 9. 2025. godine.

Jedini oslobođen od mere zaštite konkurencije bio je privredni subjekat Društvo za proizvodnju, promet i usluge „Birotehnika Export-Import“ d. o. o. Beograd, koji je i prijavio postojanje spornog sporazuma.¹³ Ovaj primer ilustruje kako pokajnički program može podstaći učesnike restriktivnih sporazuma na dobrovoljno otkrivanje ilegalnih aktivnosti, što u ekonomskom smislu može značajno smanjiti troškove otkrivanja i dokazivanja povreda konkurencije. Omogućavanje sniženja kazni ili imuniteta prvom prijavljenom subjektu služi kao stimulans za razbijanje kartela i smanjenje njihovih negativnih efekata na tržišnu efikasnost.

Međutim, iako su horizontalni sporazumi najčešće štetni, postoje situacije kada oni donose ekonomske koristi, poput unapređenja efikasnosti ili podsticanja inovacija. Komisija za zaštitu konkurencije može izuzeti određene sporazume ako pozitivni efekti prevazilaze restriktivne posledice. Ovo se često primenjuje na sporazume o istraživanju i razvoju. Zakonom o zaštiti konkurencije predviđeno je pojedinačno izuzeće od zabrane (čl. 12 ZZK), izuzeće od zabrane po kategorijama sporazuma (čl. 13 ZZK), kao i sporazumi manjeg značaja (čl. 14 ZZK).

Na primer, Komisija za zaštitu konkurencije donela je rešenje o izuzeću od zabrane restriktivnog sporazuma zaključenog između „Telenora“ i „Telekoma“ povodom ugovora o pružanju Ethernet Bitstream usluga na period od sedam godina, tj. do 21. 4. 2028. godine. U konkretnom slučaju, Komisija je procenila da se predmetnim sporazumom doprinosi povećanju raznovrsnosti ponude i izbora za potrošače, što podstiče cenovnu konkurenciju na maloprodajnom tržištu usluga elektronskih komunikacija na fiksnoj lokaciji.¹⁴ Važno je napomenuti da pojedinačno izuzeće ne može trajati duže od osam godina.

Takođe, treba napomenuti da je jedno od pitanja koje Komisija za zaštitu konkurencije uzima u obzir prilikom odlučivanja o izuzeću određenog sporazuma i pitanje relevantnog tržišta (čl. 6 ZZK). Na primer, prilikom odlučivanja po zahtevu za izuzeće restriktivnog sporazuma zaključenog između Industrije mleka i mlečnih proizvoda „Imlek“ i „Meggle Srbija“ d. o. o. Kragujevac, Komisija je odredila relevantno tržište kao tržište proizvodnje mleka i mlečnih proizvoda na teritoriji Republike Srbije.¹⁵ Dakle, postoji relevantno tržište proizvoda i usluga, kao skup robe, tj. usluga koje potrošači i drugi korisnici smatraju zamenljivim u pogledu njihovog svojstva, uobičajene namene i cene; kao i relevantno geografsko tržište, tj. „teritorija na kojoj učesnici na tržištu učestvuju u ponudi ili potražnji i na kojoj postoje isti ili slični uslovi konkurencije, a koji se bitno razlikuju od uslova konkurencije na susednim teritorijama“. Prema tome, za postojanje relevantnog tržišta proizvoda i usluga neophodno je i postojanje konkurentskog pritiska koji osećaju učesnici na tržištu, dok je za postojanje relevantnog geografskog tržišta ključna visina transportnih troškova – ukoliko su transportni troškovi viši, relevantno geografsko tržište je manje (Begović et al., 2019: 82).

Dakle, konkurenti mogu da ostvare saradnju kroz sporazume koji mogu obuhvatiti zajedničko ulaganje, ali zajedničko ulaganje nije neophodan uslov za postojanje horizontalnog sporazuma. Takođe, cilj sporazuma može biti zajedničko istraživanje i razvoj ili zajednička proizvodnja. Međutim, zajednička karakteristika ovih sporazuma jeste da su

13 Videti: Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje br. 4/0-02-435/2024-09 Veza: 4/0-02-43/2022 4/0-01-427/2018 4/0-02-97/2021 od 12. 7. 2024. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2024/09/Resenje-Original-Mikops-Birolinija-BiroPrintSistemi-DiktiLine-Birodeveloping-Konica-Minolta-2024.pdf>, pristupljeno: 1. 9. 2025. godine.

14 Videti: Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje broj: 4/0-02-210/2021-21 od 21. 4. 2021. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2021/10/Telekom-Telenor-EB.pdf>, pristupljeno: 2. 9. 2025. godine.

