

др *Илија* ЗИНДОВИЋ
ванредни професор Правног факултета Универзитета Привредне
академије у Новом Саду

СИСТЕМ ЕКСКЛУЗИВНЕ И СЕЛЕКТИВНЕ ДИСТРИБУЦИЈЕ И ДЕЈСТВО НА КОНКУРЕНЦИЈУ

Резиме

У овом раду аутор размајра ујицај верџикалних сџоразума (ексклузивна и селекџивна дисџрибуџија) на конкуренџију. При џоме анализира, како уџоредно-џравна решења џако и џраксу судских и уџравних орџана из овоџа домена. Масовносџ ових сџоразума указује на џихову функционалносџ у односу на друџе сџоразуме (уџворе) џрџовинскоџ џрава. Закључује, да овакви сџоразуми имају и џозиџивне и неџаџивне ефекџе. Позиџивни ефекџи се оџледају шџо џоџрошачи добијају квалиџеџније и догаџне услуже. То џосџешује конкуренџију међу различиџим џроизводима са исџом наменом. Неџаџивна сџрана ових сџоразума оџледа се у умањивању конкуренџије између џродаваца исџоџ џроизвода. Сџоџа је џравни сџаџус ових сџоразума осеџљив. По џравилу, реџулисање ових сџоразума у џравним сисџемима врши се у складу са џослеџицама које они моју џроизвесџи на џржишџу.

Кључне речи: сџоразуми, ексклузивносџ, селекџивносџ, конкуренџија, ујицај, владавина џрава.

I Увод

Територијално „искључиво“¹ дилерски однос, или како се у литератури све чешће назива, ексклузивна и селективна дистрибуција (који термин ће у даљем тексту бити коришћен) је врло честа и нормална појава у пословном свету посебно код трајних пословних односа привредних субјеката. Ту се уствари пре ради о договору између произвођача и дистрибутера (дилера), по коме се произвођач обавезује да ће дистрибутера сматрати јединим лицем овлашћеним да на одређеном тржишту пласира његову робу. Другим речима, произвођач се обавезује да за географски опредељено тржиште неће именовати другог дистрибутера, нити да ће коме другом одобравати провизију.²

Када се говори о успостављању система ексклузивне (искључиве) и селективне дистрибуције (поверавање промоције робе само дистрибутерима који испуњавају одређене услове постављене од стране произвођача) мисли се пре свега на уговорни однос између учесника, мада могу постојати случајеви тзв. оркестриране праксе.³ Овакви уговори су у многоме допринели развоју међународног трговинског права, а исти се заснива на начелима сусретних интереса учесника.⁴ С правом би се могло рећи да „уговор о ексклузивној дистрибуцији данас представља један од најчешће закључиваних уговора међународног привредног права. Масовност закључења овог уговора непосредна је последица његових вредности у односи на друге конкурентне уговоре привредног права“.⁵

II Разлози настајања

Разлози настајања оваквог односа биле су потребе како економске тако и правне природе. Превасходни разлози економске природе

- 1 Реч „искључиво“ би се односила само на ексклузивну дистрибуцију. Но, како ће у раду бити речи и о селективној дистрибуцији, реч „искључиво“ је због тога и стављена под наводнике. Осим тога, дилерски однос се може односити на продају, набавку и дистрибуцију, где се и најчешће јавља, па ће се у даљем објашњењу углавном и односити на ову активност.
- 2 Миодраг Сукијасовић, *Мултинационално њредузеће – њравни аспекти*, Београд, 1978, стр. 83.
- 3 Под тим се подразумевају понашања учесника на тржиштима која, у суштини, имају карактер рестриктивних уговорних клаузула и ако формалних уговорних обавеза нема, али по правилу постоје неформални договори /најчешће тајни/ који ограничавају пословање уговорних страна као учесника на тржишту.
- 4 Александар Ђирић, „Усклађивање права СР Југославије са правом ЕУ“, *Правни жи-вои*, бр. 5–8/1999, стр. 220.
- 5 Јелена Газивода, „Појам и значај уговора о ексклузивној дистрибуцији у праву конкуренције ЕУ“, *Право и њривреда*, бр. 5–8/2000, стр. 821–826.

