



PROGRAM USKLAĐENOSTI POSLOVANJA

poduzetnika s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja

aztn

UVOD

Praksa provođenja propisa o zaštiti tržišnog natjecanja u Hrvatskoj je pokazala da, unatoč tome što je riječ o prisilnim propisima, do njihove povrede vrlo često dolazi zbog neznanja zaposlenika i njihove neupućenosti u propise.

Kako bi mogli prepoznati situacije u kojima se mogu povrijediti propisi iz područja zaštite tržišnog natjecanja zaposlenike je potrebno educirati. Edukacija uključuje i edukaciju rukovoditelja na svim razinama budući da oni moraju preuzeti potpunu odgovornost za vlastito, ali i postupanje njihovih zaposlenika u skladu s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja. Educirani rukovoditelji i zaposlenici ključni su preduvjet u izbjegavanju potencijalno opasnih situacija odnosno u postizanju usklađenosti vlastitog i postupanja zaposlenika kojima rukovode s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja.

Veliki poduzetnici, osobito oni koji posluju na više različitih tržišta, uglavnom imaju i provode neki oblik programa u svrhu usklađenosti njihova postupanja s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja odnosno imaju svoj interni „kodeks ponašanja“. Kod srednjih i malih poduzetnika takav je pristup uglavnom rijetkost i to najčešće zbog nedostatka financijskih i kadrovskih resursa.

S ciljem pomoći svim poduzetnicima, kako velikima, a osobito srednjima i malima, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja je priredila praktične upute za pomoć pri izradi i provođenju programa usklađenosti poslovanja poduzetnika s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja. Upute je moguće prilagoditi poslovanju svakog poduzetnika neovisno o djelatnosti i tržištima na kojima posluje.

Strukturirane u pet cjelina – osnovna pravila tržišnog natjecanja, prevencija, identifikacija rizika, upravljanje rizikom i preporuke – upute korisniku omogućuju cjelovit uvid u model temeljem kojeg može izraditi vlastiti program usklađenosti, onaj koji je prilagođen njegovom poslovanju i specifičnostima organizacije.

Osim sažetog pregleda osnovnih pravila tržišnog natjecanja, upute identificiraju i rangiraju moguće rizike povrede propisa, a poduzetniku nude i smjernice za prepoznavanje potencijalnih rizičnih situacija. Zaključno, nude i alate za upravljanje rizicima odnosno za njihovo svođenje na najmanju moguću mjeru te kratke preporuke i popis legislative.

Ove jednostavne upute strukturirane u pet osnovnih cjelina služe kao praktičan vodič poduzetnicima za izradu programa usklađenosti poslovanja s pravilima koja slijede iz propisa o zaštiti tržišnog natjecanja. Upute sadrže i preporuke vezane uz provedbu programa, te popis relevantnih zakona, propisa i uputa. Jednostavno pisane sintetiziraju informacije koje su od koristi svim poduzetnicima neovisno o veličini

OSNOVNA PRAVILA TRŽIŠNOG NATJECANJA

Pridržavanjem osnovnih pravila tržišne utakmice i sami poduzetnici mogu dati veliki doprinos učinkovitom sustavu odnosno djelotvornom funkcioniranju konkurencije. Drugim riječima, poduzetnici u svakom trenutku trebaju biti svjesni koje aktivnosti dovode do povrede propisa, a osobito, što sve predstavlja teško ograničenje tržišnog natjecanja.

TEMELJNI POSTULATI U TRŽIŠNOM NATJECANJU ODOSE SE NA:

horizontalne sporazume,

vertikalne sporazume

zlorabe vladajućeg položaja

Zabranjeni su sporazumi poduzetnika, odluke udruženja poduzetnika i usklađeno djelovanje poduzetnika koji kao cilj ili posljedicu imaju narušavanje tržišnog natjecanja. U svrhu praktičnosti pod zajedničkim pojmom sporazuma podrazumijevaju se sva tri navedena oblika: sporazumi poduzetnika, odluke udruženja poduzetnika i usklađeno djelovanje poduzetnika.

Horizontalni sporazumi su sporazumi između konkurenata, dakle poduzetnika koji djeluju na istom tržištu.

