

# KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

az  
tn

**AGENCIJE ZA ZAŠTITU TRŽIŠNOG NATJECANJA**

# Uvod

Zaštita tržišnog natjecanja u Republici Hrvatskoj povjerena je Agenciji za zaštitu tržišnog natjecanja (u daljnjem tekstu: AZTN), koja je osnovana Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja ("Narodne novine", broj 48/95.) te Odlukom Hrvatskog sabora od 20. rujna



1995., a započela je s radom početkom 1997. godine.

AZTN je samostalna i neovisna pravna osoba s javnim ovlastima koja obavlja poslove općeg, nacional-

nog, regulatornog tijela nadležnog za zaštitu tržišnog natjecanja na svim tržištima u okviru djelokruga i nadležnosti određenih Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja ("Narodne novine", br. 79/09., 80/13., 41/21.; dalje u tekstu: ZZTN) te člancima 101. i/ili 102. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (SL C 115 od 9.5.2008.; dalje u tekstu: UFEU), 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.; str. 1. - 25., dalje u tekstu: Uredba Vijeća (EZ) br. 1/2003) 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. str. 1.-22.; dalje u tekstu: Uredba Vijeća (EZ) br. 139/2004).

AZTN svoje ovlasti izvršava neovisno i nepristrano u interesu učinkovite i ujednačene primjene odredbi ZZTN-a te članka 101. i/ili 102. UFEU-a ne dovodeći u pitanje suradnju među tijelima nadležnima za za-

štitu tržišnog natjecanja u Europskoj mreži za tržišno natjecanje.

Pravo tržišnog natjecanja jedno je od temelja tržišnog gospodarstva, a svrha mu je osigurati ravnopravan položaj poduzetnika na tržištu, bez obzira na njihovu veličinu, tržišnu snagu i druga obilježja. Djelotvornim tržišnim natjecanjem potiče se stvaranje uvjeta za gospodarski rast, koji se temelji na konkurentnim tržištima, učinkovitoj alokaciji i korištenju ograničenih resursa, inovacijama i ulaganjima koja tome pridonose.

AZTN provedbom propisa osigurava učinkovito tržišno natjecanje u RH. Svojim znanjem i iskustvom doprinosimo učinkovitom tržišnom natjecanju i poštenim trgovačkim praksama u lancu opskrbe hranom te informiramo poduzetnike i građane.

Posao obavljamo sukladno zakonu i pravilima struke, a odluke donosimo objektivno i neovisno od bilo kakvog utjecaja. Svojim znanjima, vještinama i praksom doprinosimo pravilnom razvoju tržišnog natjecanja i dobrobiti gospodarstva RH.

AZTN štiti tržište i daje okvir poduzetnicima kojeg se trebaju držati u svom međusobnom natjecanju na tržištu. Učinkovito tržišno natjecanje osigurava "fer" pravila igre za sve poduzetnike, a potrošačima time omogućuje bolju kvalitetu proizvoda i usluga na tržištu, veći izbor te niže cijene.

## NADLEŽNOSTI AZTN-A U PODRUČJU ZZTN-A:

- utvrđivanje zabranjenih sporazuma između poduzetnika, određivanje mjera, uvjeta i rokova za otklanjanje štetnih učinaka zabranjenih sporazuma, izricanje novčane kazne za utvrđene zabranjene sporazume;
- utvrđivanje zlorabe vladajućeg položaja poduzetnika i zabrana svakog daljnjeg postupanja koje dovodi do zlorabe te određivanje mjera, uvjeta i rokova za otklanjanje štetnih učinaka takvog postupanja, izricanje novčane kazne za utvrđenu zlorabu vladajućeg položaja;
- ex ante ocjena dopuštenosti namjere provedbe koncentracija poduzetnika koji ispunjavaju određene prihodovne pragove, izricanje novčane kazne za utvrđene zabranjene koncentracije;
- promicanje prava i politike tržišnog natjecanja - davanje stručnih mišljenja o sukladnosti nacrtu prijedloga zakona i drugih propisa te važećih zakona i drugih propisa s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja. Ovom nadležnosti, AZTN djeluje preventivno i smanjuje mogućnost donošenja propisa koji sadrže ograničavajuće odredbe s aspekta politike tržišnog natjecanja, a koje štete potrošačima i ukupnoj konkurentnosti gospodarstva. AZTN dodatno, inicijativama i očitovanjima koje upućuje Vladi Republike Hrvatske, ministarstvima ili drugim regulatorima i institucijama, čak i poduzetnicima, ukazuje na mogućnosti negativnih učinaka propisa i regulatornog okruženja na tržišno natjecanje, kao i pojedinih postupaka i ponašanja poduzetnika.

