

**PROGRAM RADA AGENCIJE ZA ZAŠTITU
TRŽIŠNOG NATJECANJA
ZA RAZDOBLJE 2014.-2016.**

Sadržaj

UVOD PREDSJEDNIKA VIJEĆA	3
1. O tržišnom natjecanju i Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja	4
1.1. Politika tržišnog natjecanja.....	4
1.2. Uloga Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja.....	4
2. Okruženje i trendovi	6
2.1. Ekonomska klima.....	6
2.2. Zakonodavne izmjene i njihov utjecaj.....	6
2.3. Unutarnje promjene (mikro klima)	7
3. Strateški ciljevi za razdoblje od 2014. do 2016. godine.....	9
3.1. Provedba prava tržišnog natjecanja s naglaskom na otklanjanju teških ograničenja tržišnog natjecanja i aktivna uloga u suradnji s Europskom komisijom u otkrivanju kartela.	9
3.2. Analize tržišta	11
3.3. Promicanje (zagovaranje) prava tržišnog natjecanja	11

UVOD PREDSJEDNIKA VIJEĆA



Njegujući najbolje prakse i pristup u svim područjima djelovanja, pa tako i u transparentnosti rada, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja već duži niz godina priređuje i objavljuje Programe rada. Za to ne postoji zakonska obveza, ali doprinosi približavanju našeg poslovanja svim dionicima kao i sustavnoj edukaciji o koristima i pravilima iz područja zaštite tržišnoga natjecanja. Vjerujemo da je to posebno važno u

kontekstu izazova i mogućnosti koje je donijela integracija u unutarne tržište Europske unije, ali i iscrpljenosti gospodarstva uslijed dugogodišnje recesije.

Kao javno tijelo koje se u potpunosti financira sredstvima iz Državnoga proračuna, priredili smo Program rada za razdoblje od 2014. do 2016. u kojem smo definirali ključne strateške ciljeve te aktivnosti na koje ćemo se usredotočiti u njihovom postizanju u narednom razdoblju.

Naše djelovanje u iduće tri godine bit će u funkciji maksimiziranja učinaka našega rada, zbog čega ćemo se usmjeriti upravo na one poremećaje na tržištu koji potrošačima i poduzetnicima nanose najveću i izravnu štetu. Ovdje mislimo na teška ograničenja tržišnog natjecanja i kartelne dogovore u čijem otkrivanju ćemo posebno surađivati s Europskom komisijom i tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja drugih zemalja. U tome smislu ćemo intenzivirati i aktivnosti vezane uz promicanje programa pokajnika koji u Hrvatskoj nije dovoljno prepoznat i prihvaćen.

I nadalje ćemo veliku pozornost posvećivati analizama tržišta, a usmjerit ćemo se primarno na ona tržišta za koja postoje naznake slabosti u funkcioniranju koje mogu biti posljedica postupanja poduzetnika, strukture pojedinog tržišta, ponašanja i navika potrošača, utjecaja države kroz regulaciju te drugih čimbenika koji mogu imati negativan utjecaj na pojedino tržište.

Treći strateški cilj je promicanje prava tržišnog natjecanja u odnosima s poduzetnicima, državom i najširoj javnosti. Konkretno uključuju nekoliko razina i to od davanja mišljenja o usklađenosti, kako nacrta prijedloga zakona, tako i važećih zakona i drugih propisa s pravilima o zaštiti tržišnog natjecanja, preko objava odluka, mišljenja i stavova Agencije, komunikacije s medijima i najširoj javnosti te odnosima s akademskom zajednicom.

Vjerujemo da su utvrđeni ciljevi realni i razumno ostvarivi, a da ujedno potvrđuju naše temeljne vrijednosti: pouzdanost, učinkovitost i kredibilitet sustava zaštite tržišnog natjecanja.

Mladen Cerovac, mag.iur.