TEŠKA OGRANIČENJA TRŽIŠNOG NATJECANJA U HORIZONTALNIM SPORAZUMIMA

DOGOVORI O CIJENAMA MEĐU KONKURENTIMA

- fiksne cijene
- minimalne cijene
- maksimalne cijene
- rasponi cijene
- objavljeni popisi cijena
- preporuke o cijenama
- profitne marže
- dogovor o povećanju ili smanjenju cijena

RAZMJENA POVJERLJIVIH KOMERCIJALNIH INFORMACIJA MEĐU KONKURENTIMA (STRATEŠKE INFORMACIJE O POSLOVANJU)

- o vrijednosti ili količini prodaje
- tržišnim udjelima
- cijenama

OGRANIČAVANJE OBUJMA PROIZVODNJE ILI PRODAJE IZMEĐU KONKURENATA

- dogovor da neće proizvoditi više od dogovorene količine ili
- da neće prodavati više od toga

PODJELA TRŽIŠTA ILI KUPACA MEĐU KONKURENTIMA

- dogovor o prepuštanju dijela tržišta konkurentu
- dogovor o prepuštanju određenih kupaca konkurentu
- sudjelovanje u postupcima javne nabave u kojima postoji prethodni dogovor poduzetnika o nastupu i uvjetima ponuda

TEŠKA OGRANIČENJA TRŽIŠNOG NATJECANJA U VERTIKALNIM SPORAZUMIMA

Vertikalni sporazumi su sporazumi između poduzetnika koji nisu međusobni konkurenti odnosno koje sklapaju poduzetnici koji u svrhu sporazuma djeluju na različitim razinama proizvodnog ili distribucijskog lanca u odnosu na uvjete po kojima poduzetnici mogu kupovati, prodavati ili preprodavati određene robe i/ili usluge (primjerice, proizvođač - trgovac na veliko - trgovac na malo).

Najčešće vrste vertikalnih sporazuma su sporazumi o isključivoj ili selektivnoj distribuciji, isključivoj kupnji ili opskrbi, franšizi te drugi sporazumi kojima se kupcu ustupaju prava intelektualnog vlasništva u izravnoj vezi s uporabom, prodajom ili preprodajom ugovorenih proizvoda.

PRAVILO	IZIMKA
Zabranjeno je kad dobavljač nameće kupcu daljnju minimalnu ili fiksnu prodajnu cijenu proizvoda (primjerice, trgovac na veliko - trgovcu na malo)	Dobavljač može preporučiti daljnju prodajnu cijenu ili odrediti maksimalnu; pri tome ni jedna ni druga strana ne smiju koristiti nikakve mjere poticaja ili kažnjavanja
Zabranjeno je ograničavanje područja na kojem se mogu prodavati proizvodi ili nuditi usluge odnosno ograničavanje kupaca kojima se mogu prodavati proizvodi ili nuditi usluge;	1. u sustavu isključive distribucije ili isključive opskrbe dopušteno je kupcu ograničiti aktivnu prodaju na isključivo dodijeljenom području ili isključivoj grupi kupaca rezerviranoj za dobavljača, odnosno na području ili kupcima koje je dobavljač isključivo ustupio za prodaju drugome kupcu; 2. dopušteno je ograničiti kupcu koji djeluje na razini veleprodaje, aktivnu i pasivnu prodaju proizvoda krajnjim korisnicima, tj. potrošačima 3. dopušteno je ograničiti članovima unutar sustava selektivne distribucije aktivnu ili pasivnu prodaju proizvoda neovlaštenim distributerima, odnosno onima koji nisu u sustavu selektivne distribucije 4. dopušteno je ograničiti kupcu aktivnu ili pasivnu prodaju proizvoda koje on nabavlja od dobavljača kao rezervne dijelove u svrhu ugradnje u novi proizvod, krajnjim korisnicima koji bi te dijelove koristili za proizvodnju proizvoda koji su supstituti proizvoda koje proizvodi dobavljač
Kod selektivne distribucije zabranjeno je ograničavati opskrbu među članovima te selektivne distribucije, neovisno o razini trgovine na kojima članovi sustava djeluju	
Kod selektivne distribucije zabranjeno je članovima selektivne distribucije koji su trgovci na malo ograničavati aktivnu i pasivnu prodaju krajnjim (kupcima) potrošačima	Dopušteno je članovima unutar sustava selektivne distribucije zabraniti prodaju izvan ovlaštenog poslovnog prostora.
Kad postoji ugovorni odnos između dobavljača (proizvođača rezervnih dijelova) i kupca koji te dijelove koristi za ugradnju u novi proizvod, zabranjeno je dobavljača ograničavati da rezervne dijelove prodaje i trećima (primjerice, serviserima za popravak i održavanje)	

