

TRŽNO PRAVO

I. del

Izr. prof. dr. Martina Repas

Izpit:

- ◉ Pisni izpit
- ◉ Pet vprašanj:
 - > Opisna vprašanja
 - > Uporaba pravnih pravil – primer
 - > Komentar trditev

Definicija tržnega prava

- ◉ Je skupnost pravnih pravil, ki neposredno urejajo trg kot ekonomski prostor in družbenogospodarske procese na njem
- ◉ Predmet urejanja tržnega prava je torej trg
- ◉ Vendar ne zajema vseh pravnih razmerij na trgu – dve omejitvi:
 - > Razmerja so premoženjskopravna – obligacijsko pravo
 - > Neposredno urejanja trga – neposredne dobrine so neovirano delovanje trga, svobodna gospodarska pobuda in najugodnejše zadovoljevanje človekovih gospodarskih potreb

Kaj sodi v tržno pravo?

- ◉ Predmet tržnega prava ni natančno določen
 - > Tržno ustavno pravo
 - > Tržno organizacijsko pravo
 - > Konkurenčno pravo
 - > Pravo varstva potrošnikov
 - > Pravo, ki ureja neposredno državno poseganje v tržna razmerja

Nekatere dileme

- ◉ Tržno pravo je / ni pravna panoga?
- ◉ Javno ali zasebno pravo?
 - > Najprej javnopravne narave
 - > 19. st. liberalizem: zmanjša poseganje države v gospodarstvo in zagotovitev tržne svobode
 - > Starejše tržno pravo se je razvijalo predvsem na področju konkurenčnega prava – omejitev civilnopravne pogodbene svobode
 - > Čas po II. sv. vojni – ne samo zasebni, ampak tudi javni interes / vključitev javnopravnih sestavin

TRŽNO USTAVNO PRAVO

- ◉ Tiste ustavnopravne norme, ki zadevajo trg
 - > Pravica do zasebne lastnine
 - > Lastninska pravica
 - > Svobodna gospodarska pobuda
 - > Svoboda dela
 - > Trg in konkurenca

TRŽNOORGANIZACIJSKO PRAVO

- ◉ Trg je ekonomski prostor, za katerega je značilno gibanje v tem prostoru – menjava
- ◉ Udeleženci na trgu: potrošniki, prodajalci, posredniki, proizvajalci idr.

- ◉ Glavne smeri urejanja tržne organizacije
 - > Vstop na trg
 - Normativni sistem
 - Omejitve vstopa na trg so redke
 - > Določitev pogojev za opravljanje dejavnosti
 - > Prodaja blaga končnim potrošnikom:
obratovalni čas, krajevna preskrba, prodaja od vrat do vrat, distančna prodaja

KONKURENČNO PRAVO

- PRAVO PREPREČEVANJA OMEJEVANJA KONKURENCE
- PRAVO PREPOVEDI NELOJALNE KONKURENCE
- Razlika!

Preprečevanje omejevanja konkurence

○ Vključuje:

- > Omejevanje s sporazumi
- > Zloraba prevladujočega položaja
- > Nadzor koncentracij

○ Namen: varovanje učinkovite konkurence

- > **Tržna moč** (možnost zvišanja cen nad konkurenčno ravtnjo)
/ **upoštevni trg** / **vstopne ovire**

○ Konkurenčno pravo EU in nacionalno konkurenčno pravo (pravni akti EU in ZPOmK-1)

- > Razmejitveni kriterij

○ Pristojni organi:

- > Konkurenčno pravo EU
 - Omejevalna ravnanja
 - Nadzor koncentracij
- > Nacionalno konkurenčno pravo

- **Ekonomski principi:** KP povezano z ekonomskimi teorijami, predvsem z mikroekonomiko, katere cilj je razumevanje sprejemanja odločitev podjetij in potrošnikov ter vpliv na cene, povpraševanje ali proizvedeno količino blaga.
- Pomen ekonomije v KP
 - > Ponuja številne koristne koncepte in modele, zagotavlja relevantne argumente za ugotovitev, pod katerimi pogoji so protikonkurenčni učinki bolj verjetni
- V največji meri prisotno v ZDA
- V zadnjih nekaj letih tudi v EU in v državah članicah EU
- *“More economic approach”*
 - > Velik poudarek na ekonomskih učinkovitostih in blaginji potrošnika
 - > Prepoved ravnanj, ki škodujejo potrošnikom
 - > Večja uporaba moderne mikroekonomske in ekonometričnih orodij
- Kje se kaže?

Pravo prepovedi nelojalne konkurence

- ◉ Zakon o varstvu konkurence (ZVK): 13. člen – generalna klavzula z dodanimi primeri
 - ◉ Je dejanje podjetja pri nastopanju na trgu, ki je v nasprotju z dobrimi poslovnimi običaji in ki povzroči ali utegne povzročiti škodo drugim tržnim udeležencem
- ◉ Ureditev na ravni EU - direktive

PRAVO VARSTVA POTROŠNIKOV

- ◉ Zakon o varstvu potrošnikov
- ◉ Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami
- ◉ Zakon o potrošniških kreditih

- ◉ Direktive EU

DRŽAVNO POSEGANJE

- Oblastno omejevanje konkurence
 - > Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence
 - > Pravni akti EU

TEMELJNI POJMI TRŽNEGA PRAVA

- ◉ Trg – upoštevni (relevantni) trg
- ◉ Konkurenca: ni popolne definicije / tekma za pridobitev superiornega položaja
- ◉ Dobri poslovni običaji

Literatura:

- Bojan Zabel, Tržno pravo, GV Založba, Ljubljana, 1999

UPOŠTEVNI (RELEVANTNI) TRG

- ◉ *Eno najbolj težavnih vprašanj konkurenčnega prava*
- ◉ *Ključni element presoje vseh konkurenčnih ravnanj – predpogoj za kakršnokoli presojo učinkov ravnanja na konkurenco – posledice nepravilne določitve*
- ◉ *Je trg, na katerem se določeno ravnanje podjetja presoja*
- ◉ *Zgolj vmesna stopnja, ki omogoča naslednjo stopnjo: presoja tržne moči*
 - > *Primer – prikaz pomembnosti UT*
- ◉ *Širše določen upoštevni trg pomeni manjšo verjetnost kršitve pravil KP in vice versa*

V katerih primerih je potrebna določitev upoštevnega trga?

- ◉ *Ali ima sporazum učinek omejevanja konkurence*
- ◉ *Ali ima sporazum znaten učinek na omejevanje konkurence (de minimis pravilo)*
- ◉ *Ali sporazum sodi v t. i. skupinsko izjemo od prepovedi omejevanja konkurence*
- ◉ *Ali je podjetje zlorabilo prevladujoč položaj*
- ◉ *Ali koncentracija bistveno omejuje konkurenco...*

UREDITEV ZPOMK-1 / UREDITEV V EU

- ◉ Temeljne opredelitve UT v ZPOmK-1: definicije!
- ◉ Ni pa natančnejših navodil oz. smernic
- ◉ Obvestila EU o določanju upoštevnega trga!