Predsjednik Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja



1. O tržišnom natjecanju i Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja

Prvi propis iz područja tržišnog natjecanja u Hrvatskoj je donesen još 1995. Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje: Agencija) osnovana je Odlukom Hrvatskog sabora od 20. rujna 1995., a s radom je započela 1997., dodjeljivanjem proračunskih sredstava. U proteklom razdoblju Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja se mijenjao i dopunjavao, a zadnje izmjene su stupile na snagu s danom pristupanja Hrvatske Europskoj uniji. Od osnivanja do danas, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja se, prateći zakonske promjene, mijenjala i razvijala, ali je bila i ostala provoditelj propisa.

1.1. Politika tržišnog natjecanja

Politika tržišnog natjecanja je ukupnost mjera i pravila ponašanja koje pojedina država propisuje i provodi na području tržišnog natjecanja. U propisima o tržišnom natjecanju većine suvremenih zemalja, osnova politike tržišnog natjecanja izražena je kao zabrana narušavanja slobodnog tržišnog natjecanja različitim oblicima ograničavanja i sprječavanja poduzetničkih sloboda u prometu robe i usluga na tržištu.

Politika tržišnog natjecanja neodvojivo je povezana s pravom tržišnog natjecanja. Standardni koncept i cilj propisa iz područja prava tržišnog natjecanja većine zemalja svijeta je postizanje ekonomskog razvoja kroz konkurentna tržišta, predvođena efikasnim poduzetnicima, a u cilju dobrobiti potrošača.

Zadaća Agencije je da, u okviru danih ovlasti, osigura da tržišno natjecanje radi u korist i na dobrobit potrošača koji kupuju proizvode i usluge. Učinkovito tržišno natjecanje snižava cijene, obogaćuje ponudu proizvoda i usluga i poboljšava njihovu kvalitetu. U takvom odnosu poduzetnici postaju kreativniji, potaknuti su na inovacije, stvaranje novih i kvalitetnijih proizvoda i usluga, usredotočeni su na poboljšanje efikasnosti poslovanja. Time postaju i konkurentniji i na domaćem i stranim tržištima, što se pozitivno odražava i na gospodarski rast.

1.2. Uloga Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja je pravna osoba s javnim ovlastima koja samostalno i neovisno obavlja poslove u okviru djelokruga i nadležnosti određenih Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja („Narodne novine“, broj: 79/09 i 80/13), Uredbom Vijeća (EZ) br. 1/2003 od 16. prosinca 2002. o provedbi pravila o tržišnom natjecanju koja su propisana člancima 81. i 82. Ugovora o osnivanju EZ-a (Tekst značajan za EGP) (SL L 1, 4. 1. 2003.), vezano uz primjenu članaka 101. i 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (SL C 115 od 9. 5. 2008.), te Uredbom Vijeća (EZ) br. 139/2004 od 20. siječnja 2004. o kontroli koncentracija između poduzetnika (Uredba EZ o koncentracijama) (Tekst značajan za EGP) (SL L 24, 29. 1. 2004.).

Dakle, Agencija je javno tijelo kojemu je povjerena primjena nacionalnog i dijela europskog prava tržišnog natjecanja. Misija Agencije je pomoći da tržišta funkcioniraju dobro za potrošače, poduzetnike i gospodarstvo u cjelini. Sile konkurencije potiču poduzetnike na poboljšanje njihove efikasnosti. Konkurentna tržišta djeluju poticajno na inovativnost i kreativnost poduzetnika doprinoseći većem izboru proizvoda i usluga i unaprjeđenju kvalitete. Stoga je cilj Agencije otklanjanje ograničenja koja sputavaju djelovanje sila konkurencije.

Uvjereni smo da održivi razvoj gospodarstva počiva na konkurentnoj ekonomiji izrasloj iz pro-kompetitivnog okruženja.

Naše aktivnosti će u idućem trogodišnjem razdoblju biti usmjerene na:

1. Provedbu prava tržišnog natjecanja s naglaskom na otklanjanju teških ograničenja tržišnog natjecanja i aktivnu uloga u suradnji s Europskom komisijom u otkrivanju kartela;
2. Analize tržišta;
3. Promicanje (zagovaranje) prava tržišnog natjecanja u odnosima s poduzetnicima, Državom i najširoj javnosti.

Pored navedenih ključnih područja, nastaviti ćemo s obavljanjem redovnih aktivnosti koje uključuju kontrolu koncentracija, međunarodnu suradnju i davanje stručnih mišljenja.