ZLOUPORABA VLADAJUĆEG POLOŽAJA:

Zabranjena je svaka zloupotreba vladajućeg položaja jednog ili više poduzetnika na tržištu. Poduzetnik je u vladajućem položaju na nekom mjerodavnom tržištu ako se zbog svoje tržišne snage na tom tržištu može u značajnoj mjeri ponašati neovisno o svojim stvarnim ili mogućim konkurentima, dobavljačima, kupcima ili potrošačima.

EKSPLOATIRAJUĆE POSTUPANJE PREMA KUPCIMA

- izravno ili neizravno nametanje nepravednih kupovnih i prodajnih cijena odnosno drugih nepravednih trgovinskih uvjeta
- ograničavanje proizvodnje, tržišta i tehnološkog razvitka na štetu potrošača

EKSPLOATIRAJUĆE POSTUPANJE PREMA KONKURENTIMA

- ekskluzivni ugovori
- nametanje obveze isključive kupnje kroz obvezu kupovine svih ili većine proizvoda ili usluga od jednog dobavljača u vladajućem položaju
- obveza vezivanja kojom se kupca pri kupnji jednog proizvoda ili usluge obvezuje kupiti i drugi, s njim povezani proizvod
- predatorske cijene rabati (ciljani, rabati vjernosti i uvjetovani rabati)
- cjenovna diskriminacija prema konkurentima za istu vrstu poslova

Europski parlament je u svojoj Rezoluciji od 20. siječnja 2011. o Izvješću o politici tržišnog natjecanja pozvao na razvoj novih instrumenta kojima je moguće unaprijed spriječiti ponašanja protivna propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, pri tome navodeći i programe usklađenosti poduzetnika s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, kao alate kojima se uspješno može pridonijeti učinkovitom sustavu tržišnog natjecanja na tržištu.

PREVENCIJA

Kako bi mogućnost povrede propisa o zaštiti tržišnog natjecanja poduzetnik sveo na najmanju moguću mjeru, važno je da svaki zaposlenik, a osobito oni koji su izloženi riziku povrede propisa poznaju osnovna pravila tržišnog natjecanja odnosno znaju prepoznati situacije koje bi ih mogle izložiti riziku povrede.

Zaposlenici moraju znati da određene vrste sporazuma gotovo uvijek predstavljaju kršenje propisa o zaštiti tržišnog natjecanja i da se s konkurentima nikada ne smije razgovarati ili razmjenjivati informacije o:

- ✓ Fiksiranju cijena – uključujući određivanje minimalnih ili maksimalnih cijena ili “stabiliziranje” cijena;
- ✓ Namještanju uvjeta koji se odnose na veleprodajne ili maloprodajne cijene, obrasce za izračun cijena, profit, unapređenje trgovine, kreditne uvjete itd.;
- ✓ Podjeli tržišta, kupaca ili područja;
- ✓ Ograničenju proizvodnje;
- ✓ Namještanju natječaja, uključujući sporazume o lažnim ponudama;
- ✓ Bojkotu konkurenata, dobavljača, kupaca ili distributera;
- ✓ Strateškim informacijama o poslovanju, poput recentnih individualnih podataka o vrijednosti i količini prodaje ili tržišnim udjelima i cijenama. Recentnim podacima se smatraju podaci koji u pravilu nisu stariji od 12 mjeseci.*

Dopuštenost razmjene informacija prvenstveno ovisi o karakteristikama informacija koje se razmjenjuju te karakteristikama tržišta na koja se odnose.