15 Videti: Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje broj: 4/0-03-745/2018-6 od 31. 10. 2018. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2018/11/Imlek-Meggle.pdf>, pristupljeno: 2. 9. 2025. godine.

svi oni motivisani ekonomijom obima, što dovodi do povećanja proizvodne efikasnosti i nižih troškova proizvodnje po jedinici proizvoda (Begović et al., 2019: 82).

Vertikalni restriktivni sporazumi: pravna regulativa i tržišni uticaj

Vertikalni restriktivni sporazumi predstavljaju dogovore između preduzeća koja se nalaze na različitim nivoima proizvodnog ili distributivnog lanca. Reč je o sporazumima koje mogu zaključiti proizvođači, distributeri i drugi posrednici, a njihov cilj je da regulišu uslove prodaje, distribucije ili nabavke proizvoda i usluga (Nikolić, Mojašević, 2023: 259). Ovi sporazumi mogu uključivati različite oblike restrikcija, kao što su određivanje cena, teret za distribuciju, ograničavanje tržišta ili ekskluzivnost. Iako vertikalni sporazumi mogu imati koristi, poput poboljšanja efikasnosti i smanjenja troškova, u nekim slučajevima mogu dovesti do smanjenja konkurencije i povećanja cena za krajnje korisnike. Na primer, ukoliko se sporazumom uvode cenovna ograničenja, takav sporazum može sprečiti konkurenciju među distributerima, što može dovesti do viših cena za potrošače. Zatim, u slučaju sporazuma o ekskluzivnoj distribuciji, proizvođači mogu dogovoriti ekskluzivne ugovore sa distributerima, čime se smanjuje konkurencija među distributerima i ograničava pristup tržištu za druge konkurente. Osim toga, moguća je i geografska podela tržišta, kao i ograničavanje količine proizvoda koja se može prodati ili distribuirati, što može smanjiti konkurenciju i ograničiti dostupnost proizvoda na tržištu.

Vertikalni sporazumi mogu imati i pozitivne i negativne efekte na tržište. S jedne strane, mogu doprineti većoj efikasnosti u distribuciji, smanjenju troškova i boljoj koordinaciji između proizvođača i distributera. Na primer, dogovori o ceni mogu omogućiti proizvođačima da održe standarde kvaliteta ili obezbede efikasniji lanac snabdevanja. Međutim, postoje određeni sporazumi koji dovode do veoma štetnih i teških ograničenja, bez ikakvih pozitivnih efekata (eng. *hard-core restrictions*), pa je veoma važno blagovremeno ih otkriti i suzbiti (Ristić, Popović, Begović, 2021: 72). Na primer, ako distributeri ne mogu slobodno određivati cene, može doći do smanjenja konkurencije među njima, što može imati negativne efekte na krajnje potrošače.

U srpskom pravu vertikalni restriktivni sporazumi su dozvoljeni ukoliko ne dovode do značajnog smanjenja konkurencije na tržištu. Na primer, sporazumi koji donose značajnu ekonomsku efikasnost ili koji omogućavaju bolju distribuciju i pristup tržištu mogu biti izuzeti od zabrane.

Komisija za zaštitu konkurencije donela je 2018. godine Rešenje kojim je na period od tri godine izuzela od zabrane Ekskluzivni ugovor o distribuciji za Srbiju i Crnu Goru, zaključen između privrednih društava „Delta DMD“ d. o. o. Beograd i „DMD Delta“ d. o. o. sa sedištem u Crnoj Gori, sa jedne strane, i „Diageo brands B. V.“ sa sedištem u Holandiji; „R & A Bailey & Co“ sa sedištem u Irskoj; „Diageo Scotland Limited“ sa sedištem u Škotskoj i „Diageo North America Inc“ sa sedištem u SAD, sa druge strane. Ovaj ugovor zaključen je povodom distribucije uvoznih alkoholnih pića koja su predmet Ugovora (votka, viski, džin, rum i liker) na teritoriji Republike Srbije.¹⁶ Komisija je izuzela ovaj ugovor na period od tri godine, što znači da je procenila da ugovor ne izaziva značajno smanjenje konkurencije na tržištu. Ovakav period omogućava Komisiji da prati efekte sporazuma na tržište i da, ukoliko se pokaže da ugovor dovodi do negativnih efekata po konkurenciju, interveniše i donese odgovarajuće mere. Da bi se odobrilo izuzeće, Komisija mora da oceni da li sporazum donosi ekonomske koristi koje prevazilaze moguće negativne efekte po konkurenciju. U ovom slučaju, koristi mogu uključivati povećanje

¹⁶ Videti: Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje broj: 4/0-03-498/2018-18 od 21. 10. 2018. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2018/12/31.10.2018.-498-DeltaDMD-Diageo.pdf>, pristupljeno: 3. 9. 2025. godine.

efikasnosti distribucije i povećanje konkurentnosti proizvoda. Međutim, ekskluzivnost može smanjiti konkurenciju među distributerima, jer samo jedan distributer ima pravo da prodaje proizvode na određenoj teritoriji, što može dovesti do povećanja cena ili smanjenja dostupnosti proizvoda za potrošače. Takođe, ovaj ugovor ima međunarodnu dimenziju i može imati uticaj na šire tržište, a ne samo na nacionalnu ekonomiju.