U nastavku objašnjavamo okruženje i trendove koji su, temeljem procjene rizika, utjecali na stratešku procjenu navedenih ciljeva, koje razrađujemo u drugom dijelu dokumenta.

2. Okruženje i trendovi

Prepoznali smo okolnosti i trendove iz okruženja koji su u proteklom razdoblju najsnažnije utjecali na određivanje prioriteta u poslovanju Agencije za razdoblje od 2014. do 2016. godine. U uvjetima recesije i restriktivne politike financiranja, utjecaj djelovanja Agencije treba biti vidljiv, jasan i u funkciji brzog otklanjanja slabosti funkcioniranja tržišta.

2.1. Ekonomska klima

Negativni trendovi u hrvatskom gospodarstvu, praćeni negativnim poslovnim očekivanjima, uz izostanak priljeva stranih investicija te kontrakciju osobne potrošnje i politiku štednje, izravno se odražavaju na poslovanje Agencije, s jedne strane, u odnosu na financiranje, a s druge strane, njezinu stratešku usmjerenost. Planirani proračunski izdaci za djelovanje Agencije u razdoblju od 2014. do 2016. godine prate nastojanja Vlade da smanji rashodovnu stranu Proračuna. Polazeći od toga, Agencija se u idućem trogodišnjem razdoblju planira usredotočiti upravo na kartele i druga teška ograničenja tržišnog natjecanja čijem nastajanju, zbog pritiska negativnih i niskih stopa rasta na profite poduzetnika, recesija izrazito pogoduje.

2.2. Zakonodavne izmjene i njihov utjecaj

S 1. srpnjem 2013. Hrvatska je postala punopravna članica Europske unije čime je postala i dio njenog unutarnjeg tržišta, a hrvatska Agencija je postala dio Europske mreže tijela za zaštitu tržišnog natjecanja (eng. ECN – European Competition Network). Ujedno je Agenciji dodijeljena i zadaća primjene europskoga prava zaštite tržišnog natjecanja. Tako se pristupanje Europskoj uniji na Agenciju odrazilo kroz porast opsega i obujma poslova čemu je dodatno doprinijela i činjenica da je Agencija u nadležnost dobila i sustav kreditnih institucija i kreditnih unija. Naime, do tada je nadležno tijelo za primjenu prava tržišnog natjecanja bila Hrvatska narodna banka.

Promjene su bile značajne i u sustavu državnih potpora gdje je, nakon šest mjeseci punopravnog članstva, inicirana zakonska izmjena kojom je Agencija u potpunosti izgubila nadležnosti koje je nakon pristupanja imala u tom području, a ti su poslovi objedinjeni u Ministarstvu financija.

Unatoč pristupanju, legislativna aktivnost u Hrvatskoj je još uvijek izrazito jaka, a radi daljnje potrebe usklađivanja propisa u odnosu na one koji se mijenjaju na razini Europske unije, u iduće tri godine ne očekujemo smanjenje ovih aktivnosti. Agencija je u te procese uključena izravno (kroz radne skupine na nacionalnoj razini i na razini EU) i neizravno, davanjem stručnih mišljenja na prijedloge propisa. Unatoč zahtjevnosti, takav angažman smatramo važnim i usklađenim s ciljevima Agencije, jer se na taj način već u postupku nastajanja propisa mogu uočiti i otkloniti potencijalno štetne odredbe za tržišno natjecanje ili potencijalni antikompetitivni učinak propisa u nastajanju.

U vrijeme ubrzanih promjena na tržištima dodatno potaknutima pristupanjem, ograničenjima koja proizlaze iz trenutne ekonomske klime te uz prisutnu potrebu daljnje financijske

konsolidacije, od iznimne je važnosti promicanje (zagovaranje) prava tržišnog natjecanja i otklanjanje nepotrebnih regulatornih ograničenja za poslovanje poduzetnika. Razlozi za to su u koristima tržišnog natjecanja za poduzetnike (efikasnost, inovativnost), potrošače (koristi od novih poslovnih modela koji predstavljaju konkurentsku prednost prelijevaju se na potrošače kroz niže cijene) i gospodarstvo u cjelini (povećana konkurentnost).