UPOŠTEVNI TRG

Sestavljen iz:

- **Upoštevnega proizvodnega oz. storitvenega trga**
 - *Trg, ki vključuje tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe*
- **Upoštevnega geografskega trga**
 - *Trg, ki vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevnem proizvodnem trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni*
- **Časovna komponenta**
- *Iščemo zamenljive/nadomestljive proizvode in geografska območja*
- *Relevantno so le mejni kupci (proizvod vrednotijo po ceni, ki jo plačajo)*

Določanje upoštevne trga

> Tradicionalna metoda in ekonomska metoda



Kvalitativne tehnike



*Kvantitativne tehnike
SSNIP test (ekonomski princip)*

POMEN KONKURENČNIH OVIR

- *Konkurenčno pravo se ukvarja s problemi, ki se pojavijo, ko ima eno ali več podjetij tržno moč*
- *Konkurenčne ovire zmanjšujejo možnost pridobitve (krepitve) tržne moči*

Konkurenčne ovire so:

- **Zamenljivost povpraševanja**
- **Zamenljivost ponudbe**
- **Potencialna konkurenca**

Katere pridejo v poštev pri določanju UT?

- ◉ *Namen upoštevnega trga je torej določiti tiste konkurenčne ovire, s katerimi se sooča podjetje in ki nastopijo v razumnem času*
- ◉ *Tako vključuje vse tiste substitute in območja, ki pomenijo pomembno konkurenčno oviro zadevnemu proizvodu ali območju*

UPOŠTEVNI PROIZVODNI TRG

Definicija:

Upoštevni proizvodni trg obsega tiste proizvode/storitve, ki se z vidika potrošnikov smatrajo za nadomestljive ali zamenljive glede na značilnosti proizvodov, njihove cene ali uporabe

Zamenljivost povpraševanja

- Tradicionalna metoda in ekonomska metoda

Ekonomska metoda

- SSNIP test
- Gre za hipotetično manjše, vendar pomembno in ne zgolj prehodno zvišanje cene proizvoda (5 – 10%)
- Ali bi kupci proizvoda A kupili proizvod B, če se cena A zviša za 5%?
- Če se zvišanje cene ne izkaže za dobičkonosno, A in B tvorita isti upoštevni trg in obratno
- Test se uporablja ponavljajoče, dokler se zvišanje cene monopolista ne izkaže za dobičkonosno

Tradicionalna metoda

- ◉ *Fizične značilnosti in končna uporaba proizvodov (Renault/Volvo, United Brands, Nestlé/Perrier, Laško/Union)*
- ◉ *Potrošniške preference (Nestlé/Perrier)*
- ◉ *Razlike v cenah (Nestlé/Perrier)*
- ◉ *Ovire in stroški (Eridianal/ISI; sladkorna pesa in izoglukoza)*
- ◉ *Druge*

Zamenljivost ponudbe

- ◉ *Proizvoda morda ni vredno monopolizirati tudi zato, ker se na zvišanje cene lahko odzovejo ponudniki*
- ◉ *Je možnost proizvajalcev določenega proizvoda, da preusmerijo proizvodnjo na drug proizvod, pri čemer morata biti izpolnjena naslednja pogoja:*
 - > *Da se to zgodi v kratkem času*
 - > *Brez večjih tveganj ali večjih dodatnih stroškov*
- ◉ *Primer Torras/Sarrió – papir*

UPOŠTEVNI GEOGRAFSKI TRG

- *Lokalni trgi*
- *Nacionalni trgi*
- *Regionalni trgi*
- *Svetovni trgi*

Definicija:

Upoštevni geografski trg predstavlja tisto območje, na katerem so objektivni konkurenčni pogoji, ki se nanašajo na zadevni proizvod, zadostno homogeni

- *Ne upoštevajo se geografska območja, kjer so konkurenčni pogoji pomembno različni – primer United Brands*

- ◉ *Določa se po podobnih principih kot upoštevni proizvodni trg*
- ◉ *SSNIP test*
- ◉ *Drugi dejavniki (regionalne razlike, cene, potrošniške preference, transportni stroški...)*
- ◉ *Na strani povpraševanja*
- ◉ *Na strani ponudbe*

POJEM PODJETJA IN OMEJEVANJE KONKURENCE S SPORAZUMI

PODJETJE

- Kdo so osebe, ki so zavezane ravnati po pravilih KP?
- Subjekt, ki opravlja **gospodarsko dejavnost**, ne glede na pravnoorganizacijsko obliko ali lastninsko pripadnost – podjetje
- Pomembna je **narava dejavnosti** in ne narava osebe
- V pojem podjetja sodijo tudi **podjetniška združenja**, ki sicer neposredno ne opravljajo gospodarske dejavnosti, lahko pa vplivajo na ravnanje podjetij na trgu (Združenje bank, turističnih agencij, lekarniška zbornica...)
- Sem lahko sodijo tudi **javna podjetja in druge osebe javnega prava**, ki opravljajo gospodarsko dejavnost

Kaj je gospodarska dejavnost?

- ◉ *Tista dejavnost, ki se opravlja proti plačilu na trgu*
 - *Proti plačilu*
 - *Na trgu*

- ◉ *V pojem podjetja sodijo: posamezniki, svobodni poklici, športne organizacije itd.*
- ◉ *Za pravilno določitev osebne veljavnosti ZPOmK pa je treba upoštevati še 7. poglavje tega zakona v zvezi s t. i. državnim omejevanjem konkurence*
- ◉ *Organi RS, lokalne skupnosti, osebe z javnimi pooblastili*

DOKTRINA EKONOMSKE ENOTE

- ◉ Pomembno zlasti za uporabo 6. člena ZPOmK-1 oz. člena 101 (PDEU) – omejevanje konkurence s sporazumi
- ◉ Ta določba se ne uporablja za spore med podjetji, ki tvorijo ekonomsko enoto.
- ◉ Podjetja morajo biti ekonomsko samostojna – morajo biti avtonomna pri določanju svojih ravnanj na trgu
- ◉ Primer: družba mati – družba hči; pravi agencijski sporazumi (finančno ali komercialno tveganje agenta)
- ◉ Primer Viho proti Komisiji iz sodne prakse EU

- ◉ *Ta doktrina ima pomemben vpliv*
- ◉ *Dogovori med osebami znotraj ekonomske enote niso sporazumi ali usklajena ravnanja v smislu 6. člena ZPOmK-1 /člena 101(1) PDEU – gre le za notranjo prerazdelitev nalog*
- ◉ *Ne gre za kršitev pravil konkurenčnega prava*
- ◉ *Take osebe se smatrajo za eno stranko sporazuma*

OMEJEVANJE KONKURENCE S SPORAZUMI, SKLEPI PODJETNIŠKIH ZDRUŽENJ IN USKLAJENIMI RAVNANJI

- Prva oblika podjetniškega omejevanja konkurence
- 6. člen ZPOmK-1 – povzet po členu 101 PDEU / razlike!
 - > Vpliv na trgovino med DČ EU
 - > Pravilo o dokaznem bremenu za izjeme
- Pomembna še 7. in 8. člen ZPOmK-1
- Tendenca podjetij po sodelovanju
- Namen: preprečitev sodelovanja med podjetji – podjetja naj sprejemajo svoje odločitve samostojno
- Ta člen prepoveduje skupna ravnanja podjetij

6. člen ZPOmK-1

(1) Prepovedani in nični so sporazumi med podjetji, SPZ in UR, katerih cilj ali učinek je preprečevati, ovirati ali izkrivljati konkurenco na ozemlju RS.

