

Vladajući položaj

Jasminka Pecotić Kaufman
Sveučilište u Zagrebu, EFZG
jpecotic@net.efzg.hr






Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union







1

Što znači da poduzetnik ima vladajući položaj?



- **United Brands, 1978**
 - "vladajući položaj je položaj ekonomske snage poduzetnika zbog čega on može sprječiti održanje učinkovitog tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu jer ima moć ponašati se u značajnoj mjeri neovisno od svojih takmaca, klijenata i u konačnici svojih potrošača"
- **Neoklasična definicija monopola (SAD)**
 - Poduzetnik je monopolist ako može profitabilno povećati cijenu iznad konkurentske razine
- **Novi način tumačenja vladajućeg položaja u EU (2005.)**
 - Vladajući položaj = "značajna tržišna snaga"
 - Neoklasična definicija: moć smanjivanja količine i povećanja cijene






2

Vladajući položaj (HR ZZTN)






- Poduzetnik je u vladajućem položaju ako se zbog svoje tržišne snage može ponašati na mjerodavnom tržištu u značajnoj mjeri neovisno od svojih stvarnih ili mogućih konkurenata, potrošača, kupaca ili dobavljača, a naročito ako:
 - nema značajnijih konkurenata na mjerodavnom tržištu, i/ili
 - ima značajnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu u odnosu na stvarne ili moguće konkurente, a naročito s obzirom na:
 - tržišni udjel i položaj te vrijeme kroz koje ga ostvaruje,
 - financijsku snagu,
 - prednost u pristupu izvorima nabave ili tržištu,
 - povezanost s drugim poduzetnicima,
 - pravne ili činjenične zapreke pristupa drugih poduzetnika tržištu,
 - sposobnost nametanja tržišnih uvjeta s obzirom na njegovu ponudu ili potražnju, i
 - sposobnost isključivanja konkurenata s tržišta usmjeravanjem na druge poduzetnike


3

Vladajući položaj




- sa stajališta poduzetnika
 - sposobnost podizanja cijena bez da to dovodi do toga da njegovi konkurenti preuzmu dio klijenata
- sa stajališta kupca
 - poduzetnik u vladajućem položaju kao neizbježan poslovni partner

4

Kako izmjeriti tržišnu snagu?




- *Hoffmann-La Roche, 1979*
 - "iako važnost tržišnih udjela može varirati od tržišta do tržišta, vrlo velike tržišne udjele same po sebi treba smatrati, osim u iznimnim slučajevima, dokazom o postojanju vladajućeg položaja; poduzetnik koji tijekom određenog vremena ima vrlo visoki tržišni udio samim je time u položaju moći"

5

Presumpcija vladajućeg položaja

- AKZO, 1991
 - Ako je poduzetnikov tržišni udio veći od 50 %, a ne postoje iznimne okolnosti koje bi upućivale na suprotno, treba smatrati da je taj poduzetnik u vladajućem položaju
 - Teret dokaza je na poduzetniku da dokaže suprotno
- HR ZZTN: oboriva presumpcija o postojanju vladajućeg položaja (40% tržišnog udjela)
- Što je još relevantno?
 - Kakvi su tržišni udjeli ostalih poduzetnika?
 - Je li visok tržišni udio stabilan?

6

Prepreke za ulazak na tržište




- Sve ono što sprečava ili obeshrabruje druge poduzetnike da se pojave na tržištu
 - tehnološka prednost u odnosu na druge (superiorna tehnologija), pristup sirovinama, proizvodnja širokog asortimana /ekonomija opsega/, ekonomija razmjera, propisom dano isključivo pravo, pravo intelektualnog vlasništva, vertikalna integriranost i razvijen sustav distribucije
- Analiza udjela na tržištu pruža statičnu sliku uvjeta u kojima se odvija tržišno natjecanje
- Na dinamiku procesa tržišnog natjecanja utječe i mogućnost ulaska na tržište novih poduzetnika i izlaska poduzetnika s tržišta, pa postojanje vladajućeg položaja ovisi i o visini prepreka za ulazak na tržište
- Ako je ulazak na tržište jednostavan, tržišni udjeli nisu indikatori tržišne snage




7

Posebna odgovornost



- *Michelin, 1985*
 - Samo postojanje vladajućeg položaja nije nezakonito, ali poduzetnik u vladajućem položaju ima posebnu odgovornost ne dozvoliti da njegovo ponašanje ugrozi tržišno natjecanje na zajedničkom tržištu



8