U nadležnosti AZTN-a također spadaju i sektorska istraživanja tržišta koja se provode u cilju boljeg razumijevanja strukture i odnosa na pojedinim mjero-davnim tržištima. Dubinske analize tržišta i istraživa-

nje određenih praksi na nekom tržištu često otkrivaju nepravilnosti koje nisu u skladu s propisima o zaštiti tržišnog natjecanja te AZTN-u daju osnovu za pokretanje postupaka protiv poduzetnika. Upravo poznavanje brojnih tržišta i odnosa na njima, dinamike njihovog razvoja, načina njihovog funkcioniranja te analiza regulatornog okvira za pojedine djelatnosti, osnovni su preduvjeti za učinkovitu provedbu propisa iz nadležnosti AZTN-a.

Sektorska istraživanja postaju izvor podataka za mišljenja i preporuke koje AZTN upućuje Vladi RH, tijelima državne uprave, jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave, u cilju uklanjanja zapreka pristupu tržištu koje su posljedica neadekvatnog regulatornog okvira. Budući da AZTN rezultate sektorskih istraživanja javno objavljuje, ona na taj način postaju neodvojivi dio aktivnosti AZTN-a vezanih uz promicanje tržišnog natjecanja odnosno jačanje kulture tržišnog natjecanja.

Od 7.12.2017. godine AZTN je nadležan i za provedbu Zakona o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom ( u daljnjem tekstu: ZNTP iz 2017.) i Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o zabrani nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom ("Narodne novine", broj 52/21.; u daljnjem tekstu: ZID ZNTP), koji je stupio na snagu 1. rujna 2021. godine, a njegova puna primjena započela je 1. ožujka 2022. godine. Od podzakonskih akata donesen je Pravilnik o poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima, pokvarljivim te proizvodno i tržišno osjetljivim poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima ("Narodne novine", broj 93/21.; 130/21. i 24/22.)

Ovim je zakonom u RH prvi put uređeno područje zabrane nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom. Cilj i svrha provođenja ZID ZNTP-a su uspostava, osiguranje i zaštita poštenih trgovačkih

praksi kojima se štite sudionici u lancu opskrbe poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima.

## NADLEŽNOSTI AZTN-A U PODRUČJU ZNTP-A:

- provođenje pravila i sustava mjera za sprječavanje nametanja nepoštenih trgovačkih praksi;
  - utvrđivanje nepoštenih trgovačkih prakse u lancu opskrbe poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima čijim se nametanjem iskorištava značajna pregovaračka snaga kupca u odnosu na njegove dobavljače;
  - izricanje novčane kazne za utvrđene nepoštenih trgovačkih prakse;
  - suradnja s provedbenim tijelima za utvrđivanje nepoštenih trgovačkih praksi država članica Europske unije i Europske komisije;
  - jasno i transparentno komuniciranje odluka AZTN-a, mišljenja, priopćenja, istraživanja tržišta, odluka domaćih i sudova EU-a te novih propisa;
- Cilj ZNTP-a je uspostava, osiguranje i zaštita poštenih trgovačkih praksi kojima se štite sudionici u lancu opskrbe hranom. Adresati ZNTP-a su svi sudionici u lancu opskrbe hranom, a riječ je o proizvođačima, otkupljivačima, prerađivačima, trgovcima na veliko i trgovcima na malo poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima. Zabranjeno je iskorištavanje značajne pregovaračke snage otkupljivača i/ili prerađivača ili trgovca u odnosu na njihove dobavljače nametanjem nepoštenih trgovačkih praksi.