Od posebnog interesa za Agenciju su zakonodavne izmjene koje se odnose na procese liberalizacije ili otvaranja prethodno zatvorenih tržišta na kojima su djelovali monopolisti. Kao i na europskoj razini, procesi liberalizacije su i u Hrvatskoj bili praćeni nastajanjem regulatora (regulatornih agencija) kojima je u pravilu u nadležnost dana ex ante regulacija konkretnih tržišta. Na njihove regulatorne aktivnosti se nadovezuje Agencija ex post djelovanjem, najčešće u području sprječavanja zlouporaba vladajućih položaja (na što upućuju i recentni predmeti Agencije). U tom smislu, od posebnog interesa Agencije su trendovi na europskom tržištu telekomunikacijskih usluga, liberalizacija domaćeg željezničkog prometa i promjene na tržištu električne energije.

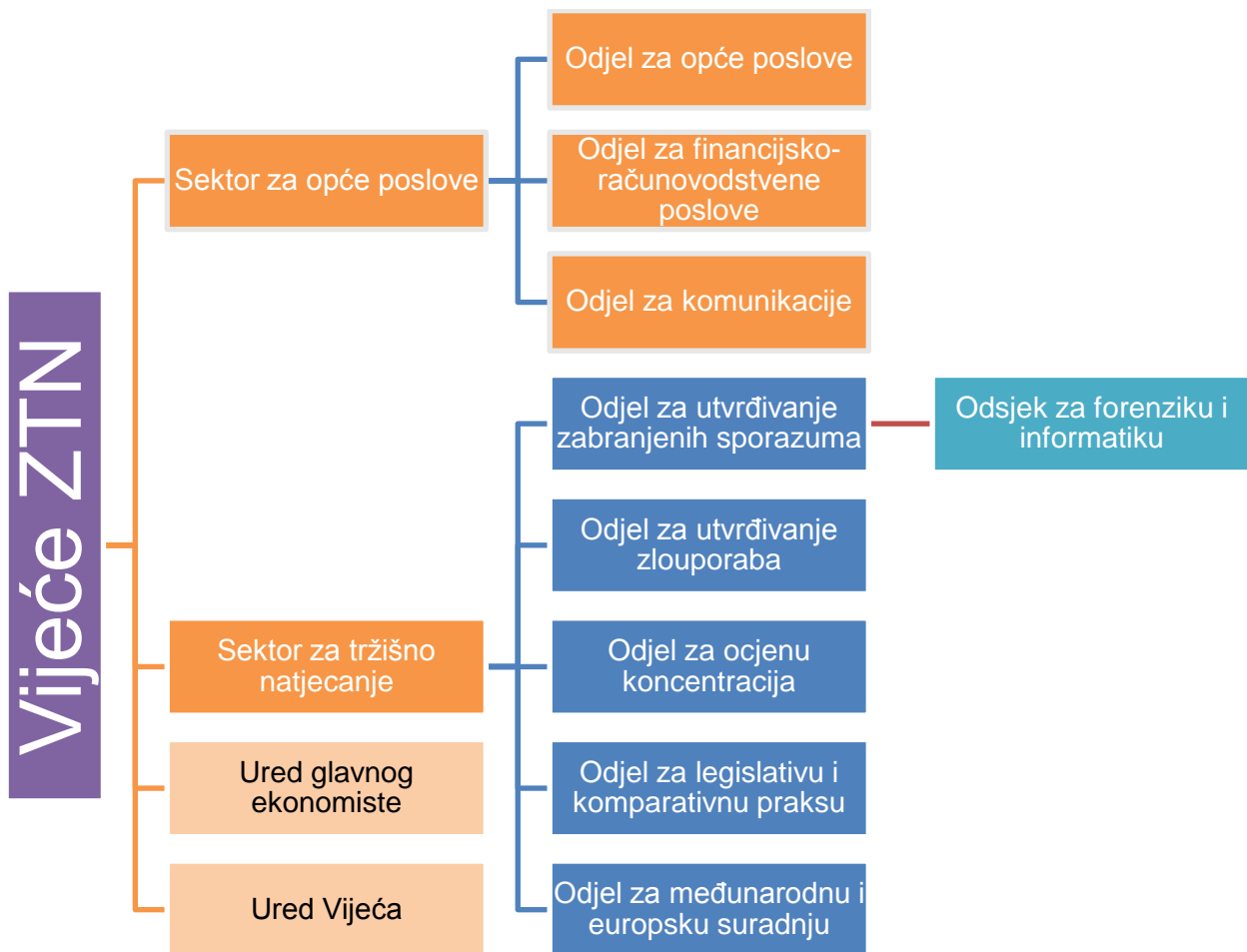
2.3. Unutarnje promjene (mikro klima)

