



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBOS VEIKLOS POVEIKIO VERTINIMAS: TIESIOGINĖ IR NETIESIOGINĖ NAUDA VARTOTOJAMS 2012-2014 m.

I. Jvadas

1. Pagrindinė Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos funkcija yra Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo laikymosi priežiūra ir konkurencijos politikos įgyvendinimas Lietuvoje. Vykdydama konkurencijos užtikrinimo rinkoje funkciją ir savo veikloje vadovaudamasi naudos vartotojams kriterijumi, Konkurencijos taryba tuo pačiu atneša ekonominę naudą vartotojams. Be to, Konkurencijos taryba vykdo Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo priežiūrą bei prižiūri, ar ūkio subjektai laikosi klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos draudimų. Ši priežiūra taip pat atneša naudos vartotojams.

2. Šis dokumentas yra ketvirtasis iš eilės Konkurencijos tarybos veiklos poveikio metinis vertinimas, kuriuo visuomenei pristatoma Konkurencijos tarybos veikla atnešama nauda. Jis yra išorinės atskaitomybės dalis, kurio pagrindu visuomenė gali vertinti institucijos veiklą ir vartotojams atnešamą naudą. Be to, į žemiau išdėstytus principus ir galimą naudą Konkurencijos taryba atsižvelgia, vykdydama savo veiklą, kai sprendžia, ar tikslinga pradėti vieną ar kitą tyrimą turėdama siekį atlikti prioritetinius tyrimus¹, atnešančius kuo daugiau naudos vartotojams.

3. Poveikio vertinimas apima tiek tiesioginę ekonominę naudą vartotojams, tiek ir netiesioginę naudą, tokią kaip paskirtos (surinktos) baudos bei nauda, atsiradusi dėl Konkurencijos tarybos veiklos atgrasomojo poveikio.

4. Vertindama savo veiklos, prižiūrint Konkurencijos įstatymą, poveikį Konkurencijos taryba vadovavosi konservatyviomis prielaidomis, nustatytomis Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (toliau – *OECD*) Gairėse, skirtose padėti konkurencijos institucijoms įvertinti atnešamą naudą vartotojams², taip pat Jungtinės Karalystės sąžiningos prekybos tarnybos³ (toliau – *Office of Fair Trading, OFT*) sukurta metodika⁴. Be to, 2014 m. Konkurencijos taryba atliko ir savo veiklos, prižiūrint Reklamos įstatymą, poveikio vertinimą, pasinaudodama savo sukurta metodika.

5. Tiek Konkurencijos tarybos veiklos poveikio prižiūrint Konkurencijos įstatymą, tiek prižiūrint Reklamos įstatymą metodika (toliau – Metodika) pateikiama Priede prie šio dokumento.

¹ Žr. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos veiklos prioriteto įgyvendinimo principų aprašas, patvirtintas Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos 2012 m. liepos 2 d. nutarimu Nr. 1S-89.

² *OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014, <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2015 06 25.

³ Nuo 2014 m. balandžio vietoj šios tarnybos įsteigta Konkurencijos ir rinkų institucija (*Competition and Markets Authority*).

⁴ Žr. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402141250/http://www.oft.gov.uk/shared_oftr/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf, žiūrėta 2015 07 02.

II. Konkurencijos tarybos naudos vartotojams, atneštos 2014 m., apibendrinimas

6. Konkurencijos tarybos atnešta nauda 2014 metais buvo skaičiuota pirmiausiai remiantis konkrečių bylų duomenimis ir, jei šių duomenų nepakanka, *OECD Gairėse* siūlomomis apyvartos, kainų padidėjimo ir trukmės reikšmėmis (*OECD, Guide for helping competition authorities assess the expected impact of their activities*, April 2014), taip pat *OFT* metodika atgrasymo vertinimui.