AZTN zakone u svojoj nadležnosti provodi profesionalno, nepristrano, objektivno i ujednačeno, a svoje odluke i novčane kazne provodimo jednako prema svim poduzetnicima, bez obzira je li riječ o malim ili velikim, privatnim ili državnim poduzetnicima.

# Analiza stanja

Strategija komunikacije sadrži kratku analizu stanja, polaznu poziciju institucije u javnosti te određuje ciljeve koje institucija komunikacijom s javnošću želi postići. Analiza prepoznaje širi kontekst u kojem djeluje AZTN, probleme okruženja, kao i raspoloženje javnog mnijenja, stavove i želje skupina i pojedinaca, koji svi zajedno utječu i na rad AZTN-a.

Tijekom 25 godina djelovanja, AZTN se učvrstio kao neovisno i samostalno tijelo s javnim ovlastima koje provodi propise o zaštiti tržišnog natjecanja. Cilj zaštite tržišnog natjecanja je prije svega u stvaranju koristi za potrošače i jednakih uvjeta za sve poduzetnike na tržištu, koji ponašajući se sukladno postojećim pravilima i natječući se na tržištu kvalitetom, cijenom i inovativnošću svojih proizvoda i usluga, pridonose cjelokupnom razvoju gospodarstva.

Kada je riječ o poduzetnicima i njihovim postupanjima s protutržišnim učincima, primjerice o dogovorima o cijenama s konkurentima, zlouporabi vladajućeg položaja poduzetnika ili kontroli koncentracija, spajanja i okrupnjavanja poduzetnika, AZTN u okviru svoje nadležnosti ocjenjuje takva postupanja, kažnjava prekršitelje i šalje jednoznačnu poruku svim sudionicima na tržištu - slobodna poduzetnička inicijativa ne smije se ograničavati, no njezin razvoj odvija se po strogim pravilima tržišnog natjecanja koja nisu samo represivna nego i preventivna. Za razvoj učinkovitog tržišnog natjecanja potrebno je više od toga - naročito jačanje razumijevanja i znanja o ovim pravilima što je i stalni prioritet AZTN-a.

Jedna od najvažnijih zadaća nam je promicati kulturu tržišnog natjecanja, uočavati ograničenja koja se od-

nose na tržišno natjecanje, a sadržana su u zakonima i propisima koji dižu prepreke slobodnom i fer natjecanju poduzetnika na tržištu.

Cilj nam je pridonositi razumijevanju problema tržišnog natjecanja u svim strukturama izvršne, zakonodavne i sudske vlasti, sudjelovati u njihovim izmjenama te informirati državnu upravu, ali i širu javnost, o pojavnostima koje se odnose na zaštitu tržišnog natjecanja.

Tržišno natjecanje u konačnici pogoduje svima: potrošačima, poduzetnicima i gospodarstvu u cjelini. Osigurava bolju ponudu i kvalitetu i niže cijene proizvoda i usluga, potiče inovacije i utječe na gospodarski rast. Zato je podizanje razine svijesti o potrebi njegovog promicanja naš zadatak. Okosnica misije AZTN-a je korist za društvo u cjelini, koji se ostvaruje provedbom ZZTN-a i ZNTP-a, kažnjavanjem poduzetnika koji krše taj zakon, s ciljem osiguranja jednakih uvjeta za sve sudionike na tržištu, bez obzira na njihovu tržišnu snagu i veličinu, kako određeni poduzetnici ne bi bili u neopravdano povoljnijem položaju na tržištu u odnosu na druge, odnosno kako svoj položaj na tržištu ne bi zlorabili.

Veliki dio aktivnosti AZTN-a odnosi se na predmete vezane uz utvrđivanje zabranjenih sporazuma između poduzetnika, koji predstavljaju najtežu povredu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja. Zabranjenim se sporazumima smatraju sporazumi poduzetnika, odluke udruženja poduzetnika i usklađeno djelovanje poduzetnika, koji kao cilj ili posljedica imaju narušavanje tržišnog natjecanja. Osobito su zabranjeni oni sporazumi kojima se: izravno ili neizravno utvrđuju



kupovne ili prodajne cijene, odnosno drugi trgovinski uvjeti; ograničava ili nadzire proizvodnja, tržište, tehnološki razvoj ili ulaganje; dijele tržišta ili izvori nabave; primjenjuju nejednaki uvjeti na istovrsne poslove s različitim poduzetnicima, čime ih se dovodi u

nepovoljniji položaj u odnosu na konkurenciju; uvjetuje sklapanje ugovora prihvaćanjem od drugih ugovornih strana dodatnih obveza koje po svojoj prirodi ili običajima u trgovini nisu u vezi s predmetom tih ugovora.