(2) Zlasti je prepovedano:

- neposredno ali posredno določati nakupne ali prodajne cene ali druge poslovne pogoje;
- omejevati ali nadzirati proizvodnjo, prodajo, tehnični razvoj ali naložbe;
- določati v razmerjih z drugimi sopogodbeniki neenake pogoje za enakovrstne izpolnitve, če je s tem sopogodbenik postavljen v konkurenčno slabši položaj;
- pogojevati sklenitev pogodbe s tem, da sopogodbeniki sprejmejo še dodatne izpolnitve, ki po svoji naravi ali po trgovinskih običajih nimajo zveze s predmetom te pogodbe;
- razdeliti trg ali vire nabave med udeleženci.

(3) Prvi odstavek tega člena se ne uporablja za sporazume, če prispevajo k izboljšanju proizvodnje ali razdelitve dobrin ali če pospešujejo tehnični in gospodarski razvoj, pri tem pa zagotavljajo uporabnikom pravičen delež doseženih koristi. Vendar ti sporazumi, sklepi ali usklajena ravnanja ne smejo:

- nalagati udeležnim podjetjem omejitev, ki niso nujne za doseganje navedenih ciljev, in
- dajati udeležnim podjetjem možnosti, da bi izključila pomemben del konkurence glede predmetov pogodbe.

(4) Podjetje, ki se sklicuje na prejšnji odstavek, nosi dokazno breme, da so pogoji iz tega odstavka izpolnjeni.

To določbo lahko razdelimo na štiri dele:

- Prepoved omejevanja konkurence s sporazumi, SPZ in UR
- Navedba tipičnih primerov
- Izjeme od prepovedi
- Dokazno breme glede izjeme

Gre za generalno klavzulo z dodanimi primeri

ANALIZA

- ◉ Podjetje
- ◉ Sodelovanje med samostojnimi podjetji
- ◉ Cilj ali učinek je omejevanje konkurence
- ◉ Ničnost

SPORAZUM, SKLEPI IN USKLAJENA RAVNANJA

SPORAZUM

- > Široka interpretacija: izražanje skupne namere, da se na trgu deluje na določen način
- > Obstoj soglasja med vsaj dvema podjetjema / oblika ni pomembna, tudi pravno nezavezujoči dogovori, zadošča že sklenitev sporazuma
- > Horizontalni (primeri: dobri, slabi), vertikalni
- > Kartel

SKLEPI PZ

- > Enostranski akti, ki nastanejo po volji organizacije in ne podjetij, ki so združena v tej organizaciji
- > Skupna volja je posredna
- > Priporočila združenja – praksa UVK: Združenje turističnih agencij Slovenije (306-77/2005):
 - Sporni sklepi so se nanašali na določanje višine prijavnine, ki je obsegala stroške ob rezervaciji, ki jih je imela turistična agencija z izvedbo rezervacije, in stroške, ki so bili s tem posredno povezani
 - Priporočena višina prijavnine
 - Dolžnost izvrševanja sklepov
 - Sankcije

USKLAJENA RAVNANJA

- > Namen: tudi za tiste oblike, ki ne dosegajo stopnje sporazuma
- > Podjetja konkurenco zavestno nadomestijo s sodelovanjem, da se izognejo poslovnim tveganjem
- > Prepoved kakršnegakoli stika med podjetji, katerega cilj ali učinek je bodisi vplivati na ravnanje dejanskega ali potencialnega konkurenta bodisi mu razkriti, kako namerava ravnati v prihodnosti
- > Elementi UR:
 - Obstoj stika med podjetji
 - Obstoj soglasja med podjetji po sodelovanju
 - Ravnanje na trgu

- > Ali za obstoj UR zadoščajo že posredni dokazi?
- > Podjetja enako ravnajo: posledica stika med njimi ali normalnega tržnega razvoja – vzporedno ravnanje
 - Enako ravnanje nujno ne pomeni UR; je pa lahko močan dokaz tega, če vodi do pogojev konkurence, ki se ne skladajo z normalnimi pogoji na trgu - ICI proti Komisiji (proizvajalci barvil)
 - Če je torej sodelovanje edina razlaga za enako ravnanje, gre za UR
- ◉ Primer UVK glede bančnih provizij (306-14/2006)
- ◉ Primer UVK – Elektrodistributerji (306-168/2007)

CILJ ALI UČINEK

- Alternativna zahteva – princip alternativnosti med ciljem in učinkom
- Oceno sporazuma je treba opraviti v dejanskem kontekstu, v katerem bi se konkurenca pojavila v odsotnosti sporazuma z vsemi omejitvami, ki jih vsebuje:
 - > vpliv na inter-brand K (K med dobavitelji različnih znamk)
 - > vpliv na intra-brand K (K med distributerji enake znamke)
- Če ima sporazum za cilj omejevanje konkurence, potem ni potrebe po ugotavljanju učinkov
- Po cilju: hard-core omejitve konkurence – lahko tudi v vertikalnih sporazumih: Consten in Grundig proti Komisiji
- Sporazum omejuje konkurenco po učinku:
 - > Ni domneve o protikonkurenčnih učinkih
 - > Sporazum mora povzročiti neg. učinke na cene, proizvedeno količino, inovacije... (TRŽNA MOČ)
 - > Zahteva analizo upoštevnega trga, naravo proizvodov, položaj strank, tržni položaj konkurentov, kupcev, obstoj potencialnih konkurentov...

