

# DOBROBIT POTROŠAČA (CONSUMER WELFARE) KOD ZLOUPOTREBA DOMINANTNOG POLOŽAJA

Mr. Adis Poljić

Sudija Osnovnog suda u Zvorniku

## SAŽETAK

*Predmet rada je dobrobit potrošača (consumer welfare) kod zloupotreba dominantnog položaja u pravu Bosne i Hercegovine. Prava potrošača štite se od zloupotreba dominantnog položaja, a postoji zloupotreba kada se ograničava proizvodnja, tržište ili tehnički razvoj na štetu potrošača.*

*Zaštita potrošača uređuje se i odredbama Zakona o zaštiti potrošača, koji normira ostvarivanje zaštite potrošača u odnosima između potrošača, proizvođača i trgovaca. Pojam potrošača u ovom Zakonu ne odgovara pojmu potrošača kojima se pruža zaštita u okviru zloupotreba dominantnog položaja.*

*Kod zloupotreba dominantnog položaja u pravu Bosne i Hercegovine pruža se zaštita širem krugu lica, ali koji ne odgovara praksi kod ovog oblika konkurencije u pravu Evropske unije. Dobrobit potrošača omogućava zaštitu širem kruga lica, s tim da se dobrobit potrošača primarno analizira sa ekonomskog stanovišta.*

*U našoj praksi ne nalazimo zaštitu potrošača putem dobrobiti potrošača, za koji se može reći da je novi pravni standard u pravu Evropske unije, već u Bosni i Hercegovini pojam potrošača obuhvata manji broj lica.*

**Ključne riječi:** *consumer welfare, potrošač, zloupotreba dominantnog položaja, krajnji korisnik, pravo konkurencije.*



## UVOD

Zaštiti prava potrošača pridaje se sve veća pažnja, i može se reći da je pravo potrošača pravna oblast koja pruža zaštitu najvećem broju lica. Svakodnevno se nalazimo u ulozi potrošača. U ovom slučaju se radi o opštem pravu zaštite potrošača, kojim se uređuju prava potrošača. Pored ove zaštite, prava potrošača se štite u okviru drugih grana prava. Pravo konkurencije u okviru zloupotreba dominantnog položaja pruža zaštitu potrošačima. Ostvarivanje zaštite prava potrošača u okviru zloupotreba dominantnog položaja razlikuje se od opšteg sistema zaštite prava potrošača. Razlike se ogledaju u postupku ostvarivanja, za opšti sistem karakteristično je da se zaštita ostvaruje u parničnom postupku, dok se kod zloupotreba dominantnog položaja zaštita ostvaruje u upravnom postupku odnosno upravnom sporu, razlikuje se obim pravnih subjekata kojima se pruža zaštita, najčešće se zaštita u opštem sistemu pruža konkretno određenom licu dok se kod zloupotreba dominantnog položaja zaštita pruža neodređenom ali odredivom krugu pravnih subjekata.

U pravu Evropske unije u posljednjih nešto više od 20 godina, došlo je do normiranja prava potrošača najviše putem direktiva, što je uticalo na obim ove zaštite. Može se reći da je klasični sistem zaštite potrošača posredno uticao i na zaštitu prava potrošača kod zloupotreba dominantnog položaja. Posljedica je podizanje zaštite potrošača na veći nivo zaštite i to putem novog pravnog standarda dobrobiti potrošača. Putem dobrobiti potrošača povećava se i krug pravnih subjekata kojima se pruža zaštita. Mogućnost korištenja prakse Komisije Evropske unije i Suda pravde ukazuje da ne postoje pravne prepreke da se dobrobit potrošača ostvaruje u pravu Bosne i Hercegovine. Dobrobit potrošača nastaje u *soft law*, a razvoj se može prepisati praksi u Evropskoj uniji i adekvatnom teorijskom pristupu. Iz navedenog proizlazi predmet rada, ostvarivanje dobrobiti potrošača kod zloupotreba dominantnog položaja u pravu BiH. Cilj je ostvarivanje dobrobiti potrošača u pravu BiH kao u EU. Polazimo od hipoteze, da se dobrobit potrošača u pravu BiH ostvaruje u većoj mjeri kao što je to u EU. Posebnu vrijednost rada čini što dosada nije obrađivana dobrobit potrošača u BiH, dok u EU postoji veći broj radova koji za predmet imaju dobrobit potrošača kod prava konkurencije. Zbog navedenog, očekujemo da će

rad uticati da se dobrobiti potrošača pokloni naučna pažnja koja će uticati na razvijanje ovog pravnog standarda u našem pravu.

## 1. POJAM ZLOUPOTREBA DOMINANTNOG POLOŽAJA

Upotrebe termina zloupotreba („abuse” na engleskom, „missbräuchliche Ausnutzung” na njemačkom jeziku) navode na zaključak da pojam zloupotreba ima prevashodno subjektivnu konotaciju. Zloupotreba dominantnog položaja bi se, tako protumačeno, sastojala od (zlo)namjerno preduzetih ponašanja kojima se nanosi šteta drugim učesnicima u prometu, konkurentima, kupcima ili potrošačima.<sup>1</sup> Međutim, mora se imati u vidu i objektivna konotacija pojma zloupotreba. Objektivni koncept zloupotreba, u skladu sa kojim zloupotreba predstavlja svaki akt kojim se narušava kompetitivna struktura na tržištu Zajednice ili njegovom bitnom dijelu se zastupa u teoriji, koja jednodušno dijeli mišljenje da je ispravno tumačenje pojma zloupotreba moguće tek nakon sistematskog sagledavanja ostalih odredaba Ugovora o osnivanju, a prije svega člana 85, koji očuvanje konkurencije na tržištu Zajednice određuje kao objekt zaštite, kao i člana 3(g), koji neometanu konkurenciju uvrštava među sredstva za ostvarenje osnovnih ciljeva Zajednice.<sup>2</sup> Zabranjena je svaka zloupotreba dominantnog položaja jednog ili više privrednih subjekata na relevantnom tržištu.<sup>3</sup> Ovdje se radi o zloupotrebi u objektivnom smislu.<sup>4</sup> Naime, u praksi Evropskog suda pravde „svako korištenje ekonomske moći koje ograničava slobodu izbora dobavljača i potrošača i na drugi način ograničava konkurenciju i ugrožava interese i ciljeve zajedničkog tržišta može se ocijeniti kao zloupotreba.”<sup>5</sup> Zloupotreba dominantnog položaja posebno se odnosi na: a) direktno ili indirektno nametanje neloyalnih kupovnih i prodajnih cijena ili drugih trgovin-

1 Marković-Bajalović, D. et. al. (2001), *Uslovi za realizaciju prometa roba i usluga u pravu Evropske unije*, Institut za uporedno pravo, Beograd, 35.

2 Marković-Bajalović, D. *op. cit.*, 37.

3 Član 10. stav 1. Zakona o konkurenciji Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH, broj 48/05, 76/07, 80/09.

4 Rizvanović, E., „Osnovne odrednice prava konkurencije Evropske unije”, *Pravni savjetnik*, Sarajevo, vol. 3, br. 11/2003, 94-104, 99.

5 Continental Can 6/72 (1973) u: *Ibid.*



skih uslova kojima se ograničava konkurencija; b) ograničavanje proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača; c) primjenu različitih uslova za istu ili sličnu vrstu poslova s ostalim stranama, čime ih dovode u neravnotežan i nepovoljan konkurentski položaj; d) zaključivanje sporazuma kojima se uslovljava da druga strana prihvati dodatne obaveze koje po svojoj prirodi ili prema trgovinskom običaju nemaju veze s predmetom takvog sporazuma.<sup>6</sup> Navedeni oblici zloupotreba nisu jedini, jer zakonodavac samo izdvaja navedene oblike kao najčešće oblike zloupotreba, dok i drugi mogu dovesti do postojanja zloupotreba.

Iz osnovnih oblika zloupotreba dominantnog položaja proizlazi da se jedan od oblika direktno odnosi na zaštitu potrošača.

Nesporno je da navedeni, normirani, oblici nisu jedini koji se susreću u praksi te da postoji veliki broj načina zloupotreba dominantnog položaja. Tih načina je toliko da ih je pravna nauka počela klasifikovati. Prema jednoj klasifikaciji razlikujemo:<sup>7</sup>

- a) eksploatatorsku zloupotrebu, odnosno zloupotrebu putem zlonamjernog korištenja dominantnog položaja naplatom neopravdano visokih cijena, diskriminacijom cijenama, vezanom trgovinom itd.
- b) zloupotreba s ciljem isključenja konkurenata s tržišta (*exclusionary abuses*), kako aktuelnih tako i potencijalnih konkurenata putem rabata za lojalnost, predatorske prakse i sl.
- c) strukturalna zloupotreba putem eliminacije konkurenata kroz spajanja i preuzimanje.

Po drugoj klasifikaciji razlikujemo<sup>8</sup>:

- a) eksploatatorsku zloupotrebu (*exploitative abuses*): prekomjerne cijene,

---

6 Član 10. stav 2. Zakona o konkurenciji BiH.

7 Marjo, O. (1996) *The Competition Rules of the European Community and the Economy of the Possibility of Legal Transplants*, Helsinki, 1996, 228 u: Varga, S. (2006) *Konkurencijsko pravo Evropske unije*, S. Varga, Novi Sad, 103.