PRAVNO-EKONOMSKA ANALIZA ZLOUPOTREBE DOMINANTNOG POLOŽAJA U REPUBLICI SRBIJI

Prema odredbama čl. 15 ZZK, „dominantan položaj ima učesnik na tržištu koji, zbog svoje tržišne snage, može da posluje na relevantnom tržištu u značajnoj meri nezavisno u odnosu na stvarne ili potencijalne konkurente, kupce, dobavljače ili potrošače“. Utvrđivanje tržišne snage, kao osnovnog kriterijuma za postojanje dominantnog položaja, vrši se na osnovu niza ekonomskih i strukturnih pokazatelja, među kojima su: struktura relevantnog tržišta, tržišni udeo (naročito ako prelazi 40%), prisustvo stvarnih i potencijalnih konkurenata, finansijska i ekonomska snaga, stepen vertikalne integrisanosti, pristup tržištima snabdevanja i distribucije, prepreke za ulazak drugih učesnika na tržište, snaga kupaca, tehnološke prednosti i prava intelektualne svojine. Teret dokazivanja postojanja dominantnog položaja leži na Komisiji, koja je dužna da oceni sve relevantne okolnosti konkretnog slučaja. Važno je napomenuti da može postojati i kolektivna dominacija, ukoliko između dva ili više učesnika na tržištu, koji su međusobno pravno nezavisni, postoji ekonomska povezanost tako da na relevantnom tržištu nastupaju zajednički ili deluju kao jedan učesnik.

U pravnoj terminologiji upotrebljava se termin „dominantni položaj“, dok je termin „monopol“ svojstven ekonomskoj struci (Begović et al., 2019: 87). Međutim, ovi pojmovi nisu istovetni jer postojanje monopola znači da na tržištu postoji samo jedan učesnik i da on nema konkurenciju, dok postojanje dominantnog položaja ne isključuje postojanje drugih učesnika na tržištu.

Postojanje dominantnog položaja *per se* nije ni problematično niti je kažnjivo. Međutim, zloupotrebljavanje ovakvog položaja na tržištu jeste zabranjeno i kažnjivo te predstavlja oblik povrede konkurencije. Odredbama čl. 16 Zakona o zaštiti konkurenciji predviđeno je da se dominantni položaj zloupotrebljava ukoliko učesnik na tržištu:

- 1) neposredno ili posredno nameće nepravilne kupovne ili prodajne cene ili druge nepravilne uslove poslovanja;
- 2) ograničava proizvodnju, tržište ili tehnički razvoj;
- 3) primenjuje nejednake uslove poslovanja na iste poslove sa različitim učesnicima na tržištu, te takvim delovanjem pojedine učesnike na tržištu dovodi u nepovoljniji položaj u odnosu na konkurente;
- 4) uslovljava zaključenja ugovora prihvatanjem dodatnih obaveza koje po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima nisu u vezi sa predmetom ugovora.

Zloupotreba dominantnog položaja na tržištu može biti usmerena ka konkurentima (ekskluziona zloupotreba) ili ka kupcima (eksploataciona zloupotreba).

Tipičan primer ekskluzione zloupotrebe, čiji je cilj istiskivanje konkurenata sa tržišta, jeste postojanje ekskluzivnih ugovora. Na primer, Komisija za zaštitu konkurencije utvrdila je da su Preduzeće za trgovinu i usluge „Eki transfers“ d. o. o. Beograd i Preduzeće za posredovanje, konsalting i usluge „Tenfore“ d. o. o. Beograd „zloupotrebili dominantan položaj na relevantnom tržištu prekograničnog brzog transfera novca između fizičkih lica, bez otvaranja računa, na teritoriji Republike Srbije, ugovaranjem ograničenja u ugovorima

o saradnji zaključenim sa 24 poslovne banke, sa mogućnošću automatskog produženja, koji čine mrežu ugovora o podzastupstvu, i to: odredaba o obavezama u pogledu 'lojalnosti', odnosno 'ekskluzivnosti', kako za vreme trajanja tako i nakon isteka ili u slučaju raskida ugovora koje su zaključila oba preduzeća i odredaba kojima se utvrđuje obaveza plaćanja određenog novčanog iznosa na ime kaznenih penala u slučaju kršenja 'obaveze u pogledu lojalnosti' u toku trajanja, nakon isteka ili u slučaju raskida, ugovora, u ugovorima koje je zaključilo Preduzeće za trgovinu i usluge, 'Eki transfers' d. o. o. čime su sprečili i ograničili konkurenciju, odnosno ograničili tržište i tehnički razvoj na štetu potrošača¹⁷.