Godina 2014. je prva puna godina djelovanja novog saziva Vijeća za zaštitu tržišnog natjecanja kojemu je u mandat, radi već opisanih zakonodavnih izmjena (novi europski poslovi i gubitak poslova vezanih uz državne potpore), dana i izmjena postojeće organizacijske strukture Agencije. Iako uvjetovane vanjskim čimbenicima te su izmjene i rezultat politike koju planira provoditi novi saziv Vijeća s predsjednikom g. Mladenom Cerovcem.

Ta politika na mikro razini počiva u vjeri u komplementarnost i rezultirajuće sinergijske efekte prava tržišnog natjecanja, ekonomije i teorije industrijske organizacije, ali i posebnih tehnoloških znanja koja sve više postaju imperativ, posebno u borbi protiv kartela.

Na makro razini ta je politika vođena shvaćanjem da djelovanje Agencije treba biti usmjereno na ograničenja tržišta koja najteže i izravno pogađaju i oštećuju potrošače i druge poduzetnike.

Ta uvjerenja odražava i izmijenjena organizacijska struktura Agencije, kako ju prikazuje slika 1.: naglašena je usmjerenost na osnovno, „core“ poslovanje Agencije, dok su pomoćne funkcije zadržane na razini minimalno potrebnih za održavanje stabilnog i održivog poslovanja.



Slika 1: Nova organizacijska struktura AZTN

3. Strateški ciljevi za razdoblje od 2014. do 2016. godine

Tri strateška cilja za razdoblje od 2014. do 2016. su u funkciji maksimiziranja učinaka djelovanja Agencije u razdoblju smanjenog proračuna. Agencija se u potpunosti financira sredstvima iz Državnoga proračuna, a s obzirom na vidljive učinke recesije za 2014. te prognozirani skromni gospodarski rast za 2015., nije planiran porast proračuna Agencije koji bi omogućio višu razinu funkcionalne opremljenosti i posljedično, širi fokus djelovanja Agencije. Radi toga, a u kontekstu pogoršanja poduzetničke klime, pada životnog standarda i negativnih trendova na tržištu rada, Agencija će svoje djelovanje usmjeriti na one poremećaje na tržištu koji potrošačima i poduzetnicima nanose najveću i izravnu štetu: kartelne dogovore i druga teška ograničenja tržišnog natjecanja.

3.1. Provedba prava tržišnog natjecanja s naglaskom na otklanjanju teških ograničenja tržišnog natjecanja i aktivna uloga u suradnji s Europskom komisijom u otkrivanju kartela

Pored kartela, kao najtežih povreda propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, i ostale vrste sporazuma između poduzetnika, kako horizontalnih, koje sklapaju konkurenti, tako i vertikalnih koje sklapaju poduzetnici koji nisu međusobni konkurenti, mogu pod određenim okolnostima biti utvrđeni zabranjenima, zbog svojih pretežitih štetnih učinaka na tržišno natjecanje. U tom smislu, Agencija će se od 2014. do 2016. posebno posvetiti praksama koje se odnose na obveze nenatjecanja, ograničenja vezana uz konkurenciju maloprodajnim cijenama, dogovore o formiranju cijena, ograničenja pasivne prodaje, razmjenu poslovno osjetljivih informacija te preporučene cijene udruženja poduzetnika.

Među prioritetima su i zlouporabe vladajućeg položaja i to isključujući oblici zlouporaba kao što su odbijanje poslovanja, sheme rabata te obveze vezivanja. Od posebnog interesa u tome smislu su nam tržišta na kojima je provedena ili se provodi liberalizacija (tržište telekomunikacijskih i poštanskih usluga, vodoopskrbe...).