8 *European Community Competition Law in Practice*, London, 2002, 71 u: *ibid.*

- b) antikonkurentsku zloupotrebu: vezana trgovina, spajanje, diskriminacija cijenama,
- c) represivnu zloupotrebu: odbijanje poslovanja, predatorska praksa.

Krajnji rezultat zloupotreba dominantnog položaja često se ogleda u šteti koju trpe sami potrošači, koji u posljednje vrijeme dobijaju sve veću zaštitu u komunitarnom pravu i pravu Bosne i Hercegovine. Zloupotreba ne obuhvata samo ponašanje koje je nepravilno, štetno i diskriminatorno u odnosu na potrošače, već i ponašanje kojim se šteti strukturi tržišta, bez obzira na utjecaj na potrošače.<sup>9</sup> Primjer zloupotreba dominantnog položaja je slučaj Continental Can.<sup>10</sup> Radi se o preuzimanju specijaliziranih kompanija za proizvodnju različitih vrsta kontejnera, druge metalne ambalaže i metalnih poklopaca za staklene posude, što je dovelo do koncentracije konkurencije na tom polju. Komisija je u cilju sprečavanja takvog ponašanja naredila Continentalu i njegovom zavisnom preduzeću Europemballage da se odreknu svoje kontrole u novopreuzetim kompanijama. U postupku pokrenutim pred Sudom, kompanije su tvrdile da Komisija ne može dokazati na kojem tržištu su zloupotrijebile svoj dominantan položaj. Sud pravde, razmatrajući slučaj, je konstatirao: „Član 86. Ugovora u praksi nije usmjeren samo na štetu koja može nastati potrošačima direktno, već također i na gubitke zbog njihovog uticaja na efektivnu strukturu konkurencije.”

## 2. OGRANIČAVANJE PROIZVODNJE, TRŽIŠTA ILI TEHNIČKOG RAZVOJA NA ŠTETU POTROŠAČA KAO OBLIK ZLOUPOTREBA DOMINANTNOG POLOŽAJA

Ovaj oblik zloupotreba razlikuje se od ostalih načina zloupotreba po obavezi utvrđivanja uticaja na krajnje korisnike proizvoda, potrošače. Za postojanje zloupotreba potrebno je kumulativno utvrditi da postoji ograničavanje proizvodnje, tržišta ili tehničkog

9 Cf. više o tome: Rizvanović, E. (2005), *Državna pomoć u zemljama Evropske unije: iskustvo za Bosnu i Hercegovinu*, Fojnica, 76.

10 Continental Can 6/72 (1973) u: *Ibid.*, 77.



razvoja i da zbog navedenog nastaje šteta za potrošače. Međutim, ne može se sve što je loše za potrošače zabraniti pravom konkurencije, a neki koncept štete konkurenciji je potrebno da se omogući privrednim subjektima da odluče da li je određena vrsta ponašanja pravna ili ne, odnosno ne može se čekati da se vidi učinak na potrošače, i odlučiti u odnosu na korist da li je ništavo ili zakonito.<sup>11</sup>

Kriterij za utvrđivanje štete potrošačima predstavlja teškoće u praksi, jer sniženje cijena ne mora da znači korist ukoliko dolazi do smanjenja kvaliteta proizvoda ili ukoliko se ograniči tehnički razvoj može koristiti potrošačima ukoliko postojeći nivo tehničkog razvoja omogućava proizvod za potrošače bez lošeg uticaja za zdravlje, jer bi dalji tehnički razvoj i upotreba dodatnih supstanci mogli da narušavaju zdravlje potrošača. Prilikom utvrđivanja postojanja ovog oblika zloupotreba treba imati u vidu činjenicu da nije potrebno da se dokaže da su takmičari bili prisiljeni da izađu sa tržišta u potpunosti jer se zahtjeva „ograničavanje” njihove proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja.<sup>12</sup> Šteta potrošačima može biti stvarna i neposredna, u ovom slučaju, odlučujući element ne čini šteta potrošaču, nego suzbijanju novog proizvoda, te „ne postoji zahtjev dokazivanja stvarne štete za potrošače-izvan povrede konkurencije...Dokaz stvarne štete potrošača nije potreban, jer se zaključuje iz povrede antitrusta.”<sup>13</sup> U određenim situacijama može da nema direktne štete na konkurenciju, kao što su tradicionalna kršenja konkurencije odnosno slučajevi u kojima može doći do povrede prava potrošača od dominantnog privrednog subjekta ali ne i na konkurenciju, ili konkurente. Pravo konkurencije u ovom slučaju, a posebno zloupotreba, mogu biti pozvani da razmotre učinak na potrošače (ne samo konkurenciju /takmičare) više direktno.<sup>14</sup>

Primjer za navedeno bi bio povlačenje određenog paketa iz prometa od telekomunikacijskog operatera.<sup>15</sup> Pretpostavimo, na primjer,

---

11 Temple Lang, J. (2008), *The Requirements for a Commission Notice on the Concept of Abuse under Article 82 EC*, CEPS, Bruxelles, 7.

12 Temple Lang, J., *op.cit.*, 9.

13 Haracoglou, I., „*Competition Law, Consumer Policy and the Retail Sector: systems relation and the effects of a strengthened consumer protection policy on competition law*”, *The Competition Law Review*, vol. 3, br. 2/2006, 202.

14 *Ibid.*

15 *Ibid.*, 203.

da je u nedavno liberalizovanoj zemlji telekomunikacioni operator jedini koji pruža pristup internetu. Konkurenti još nisu ušli na tržište i ako ne postoji prepreka za ulazak na tržište. Sadašnji operater nudi nekoliko internet paketa u rasponu od 30 € do 100 € flat rate mjesečno sa brzinama koje se razlikuju. Sadašnji operater želi promijeniti pakete uvođenjem cenzusa paketa i povlačenjem najpovoljnijeg paketa 30 €, tako da je najniži paket sada od 60 € mjesečno. Određeni postotak potrošača koji je ranije imao pristup internetu više neće moći priuštiti internet, pa sustogao šteteni. Nema štete konkurenciji, međutim, navedeno bi trebalo privući nove učesnike i dati im segment tržišta koji bi inače ostao sa aktuelnog. Upravo navedeni slučaj je bio prisutan u Bosni i Hercegovini do prije nekoliko godina sa telekomunikacijskim operaterom, ali isto se može primjeniti i na druga tržišta. Trenutno navedena situacija postoji kod autobusnog prevoza, posebno gradskog i prigradskog, gdje prilikom svakog povećanja cijena naftnih derivata dolazi do povećanja cijena prevoza, a nakon smanjenja istih ne dolazi do smanjenja i cijene prevoza, čime se nanosi šteta potrošačima bez klasične povrede prava konkurencije.

Izvozne ili uvozne zabrane se obično smatraju zloupotrebama<sup>16</sup>. Odbijanje poslovanja odnosno isporuke sirovina, polufabrikata ili druge robe ili usluga može uticati na ograničavanje proizvodnje i tehničkog razvoja pa i na uništenje poslovnog partnera.<sup>17</sup> Ograničavanje vlastite proizvodnje ekonomska teorija tumači kao racionalno ponašanje monopolista u nastojanju da maksimalizira ostvarivanje dobiti.<sup>18</sup>

U pogledu prava Evropske unija poseban značaj ima slučaj Magill TV Guide<sup>19</sup>, u kojem je utvrđena povreda prava tržišnog natjecanja. Kod ovog slučaja značajno je da dolazi do „sukoba” prava intelektualnog vla-

---

16 Član 9. Odluke Komisije No 354/2000 od 21.03.2001. godine (OJ L 125, 5. maj 2001. godine) u: Varga, S. 103.

17 Član 9. Odluke Komisije No 354/2000 od 21.03.2001. godine (OJ L 125, 5. maj 2001. godine) u: Varga, S. 103.

18 Šoljan, V. (2004), *Vladajući položaj na tržištu i njegova zlouporaba u pravu tržišnog natjecanja Evropske zajednice*, Ibis grafika, Zagreb, 437.

19 Magill TV Guide protiv ITP, BBC&RTE (1995) C-241/91 u: Anderman, S., „Does the Microsoft Case offer a New Paradigm for the „Exceptional Circumstances” Test and Compulsory Copyright Licenses under EC Competition Law?”, *The Competition Law Review*, vol. 1, br. 2/2004, 11.



sništva i prava potrošača. Magill je privredni subjekt koji je prikazivao sedmične najave programa televizija u Velikoj Britaniji. Međutim, tri poduzetnika za prikazivanje programa odbila su dati licencu da prikazuje njihove sedmične programe. Posebno se ističe sljedeće: prvo, da je vlasnik autorskih zaštićenih proizvoda bio vlasnik *de facto* monopola koji je bio i nezaobilazni ulaz na „sekundarno tržište”, stoga stavlja Magill TV Guideu poziciji da se spriječi efektivna konkurencija na tom tržištu. Televizijske kompanije su imali *de facto* monopol nad TV programom, prikazivali su svoj raspored TV programa i gdje je licenca od prikazivanja bila nezaobilazan input za sveobuhvatni TV vodič; drugo, da privredni subjekt traži dozvolu da nudi novi proizvod za koji nije bilo očitih i nezadovoljnih potrošača. U Magill, Komisija je bila u stanju pokazati da je sveobuhvatan TV vodič novo i drugačije u ponudi od pojedinačnih vodiča koje nudi svaka od TV kuće i da postaje specifičan, te predmet stalne i redovne potražnje za taj proizvod; treće, vlasnici prava intelektualnog vlasništva zaštićenih proizvoda nisu sami snadbijevali takav proizvod za potrošače i njihovo ponašanje je koristeći njihov monopol na jednom tržištu isključujući konkurenciju i na drugim tržištima; četvrto, da vlasnik prava na intelektualno vlasništvo nema objektivnog opravdanja za njegovo odbijanje da da dozvolu. U Magill, vlasnici prava intelektualnog vlasništva isticali su argument da je ekskluzivnost autorskog prava objektivno opravdanje za odbijanje dozvole. Međutim, argument je odbijen od Evropskog suda pravde, te je sud utvrdio da je to zloupotreba od strane dominantnog privrednog subjekta koja se odnosi na ograničenje proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača limita.