AZTN također posebnu pozornost pridaje i zabranjenim sporazumima u postupcima javne nabave. Takvi sporazumi za cilj imaju da se, prethodnim utvrđivanjem i usklađivanjem cijena određenih ponuda radi utjecaja na ishod predmetnih postupaka javne nabave i međusobnom podjelom pojedinačnih ugovora o javnoj nabavi prema pojedinim grupama nabave, unaprijed utvrđenom sudioniku sporazuma omogući sklapanje ugovora o javnoj nabavi na temelju okvirnog sporazuma koji je za cilj imao sprječavanje, ogra-

ničavanje ili narušavanje tržišnog natjecanja u smislu članka 8. stavka 1. točke 1. i 3. ZZTN-a.

Učinkoviti sustav tržišnog natjecanja osigurava maksimalne koristi za dobrobit potrošača, a to su: niže cijene, veća mogućnost izbora proizvoda i usluga i njihova bolja kvaliteta, a samo takvi sustavi i tržišta koja dobro funkcioniraju potiču poduzetnike na inovacije, prisiljavaju ih da prilagode svoje poslovne strategije zahtjevima potrošača i motiviraju ih na ulaganja koja stvaraju uvjete za novo zapošljavanje, konkurentnost i u konačnici, dugoročni gospodarski rast.

Tome su usmjereni i strateški ciljevi rada AZTN-a - jačanje njegove izvršne uloge, mijenjanje ponašanja poduzetnika i postizanje usklađenosti njihovih po-

slovnih strategija s propisima zakona, jačanje kulture tržišnog natjecanja kod potrošača, nositelja drugih politika i tijela javne vlasti te suradnja s tijelima i institucijama EU.

AZTN svojim djelovanjem kontinuirano ističe i koliko god je moguće, koristi svoju poziciju nezavisnog "glasnogovornika" tržišnog gospodarstva koji se zalaže za učinkovitu primjenu propisa o zaštiti tržišnog natjecanja i zabrani nepoštenih trgovačkih praksi, s osnovnim ciljem sprječavanja ograničavanja, narušavanja tržišnog natjecanja na tržištu. Pritom AZTN ima na umu kako su javnost rada i izrazita transparentnost preduvjet za ispunjavanje zakonske zadaće u aktivnom promicanju značaja i uloge prava i politike tržišnog natjecanja.

## Komunikacijski ciljevi i poruke

Da bi se u javnosti još značajnije profilirao kao zaštitnik i promicatelj načela tržišnog natjecanja u gospodarstvu, glavni cilj komunikacijske strategije AZTN-a je maksimalno približavanje javnosti rada AZTN-a, načina odlučivanja kao i svih njezinih odluka. Uz isticanje uloge koju AZTN kontinuirano ima u otkrivanju i sankcioniranju povreda tržišne utakmice u RH, od velike je važnosti i nadležnost za izravnu primjenu pravne stečevine EU-a iz područja zaštite tržišnog natjecanja. Drugim riječima, zaštita tržišnog natjecanja u RH dio je sustava zaštite tržišnog natjecanja na unutarnjem tržištu EU, koju istodobno osim AZTN-a i hrvatskih sudova, provode i europske institucije - Europska komisija, Opći sud Europske unije i Sud Europske unije.

Ciljevi komunikacijske strategije AZTN-a su usmjereni na podizanje svijesti građana RH i različitih ciljanih skupina o pravu i politici tržišnog natjecanja.