- ◉ Pomožne omejitve (ancillary restraints)
- ◉ Omejitve konkurence, ki so neposredno povezane in nujne za izvršitev temeljnih transakcij, ki ne omejujejo konkurence, in so tem tudi sorazmerne
- ◉ Delijo usodo sporazuma
- ◉ Primer frizerskega salona

Omejitve majhnega pomena – 7. čl. ZPOmK-1/Obvestilo Komisije de minimis

- *Ne gre za omejevanje konkurence, če sporazum ne omejuje konkurence znatno*
- *Upoštevajo se naslednji dejavniki: tržni delež, posamezne klavzule in t. i. mrežni učinki enakih ali podobnih sporazumov*
- **Tržni delež:** *za horizontalne sporazume ne sme presegati 10%, za vertikalne 15%, za mešane 10%*
- **Klavzule, ki ne smejo biti prisotne:**
 - *Določanje cen ali omejevanje proizvodnje ali prodaje in razdelitev trgov – v primeru HS*
 - *Določanje cen in podelitev teritorialnega varstva – v primeru VS*

- ◉ **Mrežni učinki:**

- ◉ *V primeru obstoja kumulativnih učinkov so pragovi tržnih deležev znižani na 5%*

- ◉ *Kdaj so mrežni učinki podani?*

IZJEME OD PREPOVEDI OMEJEVANJE KONKURENCE – 3.

odst. 6. čl. ZPOmK-1/člen 101(3) PDEU

- ◉ Ugotavljanje pozitivnih učinkov sporazuma – prokonkurenčni učinki – tehtanje z negativnimi
- ◉ Kateri S lahko koristijo izjemo?
- ◉ Izpolnitev štirih pogojev (dveh pozitivnih in dveh negativnih):
 - > Učinkovitost – stroškovne, kvalitativne
 - > Pravičen delež koristi potrošnikom
 - Pojem potrošnik
 - Časovni zamik koristi
 - > Nesorazmernost omejitve: omejevalni S je nujen za doseganje U
 - > Izključitev pomembnega dela konkurence
 - Sporazum ne sme voditi do izključitve konkurence
- ◉ Uporabi se lahko za:
 - > Posamezne sporazume
 - > Skupine sporazumov – skupinske izjeme

SKUPINSKE IZJEME ZA DOLOČENE KATEGORIJE SPORAZUMOV

- ◉ *Uvedene še v času obstoja dodeljevanja posamičnih izjem*
- ◉ *Namenjene razbremenitvi konkurenčnih organov*
- ◉ *Urejene v 8. členu ZPOmK-1 in posameznih Uredbah EU*
- ◉ *Nov pristop: zasnovan na ekonomskih principih in ne več na principu klavzul (t. i. clause - based approach)*
- ◉ *Princip klavzul – kritika: formalizem in togost*
- ◉ *Vključuje dopusten prag tržnega deleža in listo črnih klavzul – kompromis med ekonomskim pristopom in pravno varnostjo*
- ◉ *Skupinske izjeme so pisane tako, da izpolnjuje vse pogoje v III. odst. 6. člena ZPOmK-1 oz. členu 101(3) PDEU*

POMEMBNEJŠE UREDBE EU O SKUPINSKIH IZJEMAH

- Uredba Komisije 330/2010 o uporabi člena 101 (3) PDEU za kategorije vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj
- Uredba Komisija 118/2010 o uporabi člena 101 (3) PDEU za kategorije sporazumov o specializaciji
- Uredba Komisije 1217/2010 o uporabi člena 101 (3) PDEU za kategorije sporazumov o raziskavah in razvoju
- Uredba Komisije 772/2004 o uporabi člena 81 (3) PES za kategorije sporazumov o prenos tehnologije
- Uredba Komisije 461/2010 o uporabi člena 101 (3) Pogodbe o delovanju Evropske unije za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj v sektorju motornih vozil

VAJA

- ◉ Stranke sklenejo sporazum, ki po 6/1 ZPOmK-1 omejuje konkurenco.
- ◉ Ali obstaja možnost veljavnosti sporazuma v luči konkurenčnega prava? Kakšna je pot?

ZLORABA PREVLADUJOČEGA POLOŽAJA

9. člen ZPOmK-1:

(1) Prepovedana je zloraba prevladujočega položaja enega ali več podjetij na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu.

(2) Podjetje ali več podjetij ima prevladujoč položaj, kadar lahko v znatni meri ravna neodvisno od konkurentov, strank ali potrošnikov.

(3) Urad pri ugotavljanju prevladujočega položaja upošteva zlasti tržni delež, možnosti za financiranje, pravne ali dejanske vstopne ovire, dostop do dobaviteljev ali trga in obstoječo ali potencialno konkurenco.

(4) Zlorabo prevladujočega položaja pomenijo zlasti:

– posredno ali neposredno določanje nepoštenih prodajnih ali nakupnih cen ali drugih nepoštenih poslovnih pogojev;

– omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega napredka v škodo potrošnikov;

– uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi sopogodbeniki, če je s tem sopogodbenik postavljen v konkurenčno slabši položaj;

– zahteva, da se za sklepanje pogodb sprejmejo dodatne obveznosti, ki po svoji naravi ali glede na trgovinske običaje niso povezane s predmetom teh pogodb.

(5) Šteje se, da ima podjetje prevladujoč položaj, če je njegov tržni delež na trgu Republike Slovenije višji od 40 odstotkov.

(6) Šteje se, da ima dvoje ali več podjetij prevladujoč položaj, če je njihov tržni delež na trgu Republike Slovenije višji od 60 odstotkov.

Člen 102 PDEU – za primerjavo

Kot nezdržljiva z notranjim trgom je prepovedana vsaka zloraba prevladujočega položaja enega ali več podjetij na notranjem trgu ali njegovem znatnem delu, kolikor bi lahko prizadela trgovino med državami članicami.

Takšna zloraba je zlasti:

- (a) neposredno ali posredno določanje nepoštenih nakupnih ali prodajnih cen ali drugih nepoštenih pogojev poslovanja;
- (b) omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega razvoja na škodo potrošnikov;
- (c) uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi trgovinskimi partnerji, ki slednje postavlja v podrejen konkurenčni položaj;
- (d) sklepanje pogodb, ki sopogodbnikom narekujejo sprejetje dodatnih obveznosti, ki po svoji naravi ali glede na trgovinske običaje nimajo nikakršne zveze s predmetom takšnih pogodb.

Elementi

- ◉ 9. čl. ZPOmK-1 / člen 102 PDEU se osredotoča na enostranska ravnanja podjetij, ki imajo veliko tržno moč
- ◉ Posebna odgovornost določenih podjetij
- ◉ Formalistični pristop proti ekonomskemu pristopu
- ◉ Elementi:
 - > Obstoj enega ali več podjetij (pojem podjetja)
 - > Obstoj prevladujočega položaja
 - > Zloraba prevladujočega položaja
- ◉ Težavna določitev druge in tretje predpostavke
- ◉ Centralno vprašanje te določbe: ali ima podjetje PP?

PREVLADUJOČ POLOŽAJ

- Ni sinonim za monopolni položaj
- Se splošno definira kot položaj take ekonomske moči podjetja, ki mu omogoča preprečiti učinkovito konkurenco na trgu, zaradi česar lahko v znatni meri ravna neodvisno od konkurentov, strank ali potrošnikov
- Prevladujoč položaj ni prepovedan, prepovedana je njegova zloraba
- Ločimo med posamičnim in kolektivnim prevladujočim položajem

Ali ima podjetje prevladujoč položaj?