U pravilu je dozvoljena razmjena podataka:

- ✓ koji se ne smatraju strateškim, primjerice, informacija koje se odnose na računovodstvene metode, sastavljanje standardnih ugovora te podaci o dionicama i tehnološkim standardima
- ✓ između poduzetnika u svrhu kreiranja statistike nekog tržišta, ovisno o njegovim karakteristikama, u pravilu pod uvjetom da su stariji od 12 mjeseci i da su zbirni
- ✓ recentnih poslovnih podataka radi utvrđivanja statistika pojedinog tržišta za potrebe udruženja poduzetnika, pod uvjetom da se osigura da članice udruženja na uvid mogu dobiti isključivo zbirne podatke o tržištu

**Napominjemo da vremenska odrednica za povijesne podatke ovisi o karakteristikama tržišta - uobičajenom trajanju ugovora u određenim industrijama, homogenosti proizvođa/usluga, transparentnosti cijena, je li riječ o oligopolnom tržištu i sl.*

PRIMJERI IZ PRAKSE

Sastanak je stručnog interesnog udruženja poduzetnika. Sastanku prisustvuje 30-tak poduzetnika, a raspravlja se o uvjetima poslovanja. U jednom trenutku diskusija je skrenula na temu cijena. Većina poduzetnika želi povišiti cijene svojih proizvoda pa počinju razgovarati o postocima povišenja cijena. Dio poduzetnika, njih 10-tak ne sudjeluju u raspravi, ali se od nje ne ograđuju niti napuštaju sastanak.



Nakon sastanka, poduzetnici zajednički objavljuju da su odlučili povišiti cijene svojih proizvoda za tri posto.



Jesu li svi poduzetnici koji su sudjelovali na sastanku, pa i oni koji nisu sudjelovali u diskusiji, sklopili zabranjeni sporazum?

Svi poduzetnici koji su bili na sastanku udruženja, a nisu se ogradili od rasprave o cijenama niti su napustili sastanak, sudjelovali su u kartelskom dogovoru, dakle i oni konkurenti koji su bili pasivni. Zabranjen je svaki izravan ili neizravan kontakt između konkurenata čiji je cilj ili učinak utjecati na ponašanje konkurenta na tržištu ili otkrivanje konkurentu svoga budućeg ponašanja. Čak niti pasivnost ne oslobađa od odgovornosti.



Zato je zaposlenike potrebno podučiti kako je neophodno da se u slučajevima u kojima su nazočni bilo kakvim raspravama o cijenama između konkurenata odmah distanciraju od takvih rasprava i to na način koji jasno pokazuje da takve rasprave smatraju nedoličnim te da upozore ostale sudionike da takvim razgovorom krše propise o zaštiti tržišnog natjecanja. Najbolja reakcija bi bila napuštanje takvih rasprava. Također, o tome trebaju odmah izvijestiti i svoga poslodavca.

IDENTIFIKACIJA RIZIKA

RANGIRANJE ZAPOSLENIKA

Kako bi se zaposlenici mogli snalaziti u situacijama koje predstavljaju mogućnost za povredu propisa o tržišnom natjecanju, moraju znati prepoznati rizike koje identificirao menadžment. Rizici ovise o prirodi i obujmu poslovanja (jedna ili više djelatnosti, proizvodna ili uslužna djelatnost, jedno ili više tržišta itd.).

Uobičajeno rangiranje rizika je od niskog prema najvišem, kojemu su, u pravilu, izloženi zaposlenici koji imaju kontakte s konkurentima i oni koji rade na poslovima prodaje i marketinga, prodajni agenti odnosno oni koji veći dio radnog vremena provode “na terenu”.

Rizike je najjednostavnije utvrditi metodom pitanja i odgovora, a uputno je izraditi **upitnik** kroz koji će “proći” svi zaposlenici. Svrha je toga rangiranje zaposlenika s obzirom na izloženost riziku.