7. Dėl naujų metodinių principų taikymo 2014 metais tai atvejais, kai nauda skaičiuojama remiantis standartinėmis *OECD Gairėse* rekomenduojamomis reikšmėmis (t.y. ne konkrečiais bylos duomenimis), tikėtini, kitoms sąlygoms išliekant nepasikeitusioms, tam tikri apskaičiuoto naudos dydžio pasikeitimai, ypač karteliuose⁵.

8. Anksčiau apskaičiuota nauda už 2013 ir 2012 metus nebuvo perskaičiuota pagal *OECD Gaires*.

Tiesioginė nauda

9. Metodikos pagrindu atlikti skaičiavimai parodė, kad tiesioginė ekonominė nauda, kurią gavo vartotojai dėl Konkurencijos tarybos veiklos tiriant ir išaiškinant ūkio subjektų kartelius ir kitokio pobūdžio konkurenciją ribojančius veiksmus, taip pat išaiškinant klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejus bei atliekant Kainų įstatymo priežiūrą vien tik per 2014 m. sudarė 19,66 mln. eurų, o tiesioginė nauda per trejų 2012 – 2014 metų laikotarpį vidutiniškai sudarė 9,3 mln. eurų per metus.

10. Iš jų tiesioginė nauda vartotojams, kurią Konkurencijos tarybos veikla atnešė draudžiamų susitarimų srityje, per 2012-2014 m. sudarė 2,4 mln. eurų per metus. Vertinant Konkurencijos tarybos poveikį piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi, koncentracijų priežiūros ir klaidinančios bei lyginamosios reklamos atvejais⁶, per 2012-2014 m. laikotarpį vartotojams buvo sutaupyta vidutiniškai po 6,9 mln. eurų.

Baudos

11. Nagrinėjamu 2012-2014 m. laikotarpiu Konkurencijos tarybos nutarimais dėl konkurenciją ribojančių ūkio subjektų susitarimų, piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejų, dėl pažeidimų koncentracijose bei klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos ūkio subjektams buvo iš viso paskirta vidutiniškai 21,8 mln. eurų baudų per metus.

Netiesioginė nauda dėl atgrasymo

⁵ Teoriškai, kitoms sąlygoms esant nepasikeitusioms, karteliuose tiesioginė nauda mažėja dvigubai, nes kaip standartinę kainos padidėjimo dėl kartelio trukmę iki šiol KT naudojo 6 metus, o 2014 metų skaičiavimams priimti 3 metai. Piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejais tiesioginė nauda didėja 1,5 karto, nes kaip standartinį kainos padidėjimo dėl piktnaudžiavimo veiksmų dydį ir trukmę iki šiol KT naudojo 10% ir 1 metus, o 2014 m. skaičiavimams priimti 5% ir 3 metai. Susijungimų atvejais tiesioginė nauda iš esmės nesikeičia, nes, pirma, KT iki šiol naudojo tik susijungiančių ūkio subjektų apyvartą, o 2014 m. skaičiavimams priimta visų rinkos dalyvių apyvarta; antra, KT iki šiol kaip standartinį kainos padidėjimo dėl susijungimo dydį naudojo 10%, o 2014 m. skaičiavimams priimti 5%. Taigi naudos padidėjimą dėl apyvartos išaugimo iš esmės neutralizuoja naudos sumažėjimas dėl kainos išaugimo sumažėjimo.

⁶ Be to, 2014 metais pirmą kartą buvo apskaičiuota tiesioginė nauda prižiūrint Kainų įstatymą. Nauda vartotojams klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejais skaičiuojama tik nuo 2013 metų.

12. Netiesioginė nauda, paskaičiuota (žr. Metodikos 43-49 punktus) dėl Konkurencijos tarybos sprendimų atgrasomojo poveikio konkurenciją ribojančių susitarimų, piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejais per 2012-2014 m. sudarė vidutiniškai 14,8 mln. eurų per metus.

Visa nauda (tiesioginė ir netiesioginė)

13. Visa nauda (tiesioginė + netiesioginė) vien tik per 2014 m. sudarė 99,2 mln. eurų, o visa nauda (tiesioginė + netiesioginė) per 2012-2014 m. vidutiniškai sudarė 45,87 mln. eurų per metus.