- ◉ **Določitev upoštevnega trga**
- ◉ **Ocena tržne moči podjetja**

OCENA TRŽNE MOČI

- Dejavniki:
 - > Tržni delež (večji je, večja je možnost PP)
 - > Moč konkurentov
 - > Vstopne ovire (pravne ali administrativne ovire, nepovratni stroški, stroški odjemalcev pri zamenjavi dobavitelja)
 - > Drugi dejavniki (superiorna tehnologija, dostop do kapitala, vertikalna povezanost in dobro razvit distribucijski sistem, diferenciacija proizvodov...)
- Domneva o obstoju posamičnega PP v ZPOmK: več kot 40 %

KOLEKTIVNI PREVLAJUJOČ POLOŽAJ

- V tem primeru ima dvoje ali več neodvisnih podjetij skupaj PP
- Taka podjetja morajo delovati kot kolektivna enota (na to kažejo različni dejavniki, npr. narava in pogoji sporazuma)
- Obstoj določene vezi med podjetji (pogodbene narave, strukturne narave)

- KPP lahko obstaja tudi v odsotnosti tega
- Tukaj pridejo predvsem v poštev dejavniki na oligopolnih trgih, za kar pa se zahteva izpolnitev sledečih pogojev (*Airtours proti Komisiji*):
 - > Možnost nadzorovanja drug drugega
 - > Obstoj t. i. zastraševalnih mehanizmov
 - > Konkurenti, ki niso udeleženi v K, kupci ali potencialni konkurenti ne morejo ogroziti izvrševanja njihove skupne strategije
- Domneva v ZPOmK: 60 %

Zloraba prevladujočega položaja

- ZPOmK ne določa definicije, samo primeroma našteva najbolj tipične primere zlorab
- Je objektivni pojem (namen se predpostavlja)
- Ločimo med:
 - > Izključevalnimi zlorabami – vpliv na konkurente in posreden vpliv na blaginjo potrošnika
 - > Izkoriščevalskimi zlorabami – vpliv na blaginjo potrošnika
- Navodila Komisije glede prednostnih nalog pri izvrševanju člena 82 PES (102 PDEU) glede izključevalnih zlorab
- Primeri zlorab:
 - > Pretirano visoke cene (United Brands)
 - > Roparske cene
 - > Diskriminatorne cene (United Brands)
 - > Rabati (dopustni in nedopustni); npr. popust, če se pri PP opravijo vsi nakupi
 - > Vezani posli
 - > Zavrnitev dobave – doktrina nujnih zmogljivosti (ne obstajajo zamenljive zmogljivosti)
 - > ...

NEKATERI PRIMERI: ZAVRNITEV DOBAVE IN DOKTRINA NUJNE ZMOGLJIVOSTI

- Primer *Commercial Solvents*
- Primer *Oscar Bronner/Mediaprint*:
 - > Zavrnitev izključi vso konkurenco; dostop mora biti nujno potreben za opravljanje dejavnosti; ni dejanskega ali potencialnega substituta; ni objektivno opravičljivega razloga
- Primer *Magill*
 - > Ne obstaja substitut tedenskemu TV sporedu, po katerem obstaja potencialno povpraševanje potrošnikov; zavrnitev prepreči pojav novega proizvoda; ni opravičljivega razloga; PP si pridrži sekundarni trg tedenskih TV sporedov z izključitvijo vse konkurence na trgu
- Navodila Komisije: zavrnitev se nanaša na proizvod, ki je objektivno potreben za učinkovito konkuriranje; verjetnost odprave učinkovite konkurence; zavrnitev bo škodila potrošnikom

VEZANI POSLI

- Vezani posli
- Zavezujoč proizvod – vezan proizvod
- Običajne prakse podjetij – vendarle pozor za podjetja s PP
- Prepoved pogojevanja sklepanja poslov s sprejemom dodatnih obveznosti, ki po svoji naravi ali poslovnih običajih nimajo nobene povezave s predmetom pogodbe (9. čl. ZPOmK)
- Pogoji: PP na trgu zavezujočega proizvoda; zavezujoč in vezan proizvod sta samostojna proizvoda, protikonkurenčni učinki
- Primer *Hilti proti Komisiji*
- Primer *Microsoft proti Komisiji*
- Slovenska praksa: primer *Pogrebno podjetje Maribor*: pogojevanje najema grobov z nabavo nagrobnika – izstop konkurentov s trga komercialnih pogrebnih storitev

ROPARSKE CENE

- ◉ **Prodaja z izgubo**
- ◉ **Ugotovitev obstoja RC temelji na analizi stroškov**
- ◉ skupni stroški: vsi stroški proizvodnje (fiksni in variabilni)
- ◉ povprečni skupni stroški (PSS): skupni stroški proizvodnje ene enote (stroški deljeni s številom proizvedenih enot)
- ◉ povprečni variabilni stroški (PVS): variabilni stroški pri proizvodnji ene enote
- ◉ mejni stroški: stroški proizvodnje dodatne enote proizvedene količine
- ◉ dolgoročni povprečni mejni stroški (DPMS): povprečje vseh fiksnih in variabilnih stroškov, ki nastanejo pri proizvodnji določenega proizvoda
- ◉ izogibni stroški: stroški, ki bi se jim podjetje lahko izognilo, če ne bi proizvedlo določene količine (dodatnih) proizvodov, torej količine, ki naj bi bila predmet zlorabe
- ◉ povprečni izogibni stroški (PIS): izogibni stroški pri proizvodnji ene enote

- ◉ Prodaja po nizkih cenah sama po sebi ni protikonkurenčna: razlikovanje med situacijami, ko so nizke cene posledica učinkovitega delovanja podjetja, in ko to niso
- ◉ Roparske cene: začasno zaračunavanje posebno nizkih cen zaradi pridobivanja dobička na dolgi rok in z namenom izključitve konkurence
 - > Dve fazi: najprej nizke cene, nato visoke cene!
- ◉ Takojšnji negativni učinki za potrošnike niso zaznavni, ampak imajo kratkoročno ravno nasprotni učinek
- ◉ Ali so roparske cene sploh racionalne?