Na razini načela, strategija komunikacije razrađuje osnovne komunikacijske poruke. Da bi poruke što brže i što kvalitetnije stizale do ciljane skupine, nužno je jasno označiti pojedince ili grupe ljudi kojima su namijenjene i koje bi trebale potaknuti na akciju. Stoga komunikacijska strategija određuje ključne ciljane grupe koje imaju specifične komunikacijske zahtjeve, razrađuje u najkraćim crtama principe i komunikacijske kanale prema spomenutim ključnim javnostima

kao i taktike komuniciranja prema pojedinim skupinama.

Glavni cilj komunikacije AZTN-a je prenošenje jasnog stava o koristima koje tržišno natjecanje donosi svim društvenim dionicima. Na taj način se djelotvorno utječe na uspostavu, osiguranje i zaštitu sudionika na tržištu te se stvara aktivno i zainteresirano okruženje i ostvaruju se ciljevi AZTN-a. Iz ovakvog



pozicioniranja AZTN-a slijede i ključne poruke iz kojih se prema potrebi i ovisno o situaciji, kreiraju sve druge poruke. Potrebno je povećati svijest javnosti o mnogobrojnim provedenim i tekućim predmetima, projektima i aktivnostima te načinima na koji isti doprinose tržištu u cjelini.

Tržišno natjecanje podiže kvalitetu roba i usluga, povećava mogućnost izbora proizvoda i usluga, smanjuje cijene, potiče i motivira poduzetnike na ulaganja koja stvaraju uvjete za novo zapošljavanje, konkurentnost i dugoročni gospodarski rast. Zaštita tržišnog natjecanja koju provodi AZTN kroz ZZTN osigurava učinkovitu borbu protiv onih poduzetnika koji svojim ponašanjem na tržištu, kao što je sklapanje zabranjenih sporazuma, zlouporaba vladajućeg položaja ili prevelika koncentracija na tržištu prijete narušavanjem ili ograničavanjem tržišnog natjecanja. Sprječavanjem i sankcioniranjem nepoštenih trgovačkih praksi u lancu opskrbe hranom štite se tržišni subjekti manje pregovaračke snage, dobavljači u odnosu na kupce i uspostavlja se praksa dobrog poslovnog ponašanja te se vraća povjerenje sudionika lanca opskrbe hranom u poštnu trgovinu.

Promicanje svijesti o koristi koju građanima donosi tržišno natjecanje ostvaruje se kroz komunikacijske

aktivnosti vezane uz predstavljanje rada AZTN-a putem raspoloživih komunikacijskih kanala - mrežne stranice, na hrvatskom i engleskom jeziku, koja je glavno mjesto za komunikaciju s različitim segmentima publike na svim razinama te mjesečnog elektronskog biltena "AZTN Info", elektronske publikacije koja općoj i stručnoj javnosti na jednostavan i razumljiv način predstavlja odluke i aktivnosti AZTN-a, ali i prenosi zanimljivije informacije i teme iz područja tržišnog natjecanja iz EU-a i svijeta.

AZTN je od 2022. godine prisutan i na društvenoj poslovnoj mreži LinkedIn, koja također pruža jednostavan način za praćenje rada drugih institucija i tijela za tržišno natjecanje, kao i za dijeljenje novosti, znanja i trendova iz područja prava tržišnog natjecanja.

Osim navedenih komunikacijskih alata, vrlo je važna i medijska vidljivost AZTN-a, koja se ostvaruje kroz priopćenja za medije, press konferencije te nastupe ovlaštenih predstavnika AZTN-a u medijima. Medijska vidljivost omogućuje protok informacija do najšire publike te stoga predstavlja ključan alat za realizaciju glavnog cilja "Komunikacijske strategije" odnosno prenošenje jasnog stava o koristima koje tržišno natjecanje donosi svim društvenim dionicima. Mediji imaju značajnu ulogu u prijenosu informacija

ciljanim skupinama, posebno kroz objave u nacionalnom, regionalnom i lokalnom tisku, putem radija, televizije te internetskih portala, sve kako bi se podigla svijest o značaju aktivnosti AZTN-a te učincima provedbe prava tržišnog natjecanja.