су недовољна финансијска моћ појединих произвођача да маркетинг и пласман својих производа обезбеде кроз организовање сопствених продајних мрежа, или је оснивање истих у конкретном случају неекономично. С друге стране, предности ових уговора огледају се кроз могућност дистрибутера да лакше и успешније успоставе везе са потенцијалним купцима и то захваљујући бољем познавању локалних прописа, пословне праксе и обичаја, језика, потреба локалних тржишта, могућност успостављања бољих пословних веза. Осим тога, локални дистрибутери имају могућност једноставнијег и бржег добијања увозних дозвола, сагласности и одобрења за увоз иностране робе, трансфера робе преко границе, помоћи у инсталирању и тестирању, припрему за непосредну испоруку потрошачима.⁶

Разлози правне природе најчешће се заснивају на захтевима протекционистичке политике саме државе. У жељи да се заштити домаћа производња и запосли домаћа радна снага, поједине земље дозвољавају продају стране робе уз услов да се она обавља искључиво посредством локалних дистрибутера, који су по правилу у обавези да обезбеде резервне делове као и да врше сервисирање увезене робе.

У суштини разлог успостављања оваквог система дистрибуције исти је као и код система вертикалног утврђивања продајних цена, а то је да произвођач на тај начин постиже да дистрибутер приликом продаје његовог производа пружи купцима одређене додатне услуге.⁷ Кроз ексклузивну дистрибуцију, дистрибутер има могућност да формира вишу цену у коју ће уградити и цену коштања додатних услуга. Селективном дистрибуцијом произвођач одабира дистрибутере који су спремни да пруже жељене додатне услуге. Овим системима слично као и код система вертикалног утврђивања цена, елиминише се могућност појаве „слободних јахача“, који би понудом робе по нижој цени, без додатних услуга, привукли себи купце на рачун оних дистрибутера који додатне услуге пружају.⁸

Сходно изнетом, произлази да је допуштено ексклузивне и селективне дистрибуције условљена карактером додатних услуга који се овим системима омогућују и степеном њихове корисности за потрошаче. Но, чињеница је да такав систем (као и вертикално утврђивање цена) умањује или потпуно онемогућава конкуренцију између продаваца истог производа, али исто тако оживљава конкуренцију међу различитим производима са истом наменом, односно на тржишту произвођача. Значи,

6 А. Ђирић, *нав. чланак*, стр. 228.

7 Richard Posner, „The Rule of Reason and the Economic Approach: Reflections on the Sylvania Decision“, *The University of Chicago Law Review*, бр. 1/1977, стр. 4.

8 Дијана Марковић-Бајаловић, *Тржишна моћ њрегузећа и аниимонхойолско љраво*, Београд, 2000, стр. 181.

негативно дејство на први облик конкуренције може бити поништено позитивним дејством на други облик конкуренције. Ипак, ту се јавља деликатан проблем – како изнаћи праву меру између корисности и штетности овог уговора тј. како изнаћи равнотежу између његовог двоструког амбивалентног утицаја – позитивног утицаја у правној пракси и нежељених ефеката у смислу нарушавања слободне конкуренције на тржишту и последице неважности која му из тог разлога потенцијално прети.

У изналагању решења неопходно је поћи од стања конкуренције на тржишту произвођача. То је полазни елемент у процени правне допуштености оваквог понашања, јер конкретан ефекат зависиће од тога колико је јака преостала конкуренција на тржишту произвођача. Ако је конкуренција на том пољу јака, позитивни ефекти су очигледни. У супротном допуштање оваквих система може бити оправдано искључиво ако потрошачи тим додатним уговорима стичу корист. Стога, у оцени допуштености оваквих система у фокусу пажње морају бити ситуације где произвођачи поседују изразит степен тржишне доминације. У том смислу крећу се и законодавна решења као и пракса судских и извршних органа.⁹