Konkurencijsko vijeće<sup>20</sup> je u predmetu M.R.M. export-import d.o.o. za trgovinu, marketing i usluge Ljubuški, protiv privrednog subjekta

---

20 Organ za provođenje zaštite tržišne konkurencije u Bosni i Hercegovini je Konkurencijsko vijeće, s tim da u sastavu Konkurencijskog vijeća djeluju uredi za konkurenciju u Federaciji Bosne i Hercegovine i Republici Srpskoj, kao organizacione jedinice izvan sjedišta Konkurencijskog vijeća. Konkurencijsko vijeće je samostalno tijelo sa zadatkom da osigura primjenu Zakon o konkurenciji BiH na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine i ima isključivu nadležnost u odlučivanju o postojanju zabranjenog konkurentskog djelovanja na tržištu. Evidentno je da povjerenom isključive nadležnosti za odlučivanje u predmetima tržišnog natjecanja, Konkurencijsko vijeće dobilo značajnu ulogu u pravnom i privrednom poretku Bosne i Hercegovine.



Asa Auto d.o.o. Sarajevo utvrdilo da je „privredni subjekt ASA AUTO zlopotrijebio dominantan položaj ograničavanjem tržišta, u smislu člana 10. stav (2) tačka b) Zakona, jer je pravnom preprekom, odnosno odustajanjem od zaključivanja Ugovora o prodaji i servisiranju proizvoda marke Volkswagen onemogućio ulazak privrednom subjektu M.R.M na relevantno tržište. Također, privredni subjekt ASA AUTO je ograničio tržište i tehnički razvoj tržišta na štetu potrošača, jer je ograničio broj ovlaštenih trgovaca u kojima se mogu kupiti i servisirati proizvodi marke Volkswagen”.<sup>21</sup> Konkurencijsko vijeće je u predmetima privrednog subjekta MHS protiv JP BH Pošta Sarajevo<sup>22</sup> „Elektrokontakt SA” d.o.o. Sarajevo, protiv privrednog subjekta JP „Elektroprivreda BiH” d.d., Sarajevo i privrednog subjekta JP „Elektroprivreda BiH” d.d. Sarajevo Zavisno društvo „Eldis-tehnika” d.o.o. Sarajevo<sup>23</sup> utvrdilo da nisu prekršene odredbe člana 10. stav (2) Zakona, u smislu da: ograničavaju proizvodnju, tržište ili tehnički razvoj na štetu potrošača.

U predmetu pokrenutom po službenoj dužnosti protiv UniCredit Bank d.d., Raiffeisen Bank d.d. Bosna i Hercegovina, Turkish Ziraat Bank Bosnia d.d. Sarajevo, i Tenfored.o.o. Banja Luka<sup>24</sup>, Konkurencij-

---

21 Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-027-140-II/08 od 21. 07.2009. godine.

22 Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-056-36-II/08 od 04.06. 2009. godine.

23 Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01 -03 -26-016-21 -II/10 od 25.02. 2011. godine.

24 U tom predmetu Konkurencijsko vijeće Bosne i Hercegovine je utvrdilo „... da tačka 7. Ugovora zaključenog između privrednih subjekata UniCredit Bank i Western Union nije u skladu s članom 10. stav (2) tačka b) Zakona, budući da se istom konkurentima ograničava ulazak na relevantno tržište i dovodi do zatvaranja istog, odnosno da se isključuje mogućnost i pravo slobodnog izbora krajnjeg korisnika da koristi usluge potencijalnih konkurenata koji nude iste ili potencijalno povoljnije uslove, što za posljedicu ima sprečavanje razvoja tržišta na štetu krajnjih korisnika. Dodatkom 1. Ugovora o međunarodnom zastupništvu, koji je označen naslovom „Podzastupnici“, određeno je da Zastupnik može angažovati podzastupnike za pružanje usluge transfera novca, prilikom čega je za angažovanje novih podzastupnika i otvaranje novih lokacija podzastupnika, zastupnik obavezan pribaviti prethodnu pisanu saglasnost privrednog subjekta Western Union. Istim se određuje se da će Zastupnik zaključiti pisani ugovor sa svakim podzastupnikom koji mora sadržavati odredbe suštinski jednake odredbama utvrđenim u Prilogu 1., prilikom čega će svi takvi ugovori podlijegati prethodnom odobrenju i pregledu privrednog subjekta



sko vijeće je utvrdilo da postoji zloupotreba dominantnog položaja u smislu da: ograničavaju proizvodnju, tržište ili tehnički razvoj na štetu potrošača.

### 3. DOBROBIT POTROŠAČA (CONSUMER WELFARE)

Značaj zaštite prava potrošača prepoznat je u pravu konkurencije EU. O značaju potrošača i tržišnog natjecanja govori i izjava Neelie Kroes, povjerenika za konkurenciju EU. Naime, Neelie Kroes je dana 22.04.2008. godine izjavila: „Zaštita prava potrošača je u srcu politike tržišnog natjecanja Komisije. Konkretno: konkurencija pruža građanima bolju robu i usluge, te osigurava preduzećima više mogućnosti za prodaju.”<sup>25</sup>

U pravu EU nastoje se prava potrošača podići na više nivoe u odnosu na osiguranje zaštite potrošača. Ovo nastojanje se želi postići osiguranjem dobrobiti potrošača.

Sam pojam „dobrobit potrošača” definiše se drugačije od strane različitih autora. Predstavnici Čikaške škole, na primjer, uzimaju ga u obzir kao logičan ishod predviđenja i produktivne učinkovitosti.<sup>26</sup> Oni koji zagovaraju više intervencionistički pristup politici tržišnog natjecanja, mjere ga radije u smislu niske cijene i/ili različitih izbora.<sup>27</sup> Zajednička karakteristika za obje (i neke druge) teorije je ideja da je: (i)

---

*Western Union. Tačka C. Priloga 1. uz Dodatak 1. Ugovora o međunarodnom zastupništvu, koja predstavlja odredbu pretpostavljenih ugovora o podzastupanju, određuje da se podzastupnik obavezuje da neće za vrijeme trajanja ugovora i u periodu od jedne godine nakon njegovog isteka ili raskida, nastupati kao zastupnik ili podzastupnik, niti zastupati ili voditi neku drugu uslugu transfera novca, kao niti bilo kakav drugi posao ili uslugu, koji bi uključivali podzastupnika u aktivnosti protivne njegovim obavezama prema privrednom subjektu Western Union i Zastupniku po ugovoru ili koji bi mogli da izazovu zabunu kod javnosti” (Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-03-100-II/12 od 06.11.2012. godine).*

25 Madill, J., Mexis, A. *Consumers at the heart of EU competition policy*. Dostupno na: [http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009\\_1\\_7.pdf](http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009_1_7.pdf) (26.07.2016.)

26 Andriychuk, O., „Can We Protect Competition Without Protecting Consumers?”, *The Competition Law Review*, vol. 6, br. 1/2009, 77.

27 Ibid.

dobrobit potrošača utilitarni pojam koji je važniji od procesa takmičenja i (ii) dobrobit potrošača je konačni cilj antimonopolske politike.<sup>28</sup>

Dobrobit potrošača u pravu tržišnog natjecanja EU prvi puta se spominje 1997. godine u Zelenoj knjizi o vertikalnim ograničenjima.<sup>29</sup> Zelena knjiga o vertikalnim ograničenjima<sup>30</sup> također ističe da je interes potrošača u srcu politike tržišnog natjecanja, a da je djelotvorna konkurencija najbolja garancija za potrošače kako bi mogli kupiti kvalitetne proizvode ponajnižim mogućim cijenama.<sup>31</sup> Posebno je značajno što se u ovoj Zelenoj knjizi navodi da spominjanje uvođenja ili zaštite interesa potrošača podrazumijeva osiguranje niske cijene.<sup>32</sup> Zelena knjiga ne daje definiciju dobrobit potrošača već ukazuje da je Komisija u svojim odlukama pokazala spremnost da razmotri ekonomske faktore, kao što su učinkovitost i dobrobit potrošača.<sup>33</sup> Nesporno je da je dobrobit potrošača ekonomski faktor, čime ekonomska analiza prava postaje neizostavni dio svakog postupka prava konkurencije.

Za zloupotrebu dominantnog položaja značajna je rasprava koja je održana 2005. godine u okviru Komisije u vezi bivšeg člana 82. Ugovora o evropskoj ekonomskoj zajednici<sup>34</sup>. Naime, ističe se da je osnovni cilj člana 82. zaštita tržišnog natjecanja na tržištu kao sredstvo za poboljšanje dobrobiti potrošača i osiguravanje učinkovite alokacije resursa. Potrebno je zaštititi konkurenciju, a ne konkurente. Učinkovito tržišno natjecanje donosi pogodnosti potrošačima, kao što su niske cijene, visok kvalitet proizvoda, širok izbor robe i usluge i inovacija. Pored navedenog, u ovoj raspravi se ističe da odbijanje ponude predstavlja protiv konkurencijsko ponašanje koje se negativno odražava na dobrobit potrošača.