U odnosu na teška ograničenja tržišnog natjecanja radit ćemo na stvaranju oštrije, ali konzistentne politike izricanja upravno-kaznenih mjera jer upravo upravno-kaznene mjere trebaju poduzetnike odvraćati od kršenja propisa o zaštiti tržišnog natjecanja te recidiva.

Karteli predstavljaju najteži oblik povreda Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja. U pravilu su tajni, usmeni i neformalni, pa je i njihovo otkrivanje shodno tome teško i dugotrajno. U tome smislu, komparativna praksa pokazuje kako su nenajavljene pretrage i analiza digitalnih dokaza efikasan alat u otkrivanju kartela. Nadalje, Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja omogućeno je i oslobođenje od izricanja upravno-kaznene mjere pokajniku-sudioniku kartela koji Agenciji prvi otkrije kartel i omogući joj pokretanje postupka ili, ako je Agencija već pokrenula postupak, koji joj prvi dostavi relevantne dokaze o postojanju kartela.

Međutim, taj program u praksi Agencije još uvijek nije zaživio, što je sukladno iskustvima nekih drugih zemalja članica. U tome smislu, u narednom razdoblju će se razmotriti aktivnije „promoviranje i predstavljanje“ takvoga programa.

S druge strane, polazeći od efikasnosti nenajavljenih pretraga, Agencija planira intenziviranje aktivnosti u dijelu otkrivanja i dokazivanja kartela, a odgovarajuće pripremne radnje su započele već u 2013. godini.

Naime, kao što je već prethodno navedeno, od pristupanja Hrvatske EU, Agenciji je, uz nacionalne propise, povjerena i primjena dijela europskog prava tržišnog natjecanja. Također je dužna surađivati s Europskom komisijom koja je borbu protiv kartela odredila kao jedan od prioriteta u narednim razdobljima rada. Jedan od oblika suradnje s Europskom komisijom je i sudjelovanje u provedbi nenajavljenih pretraga koje se uobičajeno provode u okviru ispitnih postupaka dokazivanja prekograničnih kartelnih dogovora između poduzetnika. Općenito se smatra da kartelni dogovori o cijenama nanose najveću štetu zahvaćenim tržištima, krajnjim korisnicima proizvoda ili usluga te gospodarstvima u cjelini pa je i javni interes najveći upravo u ovakvim predmetima.

Radi toga su borba protiv kartela, primjereno sankcioniranje sudionika i prekogranična suradnja, u fokusu velike većine tijela za zaštitu tržišnog natjecanja. Iz tih razloga su hrvatskoj Agenciji, kao i ostalim sličnim tijelima, dane posebne ovlasti vezane uz nenajavljene pretrage poslovnih i drugih prostorija, zemljišta i prijevoznih sredstava, pečaćenje i privremeno oduzimanje predmeta. Imajući na umu gospodarske prilike u Hrvatskoj koje upravo pogoduju nastanku takvih netržišnih tvorbi, jasno je to strateško opredjeljenje Agencije.

U okviru svoga poslovanja Agencija će nastaviti i s provođenjem aktivnosti koje smatramo redovnim, a čiji intenzitet nije pod kontrolom ili utjecajem Agencije, već ovisi o vanjskim čimbenicima. Prije svega se to odnosi na kontrolu koncentracija, stručna mišljenja i međunarodnu suradnju.

Aktivnosti Agencije vezane uz kontrolu koncentracija ovise isključivo o poslovnim odlukama poduzetnika. Primjetan je trend konsolidacije na većem broju tržišta koji je djelomično potaknut negativnim ekonomskim trendovima, no, zamjetan je i porast kompleksnosti koncentracija koje se prijavljuju Agenciji, što govori o sazrijevanju tržišta. Uz to, potrebno je naglasiti kako je s pristupanjem Europskoj uniji u bitnome povećan opseg aktivnosti Agencije u dijelu koji se odnosi na notifikacije koncentracija po Uredbi Vijeća (EZ-a) br. 139/2004. od 20. siječnja 2004. o kontroli koncentracija između poduzetnika, a koje Agenciji dostavlja Europska komisija radi odluke o tome koje je tijelo najpogodnije za odlučivanje. Također je važno napomenuti kako je na zahtjev Europske komisije, sukladno s njezinim ovlastima u provedbi Uredbe Vijeća (EZ) br. 139/2004, Agencija obvezna izvršiti inspekcijske pretrage u prostorijama poduzetnika i njihovim udrugama na području Republike Hrvatske.