Uz godišnje jednu međunarodnu konferenciju o aktualnim pitanjima iz prava tržišnog natjecanja koju organizira AZTN, stručnjaci AZTN-a tijekom cijele godine održavaju predavanja na drugim konferencijama, radionicama i seminarima koje organiziraju visokoškolske ustanove: Pravni i Ekonomski fakulteti u RH, Hrvatsko društvo za pravo i politiku tržišnog natjecanja, Državna škola za javnu upravu, Akademija za europsko pravo (ERA) te strukovna udruženja poduzetnika. Edukacija u pravilu, uz praktične primjere, obuhvaća temeljne pojmove tržišnog natjecanja, rad AZTN-a i suradnju s EK, zabranjene sporazume poduzetnika, zlouporabu vladajućeg položaja poduzetnika, koncentracije poduzetnika te promicanje prava i politike tržišnog natjecanja. Na taj se način komunikacija AZTN-a s opće, produbljuje na stručnu i kvalificiranu javnost, prije svega na poduzetnike, sudstvo, odvjetništvo i akademsku javnost.

Članovi Vijeća i djelatnici AZTN-a također objavljuju i članke i publikacije u stručnim časopisima.

# Ciljane grupe javnosti kojima se AZTN obraća

Ciljana grupa su poduzetnici kojima je praćenje tržišnog natjecanja i poslovanje sukladno propisima o zaštiti tržišnog natjecanja ključan dio poslovanja, građani koji se žele informirati o propisima o tržiš-

nom natjecanju i nepoštenim trgovačkim praksama, udruženja poduzetnika koja moraju biti upoznata s pravilima o tržišnom natjecanju i nepoštenim trgovačkim praksama, regulatori koji surađuju s AZTN-



om, mediji koji sadržajem pokrivaju novosti i promjene tržišta i tržišnog natjecanja, akademska zajednica koja znanstvenim radovima prati područje tržišnog natjecanja te sudstvo i odvjetništvo koji primjenjuju propise iz zaštite tržišnog natjecanja. Usko surađujemo s europskim i domaćim tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja, s državnim i javnim tijelima i institucijama RH, kao i s tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja iz drugih zemalja s kojima imamo uspostavljenu suradnju ili putem Europske mreže tijela za zaštitu tržišnog natjecanja ili kroz bilateralne sporazume o suradnji.

Ključne komunikacijske poruke je potrebno prilagoditi ovisno o obilježjima svakog pojedinog dijela javnosti, konkretnih slučajeva te prioritetima AZTN-a vezanima uz to. Javnost kojoj se obraćamo može se podijeliti na dvije skupine:

- opća i stručna

Cilj komunikacije prema općoj javnosti je podizanje razine svijesti i kulture po pitanjima tržišta i značaja tržišnog natjecanja te poštenih trgovačkih praksi.

Opća javnost može se podijeliti na sljedeće podskupine:

- donositelji odluka (Hrvatski sabor, Vlada RH, ministarstva, lokalna uprava i samouprava);
- poslovna javnost (poduzetnici i njihove udruge);
- kreatori javnog mnijenja - novinari i mediji;
- ostale nevladine organizacije i građani.

U komunikaciji s općom javnosti neophodno je kontinuirano promicati stav kako je tržišno natjecanje temeljni pokretač tržišnog gospodarstva i konkurentnosti, a poštena trgovačka praksa temelj poslovanja u dobroj vjeri te da je nadzor nad provedbom propisa o tržišnom natjecanju i propisa o odnosima u lancu opskrbe hranom potreban kako bi svi poduzetnici

imali jednake šanse za uspjeh na tržištu, ovisno o njihovoj inovativnosti, produktivnosti, cijeni i kvaliteti njihovih proizvoda i usluga, što donosi korist potrošačima. Općoj javnosti poruku je potrebno približiti na razinu pozitivnog utjecaja konkurencije na život građana i poslovanje poduzetnika.

Cilj komunikacije AZTN-a prema stručnoj javnosti je naglašavanje zakonitosti rada AZTN-a, ispravnosti njezinih odluka i poštivanja svih pozitivnih propisa.

Stručna javnost se dijeli na:

- akademsku i pravosudnu

Stručnoj javnosti nije u većoj mjeri potrebno promicati stav o krajnjim koristima tržišnog natjecanja za sve sudionike na tržištu, odnosno građane, nego je potrebno naglašavati kvalitetu odluka AZTN-a (osobito u primjeni propisa) te važnost kontinuirane edukacije u području primjene propisa iz prava tržišnog natjecanja.