Takođe, namerno obaranje cena proizvoda ili usluga (predatorne cene) može biti usmereno ka istiskivanju konkurencije sa tržišta. U slučaju da konkurenti odgovore novim snižavanjem cene, nastaje „rat cenama“, koji će dobiti onaj učesnik na tržištu koji može da iznese gubitke koji u ovakvim situacijama neminovno nastaju (Nikolić, Mojašević, 2023: 160–161). Pored toga, postojanje povlašćenih cena za određene ciljne grupe kupaca, poput nižih cena autobuskih karti za studente ili penzionere, predstavlja jedan od oblika tzv. cenovne diskriminacije (Kindleberger, 1953: 142).

S druge strane, eksploatacione zloupotrebe usmerene su ka kupcima i najčešće se manifestuju nametanjem previsokih cena proizvoda ili usluga ili primenom nejednakih uslova poslovanja. Na primer, Komisija za zaštitu konkurencije je utvrdila da je „Niš-ekspres“ d. o. o. Niš zloupotrebio dominantan položaj na relevantnom tržištu pružanja usluge izlaska na peron autobuske stanice na teritoriji grada Niša jer je u utvrđenom periodu naplaćivao različite cene za istu staničnu uslugu u vezi sa voznom kartom, tako što je pravio razliku u ceni na osnovu dužine relacije putovanja iskazane u kilometrima, kao i zato što je naplaćivao različite cene licima koja su platila staničnu uslugu u vezi sa voznom kartom i kupcima peronske karte tako što je kupcima peronske karte istu naplaćivao u utvrđenom iznosu.¹⁸

Zloupotreba dominantnog položaja na tržištu može imati značajne ekonomske posledice koje se manifestuju kroz negativan uticaj na konkurenciju, potrošače i ukupnu efikasnost tržišta. Učesnici na tržištu koji zloupotrebljavaju svoj dominantni položaj često koriste svoju tržišnu moć kako bi ograničili konkurenciju, što može dovesti do ozbiljnih ekonomskih deformacija.

Prakse zloupotrebe dominantnog položaja često stvaraju dodatne barijere za ulazak novih učesnika na tržište. Na primer, predatorske cene ili ekskluzivni ugovori sa dobavljačima mogu obeshrabrili potencijalne konkurente da uđu na tržište, čime se dodatno učvršćuje dominacija jedne kompanije. Zloupotreba dominantnog položaja narušava alokaciju resursa na tržištu. Umesto da resursi budu usmereni ka najefikasnijim kompanijama, dominantne kompanije koriste svoju tržišnu moć kako bi zadržala svoju poziciju, često na štetu ukupne tržišne efikasnosti. Dugoročno, zloupotreba dominantnog položaja može dovesti do destabilizacije tržišta. Smanjenje konkurencije i inovacija, zajedno sa povećanjem cena, može narušiti poverenje potrošača i investitora u tržište. Ovo ima negativan uticaj na ekonomsku stabilnost i rast.

Efikasna primena konkurencijskog prava, zajedno sa ekonomskom analizom, ključna je za suzbijanje ovih negativnih efekata i očuvanje zdravog i dinamičnog tržišnog okruženja.

17 Videti: Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje broj: 5/0-02-10/10-1 Veza: 5/0-02-227/09 od 12. 1. 2010. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2012/03/Resenje-EKI-Transfers-12.01.2010.pdf>, pristupljeno: 3. 9. 2025. godine.

18 Komisija za zaštitu konkurencije, Rešenje broj: 5/0-02-107/2021-20 Veza: 5/0-02-290/2020, 5/0-02-02/2019, 5/0-02-08/2018, 5/0-02-724/2017 od 24. 12. 2021. godine, Beograd. Dostupno na: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2022/02/Resenje-2021-Nis-ekspres.pdf>, pristupljeno: 3. 9. 2025. godine.

KONTROLA KONCENTRACIJA U REPUBLICI SRBIJI

Koncentracija učesnika na tržištu najčešće nastaje kao rezultat statusnih promena u okviru privrednih društava, i to u slučaju spajanja, odnosno pripajanja; zajedničkog ulaganja; matičnog i zavisnog društva, odnosno kontrole nad društvom na drugi način (čl. 17 st. 1 ZZK). Međutim, nije svako sticanje kontrole nad društvom koncentracija. Na primer, kada stečajni upravnik stekne kontrolu nad učesnikom na tržištu, ne smatra se da je nastala koncentracija (čl. 18 ZZK).