---

28 Ibid.

29 Daskalova, V., „Consumer Welfare in EU Competition Law: What Is It (Not) About?“, *The Competition Law Review*, vol. 11, br. 1/2015, 145.

30 Commission (EU), *Green Paper on Vertical Restraints in EC Competition Policy COM (96) 721 final*, 22 January 1997, 17.

31 Ibid.

32 Ibid.

33 Commission (EU), *Green Paper on Vertical Restraints in EC Competition Policy COM (96) 721 final*, 22 January 1997., 52.

34 Discussion Paper on the former Article 82 EC and in the Commission's submission to the 2005 OECD Roundtable on competition on the merits.



Potrebno je odrediti i opseg pojma potrošača kada se govori o dobrobiti. Može se raditi o krajnjem potrošaču ili svim potrošačima koji se nalazi u lancu od proizvođača do krajnjeg potrošača. U pogledu *soft law* koje uređuje zloupotrebu dominantnog položaja ne normira se ko se smatra potrošačem. Pitanje lica koja se smatraju potrošačima uređuje *soft law* koje se odnosi na zabranjene sporazume, kao drugog oblika konkurencije u odnosu na zloupotrebu dominantnog položaja. S obzirom da su zabranjeni sporazumi dio prava konkurencije onda potrošač u smislu zabranjenih sporazuma svakako da je istovjetan i kod zloupotreba dominantnog položaja. Obavijest Komisije iz 2004. godine o primjeni člana 81 (3) propisuje: „Koncept potrošača obuhvata sve direktne ili indirektno korisnike proizvoda obuhvaćenih ugovorom, uključujući proizvođače koji koriste proizvode kao input, trgovce na veliko, trgovce i krajnje potrošače, odnosno fizičke osobe koje su djelovale u svrhe koje se mogu smatrati izvan svog zanata ili profesije. Drugim riječima, potrošači u smislu člana 81. (3) su kupci stranaka sporazuma i naknadnih kupaca. Ti kupci mogu biti poduzetnici, kao u slučaju kupaca industrijskih strojeva ili inputa za daljnju obradu ili krajnji potrošači kao na primjer u slučaju kupaca sladoleda ili bicikla.”<sup>35</sup>

Formulacija dobrobit potrošača u pravu i u *soft law*, dakle, odbacuje tumačenje krajnjeg korisnika.<sup>36</sup>

Normiranjem dodatne zaštite prava potrošača, putem dobrobiti potrošača, može ukazivati da će se prava potrošača dodatno zaštititi. Međutim, postoje mišljenja da ovo nije ostvareno u praksi.<sup>37</sup> Raskorak

---

35 Commission (EU), Notice: Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty [2004] OJ C 101/97.

36 Daskalova, V., *op. cit.*, 146.

37 Na primjer, u slučaju *British Gypsum*, utvrđeno je da je dominantan isporučitelj gipsanih ploča zloupotrijebio svoj položaj isporuke trgovcima građevinarima koji su pristali na kupovinu gipsa isključivo iz *British Gypsum Ltd*. Sud prve instance smatra da je ocjena učinaka ekskluzivnih obaveza kupovine na tržištu zavisila o karakteristikama tržišta, te je potrebno, u načelu, ispitati učinke takvih obaveza na tržištu u svom specifičnom kontekstu. U tom slučaju, zaključivanje ugovora o isključivoj kupovini u odnosu na značajan dio cijele kupovine predstavljalo bi „neprihvatljivu prepreku ulaska” na to tržište. Slično tome u slučaju *Van den Bergh*, Komisija i Sud prve in-

između prakse i retorike izaziva pitanje je li „dobrobit potrošača” postao samo slogan da je u nekim slučajevima nešto učinjeno u ime „potrošača” ili je to pravi problem.<sup>38</sup> Nedostatak konsenzusa o tome šta se podrazumijeva pod „dobrobit potrošača” i činjenica da Komisija pod potrošačem ne smatra konačnog korisnika što je uobičajeno shvaćanje u potrošačkom pravu baca dodatnu sumnju na njegovu izvornost.<sup>39</sup>

Slučaj koji se navodi kao primjer za dobrobit potrošača je *British Airways*<sup>40</sup>. U ovom slučaju Sud pravde EU nije smatrao potrebnim da se dokaže šteta krajnjih potrošača u kontekstu odluke na osnovu člana 102. Lisabonskog ugovora. Umjesto toga, Sud je priznao da je došlo do štete turističkim agencijama kao pružaocima usluga. Slučaj se odnosi na sheme nagrađivanja koje nudi *British Airways* putničkim agencijama. Osim isključujućeg učinka konkurenata putem shema vis-a-vis *British Airwaysa*, utvrđeno je da će ovakva praksa narušiti tržišno natjecanje na tržištu za putovanja agenata usluge. Budući da je nagrađivanjem dopušteno da putničke agencije zarade različite beneficije za istovrsne usluge, utvrđeno je da su neke putničke agencije u nepovoljnom konkurentnom položaj, što spada u područje zabrane diskriminacije u članu 102 (c) Lisabonskog ugovora. Pored navedenog, Sud je izričito potvrdio da se član 102. Lisabonskog ugovora ne odnosi samo na sekundarna, već i naprimarna tržišta i da se odredba odnosi na postupanje moćnih prodavača prema moćnim kupcima. Ova presuda Suda pravde pokazuju da štetu trpe potrošači bez obzira da su krajnji ili posrednički kupci, što je bitno u slučajevima prava tržišnog

---

stance smatraju da je učinak isključive klauzule sprečavanje trgovaca od prodaje ostalih marki sladoleda (čak i ako postoji potražnja za takvim markama) i sprečavanje konkurentskih proizvođača za dobivanjem pristupa na relevantno tržište.

Važno je napomenuti da iako je u *Van den Bergh* spomenuta potražnja za ostalim nedominantnim markama sladoleda, a u *British Gypsum* koji se odnose na mogućnost ograničenja tržišta takmičarima, ne spominje se procjena učinaka na „potrošača”, koji bi bili učinci na potrošače od gipsanih ploča, odnosno graditelja/zgrada vlasnici. (Vidi: Akman, P., „Consumer Welfare and Article 82EC: Practice and Rhetoric”, *World Competition*, vol. 32, br. 1/2009, 79)

38 Vidi: Akman, P., *op. cit.*, 72.

39 Ibid.

40 *British Airways*, u: Daskalova, V., *op. cit.*, 157.



natjecanja.<sup>41</sup> Šteta proizvođačima ili prodavačima također se smatra važnom za potrebe prava tržišnog natjecanja u EU, bez obzira na konačni učinak na potrošače.<sup>42</sup>

Također u presudi *Master Card Inc. i dr. protiv Europske komisije*, koja se odnosi na zabranjenje sporazume, dakle pravo konkurencije, jasno navodi da pojam potrošača obuhvata i trgovce.<sup>43</sup>

Dakle, s obzirom da se radi o pravnom standardu ne postoji jasna definicija za dobrobit potrošača, već je to pitanje koje se postavlja u svakom konkretnom slučaju. Možemo uvidjeti njegove osnovne karakteristike. Dobrobit potrošača se bavi učinkovitim transakcijama i troškovnim uštedama, ali je također usmjeren na društvene aspekte tržišta, kao što su sigurnost i zdravlje potrošača.<sup>44</sup> Dobrobit potrošača je ekonomski koncept s relevantnim društveno-političkim i pravnim implikacijama.<sup>45</sup>

Za zloupotrebe dominantnog položaja konkretno ukazivanje na dobrobit potrošača nalazimo u slučaju *Post Danmark A/S protiv Konkurrencerådet*<sup>46</sup>. Ovaj slučaj jasno ukazuje na koji način se ostvaruje dobrobit potrošača odnosno koji je značaj ostvarivanja dobrobiti potrošača. Sud pravde EU nalazi da iz odluke kojom se upućuje prethodno

---

41 Ibid.

42 Ibid, 158.

43 *MasterCard Inc. i dr. protiv Europske komisije*, C-382/12 P, presuda od 11.09.2014. godine, paragraf 248. (Na kraju, u dijelu u kojem žalilac Općem sudu stavlja na teret da nije objasnio zbog čega bi sve kategorije potrošača morale uživati iste koristi, dosta je istaknuti da se taj pristup zasniva na pogrešnom čitanju pobijane presude. Naime, Opći sud niti na jednom mjestu nije tvrdio da bi sve kategorije potrošača morale imati iste koristi od CMI-ja, već se zadovoljio navođenjem da trgovci, koji predstavljaju jednu od dviju skupina potrošača na koje utiču platežne kartice, također trebaju uživati značajne objektivne koristi od CMI-ja. Tako je Opći sud – koristeći u tački 228. pobijane presude riječ „također“ – ispravno naveo da trgovci trebaju imati koristi od CMI-ja, „isto kao“ i imatelji kartica, a ne „u istoj mjeri“ kao i oni.)

44 Cseres, K J, „*The Controversies of the Consumer Welfare Standard*“, *The Competition Law Review*, vol. 3, br. 2/2006, 122.