Različni pristopi dojemanja RS

◉ Harvardska šola:

- > Areeda in Turner test: stroškovni test za presojo roparskih cen – izhodišče so mejni stroški/vendar PVS kot najboljši nadomestek / cene po ali nad PVS-domnevno zakonite, pod PVS-domnevno nezakonite
- > Kritika tega testa
- > Test, ki ne temelji na stroških, kombinacija stroškovnega testa in drugih dejavnikov, test preliminarne ocene strukture trga

◉ Čikaška šola:

- > Roparske cene so iracionalna strategija

◉ Post-čikaška šola:

- > Roparske cene so pogosto racionalna strategija in niso nujno povezane z mejnimi stroški

- ◉ ZDA: prednost čikaškemu modelu (primer Matsushita Electric Industrial v. Zenith Radio, 475 us 574, 106 s Ct 1348) – prodaja pod stroški plus verjetnost pokritja izgube

Roparske cene v praksi – SEU:

- **AKZO proti Komisiji (C-62/86):**
 - Zavrnitev Areeda/Turner testa
 - Sprejem dvojnega testa:
 - Cene pod PVS: domneva roparskih cen
 - Cene nad PVS, vendar pod PSS: nezakonite, če so del načrta, katerega namen je omejevanje konkurentov
- **Tetra Pak (C-333/94 P):**
 - V ITA prodaja pod PVS
 - Dokaz, da so bile cene posledica namerne politike po omejevanju konkurence
 - SEU potrди obstoj dveh testov iz AKZO in jih dodatni pojasni:
 - cene pod PVS – zloraba
 - cene nad PVS, vendar pod PSS, so lahko zloraba le, če obstaja namen po izključitvi konkurentov
 - dokaz o nameri je potreben, da se dokaže škodovanje konkurence/enako učinkovit konkurent

- **Pogoji za zlorabo z RC so torej:**
 - Obstoje prevladujočega položaja
 - Cenovni test
 - Namera o izključitvi konkurentov
- Ali se za obstoj zlorabe z roparskimi cenami zahteva verjetnost, da bo podjetje s PP pokrilo izgubo v prihodnosti?
- ◉ To vprašanje je centralnega pomena pri dokazovanju, da so roparske cene lahko racionalna strategija podjetja s PP
 - Upošteva se kot pogoj za obstoj zlorabe v ZDA
 - Tetra Pak II: SEU ni navedlo, da se pokritje izgube nikoli ne zahteva kot pogoj za zlorabo, ampak da v okoliščinah danega primera to ni primerno
- **France Telecom proti Komisiji (C-202/07 P):**
 - Verjetnost pokritja izgube v prihodnosti?
 - SEU ni sprejelo kot pogoj za obstoj zlorabe PP, lahko pa se upošteva pri celotni presoji kot relevantni faktor

Roparske cene in Navodila Komisije 102 PDEU

- ◉ Navodila glede prednostnih nalog izvrševanja Komisije pri uporabi člena 82 PES (102 PDEU) za izključevalna ravnanja, s katerimi podjetja zlorablajo svoj položaj
- ◉ Cilj: PP ne smejo škodovati učinkoviti konkurenci zaradi protikonkurenčnega omejevanja dostopa svojim konkurentom in tako škodljivo vplivati na blaginjo potrošnikov.
- ◉ Za izključevalna ravnanja na podlagi cene se uporablja enotni test: test enako učinkovitega konkurenta
 - > Če lahko cena privede do omejevanja dostopa do trga enako učinkovitemu konkurentu, Komisija napravi splošno oceno protikonkurenčnega omejevanja dostopa, pri čemer upošteva tudi druge kvalitativne in kvantitativne dejavnike
- ◉ Povprečni izogibni stroški (PIS) in dolgoročni povprečni mejni stroški (DPMS)
 - > SEU: PVS – razmerje do PIS

DPMS kot izhodišče

- Upoštevajo se fiksni in variabilni stroški
- V določenih sektorjih, kjer so fiksni stroški visoki, variabilni pa nizki
 - > *Obvestilo Komisije o uporabi pravil konkurence pri sporazumih o dostopu v telekomunikacijskem sektorju*
- V primeru obstoja zakonskega monopola – Deutsche Post (2001)

- ◉ Komisija ukrepa, če PP oblikuje roparske cene in pri tem kratkoročno namerno beleži izgube ali se odreka dobičku, da bi enemu ali več svojim dejanskim ali potencialnim konkurentom omejilo dostop (ali verjetnost tega) z namenom okrepitve ali ohranitve tržne moči, potrošnikom pa bi bila s tem povzročena škoda
- ◉ Ugotovitev nastanka izgube
 - > izguba nastane, če ima PP izgubo, ki bi se ji lahko izognilo
 - > Izhodišče so PIS
- ◉ Ugotovitev protikonkurenčnega učinka
 - > Analiza enako učinkovitega konkurenta: tem se omeji dostop do trga, če so cene pod DPMS
 - > Ni treba dokazati, da so konkurenti zapustili trg
 - > Verjetnost nastanka škode za potrošnike, če lahko PP razumno pričakuje, da bo imelo koristi zaradi poslovanja z izgubo

Temeljna načela RC

- Cene pod PIS: zloraba / ne zahteva se izključevalna namera
- Cene nad PIS, vendar pod PSS: zloraba, če je izkazana izključevalna namera
- Za ugotovitev zlorabe se ne zahteva dokaz o tem, da so konkurenti zapustili trg
- Ne zahteva se dokaz o pokritju izgube v prihodnosti – razlika do ZDA!
- Malo verjetna je uporaba učinkovitosti, ki bi pretehtali negativne učinke na konkurenco
- Dominantna podjetja nimajo absolutne pravice, da prilagodijo svoje cene cenam konkurentov, če bi tako prilagajanje pomenilo zlorabo

ZLORABA PP IN OBJEKTIVNO OPRAVIČLJIVI RAZLOGI

Zloraba predvsem tisto ravnanje, ki ne temelji na ekonomski učinkovitosti podjetja s PP

- Objektivno upravičenje (razlog učinkovitosti in drugi razlogi, npr. poslovni)

NADZOR KONCENTRACIJ

Izr. prof. dr. Martina Repas

ZPOmK-1

- ◉ Združevanja podjetij (prevzemi, združitve)
- ◉ Koncentracije so v ZPOmK-1 urejene na dveh mestih:
 - > Členi 10-11
 - > Členi 42-53
 - > Člen 3 (obrazložitev nekaterih pojmov)
- ◉ V EU: Uredba 139/2004 o nadzoru koncentracij – temeljni predpis in druge uredbe Komisije in nezavezujoči akti
- ◉ Gre za *ex ante* nadzor
- ◉ Vnaprej preprečiti kopičenje tržne moči – gre za nadzor strukture trga

Namen nadzora koncentracij

- *Omogočiti konkurenčnim organom reguliranje sprememb v tržni strukturi z odločitvijo, ali se dvoje ali več podjetij lahko združi (v najširšem smislu)*

- Kakšni so motivi za povezovanje podjetij?
- Kakšne so prednosti takega povezovanja?
- Kakšne so slabosti?