Kada je reč o vrstama koncentracija, razlikuju se tri oblika:

1. horizontalne koncentracije – koncentracija koja postoji među učesnicima na tržištu koji se nalaze na istom nivou lanca proizvodnje;
2. vertikalne koncentracije – koncentracija koja postoji među učesnicima na tržištu koji se nalaze na različitim nivoima lanca proizvodnje;
3. konglomerativne koncentracije – koncentracija koja postoji među učesnicima koji posluju na različitim tržištima (Nikolić, Mojašević, 2023: 261).

U načelu, koncentracije učesnika na tržištu su dozvoljene. Međutim, koncentracije nisu dozvoljene ukoliko bi došlo do značajnog ograničenja, narušavanja ili sprečavanja konkurenciju na tržištu Republike Srbije ili delu tržišta, a posebno ukoliko bi to ograničavanje, narušavanje ili sprečavanje bilo rezultat stvaranja ili jačanja dominantnog položaja (čl. 19 st. 1 ZZK). Prilikom ocenjivanja dozvoljenosti koncentracije, Komisija za zaštitu konkurencije drži se određenih kriterijuma, poput strukture relevantnog tržišta, nivoa konkurentnosti učesnika u koncentraciji, mogućnosti izbora dobavljača i korisnika, trendova ponude i tražnje relevantne robe odnosno usluga i drugih (čl. 19 st. 2 ZZK).

U srpskom pravnom sistemu prihvaćen je sistem prethodne (*ex ante*) kontrole koncentracija, koji prihvata i većina pravnih sistema u Evropi. Prema važećem zakonodavstvu, u Srbiji je uspostavljena *ex ante* kontrola koncentracija, što znači da se prijava koncentracije podnosi Komisiji za zaštitu konkurencije pre njenog sprovođenja, i to u roku od 15 dana od dana izvršenja prve od sledećih radnji: zaključenja sporazuma ili ugovora; objavljivanja javnog poziva, odnosno ponude ili zatvaranja javne; sticanja kontrole (čl. 63 st. 1 ZZK). Takođe, Komisija može i po službenoj dužnosti da sprovede postupak ispitivanja koncentracije ukoliko utvrdi da zajednički tržišni udeo učesnika u koncentraciji na tržištu Republike Srbije iznosi najmanje 40%, kao i ukoliko postoji osnovana pretpostavka da se koncentracija ne smatra dozvoljenom u smislu odredaba člana 19. ZZK (čl. 62 st. 1 tač. 1 ZZK). Međutim, postupak prethodne kontrole koncentracija ima svoje nedostatke koji se ogledaju u nemogućnosti pouzdanog utvrđivanja efekata koji će koncentracija proizvesti na tržištu.

Ekonomska analiza koncentracija ukazuje na to da spajanja i preuzimanja mogu dovesti do dobitka kroz sinergije i veće efikasnosti. Na primer, spajanjem dva privredna društva nastaje novo privredno društvo koje u određenim slučajevima može imati i dominantan položaj na tržištu. Ipak, novoosnovano privredno društvo može imati i niže prosečne troškove po jedinici proizvoda (ekonomija obima) ili niže prosečne troškove usled proizvodnje različitih proizvoda (ekonomija opsega), što dovodi do veće proizvodne efikasnosti, a samim tim i do povećanja nivoa društvenog blagostanja (Nikolić, Mojašević, 2023: 262). Međutim, koncentracije mogu dovesti i do negativnih efekata kao što su smanjenje konkurencije i povećanje cena, pa Komisiji za zaštitu konkurencije stoji na raspolaganju mogućnost izricanja mere dekoncentracije u zakonom propisanim slučajevima (čl. 67 ZZK). Kada je reč o negativnim ekonomskim efektima koncentracija, razlikuju se unilateralni i koordinativni efekti (Begović et al. 2019: 97). Kontrola koncentracija kao preventivna mera ima cilj da balansira ove efekte, sprečavajući transakcije koje bi dovele

do monopolističkih položaja i tržišnih zloupotreba.

Unilateralni efekti predstavljaju jednu od ključnih posledica koncentracija na tržišno takmičenje, posebno u slučajevima horizontalnih koncentracija, kada se spajaju preduzeća koja posluju na istom relevantnom tržištu. Ovi efekti nastaju kada koncentracija omogućava novonastalom subjektu da poveća cene, smanji kvalitet proizvoda ili usluga, ili ograniči inovacije bez oslanjanja na koordinaciju sa drugim tržišnim učesnicima. Kako je već istaknuto, stvaranje koncentracija može dovesti do toga da određeni učesnik na tržištu stekne dominantan položaj. Stvaranje ili jačanje dominantnog položaja na tržištu dovodi do stvaranja unilateralnog efekta (Begović et al. 2019: 97). Kada se dva bliska konkurenta spoje, eliminiše se međusobni pritisak na cene. Ovo omogućava novom subjektu da poveća cene, jer potrošači nemaju druge opcije koje bi im pružale sličnu vrednost. Koncentracija može dovesti do povećanja tržišnog učešća novonastalog subjekta, što mu omogućava da nameće nepovoljnije uslove potrošačima ili dobavljačima, jer postaje dominantan igrač na tržištu. Uklanjanjem konkurencije, smanjuje se pritisak na preduzeća da inoviraju i poboljšavaju proizvode ili usluge, što može negativno uticati na dugoročnu efikasnost tržišta.