III Упоредна законска решења

1. Право САД

Однос америчког права према систему ексклузивне и селективне дистрибуције био је посматран кроз примену законских одредби о генералној забрани трустовских споразума. У почетку је, за разлику од нетолерисања праксе вертикалног утврђивања цена, америчко право заузело априори тврд став у прилог забране вертикалне продаје тржишта. У првој пресуди везане за ову појаву (случај *White Motor Co.*),¹⁰ Врховни суд је нашао да је сувише рано да се вертикалне поделе тржишта од стране произвођача прогласе *per se* незаконитим. Нешто касније у случају спора „*Schwinn*“,¹¹ Суд је заузео став да ограничење наметнуто уговором о продаји између произвођача и дистрибутера је ипак недопуштено. Међутим, у каснијој пракси суд заузима доста прагматичан став. Пошло се од тога да ограничавање конкуренције међу дистрибутерима од стране произвођача није априори незаконито. Суд налази да се ефекти на тржишту дистрибутера и тржишту произвођача морају упоредити

9 Овакви уговори могу бити закључивани само у области дистрибуције и пружања услуга, али не и у области малопродаје, а предмет уговора могу бити само поједини производи а никако читав асортиман робе намењен трговини.

10 *White Motor Co. v. United States*, 372 U. S. 253/1963.

11 *United States v. Arnold, Schwinn & Co.*, 388 U. S. 365/1967.

и то у сваком конкретном случају. Неопходно је сагледати узрочнопоследични однос између степена тржишне моћи произвођача и утицаја вертикалних територијалних ограничења на конкуренцију на његовом тржишту. Тако је у случају спора *Sylvania*¹² суд нашао да је тржишни удео Силваније сразмерно мали те да су територијална ограничења која је та компанија наметала својим дистрибутерима могла да поспеши конкуренцију на њеном тржишту тј. кад се узме и утицај и других сличних производа од других произвођача.

Овакву развојну праксу у оцени допуштености односно недопуштености оваквих система дистрибуције у извесном смислу имало је и право ЕУ, док су право В. Британије и Немачке имали неке своје извесне специфичности.

2. Право Велике Британије

Британски правни прописи априори нису предвиђали забрану уговора везано за ексклузивну или селективну дистрибуцију. Јавни поредак и угроженост истог је мерило опредељујућег става у овим системима. У пракси, при оцени допуштености ових система, полазило се са аспекта постојећег степена конкуренције на тржишту произвођача. Тако је у случају компаније „*Sanderson*“,¹³ генерални директор за фер трговину проценио да конкуренција на овом тржишту има значајан ниво, па стога пракса селективне дистрибуције коју спроводи именована компанија нема значај антикомпетитивне праксе и не угрожава конкуренцију. Насупрот томе у случају компаније „*Raleigh*“,¹⁴ тржишни удео произвођача бицикла од 40% довео је до закључка да је установљивање система селективне дистрибутивне мреже антиконпетитивно и да се тиме угрожава конкуренција. Значи и овде је стање конкуренције на тржишту произвођача био најбитнији елеменат у процени правне допуштености таквог поступка. Доношењем Закона о конкуренцији 1998. године, правила која се односе на ову област су практично у потпуности прилагођена ЕУ.

3. Право ЕУ

Развој изградње става у односу на систем ексклузивне и селективне дистрибуције, у праву ЕУ, налазимо да се може разложити у три

12 *Continental T. V., Inc .v. GTE Sylvania Inc.*, 97 S.Ct. 2459/1977.

13 Црна листа подразумева да постоје клаузуле које уговоре изузимају од примене блок изузећа (напр. клаузула о подели тржишта, забрана набавке робе истог квалитета од трећег лица, диктирање цена робе и услуга, ограничења у коришћењу *know-how*, после истека уговора и сл.).

14 *Office of Fair Trading Report*, 27.2.1981.

фазе. Прва фаза обухвата период од потписивања Римског уговора 1957. године па до 1962. године, други од 1962. године па до 1983. године и трећи период од 1983. године.