- ✓ Imaju li vaši zaposlenici kontakte s konkurentima, primjerice, na poslovnim sastancima i okupljanjima, sektorskim skupovima, seminarima?
- ✓ Je li na tržištu na kojem poslujete izražena fluktuacija zaposlenika između konkurentskih kompanija? Imate li zaposlenika koji su u vašu tvrtku nedavno došli iz konkurentske tvrtke?
- ✓ Imaju li vaši zaposlenici informacije o cijenama ili poslovnim planovima vaših konkurenata?
- ✓ Jesu li vaši kupci istodobno i vaši konkurenti?
- ✓ Jeste li ikada s konkurentom bili ili jeste partneri na nekom projektu?
- ✓ Sklapate li ekskluzivne ugovore na duže od pet godina?
- ✓ Sadrže li vaši sporazumi s konkurentima odredbe o zajedničkoj prodaji ili nabavi?
- ✓ Uvjetuju li vaši sporazumi razmjenu komercijalno osjetljivih informacija odnosno obvezuju li vas na suradnju s konkurentima?
- ✓ Obvezujete li trgovce koji dalje prodaju vaše proizvode bilo kakvim ograničavajućim odredbama?
- ✓ Imate li značajan udio na bilo kojem od tržišta na kojima poslujete?

PREPOZNAVANJE SITUACIJA

U svakodnevnom poslovanju postoje situacije koje su izglednije za povredu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja od ostalih. Stoga je zaposlenike važno upozoriti da se uvijek obrate za savjet pravnom odjelu ili pravnom savjetniku poduzetnika prije:

- Rasprave o zajedničkim ulaganjima, pripajanjima, akvizicijama, promidžbi, nabavkama i sličnim sporazumima o suradnji s konkurentima;
- Sklapanja isključivih poslovnih sporazuma (primjerice, ugovora kojim se društvo obvezuje da će trgovati isključivo s jednim poduzetnikom);
- Vezivanja ili grupiranja različitih proizvoda i usluga (primjerice, ugovori kojima se od kupca zahtijeva ili mu se sugerira da uz traženi proizvod kupi i drugi, "vezani" proizvod ili prodajni programi kojima se popust uvjetuje kupovinom grupiranih proizvoda);
- Sudjelovanja u aktivnostima strukovnih udruga ili donošenja strukovnih normi;
- Prihvatanja pozicije člana upravljačkih tijela ili rukovoditelja/menadžera u konkurentskom društvu;
- Određivanja cijena za daljnju prodaju s preprodavateljima;
- Određivanja popusta, rabata i drugih pogodnosti koje se kupcu nude pod uvjetom da ostvari utvrđene vrijednosti rasta, obujma ili udjela u maloprodaji ili zahtjeva vezanih za raspodjelu vidljivog prostora na policama;
- Nuđenja popusta ili različitih uvjeta kupcu, ako ti uvjeti ne vrijede i za konkurente;
- Sudjelovanja u aktivnostima koje konkurentima otežavaju pristup potrebnim informacijama ili prodaju proizvoda;
- Dostavljanja bilo kakvih informacija svojim dobavljačima ili kupcima o proizvodima/uslugama njihovih konkurenata;
- Prikupljanja informacija od strane vaših dobavljača ili kupaca, a koje se odnose na proizvode/ usluge vaših konkurenata.

Važno je znati da kupcima uvijek treba dozvoliti da slobodno izaberu koje vaše proizvode/usluge žele kupiti. Poduzetnik ne smije koristiti svoju tržišnu snagu za nametanje prodaje svojih proizvoda.

Spajanja ili preuzimanja također predstavljaju mogućnost visokog rizika od povrede propisa o tržišnom natjecanju, jednako i kao situacije u kojima zaposlenici imaju priliku doznati informacije o konkurentima.

KONCENTRACIJE

Koncentracija poduzetnika je promjena kontrole nad poduzetnikom na trajnoj osnovi koja se stječe pripajanjem ili spajanjem poduzetnika, stjecanjem kontrole ili prevladavajućeg utjecaja nad poduzetnikom i to, stjecanjem većine dionica ili udjela ili stjecanjem većine prava glasa ili na drugi način, u skladu s Zakonom o trgovačkim društvima i drugim propisima.

Spajanja i preuzimanja odnosno koncentracije, uvijek pretpostavljaju visoki rizik za potencijalnu povredu propisa o tržišnom natjecanju jer poduzetnici u tom postupku dobivaju na uvid povjerljive informacije o konkurentu. Zbog toga je potrebno osigurati da zaposlenici koji sudjeluju u postupku:

- slijede sve odredbe sporazuma o zaštiti tajnosti podataka jednako kao i Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja;
- ne dijele informacije o konkurentu s drugim odjelima odnosno zaposlenicima poduzetnika koji provodi koncentraciju/dubinsko snimanje;
- zapamte da se svi dokumenti nastali tijekom procesa pregovora ili dubinskog snimanja, čak i rukom pisane zabilješke, elektronička pošta te ostali dokumenti, bez obzira gdje se čuvaju, mogu biti izuzeti na uvid u potencijalnom postupku utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja od strane Agencije.