Pri oceni unilateralnih efekata, regulatorna tela koriste različite analitičke alate i metode, uključujući analizu relevantnog tržišta, kvantitativne modele, poput simulacija efekata spajanja na cene i potrošačko ponašanje, indikatore tržišne koncentracije, itd. Unilateralni efekti su posebno izraženi u sektorima sa visokom koncentracijom i niskom diferencijacijom proizvoda, kao što su maloprodaja ili telekomunikacije. Značaj unilateralnog efekta ogleda se u tome što isti predstavlja pokazatelj da određeni učesnik ima na tržištu veliku moć koju može zloupotrebiti. Takođe, unilateralni efekat može postojati i u slučaju uspostavljanja kontrole nad krucijalnim inputom (Begović et al. 2019: 97). Unilateralni efekti predstavljaju ključni element analize koncentracija, jer direktno utiču na konkurenciju i blagostanje potrošača. Efikasna procena i upravljanje ovim efektima osiguravaju balans između ekonomske efikasnosti i zaštite tržišnog takmičenja.

Jedna od posledica stvaranja koncentracija jeste i smanjenje broja učesnika na tržištu, što otvara prostor za formiranje kartela. Koordinisane aktivnosti ostalih učesnika na tržištu koji su ostali izvan koncentracije dovode do stvaranja koordinativnog efekta (Begović et al. 2019: 97). Koordinativni efekti predstavljaju potencijalne negativne posledice koncentracija koje se javljaju kada preostali učesnici na tržištu postanu sposobni i voljni da međusobno koordiniraju svoje poslovne strategije, poput određivanja cena, podele tržišta ili ograničavanja proizvodnje. Ovi efekti su posebno značajni u oligopolskim strukturama, gde mali broj učesnika ima značajan uticaj na tržišne uslove. Koordinativni efekti se javljaju kada koncentracija stvori uslove koji olakšavaju postizanje implicitnog dogovora, praćenje i kontrolu ponašanja konkurencije ili sankcionisanje odstupanja.

Koordinativni efekti su česti u sektorima sa oligopolskom strukturom i visokom transparentnošću, kao što su energetika i avio-industrija. Kako bi se smanjio rizik od koordinativnih efekata, regulatorna tela mogu nametnuti uslove za odobrenje koncentracije, odbiti koncentraciju ili povećati transparentnost tržišta za regulatore. Koordinativni efekti predstavljaju značajan izazov u kontroli koncentracija, jer mogu ozbiljno narušiti tržišno takmičenje i dovesti do povećanja cena ili smanjenja kvaliteta za potrošače. Efikasna regulacija i procena ovih efekata ključni su za očuvanje zdravog tržišnog okruženja.

ZAKLJUČAK

Konkurencija predstavlja osnovni mehanizam koji podstiče efikasnost, inovacije i razvoj tržišta. Njen ekonomski značaj ogleda se u stvaranju povoljnih uslova za potrošače, dok pravni značaj proizilazi iz neophodnosti regulisanja tržišnih odnosa kako bi se sprečile zloupotrebe i obezbedila pravičnost. Analiza je pokazala da restriktivni sporazumi, zloup-

potreba dominantnog položaja i koncentracije imaju različite mehanizme delovanja i ekonomske posledice. Dok restriktivni sporazumi, poput kartela, direktno narušavaju tržišnu dinamiku i povećavaju cene, zloupotreba dominantnog položaja ograničava konkurenciju kroz isključivanje manjih učesnika sa tržišta. Koncentracije, s druge strane, mogu imati i pozitivne i negativne efekte, u zavisnosti od načina na koji se kontrolišu.

Naime, karteli kao najteži oblik restriktivnih sporazuma pokazuju značajnu štetnost po tržište, ali je njihovo otkrivanje i sankcionisanje izazovno zbog zatvorene prirode ovih sporazuma. U radu su izdvojeni primeri iz prakse Komisije za zaštitu konkurencije, koji ilustruju efikasnost i ograničenja postojećih mehanizama. Zloupotreba dominantnog položaja, kao oblik povrede konkurencije, ima duboke ekonomske posledice, uključujući povećanje cena, smanjenje izbora za potrošače i smanjenu konkurenciju. U radu su analizirani pravni okviri i ekonomski efekti ove prakse, uz preporuke za unapređenje regulatornih mehanizama. Na kraju, kontrola koncentracija u Republici Srbiji ima ključnu ulogu u sprečavanju stvaranja monopola i očuvanju tržišne ravnopravnosti. Unilateralni i koordinativni efekti koncentracija analizirani su kroz prizmu njihovog uticaja na tržišnu strukturu, cene i inovacije.