С почетка замишљена као економска заједница европских држава ЕЗ је донела строге прописе у области привреде с превасходним циљем да се заштити слободна конкуренција између предузећа у Заједници а у сврху стварања јединственог привредног простора. У том контексту Европска Комисија је искључиво овлашћена да одлучује о питањима конкуренције која се тичу трговине између држава чланица. Сходно томе одредбе о конкуренцији а које штите право конкуренције – чл. 101 и 102 (раније чл. 81 и 82), доста су ригорозно примењиване. Сваки споразум који одговара опису из чл. 101 ст. 1. (раније 81 ст. 1) био би аутоматски ништав – чл. 102 ст. 2 (раније 81 ст. 2). Судбину неважност доживљавали су и појединачни акти предузећа означени у чл. 102 (раније чл. 82).

Међутим, строга легалистички приступи у примени означених одредби које су се односиле на забрану, довело је до негативног одржавања таквог поступка на тржишту конкурентност мањих и средњих предузећа јер их је спречавало да међусобним споразумима користе вертикална ограничења пошто не располажу значајним средствима и већом моћи. Формалистички приступ уместо да се води рачуна о стварном (економском) дејству таквих споразума и понашања, дао је негативне ефекте. Стога је све више почело размишљати о примени одредби чл. 83 ст. 3 (сада чл. 103 ст. 3) Уговора о оснивању, који је предвиђао могућност изузимања наведених врста споразума од примене забране из ст. 1 истог члана.

Међутим, у примени цитираног става, поставио се додатни проблем. Иако је постојала законска могућност изузећа, није био одређен поступак за такво изузеће, односно одобравање таквих споразума. Стога је Савет, сходно одредби чл. 83. Уговора о оснивању (раније чл. 87), 1962. године донео посебно Правило бр. 17 од 6.2.1962. године о спровођењу одредби чл. 81 и 82 (раније чл. 85 и 86 а сада након Споразума из Лисабона чл. 101 и 102) којим је на општи начин, као дозвољени изузеци одређени они споразуми за које се претпоставља да могу имати позитивно дејство на привреду и конкуренцију или је такво позитивно дејство доказано. Међутим, на Комисију је пренето искључиво овлашћење да то потврди својом одлуком, како би се обезбедио, високо централизован систем претходног одобрења,¹⁵ јер је правило предвидело да сваки уговор који се може подвести под чл. 81 (сада чл. 101) мора бити пријављен Комисији (*notification*).

15 Радован Вукадиновић, „Друга револуција у комунитарном праву конкуренције – ново регулисање вертикалних споразума“, *Право и привреда*, бр. 5–8/2000, стр. 767.

У почетку се Комисија опредељивала углавном за појединачна изузећа. Сходно томе и суд је заузимао либералнији став по овом проблему. Тако је у спору „Saba“¹⁶ у којем је предузеће Метро оптужило компанију Саба да врши злоупотребу доминантног положаја јер упражњава систем селективне дистрибуције, суд је одбио тужбу налазећи да се овако ограничење дистрибуције не може квалификовати као угрожавање конкуренције.¹⁷ Сличан резултат је произашао и у случају *Pronuptia de Paris*.¹⁸

Због превеликих захтева, Комисија је временом једноставно постала затрпана бројним захтевима. Делимично растерећење Комисија је постигла коришћењем тзв. општих саопштења (*general notices*) којима је појаснило услове којима се на конкретну рестриктивну праксу уобичајено неће применити одредбе члана 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1) Уговора о оснивању. Ипак, због великог броја захтева све више се увиђало потреба могућег донашења „блок изузећа“ од забране из чл. 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1) Римског уговора, али било је спорно питање надлежности Комисије у том погледу. Са друге стране, богата привредна пракса је пружила више него убедљив аргумент да је једини начин да мала и средња предузећа обезбеде продор на ново тржиште уз истовремено обезбеђење оптималне корисности и за потрошаче управо закључење уговора о ексклузивној дистрибуцији.¹⁹ Такође се показало да уговори о ексклузивној дистрибуцији су допринели побољшању понуде на тржишту уласком нових конкурената а што је водило јачању конкуренције и смањену цена.