# Obilježja javnosti kojoj se AZTN obraća

Cilj komunikacije s ovom ključnom javnošću je njezino senzibiliziranje za, sukladno njezinim zakonskim ovlastima, mjesto i ulogu AZTN-a u sustavu državne uprave te djelokrug njezina rada. Hrvatski sabor je osnivač AZTN-a te je on u svom radu odgovoran isključivo njemu.

- donositelji odluka

Stoga je komunikacija sa saborskim zastupnicima koji donose odluke važne za funkcioniranje AZTN-a, ali i uopće funkcioniranje tržišta i uređivanje tržišnih odnosa od ključne važnosti. Komunikacija se odvija dostavljanjem Godišnjih izvješća o radu AZTN-a Hrvatskom saboru, ali i na druge načine, ovisno o potrebama i zahtjevima Sabora. AZTN aktivno surađuje s

Ministarstvom gospodarstva i održivog razvoja gdje u legislativnom dijelu radi na izradi nacrtu prijedloga uredbi, izradi propisa i mišljenja, kao i s Ministarstvom vanjskih i europskih poslova s kojim se provode razni projekti, edukacije i konferencije.

- poslovna javnost (poduzetnici i njihova udruženja)

Poslovna javnost trebala bi biti najviše zainteresirana za pravilno funkcioniranje tržišta te je ona i prirodni partner za ostvarenje komunikacijskih ciljeva AZTN-a. Poduzetnici u Republici Hrvatskoj udruženi su u nekoliko institucija/udruženja, kao što su Hrvatska gospodarska komora (HGK), Hrvatska druga poslodavaca (HUP), Hrvatska obrtnička komora (HOK), Hrvatska udruga izvoznika (HIZ), koje se

zalažu za ostvarivanje prava poduzetnika i poboljšanje njihovog položaja te poboljšanje tržišnog gospodarstva uopće. Komunikacija s poslovnom javnošću odvija se i kroz pojedinačnu komunikaciju s poduzetnicima kroz konkretne postupke koje AZTN vodi, ali i s njihovim udruženjima i kroz edukacije.

Cilj ove komunikacije je pojašnjenje stavova AZTN-a usmjerenih primarno poslovnoj javnosti u svim pitanjima koja se tiču poduzetnika, bilo da je riječ o promjenama propisa kojima se mijenjaju uvjeti poslovanja na tržištu, bilo da je riječ o konkretnim pojedinačnim odlukama AZTN-a usmjerenim prema točno određenom poduzetniku ili tržištu. Neovisno o tome jesu li odluke pozitivne ili negativne prema po-

duzetnicima, AZTN ih u komunikaciji treba koristiti kao edukativne i preventivne primjere kako se poduzetnici trebaju, odnosno ne smiju ponašati na tržištu.

- kreatori javnog mnijenja - novinari i mediji

Mediji i novinari prenose poruke koje želimo poslati bilo kojem drugom dijelu javnosti, posebno općem. Mediji stvaraju platformu za raspravu i mogu pojačati stavove ostale javnosti prema konkretnim pitanjima i djelokrugu rada AZTN-a. Stoga upravo kreatora javnog mnijenja i medije mnogi smatraju i ključnim dijelom javnosti. Iz svih tih razloga, za AZTN je iznimno važno uspostaviti otvorenu komunikaciju s novinarima te u svakom trenutku biti dostupan za njihova pitanja. Ako ovu ključnu javnost uvjerimo u ispravnost naše pozicije i ispravnost ciljeva koje želimo postići, dobit ćemo podršku koja će biti ključna u komunikaciji s općom javnošću, a olakšat će se i pozicija AZTN-a u komunikaciji s drugim dijelovima javnosti, prije svih s donositeljima odluka.