VRSTE KONCENTRACIJ

- ◉ Horizontalne
- ◉ Vertikalne
- ◉ Konglomeratne (diagonalne)

POGOJI ZA PRIGLASITEV KONCENTRACIJE UVK

- ◉ **Obstoj koncentracije** (trajna sprememba kontrole nad podjetjem)
- ◉ **Priglasitveni kriteriji (42. čl. ZPOmK-1)**

POJEM KONCENTRACIJE

- > Združitve dveh ali več predhodno **neodvisnih podjetij** ali
- > Pridobitve **neposredne** ali **posredne** kontrole nad **podjetjem** ali njegovem **delu** preko pridobitve deležev, premoženja, s pogodbo ali na kakršenkoli drug način s strani enega ali več **podjetij** ali ene ali več **oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje**
- > Dvoje ali več podjetij ustvari skupno podjetje, ki naj bi bilo samostojen gospodarski subjekt – polno delujoče skupno podjetje

ZDRUŽITVE

- ◉ *Predstavljajo redkejšo obliko koncentracij*
- ◉ *Ciljno podjetje izgubi tako ekonomsko kot tudi pravno samostojnost*
- ◉ *Dve obliki: spojitve, pripojitve*
- ◉ *Podjetja morajo biti pred združitvijo v medsebojnem razmerju neodvisnosti*

PRIDOBITEV KONTROLE

- Pogostejša in kompleksnejša oblika koncentracije
- Neposredna in posredna kontrola
- Tudi nad delom podjetja (samostojno tržno vrednost; ustvarjanje rednega prihodka)
- Ne le podjetje, ampak tudi oseba (primer Jacobs)
- **Kontrola je centralnega pomena**
 - > Kontrola se lahko pridobi s pravicami, pogodbami ali na kakršenkoli drug način, ki skupno ali v kombinaciji in glede na upoštevanje ustreznih dejstev ali predpisov **omogočajo izvajanje odločilnega vpliva na določeno podjetje.**

- ◉ *Kdaj je podan odločilni vpliv?*
- ◉ *Zgolj možnost izvajanja odločilnega vpliva zadošča*
- ◉ *Načini pridobitve kontrole:*
 - > *Pridobitev udeležbenih pravic*
 - > *Nakup premoženja*
 - > *S pogodbo*
 - > *Drugi načini*
- ◉ *Dve obliki pridobitve kontrole*
 - > **Pridobitev posamične kontrole** (*eno podjetje, presoja s pozitivnega vidika; obstaja tudi negativna posamična kontrola*)
 - > **Pridobitev skupne kontrole** (*več podjetij, presoja z negativnega vidika*)

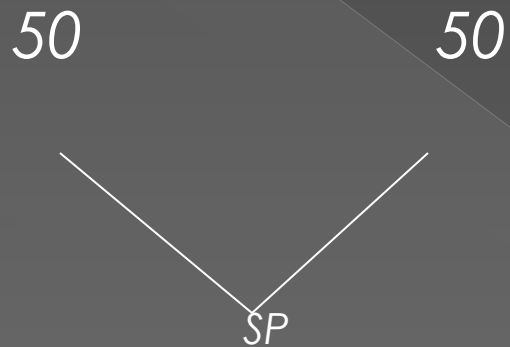
POSAMIČNA KONTROLA

- **Kontrola s pridobitvijo udeležbenih pravic**
(glasovalne pravice!)
 - > De iure: 50 plus 1 GP – IZJEME!
 - > De facto: razpršenost delnic (konstantna večina na skupščini)
- **Kontrola z nakupom ali pravico do uporabe premoženja**
 - > UVK: pridobitev poslovnega oddelka podjetja, nakup določenega programa
 - > Sposobnost samostojnega podjetniškega delovanja
- **Pridobitev kontrole na podlagi pogodbe**

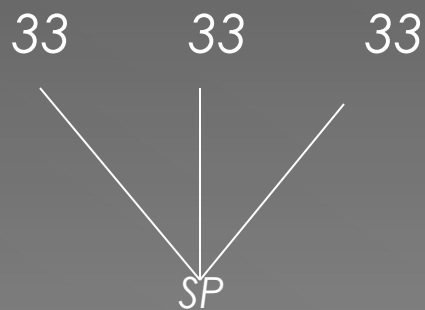
SKUPNA KONTROLA

- ◉ *Podjetje, nad katerim izvaja kontrolo dvoje ali več podjetij, se imenuje skupni podjem –skupno podjetje*
- ◉ *Tako v primeru, ko podjetja na novo ustanovijo skupno podjetje kot tudi v primeru, ko nad obstoječim podjetjem pridobijo skupno kontrolo*
- ◉ *Za določitev skupne kontrole se uporabljata dva testa:*
 - > *Test enostranskih pravic (pravilo paritete in pravilo neparitete)*
 - > *Test skupnega izvrševanja glasovalnih pravic*

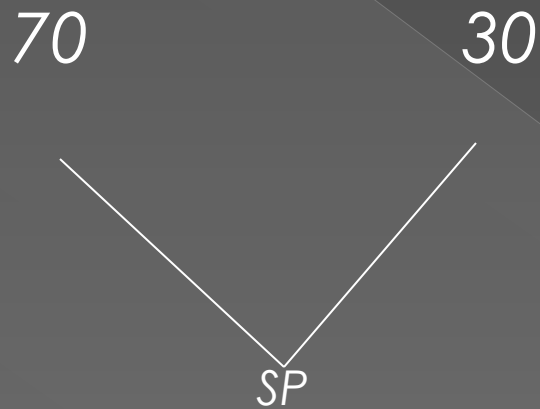
Test enostranskih pravic



● Pariteta



● Uporablja se enako pravilo kot pri nepariteti



- *Nepariteta: skupni nadzor je možen, če ima npr. podjetje s 30-odstotno pravico veta na strateško pomembne odločitve SP*
- *Pravice veta morajo biti vezane na strateške odločitve poslovne politike SP (na imenovanje managementa, na proračun, poslovni načrt, investicije)*

Test skupnega izvrševanja

- *Pridobitev skupne kontrole v odsotnosti specifičnih pravic veta*
- *Skupno uresničevanje, ki je lahko posledica enakega ravnanja (poolni sporazum) – Primer Cimos: delničarji sklenili sporazum o skupnem sodelovanju*
- *Ali pa nastane de facto (kadar obstaja močan skupni interes) – pogoj: stabilna večina*

◉ *Drugi primeri koncentracij*

> Spremembe v strukturi oz. kvaliteti kontrole

- Spremembe iz skupne v posamično kontrolo in obratno (ICI/Tioxide, Solvay/Laporte/Interox)*
- Spremembe delničarjev pri izvrševanju skupne kontrole*

Ustanovitev skupnega podjetja

- Koncentracija je tudi ustanovitev skupnega podjetja, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem
- Kriterij polno delujočega podjetja
 - > Obstoj skupne kontrole
 - > SP opravlja vse funkcije samostojnega podjetja (operativni vidik: vodenje vsakodnevnih poslov, dostop do virov...) – na trgu mora delovati kot neodvisni dobavitelj ali kupec
 - > SP mora biti ustanovljeno za daljše časovno obdobje

PRIGLASITEV

- Če je skupni letni promet v koncentraciji udeležениh podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na slovenskem trgu presegel 35 milijonov evrov

in

- Je letni promet prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na slovenskem trgu presegel 1 milijon evrov ali je letni promet v primeru, ko gre za ustanovitev skupnega podjetja vsaj v dveh v koncentraciji udeležениh podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na slovenskem trgu presegel 1 milijon evrov.