Od pristupanja Europskoj uniji u značajnom su porastu poslovi vezani uz međunarodnu suradnju. To se poglavito odnosi na suradnju Agencije s Europskom komisijom te na aktivnosti vezane uz funkcioniranje Europske mreže tijela za zaštitu tržišnog natjecanja. Agencija je aktivna i u okviru drugih foruma za suradnju tijela za zaštitu tržišnog natjecanja (OECD, Međunarodna mreža za tržišno natjecanje), a bogata suradnja ostvarena je i na bilateralnoj osnovi s većim brojem tijela za zaštitu tržišnog natjecanja iz drugih zemalja.

3.2. Analize tržišta

Jedan od fokusa Agencije za razdoblje od 2014. do 2017. predstavljaju sektorska istraživanja i analize tržišta u širem smislu. Nastavit ćemo s unaprjeđenjem ekonomskih znanja, uzimajući u obzir novija ekonomska istraživanja i razvoj teorijske literature. Bazu znanja ćemo razvijati i na temelju komparativne prakse i rješenja Europske komisije i sudova.

Sustavno provođenje analiza tržišta osigurava informirani i strukturirani pristup u planiranju poslova Agencije te u određivanju prioriteta, što smatramo osobito važnim s obzirom na nedovoljne ljudske i materijalne resurse.

Po provedbi predmetnih istraživanja, a ukoliko se otkriju nepravilnosti koje su suprotne propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, Agencija će pokrenuti posebne ispitne postupke. Sektorska istraživanja i analize tržišta su ujedno i izvor podataka za mišljenja i preporuke koje Agencija dostavlja Vladi Republike Hrvatske, tijelima državne uprave, jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave u cilju otklanjanja zapreka pristupu tržištu koje su posljedica regulatornog okvira. Agencija će provesti, između ostalog, sektorsko istraživanje distributivne trgovine na malo i veliko mješovitom robom, pretežno hranom, pićima i higijenskim proizvodima za domaćinstvo, sektorsko istraživanje tržišta tiska, financijskih usluga, osiguranja, internetske trgovine.

3.3. Promicanje (zagovaranje) prava tržišnog natjecanja

Zagovaranje prava tržišnog natjecanja u zadanim uvjetima smatramo troškovno učinkovitim alatom koji pridonosi edukaciji, promicanju kulture konkurentnosti i posljedičnoj promjeni ponašanja poduzetnika. U okviru toga cilja planiramo izdati Praktične upute poduzetnicima za izradu programa usklađenosti njihovog poslovanja s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja, nastaviti ćemo s izdavanjem Biltena Agencije te javnom objavom odluka i mišljenja. Opisanim aktivnostima se pridonosi i transparentnosti rada Agencije, što je važno i u svjetlu budžetskog financiranja.

Nastavit će se i s aktivnostima vezanim uz komunikaciju s medijima, najširoj javnosti te akademskom i poslovnom zajednicom čime se pridonosi informiranosti, edukaciji te upoznavanju s konkretnim predmetima i stavovima Agencije. U tu svrhu planiramo i redizajn internetske stranice Agencije.

Agencija će i nadalje donositi stručna mišljenja o sukladnosti nacrtu propisa i važećih zakona s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja. Tim aktivnostima Agencija aktivno doprinosi stvaranju i usklađivanju zakonodavnog okvira kojim se osigurava učinkovito tržišno natjecanje i potiče konkurentnost. To pridonosi i racionalizaciji poslovanja, jer se unaprijed smanjuje potreba za ex post postupanjima Agencije.

Klasa: 023-01/2014-01/06

Ur.broj:580-01/97-2014-1

Zagreb, 29. svibnja 2014.