Ovaj rad ukazuje na značajnu ulogu konkurencije u razvoju tržišta i ekonomije u celini, ali i na potrebu za daljim unapređenjem pravnog i institucionalnog okvira u Republici Srbiji. Mišljenja smo da je neophodno unapređenje kapaciteta Komisije za zaštitu konkurencije u oblasti otkrivanja i sankcionisanja kartela, jačanje ekonomske analize u postupcima procene zloupotrebe dominantnog položaja, kao i razvoj transparentnijih i efikasnijih procedura za kontrolu koncentracija.

IZVORI I LITERATURA

- Begović, B., Pavić, V., Popović, D. (2019). *Uvod u pravo konkurencije*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Begović, B., Labus, M., Jovanović, A. (2013). *Ekonomija za pravnike*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Begović, B., Jovanović, A., Radulović, B. (2012). *Ekonomska analiza prava*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Begović, B., Pavić, V. (2010). *Šta je to konkurencija i kako se štiti?*. Beograd: Centar za liberalno-demokratske studije.
- Becker, G. S. (1968). Crime and Punishment: An Economic Approach. *Journal of Political Economy*, Vol. 76, No. 2, p. 169/217. Preuzeto sa: <https://www.nber.org/system/files/chapters/c3625/c3625.pdf>.
- Cao, S. (2022). Economic analysis in Antitrust law: An automated approach applied to us appellate courts. *Stanford Computational Antitrust*, Vol. 11/2022, p. 155-176. Preuzeto sa: <https://law.stanford.edu/wp-content/uploads/2022/10/cao.pdf>.
- Cucić, V. (2024). *Postupak zaštite konkurencije u Srbiji*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Ellis, C. J., Wilson, W. W. (2001.) *What Doesn't Kill us Makes us Stronger: An Analysis of Corporate Leniency Policy*. Oregon: University of Oregon. Preuzeto sa: https://www.researchgate.net/publication/2498536_What_Doesn't_Kill_us_Makes_us_Stronger_An_Analysis_of_Corporate_Leniency_Policy.
- Friese, S., Grobowski, Z., Graf von Schulenburg, J. M. (2005). Fusionskontrolle bei Unternehmenszusammenschlüssen im europäischen Versicherungssektor, *VersicherungsRecht*, Vol. 31/2005, p. 1493-1502.
- Gerber, D. J. (1984). Antitrust Law and Economic Analysis: The Swedish Approach, *Hastings International and Comparative Law Review*, 1-1-1984, Vol. 8, p. 1-39. Preuzeto sa: https://repository.uclawsf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1157&context=hastings_international_comparative_law_review.
- Kindleberger, C. P. (1953). *International Economics*, Homewood: Irwin. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1373971900103798>.
- Nikolić, Lj., Mojašević, A. (2023). *Ekonomija za pravnike*, Niš: Medivest.
- Posner, R. A. (1973). *Economic Analysis of Law*. Boston: Little Brown and Company.
- Rakić, I. (2014). Pokajnički program i odgovornost za štetu zbog povrede prava konkurencije. *Anali Pravnog fakulteta u Beogradu*, br. 2/2014, str. 244-260. Preuzeto sa: <https://anali.rs/xml/201-/2014c/2014-2c/>

[Anali_2014-2a_244-260.pdf](#).

Ristić, B., Popović, D., Begović, B. (2021). *Glosarijum prava konkurencije*. Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.

Stepanović Danković, S. (2012). Izricanje mere zaštite konkurencije konsekvantno (prethodno) utvrđenoj povredi. *Pravo i privreda*, br. 7–9/2012, str. 576–595. Preuzeto sa: https://pravoiprivreda.rs/xml/2012-2012c/2012-3c/PiP_2012-7-9-35.pdf.

Whish, R. (2001). *Competition Law*. Oxford: Butterworths.

Popis ostale istraživačke građe

Evropska komisija. (2024). *Saopštenje Komisije upućeno Evropskom parlamentu, Savetu, Evropskom ekonomskom i socijalnom komitetu i Komitetu regiona*. Brisel. Preuzeto sa: https://www.mei.gov.rs/upload/documents/eu_dokumenta/2024/izvestaj_24.pdf.

