

Уредба о критеријумима за одређивање релевантног тржишта

Уредба је објављена у "Службеном гласнику РС", бр. 89/2009 од 2.11.2009. године.

Предмет уредбе

Члан 1.

Овом уредбом ближе се прописују критеријуми за одређивање релевантног тржишта. Релевантно тржиште у смислу ове уредбе јесте тржиште које обухвата релевантно тржиште производа на релевантном географском тржишту.

Одређивање релевантног тржишта производа

Члан 2.

Релевантно тржиште производа представља скуп робе, односно услуга које потрошачи сматрају заменивим у погледу њиховог својства, уобичајене намене и цене.

Изузетно од става 1. уколико роба/услуга нема замену, релевантно тржиште производа чини та роба, односно услуга.

Заменивост скупа робе/услуга из става 1. овог члана врши се на основу критеријума процене могућности одређења купаца за куповину друге робе или услуга које су замена за предметну робу или услугу (у даљем тексту: супституција тражње).

Изузетно од става 3. заменивост скупа робе/услуга из става 1. овог члана врши се на основу критеријума процене могућности других учесника на тржишту да у кратком року и без већих трошкова понуде предметну робу или услугу (у даљем тексту: супституција понуде).

Процена могућности супституције тражње за одређивање релевантног тржишта производа

Члан 3.

Могућност супституције тражње на тржишту производа процењује се на основу свих расположивих података, а нарочито података о:

- 1) особинама робе или услуга и њиховој намени;
- 2) висини трошкова које би купци сносили због одређења за робу или услуге - супституте;
- 3) резултатима испитивања спроведених међу купцима, учесницима на тржишту и стручним лицима;
- 4) резултати истраживања, студија и анализа тржишта рађених од стране независних организација које се баве истраживањем тржишта, као и од стране учесника на тржишту за сопствене потребе;
- 5) ранијем кретању нивоа цена и њиховом утицају на ниво тражње, којима располажу домаће и стране организације које се баве пословима статистике;
- 6) резултатима спроведених тестова еластичности тражње, корелације цена и др.

Процена могућности супституције понуде за одређивање релевантног тржишта производа

Члан 4.

Могућност супституције понуде на тржишту производа процењује се на основу свих расположивих података, а нарочито података о:

- 1) висини трошкова које би други учесници на тржишту сносили због одређења за понуду робе или услуга - супститута;
- 2) природи производних и дистрибутивних процеса;
- 3) обиму неискоришћених капацитета у одговарајућој привредној грани;
- 4) пословним плановима и стратегијама могућих учесника на тржишту за улазак на тржиште;
- 5) мишљењима постојећих учесника на тржишту о економској снази могућих учесника на тржишту;
- 6) мишљењима независних стручњака и стручних организација о вероватноћи и изводљивости супституције понуде,

- 7) ранијем кретању нивоа цена и његовом утицају на супституцију понуде којима располажу домаће и стране организације које се баве пословима статистике;
- 8) склоностима купаца у погледу куповине робе или услуга - супститута;
- 9) супституцији понуде на одговарајућим тржиштима у другим државама.

Одређивање релевантног географског тржишта

Члан 5.

Релевантно географско тржиште представља територију на којој учесници на тржишту учествују у понуди или потражњи и на којој постоје исти или слични услови конкуренције, а који се битно разликују од услова конкуренције на суседним територијама.

Релевантно географско тржиште се одређује на основу критеријума процене могућности одређења купаца за куповином робе или услуга у другим релевантним географским областима (супституција тражње), односно процене могућности учесника на тржишту из других географских подручја да понуде робу или услуге (супституција понуде).

Могућност супституције тражње куповином робе или услуга у другим географским областима и супституције понуде од стране учесника на тржишту присутних у другим географским областима процењује се на основу података из чл. 3. и 4. ове уредбе, као и других расположивих података, а нарочито података о:

- 1) физичким својствима робе, а нарочито склоности пропадању и осетљивости на превоз;
- 2) висини трошкова које би купци сносили због одређења за куповину робе или услуга у другим географским областима;
- 3) висини трошкова допремања робе, односно пружања услуга, из других географских области и њиховом учешћу у јединичној цени;
- 4) времену потребном за допрему робе, односно пружање услуга из других географских области;
- 5) склоностима и навикама купаца у различитим географским областима;
- 6) особеностима у начину продаје, дистрибуције и продајне промоције робе у различитим географским областима;
- 7) токовима промета робе између појединих географских области у Републици Србији или у промету са трећим државама;
- 8) другим правним или фактичким препрекама за приступ робе или услуга и учесника на тржишту из других географских области на географску област која је предмет испитивања.

Одређивање ужег и ширег релевантног тржишта

Члан 6.

У оквиру утврђеног релевантног тржишта, може се издвојити једно или више ужих тржишта производа, односно географских тржишта, када исту робу или услуге купују категорије купаца са различитим могућностима одређења за куповину супститута.

Шире релевантно тржиште може се одредити тако да обухвати два или више релевантних тржишта производа, ако роба или услуге које припадају различитим релевантним тржиштима имају заједнички супститут.

У оквиру утврђеног релевантног географског тржишта може се издвојити једно или више ужих географских тржишта, ако су услови конкуренције на том ужем тржишту различити у односу на остала тржишта.

Шире релевантно географско тржиште може се одредити тако да обухвати два или више релевантних географских тржишта, ако поједини учесници на тржишту нуде или су у могућности да у кратком року и без великих трошкова понуде робу или услуге истовремено на више различитих географских тржишта.

Завршна одредба

Члан 7.

Ова уредба ступа на снагу осмог дана од дана објављивања у "Службеном гласнику Републике Србије".