nadaljevanje

- ◉ *KOREKTIV KVANTITATIVNEMU KRITERIJU:*
Če imajo podjetja skupaj z drugimi podjetji več kot 60-odstotni tržni delež na slovenskem trgu
- ◉ *Paziti na izpolnjevanje pogojev za prigrasitev Komisiji EU – koncentracije z dimenzijami EU!*
 - > Načelo one-stop shop

Naloga

- Poiščite kriterije za opredelitev koncentracije kot koncentracije z dimenzijami EU!
- Člen 1 Uredbe 139/2004 o nadzoru koncentracij

- Kdo priglasí koncentracíjo?
 - > Osebe, ki pridobíjo kontrolo v drugem podjetju.
- V kolikšnem času jo je treba priglasiti?
 - > Pred začetkom njenega izvrševanja – najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe, objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole
- Priglasí se na posebnem obrazcu – glej Uredbo o vsebini in zahtevanih elementih obrazca za priglasitev koncentracíje podjetij
- Podjetja ne smejo izvrševati pravic in obveznosti iz K do izdaje odločbe o njeni skladnosti s pravili KP

POSTOPEK

- Upoštevajo se določbe:

- > Posebna pravila za koncentracije (42. – 53. čl.)
- > Splošna pravila postopka po ZPOmK-1
- > Smiselno se uporabljajo pravila postopka glede kršitve 6. in 9. člena
- > Določbe ZUP

- Dve fazi

1. FAZA

- K ni podrejena določbam ZPOmK-1
- Ne nasprotuje K
- Resen sum glede skladnosti s pravili konkurence

- V slednjem primeru s sklepom začne postopek.

- Odločitev v 1. fazi mora biti sprejeta v roku 25 delovnih dni od dneva popolne priglasitve

2. FAZA

- K je skladna s pravili konkurence
- K je pogojno skladna s pravili konkurence (naložitev dodatnih obveznosti in pogojev)
- K je neskladna s pravili konkurence / v tem primeru lahko UVK naloži ukrepe za odpravo učinkov nedopustne K, ki so že nastopili (razdružitvev podjetja, premoženja, prodaja deležev ipd.)
- Odločba mora biti izdana v roku 60 delovnih dni od dneva izdaje sklepa o uvedbi postopka

POGOJNO DOPUSTNA KONCENTRACIJA – korektivni ukrepi

- *Koncentracija sicer ni skladna s pravili konkurence, vendar jo UVK vseeno odobri pod pogojem njene prilagoditve*
- *Odločbo veže na določene pogoje in obveznosti, tako da ta postane skladna s pravili konkurence*
- *Stranke ponudijo določene zaveze: prodaja določenega premoženja, družbe hčere, PIL*
- *Obvestilo Komisije EU o prilagoditvah koncentracij (C 68/03)*

◎ **Splošna načela zavez:**

- > *Zagotavljati trajno rešitev konkurenčnega problema*
- > *Ne smejo ustvarjati novega konkurenčnega problema*
- > *Morajo biti učinkovite in hitro izvršljive*
- > *Natančno navedene (preizkus)*
- > *Ne smejo zahtevati dodatnega nadzorovanja po izvedbi*

VRSTE KOREKTIVNIH UKREPOV

- ◉ *Strukturni*
- ◉ *Drugi*
- ◉ *Primeri: Vodafone, Boeing/McDonnell Douglas, Novartis*

PRESOJA KONCENTRACIJ

- *Prepovedane so tiste koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju RS ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja*
- Test znatnega omejevanja konkurence / in ne več test dominance oz. PP

- ◉ *Dejavniki, ki se pri tem upoštevajo:*
 - > Izbira, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki
 - > Tržni položaj podjetij
 - > Dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga
 - > Struktura tržnih deležev
 - > Lahko so to tudi: vstopne ovire, nakupna moč (primer Enso/Stora), učinkovitosti, dejavnik insolventnosti podjetij

Ti dejavniki so navedeni zgolj primeroma

- ◉ Navodila Komisije EU o presoji horizontalnih koncentracij
- ◉ Navodila Komisije EU o presoji nehorizontalnih koncentracij

◉ 2 koraka:

- > Določitev upoštevne trga
- > Konkurenčna presoja koncentracije
 - Nekoordinirani (enostranski) učinki (večji tržni delež, večja verjetnost; podjetja v K so tesni konkurenti; alternativni dobavitelji; možnost povečanja ponudbe s strani konkurentov...)
 - Koordinirani učinki

◎ **Učinkovitosti**

- > *V korist potrošnikov*
- > *Specifična za koncentracija*
- > *Dokazljiva*

◎ **Dejavnik insolventnosti podjetja**

- > *IP bo v bližnji prihodnosti izstopilo s trga*
- > *Ne obstaja manj protikonkurenčna možnost nakupa*
- > *TD bi v vsakem primeru pridobilo drugo podjetje v K ali premoženje bi neizbežno zapustilo trg (neizogibna izguba premoženja)*

Primer Kali und Salz (IV M. 308, 1993)

Primer BASF (COMP/C. 2314, 2001)

- Podjetje Kamion, d.o.o. in podjetje Težak, d.d. se ukvarja s proizvodnjo tovornjakov s težo nad 17 ton, kar pomeni, da ti tovornjaki sodijo v kategorijo "težkih tovornjakov". Njun skupni tržni delež na trgu "težkih tovornjakov" v Sloveniji znaša približno 65%, na trgu vseh tovornjakov v Sloveniji pa 12,3%. Junija 2004 podjetje Kamion, d.o.o. pridobi 46% delnic (= 46% glasovalnih pravic) podjetja Težak, d.d.. Ostalih 54% delnic pa je razpršenih med več kot 120.000 delničarjev, pri čemer ima naslednji največji delničar zgolj 1% glasovalnih pravic.
- Podjetje Kamion, d.o.o. in Težak, d.d. menita:
- "...koncentracije ni, saj Kamion, d.o.o. nima več kot 51% glasovalnih pravic v podjetju Težak, d.d., ki je sicer pogoj za pridobitev kontrole in s tem za nastanek koncentracije."
- Poleg tega menita še:
- "...četudi gre za koncentracijo, je upoštevni trg preširok in zavzema vse tovornjake, ne glede na njihovo težo, tako da ni nobene možnosti, da bi koncentracija vodila v nastanek ali krepitev prevladujočega položaja, kar bi lahko povzročilo bistveno zmanjšanje učinkovite konkurence. Zaradi tega pa tudi ni nobene potrebe po priglasitvi koncentracije."
- Odgovorite in utemeljite na podlagi relevantnih pravil konkurenčnega prava!
 - > Ali je na podlagi pravil o nastanku koncentracij prišlo do pridobitve nadzora nad podjetjem Težak, d.d. in če je, za kakšno vrsto nadzora gre?
 - > Ali se strinjate z izjavo podjetij o priglasitvi koncentracije?