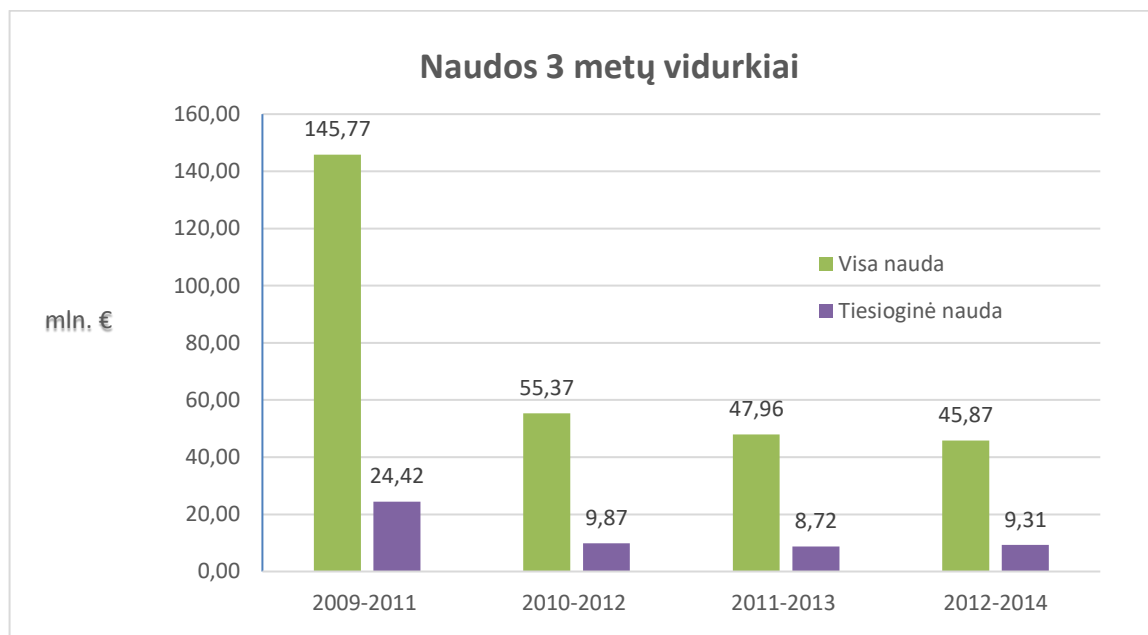
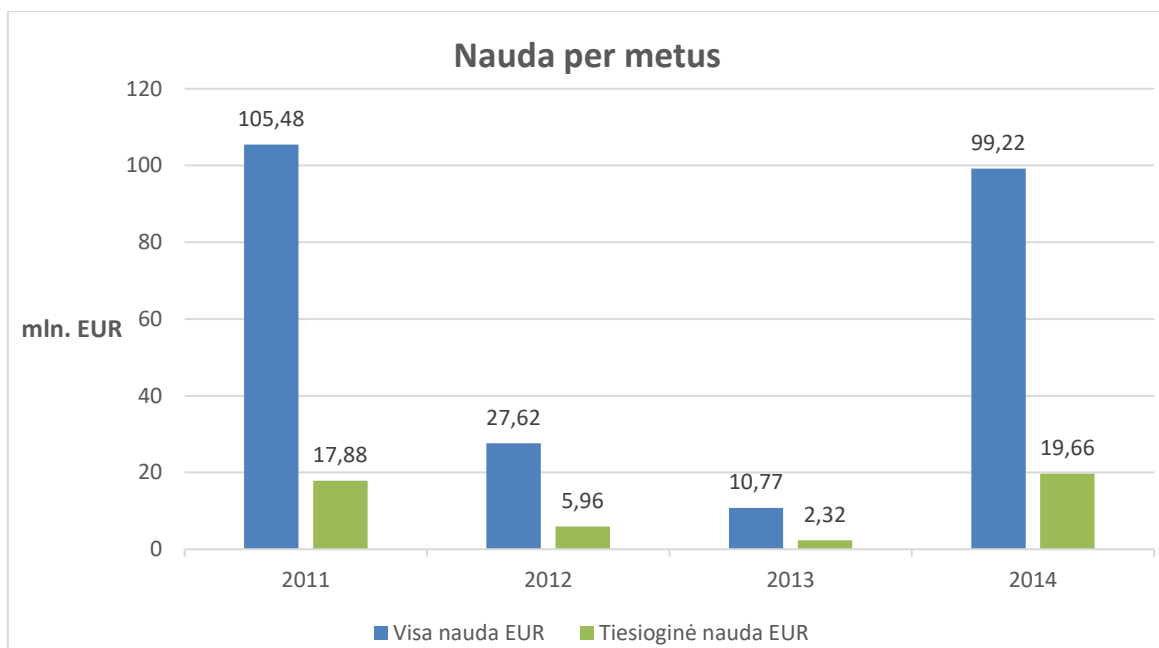
Naudos palyginimas su KT biudžetu