- stručna javnost

Ovoj skupini javnosti pripadaju sve institucije akademske zajednice - sveučilišta, fakulteti, visoke škole, instituti (ekonomskog i pravnog usmjerenja) te stručne pravne i ekonomske udruge, istaknuti pojedinci kao i predstavnici pravosuđa u RH. Osnovni cilj komunikacije s akademskom javnosti je ukaziva-

nje na potrebu osiguranja više prostora u postojećim kolegijima posvećenim suvremenom pravu tržišnog natjecanja, sve u cilju što kvalitetnije edukacije studenata i stručnjaka za pravo tržišnog natjecanja.

Kada je riječ o komunikaciji s pravosudnom javnosti, ona je vezana za potrebe dodatne edukacije predstavnika pravosuđa u RH, upoznavanje s pravom tržišnog natjecanja i relevantnom sudskom praksom sudova EU te povezivanje s europskim sudovima.

- ostale interesne skupine i građani

U ovu skupinu spadaju sindikati, različita koordinacijska tijela sastavljena od predstavnika svih interesnih strana, poput Nacionalnog vijeća za konkurentnost, Gospodarsko socijalnog vijeća, Udruge potrošača te različitih udruga civilnoga društva i nevladinih udruga koje se bave specifičnim segmentima funkcioniranja društva, odnosno tržišnog gospodarstva. Komunikacija sa spomenutim grupama vezana je uz pojedinačne slučajeve i treba se planirati i provoditi ovisno od slučaja do slučaja.

Iznimno važna je komunikacija AZTN-a s građanima. Upravo zbog svijesti da njezino djelovanje donosi krajnju korist upravo potrošačima/gr građanima, AZTN vrlo savjesno reagira i odgovara ne sve upite i predstavke građana te na njihov poticaj, ukoliko za to postoji zakonska osnova, pokreće postupke po službenoj dužnosti. AZTN kontinuirano poziva građane na aktivan pristup i inicijativu odnosno prijavljivanje nepravilnosti koje su u djelokrugu rada AZTN-a, što zapravo predstavlja i vrlo konkretan oblik komunikacije s ovim dijelom javnosti. Važan dio aktivnosti AZTN-a odvija se kroz međunarodnu suradnju o kojoj se javnost također redovito izvješta-

va, te kroz multilateralne oblike suradnje i bilateralne kontakte s nadležnim tijelima u Europskoj uniji i izvan nje. Suradnja AZTN-a s OECD-om se odvija dva puta godišnje, u Odboru za tržišno natjecanje, gdje AZTN ostvaruje status sudionika od lipnja 2016. godine te jednom godišnje u Globalnom forumu za tržišno natjecanje, gdje je sudjelovanje otvoreno svim svjetskim jurisdikcijama, bez obzira na članstvo države u OECD-u. Nakon što je Republika Hrvatska dobila status kandidata u siječnju 2022.godine, AZTN je dodatno intenzivirao svoje aktivnosti s obzirom na pregovore o punopravnom članstvu Republike Hrvatske u OECD-u. Nakon inicijalnog sveobuhvatnog upitnika o institucionalnom i zakonodavnom okviru u području tržišnog natjecanja te o provedbenoj praksi AZTN-a, uslijedit će misije tehničkog pregleda te daljnji upiti i analize OECD-a s ciljem ocjene spremnosti za članstvo RH u području zaštite tržišnog natjecanja.

AZTN je aktivan i u ECN mreži, koja funkcionira kao mreža koju su osnovale Europska komisija i nacionalna tijela za zaštitu tržišnog natjecanja s ciljem postizanja što veće konzistentnosti i konvergencije među različitim jurisdikcijama. Osim ECN mreže, AZTN aktivno sudjeluje i u ICN virtualnoj mreži tijela za tržišno natjecanje posvećenoj promicanju suradnje i razumijevanja za učinkovitu provedbu prava o tržišnom natjecanju kroz razmjenu iskustava te raspravi o politikama, praksama i perspektivama nacionalnih agencija širom svijeta. Članovi ICN-a surađuju tijekom cijele godine u radnim skupinama na vitalnim temama od značaja za agencije za zaštitu tržišnog natjecanja.

Zaključno, vjerujemo da ćemo ostvarenjem ciljeva prikazanih u ovoj strategiji unaprijediti, poboljšati i osuvremeniti sve aspekte organizacijske komunikacije te pridonijeti realizaciji strateških razvojnih ciljeva naše institucije u cjelini.