PRIKUPLJANJE INFORMACIJA O KONKURENTIMA

Prikupljanje informacija o konkurentima na pošten način neophodno je i zakonito. Međutim, neki oblici prikupljanja informacija su pogrešni, a mogu predstavljati i povredu zakona. Stoga je važno znati koji su dozvoljeni i zakoniti izvori informacija o konkurentu, a što iziskuje oprez zaposlenika i poslodavaca.

DOZVOLJENI IZVORI INFORMACIJA SU:



- Tiskovine, novinski članci i druge informacije dostupne na internetu i drugim javno dostupnim medijima;
- Razgovor s kupcima (ali ne u svrhu pribavljanja povjerljivih informacija);
- Sajmovi (ali ne kroz rasprave s konkurentima);
- Analize stanja na tržištu koje provode neovisne kuće.

IZVORI KOJI SE NIKADA NE SMIJU KORISTITI:



- Povjerljive ili "insajderske" informacije o konkurentu i tomu slične informacije koje pripadaju osobama izvan društva. Ako poduzetnik/zaposlenik dođe u posjed povjerljivih ili "insajderskih" informacija iz izvora izvan poduzetnika, – pa čak i kad se to dogodi slučajno – odmah treba zatražiti savjet pravnog odjela ili pravnog savjetnika poduzetnika;
- Povjerljive ili "insajderske" informacije koje su novi zaposlenici na bilo koji način doznali kod prethodnog poslodavca;
- Informacije o ponudi konkurenta, ako je riječ o postupku javnog natječaja. Ako zaposlenik i slučajno dođe u posjed takvih informacija mora kontaktirati pravni odjel ili pravnog savjetnika;
- Povjerljive informacije o konkurentu koje netko nudi na prodaju.

UPRAVLJANJE RIZIKOM

IZRADA PROGRAMA USKLAĐENOSTI



Ključ ublažavanja rizika od povrede propisa je izrada programa usklađenosti poslovanja poduzetnika s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja te redovita provjera utvrđenog sustava i njegova kontinuirana nadgradnja. Kako bi poduzetnik bio siguran da je program usklađenosti postao dio korporativne kulture i da je efikasan, potrebno je redovito provoditi provjeru menadžera zaduženih za provedbu usklađenosti kao i zaposlenike. Pri svakom novom zapošljavanju, jednako kao i sa drugim internim aktima, zaposlenika valja upoznati i s programom usklađenosti poslovanja.

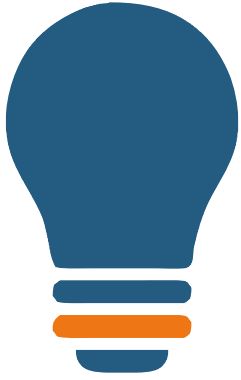
DODATNE MJERE SMANJENJA RIZIKA

Osim redovitog ažuriranja i provjere zaposlenika i menadžera zaduženih za provedbu usklađenosti s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, poduzetnik može provoditi i dodatne mjere uz pomoć kojih dodatno smanjuje rizik povrede.

Preporučuje se da poduzetnik:

- povremeno organizira edukaciju zaposlenika o propisima iz područja zaštite tržišnog natjecanja od strane stručnjaka za pravo tržišnog natjecanja;
- obvezna pravila ponašanja zaposlenika ugradi u strategiju društva odnosno u temeljne dokumente;
- izgradi sustav koji će pratiti sve susrete s konkurentima;
- izgradi sustav u kojem će zaposlenici moći dobiti savjet prije nego što budu izloženi riziku, primjerice, pravni savjet u vezi s nekim ugovorom;
- osigura da će nadležne menadžere ili pravnog savjetnika zaposlenik izvijesti o učlanjenju u strukovne organizacije i slična udruženja ili o sudjelovanju na poslovnim sastancima gdje može susresti konkurente;
- izgradi sustav u kojem će zaposlenici, uz zajamčenu povjerljivost podataka, moći prijaviti bilo koju sumnju na nepoštivanje propisa o zaštiti tržišnog natjecanja.