45 Ibid, 122.

46 *Post Danmark A/S protiv Konkurrencerådet*, C-23/14, presuda od 06.10.2015. godine.

pitanje proizlazi da je Post Danmark držao 95 % tržišta masovnih pošiljki na koje se otežano ulazilo zbog velikih prepreka i koje se odlikovalo ekonomijom velikih razmjera. Post Danmark imao je značajne strukturne pogodnosti koje su ponajprije proizlazile iz zakonskog monopola za distribuciju pisama maksimalne težine 50 grama, što je obuhvaćalo više od 70 % svih masovnih pošiljki. Nadalje, Post Danmark uživao je i jedinstvenu geografsku pokrivenost koja je obuhvaćala cijelu Dansku. U tim okolnostima, konkurentima tog poduzetnika posebno ga je teško nadmašiti s obzirom na rabate koji se temelje na ukupnom obimu prodaje. Zbog znatno većeg dijela tržišta koji drži, poduzetnik u vladajućem položaju načelno je nezaobilazan trgovinski partner na tržištu. Na temelju svih navedenih okolnosti, može se zaključiti da je tržišno natjecanje već bilo znatno ograničeno. U tim okolnostima, valja utvrditi da sistem rabata koji koristi poduzetnik, koji bez vezivanja klijenata za tog poduzetnika formalnom obavezom ipak otežava snabdijevanje tih klijenata kod konkurentskih poduzetnika, stvara protivtržišni učinak isključivanja. I pored svih navedenih okolnosti koje ukazuju da postoji zloupotreba dominantnog položaja, Sud pravde EU smatra da ne mora postojati zloupotreba u određenim slučajevima. U slučaju da sud koji je uputio zahtjev da utvrdi postojanje protivtržišnih učinaka koji se mogu pripisati Postu Danmark, valja podsjetiti da poduzetnik u dominantnom položaju svejedno može opravdati svoje postupanje koje može biti obuhvaćeno zabranom iz člana 82. Ugovoro o evropskoj zajednici sada 102. Lisabonskog ugovora. Konkretno, takav poduzetnik može dokazati da učinak isključivanja koji proizlazi iz njegova postupanja ima protivtežu, odnosno da ga nadmašuju pogodnosti u pogledu učinkovitosti od koje koristi imaju i potrošači. U odnosu na posljednje navedeno, poduzetnik sa dominantnim položajem mora dokazati da povećanje učinkovitosti koje može proizaći iz predmetnog postupanja neutralizira potencijalne štetne učinke za tržišno natjecanje i za dobrobit potrošača na dotičnim tržištima, da se to povećanje učinkovitosti moglo ili može ostvariti zahvaljujući tom postupanju, da je posljednje neophodno za ostvarenje tog povećanja te da ono ne eliminira stvarnu konkurenciju ukidanjem svih ili većeg dijela postojećih izvora stvarnog ili potencijalnog tržišnog natjecanja. Iz ovoga jasno proizlazi značaj dobrobiti potrošača odnosno da ostvarivanje dobrobiti potrošača neutralizira druga postupanja koja imaju elemente zloupotreba.



## 4. PRAVO POTROŠAČA

Zajednička osobina za pravo potrošača i pravo konkurencije u BiH je nepostojanje duge pravne tradicije, s obzirom da je normiranje ovih prava izvršeno tek u posljednjih 15-tak godina. Prvi zakon koji uređuje pravo potrošača jeste Zakon o zaštiti potrošača u BiH<sup>47</sup> koji je donesen 2002. godine. Zakon je izvorno predviđen kao privremeno rješenje, jer je u njegovom članu 140. bilo određeno da će se odredbe člana 48. do člana 110. primjenjivati do stupanja na snagu zakona koji reguliše obligacione odnose u BiH (članovi 48.-110. ZZZP 2002 odgovaraju današnjim članovima 39.-93. ZZZP 2006).<sup>48</sup> Naime, gotovo paralelno je pokrenuta inicijativa za stvaranje novog Zakona o obligacionim odnosima FBiH/RS koja je 2003. godine rezultirala stvaranjem Nacrta Zakona o obligacionim odnosima FBiH/RS.<sup>49</sup> Nacrt Zakona o obligacionim odnosima FBiH/RS nije prošao parlamentarnu proceduru, odnosno nije donesen Zakon o obligacionim odnosima.

U 2006. godini donesen je novi Zakon o zaštiti potrošača u BiH<sup>50</sup> (u daljem tekstu: ZZZP 2006). Ovaj Zakon uređuje odnose između potrošača, proizvođača i trgovaca na teritoriji BiH.<sup>51</sup> ZZZP 2006 normira da je potrošač svako fizičko lice koje kupuje, stiče ili koristi proizvode ili usluge za svoje lične potrebe i za potrebe svog domaćinstva.<sup>52</sup>

Primjetno je da je definicija ZZZP uža od definicija sadržanih u direktivama, s obzirom da umjesto koncepta „djelovanja u svrhu koja se ne može pripisati poslovnoj ili trgovačkoj djelatnosti” propisanog direktivama, zahtijeva kumulativno ispunjenje uslova „ličnih potreba” i „potreba domaćinstva”.<sup>53</sup> Doslovnom primjenom ovo bi značajno suzilo područje primjene ZZZP, jer veliki broj ugovora koji nisu zaključeni

47 Službeni glasnik BiH, broj 17/02.

48 Meškić, Z., „Zakon o zaštiti potrošača BiH u svjetlu prava BiH”, Pravo i pravda, vol. 11, br. 1/2012, 424.

49 Ibid, 424.

50 Službeni glasnik BiH, broj 25/02, 88/16.

51 Član 1. stav 1. ZZZP 2006.

52 Član 1. stav 3. ZZZP 2006.

53 Meškić, Z., *op. cit.*, 424.



u poslovne svrhe, što je jedini zahtjev Direktiva EU, služe ili za lične potrebe ili za potrebe domaćinstva.<sup>54</sup>

Komparacija rješenja u ZZP 2006 sa pravom EU je bitna za članstvo BiH u EU. Na osnovu Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih Zajednica i njihovih država članica iz 2008. godine, stupio na snagu 01.06.2015. godine, nastala je obaveza za BiH da harmonizira pozitivne propise sa pravom EU u oblasti prava potrošača.<sup>55</sup> Imajući u vidu sve promjene koje su se u posljednje vrijeme dogodile u oblasti zaštite potrošača, kao i činjenice da sve direktive nove generacije predstavljaju mjere maksimalne harmonizacije, to se i pred našeg zakonodavca stavlja zahtjev stvaranja takvog pravnog okvira, koji će osigurati onaj nivo zaštite koji predviđaju nove direktive.<sup>56</sup> Promjene u pravu potrošača EU kojim se pokušava osigurati veći stepen zaštite potrošača i ujedno veća harmonizacija prava potrošača EU dešavaju se veoma često u odnosu na druge oblasti prava EU. Potreba za čestim promjenama prava potrošača u BiH dodatno usložnjava proces harmonizacije prava BiH sa EU, kada se ima u vidu koliko je potrebno vremena za donošenje zakona u BiH. Međutim ZZP 2006 ni onog trenutka kada je usvojen, a posebno ne danas, ne održava zadovoljavajući nivo usklađenosti sa evropskim propisima o zaštiti potrošača.<sup>57</sup> Donošenjem ZZP 2006 nije završen „posao» zaštite potrošača, deklarativno je ispunjena jedna od obaveza preuzetih, ali u pitanju je dugoročan proces koji iziskuje kontinuiranu modernizaciju i harmonizaciju pravnih rješenja.<sup>58</sup>

Neusklađenost prava potrošača u BiH sa pravom EU može da stvori poteškoće u radu Konkurencijskog vijeća. Pravo konkurencije, u po-

---

54 Ibid.

55 Vidi: Član 76. stav 1. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih Zajednica i njihovih država članica iz 2008. godine, Službeni glasnik BiH – Međunarodni ugovori, broj 10/08.

56 Petrović, A., „*Transponiranje Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača-izazov za nacionalne zakonodavce*”, Društveni ogledi, vol. 2, br. 1/2015, 125.

57 Petrović, A., „*Politika zaštite potrošača u funkciji izgradnje unutaršnjeg evropskog tržišta*”, Zbornik radova II međunarodne konferencije Bosna i Hercegovina i Euroatlanske integracije, 2014, 554.

58 Vidi: Petrović, A., „*Transponiranje Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača-izazov za nacionalne zakonodavce*”, 126.



gledu primjene u praksi, prednjači u odnosu na ostala prava u pogledu usklađivanja sa pravom EU. Ovom je svakako doprinio Zakon o konkurenciji koji omogućava da Konkurencijsko vijeće, u svrhu ocjene datog slučaja, može koristiti sudsku praksu Evropskog suda pravde i odluke Evropske komisije.<sup>59</sup> Neusklađenost ili neuspjeli pokušaj usklađivanja prava potrošača dovodi do različitih pravnih rješenja u pravu BiH i EU, te ako je u sudskoj praksi upravo korišteno ovo pravo onemogućuje Konkurencijskom vijeću da je koristi. Zaključujemo, da se posljedice neharmonizacije odražavaju na cijeli pravni poredak, a ne samo na dio prava za koji postoji konkretna obaveza harmonizacije.