14. Kaip matyti iš aukščiau pateiktų naudos skaičiavimų, kurie buvo atlikti remiantis konservatyviomis taisyklėmis ir prielaidomis, Konkurencijos tarybos atnešta tiesioginė nauda vartotojams per trejus Konkurencijos tarybos veiklos metus - nuo 2012 iki 2014 metų sudarė vidutiniškai per metus 9,3 mln. eurų, o jeigu pridėsime ir netiesioginę naudą (baudas ir atgrasomąjį poveikį), tai bendra nauda sudaro vidutiniškai 45,87 mln. eurų per metus.

15. Palyginus šias sumas su Konkurencijos tarybos vidutiniu 2012–2014 m. biudžetu – 1,4 mln. eurų, matyti, kad vien tiesioginė Konkurencijos tarybos veikla atnešama nauda vartotojams viršija Konkurencijos tarybos metinį biudžetą 6,7 karto.

16. Jei šį santykį skaičiuotume įtraukę ir tiesioginę naudą, ir baudas bei atgrasomąjį poveikį, jis padidėtų beveik 5 kartus.

17. Šie skaičiai rodo, jog Konkurencijos tarybos vykdoma veikla atneša tiek tiesioginę, tiek ir netiesioginę naudą vartotojams, o šios naudos, apskaičiuotos naudojant konservatyvią vertinimo metodiką, apimtis nuo 6,7 iki keliasdešimties kartų viršija Konkurencijos tarybos metinį biudžetą (žr. grafikus žemiau).



PRIEDAS

Veiklos poveikio vertinimo metodika

Poveikio analizės apimtis ir prielaidos

1. Konkurencijos tarybos veiklos teigiamas poveikis vartotojams pasireiškia keliais aspektais:

- išvengiama būsima žala vartotojams, kuri būtų padaryta, jei Konkurencijos taryba nebūtų nutraukusi antikonkurencinių veikslių arba klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo;
- nutraukiami konkurenciją ribojantys ar iškraipantys veiksmai, taip pat klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimas bei paskiriamos atitinkamos baudos, siekiant individualaus bei bendrojo atgrasomojo poveikio;
- Konkurencijos tarybos vykdomi veiksmai (išaiškinti pažeidimai, paskirtos baudos) turi atgrasomąjį poveikį;
- išauga visuomenės informuotumas dėl Konkurencijos tarybos vykdomo informavimo bei konsultavimo konkurencijos teisės ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos klausimais;
- dėl sustiprėjusios konkurencijos atsiranda teigiamas poveikis ekonominiam augimui ir technologinei pažangai ir kt.