Neki poduzetnici program usklađenosti provjeravaju i poboljšavaju jednom godišnje, drugi rjeđe. Provjeru programa usklađenosti mogu isprovocirati i okolnosti na tržištu, poput, primjerice, spajanja ili preuzimanja, ili pokretanje postupka utvrđivanja narušavanja tržišnog natjecanja od strane Agencije.



PREPORUKE

- Nemojte se dogovarati sa svojim konkurentima.
- Nemojte se dogovarati o cijenama ili drugim komercijalno osjetljivim informacijama unutar vaših udruženja.
- Ako sudjelujete na sastanku na kojem se vaši konkurenti dogovaraju o cijenama ili drugim komercijalno osjetljivim informacijama ogradite se odmah od takvih dogovora i napustite sastanak.
- Zabranjeno je na bilo koji način poticati, nagrađivati ili kažnjavati distributere radi održavanja daljnje preprodajne cijene vaših proizvoda.
- Vaše je pravo odrediti cijenu vašeg proizvoda po kojem ga prodajete vašim kupcima, ali je isto tako pravo vaših kupaca da samostalno odrede cijenu tih proizvoda prema trećima.
- Ako ste u vladajućem položaju posebno ste odgovorni za svoja ponašanja na tržištu.
- Pregledajte ugovore s kojima posluje s vašim dobavljačima ili kupcima i odmah pristupite izmjenama ugovora ukoliko sadrže teška ograničenja tržišnog natjecanja ili zabranjene obveze propisane uredbama o skupnom izuzeću za pojedine kategorije sporazuma
- Kontaktirajte pravni odjel ili pravnog savjetnika poslodavca uvijek kada imate pitanja o propisima o zaštiti tržišnog natjecanja na pojedinom tržištu ili ako vam je potreban vodič kroz situacije koje predstavljaju potencijalni rizik za povredu tržišnog natjecanja;

Pravni odjel i pravni savjetnik poduzetnika uvijek moraju imati otvorena vrata za sve zaposlenike koji su u potencijalnom riziku povrede propisa o zaštiti tržišnog natjecanja.

Ako nemate pravni odjel ili pravnog savjetnika s pitanjima vezanim uz upućivanje na odgovarajuće propise o zaštiti tržišnog natjecanja poduzetnik se može obratiti Agenciji. No, zbog kompleksnosti materije, savjet Agencije je da poduzetnici svakako angažiraju specijalizirane pravne savjetnike.

DODATAK

Popis važećih propisa kojima je uređena zaštita tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj:

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja (NN, broj 80/2013)

Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja (NN, broj 79/2009)

Neslužbeni pročišćeni tekst Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja

Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o osiguranju (NN, broj 78/2011)

Uredba o skupnom izuzeću sporazuma u sektoru prometa (NN, broj 78/2011)

Uredba o skupnom izuzeću horizontalnih sporazuma između poduzetnika (NN, broj 72/2011)

Uredba o načinu prijave i kriterijima za ocjenu koncentracija poduzetnika (NN, broj 38/2011)

Uredba o skupnom izuzeću vertikalnih sporazuma između poduzetnika (NN, broj 37/2011)

Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila (NN, broj 37/2011)

Uredba o načinu i kriterijima utvrđivanja mjerodavnog tržišta (NN, broj 9/2011)

Uredba o sporazumima male vrijednosti (NN, broj 9/2011)

Uredba o skupnom izuzeću sporazuma o prijenosu tehnologije (NN, broj 9/2011)

Uredba o kriterijima za izricanje upravno-kaznene mjere (NN, broj 129/2010)

Uredba o kriterijima za oslobođenje ili umanjenje upravno-kaznene mjere (NN, broj 129/2010)

Uredba o izmjenama Tarife upravnih pristojbi iz Zakona o upravnim pristojbama (NN, broj 126/2011)

Link na stranicu o programu usklađenosti Europske komisije: http://ec.europa.eu/competition/antitrust/compliance/index_en.html