



Република Србија  
КОМИСИЈА ЗА ЗАШТИТУ  
КОНКУРЕНЦИЈЕ  
Број: 1/0-06-523/09-2  
Датум: 16.12.2009. године  
Београд

**Трговинско предузеће ГОРЕЊЕ д.о.о. Београд**  
Милутина Миланковића бр. 7  
11 070 Нови Београд

**ПРЕДМЕТ:** Мишљење у вези са применом прописа у области заштите конкуренције

Захтевом од 19.11.2009. године, примљеним у Комисију за заштиту конкуренције дана 26.11.2009. године, тражили сте мишљење у вези са применом прописа у области заштите конкуренције, односно да ли је дозвољено да као произвођач беле технике достављате купцу оријентационе малопродајне цене које нису обавезујуће.

**На основу члана 21. став 1. тачка 8) Закона о заштити конкуренције („Службени гласник РС” бр. 51/09) а поводом поднетог захтева, Савет Комисије за заштиту конкуренције на 141. седници одржаној 16.12.2009. године издао је следеће мишљење.**

У складу са чланом 10. Закона о заштити конкуренције ограничавање купца од стране продавца (добављача) да утврђује властите продајне цене јесте рестриктивни споразум између учесника на тржишту који има за циљ значајно ограничавање, нарушавање или спречавање конкуренције на релевантном тржишту. Према истом члану, рестриктивни споразуми су забрањени и ништави, осим у случајевима изузећа од забране у складу са овим законом. Споразум којим се ограничава право купца да утврђује властите продајне цене не може бити изузет од забране у смислу одредаба Закона о изузимању од забране. Наметање ове обавезе купцу представља ограничење које ниједан вертикални споразум не сме да садржи. Стога је чланом 14. Закона прописано да чак ни споразуми мањег значаја не могу бити дозвољени ако је циљ вертикалног споразума одређивање цене, односно подела тржишта.

Уговарањем наведене одредбе директно се утиче на сужавање понуде производа по различитим ценама, чиме се ограничава конкуренција на тржишту продаје предметне робе, односно услуга. Ограничавање конкуренције у описаном случају односи се примарно на производе, односно услуге у оквиру тзв. *intra brand* конкуренције (конкуренције између продаваца производа исте робне марке).

Последица овако нарушене конкуренције огледа се у немогућности купаца да у својству продаваца међусобно конкуришу понудом различитих цена за исте производе, иако је интерес свих купаца да у својству појединачног продавца продају производе по што нижим ценама у односу на конкуренте. Такође се ограничава и могућност потрошача да у зависности од висине цене, изабере продавца од кога ће купити предметни производ или услугу.

За разлику од забране ограничавања купца да утврђује властите продајне цене, у складу са прописима о заштити конкуренције, продавац (добављач) има могућност да наметне купцу максималну цену за даљу продају или да препоручи цену за даљу продају (препродајну цену). Појам препоруке се мора схватити у дословном смислу, што значи да купац мора бити потпуно слободан да продаје купљени производ по цени коју сам одреди. Уговарање препоручивања продајних цена никако не сме бити повезано са било каквим условљавањем које би резултирало обавезом купца да прихвати препоручену цену као резултат извршеног притиска или понуђеног подстицаја.

ПРЕДСЕДНИЦА КОМИСИЈЕ

Проф. др Дијана Марковић Бајаловић