Све то је навело Савет да Правилем бр. 67/65 овласти Комисију да изузме од забране уговоре о ексклузивној дистрибуцији од примене чл. 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1) под условом да су уговори састављени у складу са осталим одредбама овог Правила. Радило се о утврђивању тзв. блок изузећа. Овим правилом уведена је и посебна терминологија-под блок изузећа подпадали су уговори о ексклузивном деловању (*exclusive dealing agreement*), што је обухватило уговоре о ексклузивном снабдевању (*exclusive supply agreement*) и уговоре о ексклузивној куповини (*exclusive purchase agreement*).

16 *Metro SB –Grossemärkte v. Commission*, 26/76, 1978, *C.M.L.R.*, стр. 1.

17 Додуше, суд је нашао да не постоји злоупотреба доминантног положаја, а тиме ни повреда права конкуренције, јер не постоји претходни елемент – постојање доминантног положаја туженог предузећа.

18 Заузет је став да уговор о франшизингу не повређује чл. 81 ст. 1, што је каснијом одлуком Комисије од 17.12.1986. год. детаљније појашњено. Ближе о томе види: Ивана Родић, „Право конкуренције ЕУ и уговор о франшизингу“, *Право и привреда*, бр. 5–8/2000, стр. 835.

19 Ј. Газивода, *нав. чланак*, стр. 826.

Поменути принципи су примењивани све до 1983. године када су донета нова правила и то Правило 1983/83 и Правило 1984/83, којима је иновирана дотадашња правна регулатива из ове области. Прецизиран је сам појам уговора о ексклузивној дистрибуцији а који је дефинисан као уговор којим се снабдевач обавезује да дистрибутера преподавца искључиво снабдева уговореном робом на одређеној ексклузивној територији која је уговорена док се дистрибутер истовремено обавезује да своје продајне напоре усмери искључиво на продају уговорене робе на тој територији.

Поред навођења разлога за блок изузеће Правилем су прецизније одређени и гранични случајеви да ли или не подпадају под блок изузећа. Тако је одређено да се само уговори о ексклузивној дистрибуцији ради препродаје могу сматрати уговорима о ексклузивној дистрибуцији. Такође мора бити у питању финална роба (готов производ) а не полу-производ за прераду или уградњу у процесу производње другог производа. Ако тога нема, уговори су ништави. Такође је установљена пракса да под блок изузећа подпадају и уговори о изузимању или давању у лизинг (дакле не ради препродаје), а сличан став је заузет и у случајевима минималне прераде производа налазећи да се у тим случајевима не мења идентитет робе.

Оно што је такође од значаја је и то да предмет уговора мора бити роба а никако услуге. Чак и у случају да робу прати услуга поправке или сервисирања – биће пресудна цена услуге – ако је иста скупља од вредности робе, и уговор се не може подвести под блок изузеће.

Правило 1983/83 важило је до 31.12.1997. године али је амандманом 1582/97 важење продужено до 31.12.1997. године. Међутим правило 2790/1999 које ће се примењивати до 31.5.2010. године настављена је позитивна тенденција у примени чл. 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1) Римског уговора везано за изузеће од примене ст. 1 истог члана. Сва та усвојена решења имају основне карактеристике које би се могле изразити у следећем:

- Свеобухватност примене вертикалних блок изузећа. Изузеће важи за све вертикалне споразуме са вертикалним ограничењем, и за сву робу у фазама дистрибуције а не као до сада само на робу која се налази у финалној фази продаје. У сферу изузетака ушле су и услуге а у ранијем систему су биле изузете.
- Искристалисан је критеријум тражишне снаге, као мерило допуштености таквих система. Претпоставка допуштености важи ако учешће снабдевача на релевантном тржишта не прелази 30% и ако годишњи обрт није већи од 50 милиона евра.

