

Ochrona konkurencji i konsumentów

Ustawy dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów

- z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów
- z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
- z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

Konkurencja – rywalizacja, współzawodnictwo przedsiębiorców
istotny element wolnego rynku

Konsument - osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ k.c.).

Ochrona konkurencji i konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów

określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

Ustawa reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom ograniczającym konkurencję, praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów oraz stosowaniu niedozwolonych postanowień wzorców umów, a także przeciwdziałania antykonkurencyjnym koncentracjom przedsiębiorców i ich związków,

określa organy właściwe w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów

Odmierna (niż w pp) definicja: przedsiębiorca - rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu prawa przedsiębiorców, a także podmioty organizujące lub świadczące usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu prawa przedsiębiorców.

Ochrona konkurencji i konsumentów

Podstawowe pojęcia

Rynek właściwy - rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji;

Rynek właściwy to rynek istotny ze względu na:

- przedmiot rynku (towary substytutywne)
- strona rynku
- faza obrotu
- kryterium geograficzne

Konkurenci - przedsiębiorcy, którzy wprowadzają lub mogą wprowadzać albo nabywają lub mogą nabywać, w tym samym czasie, towary na rynku właściwym.

Ochrona konkurencji i konsumentów

Podstawowe pojęcia

Pozycja dominująca - pozycja przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym zakresie niezależnie od konkurentów, kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku właściwym przekracza **40 %**;

Porozumienia –

- **umowy** zawierane między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów;
- **uzgodnienia** dokonane w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki;
- **uchwały lub inne akty** związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych

Ochrona konkurencji i konsumentów

4 (dawniej 3) grupy praktyk godzących w konkurencję

- 1) praktyki ograniczające konkurencję
- 2) antykonkurencyjne koncentracje przedsiębiorców
- 3) praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów
- 4) stosowanie niedozwolonych postanowień wzorców umów (dawniej zaliczane do praktyk naruszających zbiorowe interesy konsum.)

Praktyki ograniczające konkurencję

- porozumienia ograniczające konkurencję
- nadużywanie pozycji dominującej

Ochrona konkurencji i konsumentów

Porozumienia ograniczające konkurencję - zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na:

- 1) ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów;
- 2) ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji lub zbytu oraz postępu technicznego lub inwestycji;
- 3) podziale rynków zbytu lub zakupu;
- 4) stosowaniu w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji;
- 5) uzależnianiu zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia, niemającego rzeczowego ani zwyczajowego związku z przedmiotem umowy;
- 6) ograniczaniu dostępu do rynku lub eliminowaniu z rynku przedsiębiorców nieobjętych porozumieniem;
- 7) uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu lub przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny.

Porozumienia takie są w całości lub w odpowiedniej części **nieważne**

Ochrona konkurencji i konsumentów

Wyłączenie - zakazu nie stosuje się do porozumień zawieranych między:

- 1) konkurentami, których łączny udział w rynku w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 5 %;
- 2) przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami, jeżeli udział w rynku posiadany przez któregokolwiek z nich w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 10 %.

Reguła rozsądku - zakazu nie stosuje się do porozumień, które jednocześnie:

- 1) przyczyniają się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego;
- 2) zapewniają nabywcy lub użytkownikowi odpowiednią część wynikających z porozumień korzyści;
- 3) nie nakładają na zainteresowanych przedsiębiorców ograniczeń, które nie są niezbędne do osiągnięcia tych celów;
- 4) nie stwarzają tym przedsiębiorcom możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów.

Rada Ministrów może, w drodze **rozporządzenia**, wyłączyć określone rodzaje porozumień spełniające przesłanki spod zakazu.