Osnovna prava potrošača u ZZP 2006 su: a) pravo pristupa osnovnim robama i uslugama; b) pravo na obrazovanje o pitanjima potrošača, c) pravo na sigurnost i zaštitu života i zdravlja; d) pravo na informiranost; e) pravo na izbor; f) pravo da bude saslušan i zastupan; g) pravo na naknadu štete i kompenzaciju; h) pravo na život i rad u zdravoj i održivoj okolini.<sup>60</sup>

Za određivanje zloupotreba dominantnog položaja značajno je normiranje proizvoda, roba i usluga. Proizvod je svaka stvar nastala kao rezultat ljudske djelatnosti, namijenjen potrošačima ili je vjerovatno da će ga koristiti potrošači, isporučen, bez obzira da li će biti plaćen ili ne, u toku komercijalne djelatnosti, i bez obzira da li je nov, korišten ili prepravljen.<sup>61</sup> Proizvodi obuhvataju gotove proizvode kao i sirovine i sastavne dijelove, a on obuhvata sve vrste proizvoda, uključujući i poljoprivredne proizvode.<sup>62</sup> Robom se smatraju i proizvodi i nepokretna imovina.<sup>63</sup> Usluga je svaka djelatnost namijenjena da bude ponuđena potrošačima.<sup>64</sup>

---

59 Član 43. stav 7. Zakona o konkurenciji BiH.

60 Član 3. ZZP 2006.

61 Član 1. stav 7. ZZP 2006.

62 Član 1. stav 8. ZZP 2006.

63 Član 1. stav 9. ZZP 2006.

64 Član 1. stav 10. ZZP 2006.

## 5. ZAŠTITA POTROŠAČA KOD ZLOUPOTREBA DOMINANTNOG POLOŽAJA U BIH

Analizom prakse Konkurencijskog vijeća i Suda BiH<sup>65</sup> u slučajevima vezano za zloupotrebe dominantnog položaja utvrđujemo da ne postoji definicija potrošača, iako je jedan od oblika zloupotreba dominantnog položaja direktno vezan za potrošače, dok se za druge oblike može reći da postoji indirektna veza sa zaštitom potrošača. Iako se kod zloupotreba dominantnog položaja cijeni uticaj zloupotreba na potrošače, ne radi se o opštem pravu zaštite potrošača. Pojam potrošača u pravu EU širi je u odnosu na ZZP 2006. Potrošača kod zloupotreba dominantnog položaja bi mogli definisati kao kupca koji se javlja u okviru lanca prodaje i proizvodnje. Tako da pravni subjekt može da bude u jednom slučaju potrošač a zatim prodavac. Potrošač može da bude u procesu proizvodnje na način da kupuje određene proizvode koje će koristiti kao input, a nakon toga može da bude prodavac. I pored mogućnosti korištenja odluka Komisije i Suda pravde EU u praksi, u BiH, nalazimo uži pojam potrošača.

U predmetu M.R.M. export-import d.o.o. za trgovinu, marketing i usluge Ljubuški, protiv privrednog subjekta Asa Auto d.o.o. Sarajevo<sup>66</sup> Konkurencijsko vijeće u obrazloženju rješenja navodi, „privredni

---

65 Protiv odluka Konkurencijskog vijeća, koje su konačne, nezadovoljna stranka u postupku može pokrenuti upravni spor pred Sudom Bosne i Hercegovine u roku od 30 dana od prijema odluke, odnosno od dana objavljivanja odluke, na ovaj način je strankama u postupku osigurana sudska zaštita.

66 U ovom predmetu Konkurencijsko vijeće Konkurencijsko vijeće je u predmetu M.R.M. export-import d.o.o. za trgovinu, marketing i usluge Ljubuški, protiv privrednog subjekta Asa Auto d.o.o. Sarajevo naložilo „privrednom subjektu Društvo za zastupanje i trgovinu ASA AUTO d.o.o. Sarajevo, Bulevar Meše Selimovića 16, 71000 Sarajevo, u vremenskom roku od 30 (trideset) dana od prijema ovoga Rješenja, zaključivanje Ugovora o prodaji i servisiranju proizvoda marke Volkswagen (privredni i putnički program) sa privrednim subjektom M.R.M. export-import d.o.o. za trgovinu, marketing i usluge Ljubuški, Bana Jelačića b.b., 88320 Ljubuški, na vremensko razdoblje od najmanje 5 (pet) godina, pod jednakim uslovima utvrđenim u zaključenim ugovorima o prodaji i servisiranju proizvoda marke Volkswagen sa ostalim ovlaštenim trgovcima u Bosni i Hercegovini, te dostavljanje dokaza o istome Konkurencijskom vijeću, u vremenskom roku od 8 (osam) dana od dana zaključivanja predmetnog Ugovor.“ (Rješenje Konku-



subjekt ASA AUTO ograničavanjem broja ovlaštenih trgovaca na relevantnom tržištu prodaje i servisiranja vozila marke Volkswagen u Bosni i Hercegovini, ograničio je tržište i tehnički razvoj tržišta na štetu potrošača, u skladu sa članom 10. stav (2) tačka b) Zakona o konkurenciji, budući da je ograničio broj ovlaštenih trgovaca *i na taj način slobodnu konkurenciju u smislu mogućnosti izbora za krajnje kupce kupovine vozila marke Volkswagen od više ovlaštenih trgovaca*<sup>67</sup>. Odlučujući po tužbi u ovom predmetu Sud BiH navodi „ASA Auto zloupotrijebio je dominantan položaj ograničavanjem tržišta, jer je odustajanjem od zaključivanja Ugovora o prodaji i servisiranju proizvoda marke Volkswagen onemogućio ulazak privrednom subjektu M.R.M. na mjerodavno tržište prodaje proizvoda marke Volkswagen ovlaštenim trgovcima i na taj način, također, povrijedio je odredbe člana 10. stav (2) tačka b) Zakona o konkurenciji, budući da je ograničio broj ovlaštenih trgovaca *i na taj način slobodnu konkurenciju u smislu mogućnosti izbora krajnjim kupcima kupovine vozila marke Volkswagem od više ovlaštenih trgovaca*»<sup>68</sup>. Iz ovih odluka proizlazi da se ne poklanja dovoljno pažnje samom pojmu potrošača.<sup>70</sup> Povreda se odnosi na odredbu iz člana 10. stav (2) tačka b) Zakona o konkurenciji kojom je propisano ograničavanje proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača. Konkurencijsko vijeće i Sud BiH ne koriste pojam potrošača već korisnika, što svakako ne mogu biti isti pravni termini iako se u slobodnom govoru mogu koristiti kao sinonimi. Da Konkurencijsko

---

rencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-027-140-II/08 od 21. 07.2009. godine)

67 Ukošeni tekst je urađen od strane autora rada.

68 Presuda Suda BiH broj U-383/09 od 27.01.2010. godine.

69 Ukošeni tekst je urađen od strane autora rada.

70 Navedeni slučaj nije jedini u kojima se umjesto potrošača koristi pojam krajnji korisnik. Tako termin krajnji korisnik nalazimo u sljedećim slučajevima: u predmetu pokrenutom po službenoj dužnosti protiv UniCredit Bank d.d., Raiffeisen Bank d.d. Bosna i Hercegovina, Turkish Ziraat Bank Bosnia d.d. Sarajevo, i Tenfore d.o.o. Banja Luka (Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-03-100-II/12 od 06.11.2012. godine); Telemach d.o.o. Sarajevo protiv HD-WIN d.o.o., Beograd, Republika Srbija (Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-019-80-II/15 od 16.02.2016. godine) u ovom slučaju pored krajnji korisnik nalazimo i *krajnjeg potrošača/korisnika*.

vijeće upravo koristi ove pojmove kao sinonime upućuje i činjenica da Konkurencijsko vijeće kod određivanja visine novčane kazne koristi termin krajnji potrošači.<sup>71</sup> Pretpostavljamo da se na ovaj način jasno želi ukazati da se odnosi samo na krajnjeg potrošača u lancu proizvodnje i prodaje proizvoda, a što svakako nije u skladu sa praksom u EU.

Sama upotreba termina korisnika ukazivala bi da svi pravni subjekt koji učestvuju na primarnom i sekundarnom tržištu uživaju zaštitu zbog ograničavanja proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja. Međutim, u obje odluke koristi se termin krajnji korisnik što upućuje da se ograničava samo na sekundarno tržište. U navedenom primjeru to bi bili pravni subjekti koji kupuju auto za svoju upotrebu.