Komisija za zaštitu konkurencije. (2025). *Izveštaj o radu Komisije za zaštitu konkurencije za 2024. godinu*. Beograd. Preuzeto sa: http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/izvestaji/14_saziv/02-357_25.pdf.

Komisija za zaštitu konkurencije RS. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/potpisan-ugovor-o-donaciji-novog-fore>. Krivični zakonik, *Sl. glasnik RS*, br. 85/2005, 88/2005 - ispr., 107/2005 - ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016, 35/2019 i 94/2024.

Presuda Upravnog suda, 16 U. 1165/12 od 5. 4. 2012. godine. Preuzeto sa <https://pn2.propisi.net/Home/ShowDocument/?di=rp82822&dt=rp&dl=26349>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije RS broj: 4/0-02-435/2024-09 od 12. 7. 2024. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2024/09/Resenje-Original-Mikops-Birolinija-BiroPrintSistemi-DiktiLine-Birodeveloping-KonicaMinolta-2024.pdf>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije broj: 5/0-02-107/2021-20 Veza: 5/0-02-290/2020, 5/0-02-02/2019, 5/0-02-08/2018, 5/0-02-724/2017 od 24. 12. 2021. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2021/10/Telekom-Telenor-EB.pdf>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije RS broj: 4/0-02-210/2021-21 od 21. 4. 2021. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2018/11/Imlek-Meggle.pdf>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije RS broj: 4/0-03-745/2018-6 od 31. 10. 2018. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2018/12/31.10.2018.-498-DeltaDMDDiageo.pdf>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije RS broj: 4/0-03-498/2018-18 od 21. 10. 2018. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2012/03/Resenje-EKI-Transfers-12.01.2010.pdf>.

Rešenje Komisije za zaštitu konkurencije broj: 5/0-02-10/10-1 Veza: 5/0-02-227/09 od 12. 1. 2010. godine. Preuzeto sa: <https://kzk.gov.rs/kzk/wp-content/uploads/2022/02/Resenje-2021-Nis-ekspres.pdf>.

The Heritage Foundation. *2024 Index of Economic Freedom*. Preuzeto sa: <https://www.heritage.org/index/>.

Uredba o kriterijumima za određivanje visine iznosa koji se plaća na osnovu mere zaštite konkurencije i procesnog penala, načinu i rokovima njihovog plaćanja i uslovima za određivanje tih mera, *Sl. glasnik RS*, br. 50/2010.

Ustav Republike Srbije, *Sl. glasnik RS*, br. 98/2006 i 105/2021.

Zakon o elektronskim komunikacijama, *Sl. glasnik RS*, br. 44/2010, 60/2013 – odluka US, 62/2014, 95/2018 – dr. zakon i 35/2023 – dr. zakon

Zakon o elektronskim medijima, *Sl. glasnik RS*, br. 92/2023.

Zakon o javnom informisanju i medijima, *Sl. glasnik RS*, br. 92/2023.

Zakon o kontroli državne pomoći, *Sl. glasnik RS*, br. 73/2019.

Zakon o zaštiti konkurencije, *Sl. glasnik RS*, br. 51/2009 i 95/2013.

APPLICATION OF ECONOMIC ANALYSIS IN INTERPRETING CERTAIN PROVISIONS OF THE LAW ON PROTECTION OF COMPETITION OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Author: MARIJANA MARJANOVIĆ

Email: marijanamarjanovic98@gmail.com

Mentor: Full Prof. Ljubica Nikolić

Faculty of Law, University of Niš

Introduction: The paper analyzes key institutes of Serbian competition law, including abuse of dominant position, restrictive agreements, and concentrations of market participants, with a focus on the legal framework and economic effects.

Aim: The aim of the paper is to present the mechanisms of competition protection in Serbia, identify forms of competition violations, and assess their impact on market efficiency and consumers.

Materials and Methods: The analysis is based on the Law on Protection of Competition, relevant decisions of the Commission for the Protection of Competition, case law, and law-and-economics literature. Normative-analytical, comparative, and law-and-economics approaches were applied, along with case studies and theoretical analysis of market effects.

Results: The paper demonstrates that restrictive agreements, such as price-fixing or market-sharing arrangements, limit market dynamics and innovation. Abuse of dominant position can lead to exclusionary and exploitative effects, restricting competition and raising prices. Control of concentrations allows the Commission to prevent the emergence of dominant entities or coordinated effects that undermine competition. At the same time, concentrations can sometimes produce economic benefits, such as economies of scale and increased production efficiency.

Conclusion: Effective application of competition law requires a balance between prohibiting violations and promoting market efficiency. The combination of legal and economic analyses enables a better understanding of the effects of competition violations and contributes to the preservation of a healthy market environment.

Keywords: economic effects; restrictive agreements; abuse of dominant position; concentrations; competition