- Аутоматизам у примени изузећа. Уместо формулације одредбе чл. 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1) који предвиђа који случајеви могу се узети од примене, Правилем 19/65 је у чл. 2 изричито предвиђено да се поменуте одредбе неће примењивати на тзв. дозвољене изузетке. То без сумње доводи до веће правне сигурности, мада Комисија може опозвати изузеће уколико у појединим случају утврди да конкуренција међу производима сличне врсте („*inter-brand*“ конкуренција) није довољно јака (члан 6 Правило савета 1984/84).
- Претходна јасноћа и ослабањања терета доказивања. Увођењем белих²⁰ и црних листа,²¹ аутоматски се знало да ли се може рачунати на изузеће, док у случају сиве листе нема аутоматизма, већ се захтев мора поднети на натификацију. Али, ако Комисија не одговори у року од шест месеци сматра ће се да је споразум изузет од забране. На Комисији лежи терет доказивања да се тај споразум коси са чл. 81 ст. 1 (сада чл. 101 ст. 1).
- Елиминисање непотребног формализма тј. укинути су захтеви за претходном нотификацијом (обавеза неконкурисања).

4. Право Немачке

Регулисање система ексклузивне и селективне дистрибуције у немачком праву има извесне специфичности. Исти поступци се не забрањују, али при њиховом уговарању и спровођењу морају се поштовати одређена правила, која су заснована на објективности и недискриминацији. На то упућује чл. 20 Закона против ограничавања конкуренције који према својој формулацији штити конкуренцију на тржишту као целину али и интерес конкурената. Сходно томе ексклузивна и селективна дистрибуција допушта, али уз услов да услови за избор или селекцију дистрибутера буду унапред прописани и познати и равноправно примењени у односу на све тј. дистрибуција се мора омогућити свим дистрибутерима који испуњавају прописане услове. *Emmerich*, истиче још један моменат – да врста производа оправдава селективну дистрибуцију.²²

Значи, произвођач не може унапред да искључи одређене дистрибутере, или одређене продајне објекте. Ако одређени дистрибутер испуњава услове произвођач нема право да му ускрати дистрибуцију. У складу са оваквим решењима, произилази да се под исти третман подведе и селективна дистрибуција везана за квантитативна ограничења.

20 *Office of Fair Trading Report*, 27.8.1981.

21 Бела листа омогућује аутоматско изузеће.

22 *Volker Emerich, Kartellrecht*, Minhen, 1991, стр. 312.

Међутим овакав приступ у литератури трпи велике критике јер се уочава да квантитативна ограничења могу утицати на пораст цене предметне робе.²³ Но, таква интенција се ипак може зауставити, ако се има у виду да и у немачком праву при оцени допуштености или недопуштености таквих система полази се од аспекта постојећег система конкуренције. Ако производ не трпи довољну конкуренцију других сличних производа, подлеже сталном надзору и санкцији картелних органа.²⁴

5. Право Француске

Изградња става према систему ексклузивне и селективне дистрибуције, француско право је спроводило кроз сагледавање појединачних случајева и кроз примену чл. Л-420-1 Трговачког законика. У суштини овакви односи су потпадали под забрану тачке 4 цитираног члана која прописује забрану поделе тржишта или извора набавке, а који у то укључује споразуме о дистрибуцији који деле географска тржишта и клијентелу као што су споразуми о ексклузивној продаји.

Стоји чињеница да су споразуми о дилерском односу вертикалног карактера те да су као такви неопходни за економију, па је било и мишљења да исти не треба да подлежу забрани. Изменама закона од 1979. године та дилема је отклоњена. Ако се споразумом нарушава конкуренција, онда је забрањен без обзира што се ради о искључиво дилерском односу (нпр. у систему уговора о ексклузивној дистрибуцији предвиди се, да се један дистрибутер веже искључиво за једну територију, или подели клијентела).

Негативни ефекти за конкуренцију установљењем система искључиво дилерског односа могу настати и кроз једнострано понашање тј. кроз злоупотребу монополског положаја и злоупотребом економске зависности. У таквим случајевима заштита конкуренције се може остварити кроз примену чл. Л-420-1 и Л-420-2 Трговачког законика.

6. Право Србије

У погледу правне регулативе ове материје у Србији, законодавац је у Закону²⁵ следио правну регулативу ЕУ, наравно уз прописивање одговарајућих параметара (везано за обрачун годишњих прихода, време трајања изузећа и сл.).