Komparacijom sa definicijom potrošača iz ZZP 2006 zaključujemo da Konkurencijsko vijeće prihvata širi pojam potrošača koji obuhvata pravna i fizička lica i kupovina kod fizičkih lica nije ograničena samo na lične potrebe i potrebe domaćinstva. Proširivanje kruga pravnih subjekata kojima se pruža zaštita od zloupotreba dominantnog položaja je svakako pravilno postupanje, ali ne opravdava upotrebu termina krajnji korisnik. Upotrebom termina krajnji korisnik uvodi se pravna nesigurnost. Pretpostavka je, s obzirom da se ukazuje na odredbu koja pruža zaštitu potrošačima, da se govori o zaštiti potrošača ali ne isključuje mogućnost da se ne pruža zaštita potrošačima već samo korisnicima. Ne postoji zakonska definicija korisnika. U teoriji se nalazimo da je korisnik osoba ili institucija koja povremeno upotrebljava određeni proizvod ili koristi određenu uslugu, bez obzira na to što nije i stvarni kupac, obično nije vlasnik robe ili usluge.<sup>72</sup> Najviše korisnika javlja se kod trajnih potrošnih dobara. Na razliku između potrošača i korisnika upućuje i Zakon o konkurenciji. Navedenim Zakonom normirano je da relevantno tržište proizvoda obuhvata sve proizvode i/ili usluge koje potrošači i/ili korisnici smatraju međusobno zamje-

---

71 Prilikom određivanja visine novčane kazne Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da narušavanje slobodne tržišne konkurencije na relevantnom tržištu od privrednog subjekta ASA AUTO zloupotrebom dominantnog položaja imalo negativan efekat na poslovanje privrednog subjekta M.R.M. u 2008. godini, te da je isti ograničio tehnički razvoj relevantnog tržišta na štetu krajnjih potrošača. (Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-027-140-II/08 od 21. 07.2009. godine)

72 [viser.edu.rs/download.php?id=17753](http://viser.edu.rs/download.php?id=17753) (07.08.2016.)



njivim, pod prihvatljivim uslovima, imajući u vidu naročito njihove bitne karakteristike, kvalitet, uobičajnu namjenu, način upotrebe, uslove prodaje i cijene.<sup>73</sup> Za utvrđivanje relevantnog tržišta potrebno je imati u vidu potrošače i korisnike, te odlučiti da li će se kod relevantnog tržišta cijeniti potrošači i/ili korisnici. U konkretnom slučaju korisnici bi na primjer bile osobe koje uzimaju auto u okviru *rent a car*, oni upotrebljavaju auto u određenom periodu a nisu vlasnici.

Ova detaljna analiza ukazuje da se ne mogu poistovjeđivati pojmovi potrošača i krajnjeg korisnika, i da su od zloupotreba dominantnog položaja zaštićeni potrošači. Zaštitom potrošača omogućava se zaštita i korisnika. Korisnici svoje pravo na upotrebu stvari ostvaruju od potrošača, i osiguranjem zaštite potrošačima od zloupotreba indirektno zaštitu ostvaruju i korisnici jer će moći da koriste stvari pod povoljnijim uslovima, bolji kvalitet i niže cijene.

U predmetu privrednog subjekta MHS protiv JP BH Pošta Sarajevo<sup>74</sup> Konkurencijsko vijeće je utvrdilo da JP BH Pošta ima dominantan položaja, ali nije utvrdilo da isti zloupotrebljava ograničavanjem proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača. U ovom slučaju Konkurencijsko vijeće ne koristi termin krajnjeg korisnika nego potrošača. Istina, samo na jednom mjestu i navodi da JP BH Pošta nije zloupotrijebila dominantan položaj. Zanimljivo je da rješenje ne sadrži konkretne razloga zbog čega ne postoji zloupotreba dominantnog položaja<sup>75</sup>, ne navodi se konkret-

---

73 Član 3. stav 2. Zakona o konkurenciji BiH.

74 Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-056-36-II/08 od 04.06. 2009. godine.

75 U Rješenju Konkurencijsko vijeće Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-056-36-II/08 od 04.06. 2009. godine, navodi između ostalog da je u postupku na osnovu dokumentacije dostavljene od privrednog subjekta MHS d.o.o. Sarajevo, privrednog subjekta JP BH POŠTA d.o.o. Sarajevo i nadležnih institucija Bosne i Hercegovine (Ministarstvo komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine, Agencija za poštanski promet Bosne i Hercegovine i Federalnog ministarstvo prometa i komunikacija) je utvrdilo sljedeće činjenice:

- javni poštanski operator znači preduzeće koje je u većinskom državnom vlasništvu i koje je registrovano za pružanje rezervisanih i nerezervisanih poštanskih usluga (član 2. tačka i) Zakona o poštama Bosne i Hercegovine);
- javni poštanski operatori su privredni subjekt JP BH POŠTA d.o.o. Sarajevo, Preduzeće za poštanski saobraćaj Republike Srpske a.d. Banja

no koje činjenice upućuju da ne postoji zloupotreba od strane JP BH Pošta<sup>76</sup>.

## 6. DOBROBIT POTROŠAČA U PRAVU BIH

Iako u pravu konkurencije postoji mogućnost pozivanja na odluke Komisije i Suda pravde EU od strane Konkurencijskog vijeća i Suda BiH, u praksi ne nalazimo upotrebu termina dobrobit potrošača. Dobrobit potrošača u EU nije normirana već je razvijena putem naučnog

---

Luka, Petra I Karađorđevića 93, 78000 Banja Luka i privredni privredni subjekt Hrvatska Pošta d.o.o. Mostar, Tvrtka Miloša bb, 88000 Mostar (član 24. stav (1) Zakona o poštama Bosne i Hercegovine);

- rezervisane poštanske usluge znače one univerzalne poštanske usluge koje može pružati samo javni poštanski operator (član 2. tačka f) Zakona o poštama Bosne i Hercegovine), koji je u većinskom vlasništvu države;
- operator poštanskog prometa može biti svaka pravna osoba koja ispunjava određene tehničke, kadrovske i druge uslove, ukoliko za pružanje poštanskih usluga posjeduje ovlaštenje dobijeno od nadležnih tijela i ukoliko te usluge pruža u okviru svoje registrovane djelatnosti (član 9. stav (2) Zakona o poštama Bosne i Hercegovine);
- operator poštanskog prometa znači organizaciju (privredni subjekt) koja je u skladu sa ovim Zakonom, ovlaštena za pružanje nerezervisanih usluga (član 2. tačka g) Zakona o poštama Bosne i Hercegovine);
- Agencije za poštanski promet Bosne i Hercegovini izdaje i oduzima dozvole (licence) poštanskim operatorima, uz saglasnost Ministarstvo komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine, za obavljanje poštanskih usluga, u skladu sa pravilnikom koji donosi ista.
- Agencije za poštanski promet Bosne i Hercegovini je dana 7. marta 2008. godine izdala Obavještenje kojim poziva davaooc poštanskih usluga u Bosni i Hercegovini na podnošenje zahtjeva za izdavanje odobrenja (licence) za obavljanje poštanskih usluga;
- privredni subjekt MHS d.o.o. Sarajevo registrovan u Opštinskom sudu u Sarajevo, između ostalih djelatnosti, i za pružanje kurirskih usluga (šifra poddjelatnosti 64.120) nije podnio zahtjev za dobijanje dozvole, na osnovu Obavještenja Agencije za poštanski promet Bosne i Hercegovini i nema dozvolu dobijenu od iste za pružanje poštanskih usluga, odnosno obavljanje kurirskih usluga.

76 Ne smatramo da je Konkurencijsko vijeće trebalo donijeti drugačiju odluku, već je bilo nužno ukazati koje činjenice direktno upućuju, a ne samo navesti utvrđeno činjenično stanje.



pristupa i sudske prakse u cilju omogućavanja podizanja zaštite potrošača na viši nivo. U pravu BiH ne postoje prepreke da se također prilikom donošenja odluka ima u vidu dobrobit potrošača. Omogućavanje zaštite potrošača na osnovu dobrobiti potrošača je viši nivo zaštite, za koji je svakako potrebno proći niže nivoe što u BiH nije slučaj. Temelj za ovu tvrdnju pruža nam uvid u praksu nadležnih tijela za zaštitu prava konkurencije. Ne možemo očekivati da se pruža zaštita potrošačima na osnovu dobrobiti potrošača kada je nejasno kome se pruža zaštita ograničavanjem proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja. Neodređivanjem kruga lica koja se smatraju potrošačima, odnosno pružanjem zaštite krajnjim korisnicima nije put prema većoj zaštiti potrošača. Čak, naprotiv, vodi ka pravnoj nesigurnosti i odbijanju podnošenja zahtjeva za utvrđivanje zloupotreba dominantnog položaja.

U smislu neprepoznavanja pojma dobrobiti potrošača zanimljivo je i navesti da u određenim prevodima odluka Suda pravde EU na hrvatski jezik *consumer welfare* se prevodi kao boljitak ili blagostanje potrošača, a u drugima kao zaštita potrošača, što svakako nisu isti pojmovi. Na primjer, u slučaju *Post Danmark A/S protiv Konkurrenserådet*, *consumer welfare* preveden je kao interes potrošača<sup>77,78</sup>. Istina nije riječ u svim slučajevima. U slučaju *MasterCard Inc. i dr. protiv Europske komisije*<sup>79</sup> *consumer welfare* preveden je kao boljitak potrošača<sup>80,81</sup>.

Kako ne postoje pravne prepreke, već postoji i obaveza usklađivanja prava BiH sa pravom EU, neophodno je osigurati dobrobit potrošača u pravu konkurencije BiH. Pored primjene u sudskoj praksi, potreban je i veći naučni doprinos kako bi se razvio ovaj prav-

---

77 U paragrafu 49. ove odluke navodi se „...consumer welfare in the affected markets...” što je prevedeno kao „... interese potrošača na dotičnim tržištima”.

78 <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=169191&pageIndex=0&doclang=HR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&id=1229132> (11.08.2016)

79 *MasterCard Inc. i dr. protiv Europske komisije* (2014) C-382/12 P.

80 U paragrafu 30. ove odluke navodi se „...promote consumer welfare” što je prevedeno kao „... unaprjeđuje boljitak potrošača”.

81 <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=157521&pageIndex=0&doclang=HR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&id=1224567> (11.08.2016)



ni standard. Značaj i pažnja koja se poklanja dobrobiti potrošača EU svakako upućuju da se radi o pravnom standardu, a ne samo običnoj pravnoj floskuli, koji je potrebno dodatno naučno i stručno razvijati.