23 *Ibid.*

24 Ближе о томе види: Hans-Peter Schwintowski, „Konzept, Function und Entwicklung des Deutschen und europaischen Wettbewerbsrecht“, *Zeitschrift fur Vergleichende Rechtswissenschaft*, 1933, стр. 162.

25 Закон о заштити конкуренције (*Службени гласник РС*, бр. 51/2009).

У основи, обзиром да ови споразуми спадају у категорију рестриктивних споразума. Сходно чл. 11 чл. 12 и чл. 13 Закона, предвиђени су и одређени услови за изузимање од забране, као и појединачна изузећа и изузећа од забране по категоријама споразума. Као услове за изузимање од забране, чланом 11 Закона је прописано да исти мора да допринесе унапређењу производње и промета, односно подстицању техничког или економског напретка, а потрошачима обезбеђује правичан део користи под условом да не намећу учесницима на тржишту ограничења која нису неопходна за постизање циља споразума, односно да не искључују конкуренцију на релевантном тржишту или његовом битном делу. Када су у питању појединачна изузећа, период не може бити дужи од осам година (чл. 12 ст. 3 Закона), а за изузећа од забране по категоријама споразума предвиђено је да Влада посебним актом одређује и категорије споразума и посебне услове за таква изузећа.

Оно што је карактеристично за за одредбе Закона за заштиту конкуренције је чињеница да је у чл. 14 (који регулише споразуме малог значаја) предвиђена могућност закључења тзв. хоризонталних споразума а који се у правној теорији *per se* сматрају монополским. Ипак, законодавац је прописао извесно ограничење – ако укупни тржишни удео на релевантном тржишту производа и услуга на територији Републике Србије није већи од 10% (ст. 1 тач. 1) и ако циљ тих споразума није одређивање цена или ограничавање производње или продаје, односно подела тржишта снабдевања (ст. 2). За вертикалне споразуме, величина тржишног удела опредељена је на нешто већи проценат (15%).

IV Закључак

Из напред изложеног може се закључити да су уговори о ексклузивној и селективној дистрибуцији честа и нормална појава у пословном свету. Масовност њиховог закључивања указује на њихову корисност и прагматичност у продаји робе у односу на друге уговоре привредног права. Позитивност ових уговора огледа се у систему продаје робе где купац добија квалитетније додатне услуге што је за потрошаче корисно. Они оживљавају конкуренцију међу различитим производима истемене.

С друге стране, ови споразуми умртвљују конкуренцију између продаваца истог производа а због вертикално утврђене цене. У изналажењу решења за отклањање ових негативних ефеката, треба водити рачуна о конкуренцији на тржишту произвођача и процени степена тржишне доминације. Други фактор о коме би се морало водити рачуна још пре допуштања закључења оваквих споразума, огледао би се у томе

да услови за избор или селекцију дистрибутера буду унапред познати и примењивани равноправно у односу на све. На овакав начин би се елиминисала и дискриминација дистрибутера што свакако позитивно утиче на конкуренцију.

Ilija ZINDOVIĆ, PhD

Associate Professor at the Faculty of Law, University of Business Academy, Novi Sad

SYSTEM OF EXCLUSIVE AND SELECTIVE DISTRIBUTION AND THE EFFECT OF COMPETITION

Summary

In this text, the author discusses the impact of vertical agreements (exclusive and selective distribution) to the competition. In this analysis, both comparative-legal approaches and practice of judicial and administrative authorities in this domain. Widespread use of these agreements indicates their function in relation to other agreements (contracts) of commercial law. He concludes that these agreements have both positive and negative effects. The positive effects are reflected as consumers get better and additional services. It encourages competition among different products with the same purpose. The downside of these agreements is reflected in diminishing competition among sellers of the same product. Therefore, the legal status of these agreements is sensitive. As a rule, the regulation of these agreements in the legal system is carried out in accordance with the consequences of these agreements can produce in the market.

Key words: *agreements, exclusivity, selectivity, competition, impact, the rule of law.*