## ZAKLJUČAK

Jedan od oblika zloupotreba dominantnog položaja pruža zaštitu prava i interesa potrošača. Ograničavanje proizvodnje, tržišta ili tehničkog razvoja na štetu potrošača predstavlja zloupotrebe dominantnog položaja. Kriterij za utvrđivanje štete potrošačima predstavlja teškoće u praksi, jer sniženje cijena ne mora da znači korist ukoliko dolazi do smanjenja kvaliteta proizvoda ili ukoliko se ograniči tehnički razvoj može koristiti potrošačima ukoliko postojeći nivo tehničkog razvoja omogućava proizvod za potrošače bez lošeg uticaja za zdravlje, jer bi dalji tehnički razvoj i upotreba dodatnih supstanci mogli da narušavaju zdravlje potrošača.

Pojam potrošača kod ostvarivanja prava u okviru klasičnog sistema, na osnovu odredaba ZPP 2006, u značajnoj mjeri je uži u odnosu na pojam potrošača kod zloupotreba dominantnog položaja. Prema odredbama ZPP 2006 potrošač je svako fizičko lice koje kupuje, stiče ili koristi proizvode ili usluge za svoje lične potrebe i za potrebe svog domaćinstva. U praksi zloupotreba dominantnog položaja BiH potrošačem se smatraju fizička i pravna lica koja kupuju finalni proizvod, dok odredbe ZOK ne daju definiciju potrošača. Iako se čini da je pravilna praksa u BiH, poređenjem sa pravom EU zaključujemo da se ograničava krug lica u odnosu na zloupotrebe dominantnog položaja u pravu EU.

U pravu EU nastaje pravni standard dobrobiti potrošača, koji se prvi puta spominje u Zelenoj knjizi iz 1997. godine. Ovaj standard dalje se razvija u okviru *soft law*, te prakse Komisije i Suda pravde EU, svakako sa odgovarajućim teorijskim pristupom. Dobrobit potrošača odbacuje koncept da je samo krajnji korisnik potrošač, već obuhvata sve direktne ili indirektne korisnike proizvoda obuhvaćenih ugovorom, uključujući proizvođače koji koriste proizvode kao input, trgovce na veliko, trgovce i krajnje potrošače, odnosno fizičke osobe koje su djelovale u svrhe koje se mogu smatrati izvan svog zanata ili profesije.



Pravo zloupotreba dominantnog položaja u BiH ne poznaje dobrobit potrošača, već nalazimo i ograničavanje samo na krajnjeg korisnika, i može se smatrati i sporno da se li zaštita pruža samo krajnjem korisniku ili potrošaču. Smatramo da se pruža zaštita samo krajnjem potrošaču, dok je upotreba termina krajnjeg korisnika pogrešno mišljenje da se radi o sinonimima. Ovo ukazuje da je hipoteza ovog rada, da se dobrobit potrošača u pravu BiH ostvaruje u većoj mjeri kao što je to u EU, opovrgnuta.

Imajući u vidu da je uslov za pristupanje BiH u EU usklađivanje pravnih propisa, ali i prakse upravnih organa i sudske prakse, smatramo da postoji pravni osnov za primjenu dobrobiti potrošača u pravu BiH. Ovo se posebno temelji na mogućnosti da Konkurencijsko vijeće i Sud BiH koriste praksu EU.

## LITERATURA

### 1. Knjige

1. Marković-Bajalović, D. et. al. (2001), *Uslovi za realizaciju prometa roba i usluga u pravu Evropske unije*, Institut za uporedno pravo, Beograd.
2. Nazzini, R. (2011) *The Foundations of European Union Competition Law: The Objective and Principles of Article 102*, Oxford University Press, New York.
3. Rizvanović, E. (2005) *Državna pomoć u zemljama Evropske unije: iskustvo za Bosnu i Hercegovinu*, Fojnica.
4. Šoljan, V. (2004) *Vladajući položaj na tržištu i njegova zlouporaba u pravu tržišnog natjecanja Evropske zajednice*, Ibis grafika, Zagreb.
5. Temple Lang, J. (2008) *The Requirements for a Commission Notice on the Concept of Abuse under Article 82 EC*, CEPS, Bruxelles.
6. Varga, S. (2006) *Konkurencijsko pravo Evropske unije*, S.Varga, Novi Sad.

## 2. Članci

1. Akman, P., „*Consumer Welfare and Article 82 EC: Practice and Rhetoric*”, *World Competition*, vol. 32, br. 1/2009, 71–90.
2. Anderman, S., „*Does the Microsoft Case offer a New Paradigm for the „Exceptional Circumstances” Test and Compulsory Copyright Licenses under EC Competition Law?*”, *The Competition Law Review*, vol. 1, br. 2/2004, 7-23.
3. Andriychuk, O., „*Can We Protect Competition Without Protecting Consumers?*”, *The Competition Law Review*, vol. 6, br. 1/2009, 77-87.
4. Cseres, K J, „*The Controversies of the Consumer Welfare Standard*”, *The Competition Law Review*, vol. 3, br. 2/2006, 121-175.
5. Daskalova, V., „*Consumer Welfare in EU Competition Law: What Is It (Not) About?*”, *The Competition Law Review*, vol. 11, br. 1/2015, 133-162.
6. Haracoglou, I., „*Competition Law, Consumer Policy and the Retail Sector: systems relation and the effects of a strengthened consumer protection policy on competition law*”, *The Competition Law Review*, vol. 3, br. 2/2006, 175-208.
7. Meškić, Z., „*Zakon o zaštiti potrošača BiH u svjetlu prava BiH*”, *Pravo i pravda*, vol. 11, br. 1/2012, 421–444.
8. Petrović, A., „*Politika zaštite potrošača u funkciji izgradnje unutar-njeg europskog tržišta*”, *Zbornik radova II međunarodne konferencije Bosna i Hercegovina i Euroatlanske integracije*, 2014, 539–558.
9. Petrović, A., „*Transponiranje Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača-izazov za nacionalne zakonodavce*”, *Društveni ogledi*, vol. 2, br. 1/2015, 109–130.
10. Rizvanović, E., „*Osnovne odrednice prava konkurencije Evropske unije*”, *Pravni savjetnik*, Sarajevo, vol. 3, br. 11/2003, 94-104.



### 3. Propisi

1. Zakon o konkurenciji Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH, broj 48/05, 76/07, 80/09.
2. Zakon o zaštiti potrošača BiH, Službeni glasnik BiH, broj 17/02.
3. Zakon o zaštiti potrošača BiH, Službeni glasnik BiH, broj 25/02, 88/16.
4. Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između evropskih Zajednica i njihovih država članica iz 2008. godine, Službeni glasnik BiH – Međunarodni ugovori, broj 10/08.
5. Commission (EU), Green Paper on Vertical Restraints in EC Competition Policy COM (96) 721 final, 22 January 1997.
6. Commission (EU), Notice: Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty [2004] OJ C 101/97.

### 4. Upravna i sudska praksa

1. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-03-100-II/12 od 06.11.2012. godine.
2. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-019-80-II/15 od 16.02.2016. godine.
3. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-027-140-II/08 od 21.07.2009. godine.
4. Presuda Suda BiH broj U-383/09 od 27.01.2010. godine.
5. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-06-26-056-36-II/08 od 04.06. 2009. godine.
6. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 01-03-26-016-21 -II/10 od 25.02. 2011. godine.
7. Rješenje Konkurencijskog vijeća Bosne i Hercegovine broj 04-26-2-03-100-II/12 od 06.11.2012. godine
8. MasterCardInc. i dr. protiv Europske komisije (2014) C-382/12 P.
9. Post Danmark A/S protiv Konkurrencerådet(2015) C-23/14.
10. Microsoft protiv Europske komisije (2007) T-201/04.

## 5. Internet

1. Madill, J., Mexis, A. Consumers at the heart of EU competition-policy. Dostupno na:
2. <http://curia.europa.eu/> (11.08.2016)
3. [http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009\\_1\\_7.pdf](http://ec.europa.eu/competition/publications/cpn/2009_1_7.pdf) (26.07.2016.)
4. [viser.edu.rs/download.php?id=17753](http://viser.edu.rs/download.php?id=17753) (07.08.2016.)
5. <http://bihkonk.gov.ba/naslovnica> (26.07.2016.)

## CONSUMER WELFARE WITH ABUSE OF DOMINANT POSITION

*The subject of the paper is consumer welfare at the abuse of dominant position in the law of Bosnia and Herzegovina. The rights of consumers are protected from abuse of dominant position, and there is abuse when limiting production, market or technical development to the prejudice of consumers.*

*Consumer protection is regulated by the provisions of the Consumer Protection Act, which standardized the realization of consumer protection in the relationship between consumers, producers and retailers. The concept of the consumer in this law does not correspond to the concept of the consumer which provides protection in the context of abuse of dominant position.*

*When the abuse of dominant position in the law of Bosnia and Herzegovina provides protection for a wider circle of persons, but that does not correspond to practice in this type of competition in the European Union. Consumer welfare is to protect the wider circle of persons, with the consumers welfare primarily analyzes from an economics standpoint.*

*In our practice we do not find the protection of consumers through consumer welfare, for which it can be say that the new legal standard in the European Union, already in Bosnia and Herzegovina term consumer includes a small number of persons.*

**Keywords:** *consumer welfare, consumer, abuse of dominant position, the end user, the law competition.*