2. Atliekant poveikio vertinimą, nagrinėjami tik pirmieji trys iš aukščiau išvardintų aspektų. Pirmiausiai Konkurencijos taryba vertina ir daugiausia dėmesio skiria tiesioginei ekonominei naudai vartotojams⁷, atsiradusiai dėl Konkurencijos tarybos priimtų sprendimų⁸. Be to, vertinama ir netiesioginė nauda, kurią atspindi per nagrinėjamą laikotarpį paskirtos baudos ir Konkurencijos tarybos veikslių atgrasomasis poveikis, išreikštas pinigine išraiška.

3. Šiame dokumente visa apimtimi vertinama Konkurencijos tarybos veiklos vartotojams atnešama nauda šiose institucijos veiklos srityse:

- konkurenciją ribojančių susitarimų priežiūra;
- piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi priežiūra;
- koncentracijų priežiūra;
- klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos priežiūra.

4. Taigi Konkurencijos tarybos veiklos poveikio vertinimas neapima visos Konkurencijos tarybos veiklos. Jame nėra vertinama nauda vartotojui, kuri atsiranda:

- dėl konkurenciją ribojančių viešojo administravimo subjektų veikslių draudimo įgyvendinimo;

⁷ Tiesioginė ekonominė nauda kildinama iš to, kad po Konkurencijos tarybos sprendimo dėl pažeidimo ir veikslių nutraukimo kainos padidėjimas pašalinamas arba kainų padidėjimas išvis neįvyksta. Ši nauda neapima pinigine išraiška išreikšto prekių ir paslaugų kokybės pagerėjimo bei sutaupyto laiko, taip pat išaugusio prekių ar paslaugų pasirinkimo.

⁸ Preziumuojama, jog teismine tvarka nepanaikinti Konkurencijos tarybos sprendimai yra pagrįsti ir galiojantys. Jei, paskelbus dokumentą, Konkurencijos tarybos sprendimas būtų panaikintas ar pakeistas teismo tvarka, dokumente pateikti rezultatai bus atitinkamai perskaičiuoti kitą kartą skelbiant Konkurencijos tarybos veiklos vertinimo rezultatus. Naudos vertinimas nelaukiant galutinio teismo sprendimo sudaro galimybes tiksliau įvertinti teigiamą poveikį. Šios prezumpcijos yra laikomasi ir tarptautinėje praktikoje.

- dėl Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo⁹ bei kitų Konkurencijos tarybos kompetencijai priskirtų įstatymų taikymo priežiūros¹⁰;
- dėl konkurencijos kultūros sklaidos tarp verslo atstovų ir valdžios institucijų.

Dėl šių priešasčių šiame dokumente pateikiamas naudos galutiniams vartotojams vertinimas, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos veiklos apimtimi, yra laikytinas konservatyviu¹¹.

5. Visos šiame dokumente naudojamos bendrosios ir su konkrečia byla susijusios prielaidos taip pat yra konservatyvios. Kadangi naudos vertinimo metodika yra pagrįsta turimais byloje įrodymais ir/arba konservatyviomis prielaidomis, tai lemia, jog apskaičiuota naudos apimtis vargu ar gali būti mažesnė, nei šiame dokumente pateikiamas rezultatas.

6. Siekiant išvengti bet kokios neigiamos įtakos baudų skyrimo procesui ir atsižvelgiant į tai, jog vartotojai nėra tiesioginiai ekonominės naudos, atsirandančios ūkio subjektams sumokėjus baudą į valstybės biudžetą, gavėjai, baudos nėra įtraukiamos į tiesioginės Konkurencijos tarybos veiklos naudos vartotojui skaičiavimą, o yra pateikiamos atskirai (kaip netiesioginė nauda).

7. Be to, užtikrindami, kad svyravimai, galintys atsirasti dėl skirtingo Konkurencijos tarybos vykdomų tyrimų masto bei trukmės, nedarytų įtakos vertinimo rezultatams, pateikiame paskutinių trejų kalendorinių metų vidutinius rezultatus. Tai padeda išsamiau įvertinti Konkurencijos tarybos atneštą naudą vartotojams per ilgesnį laikotarpį, tuo pačiu išvengiant rodiklių svyravimų atskirais metais.

8. Šiame dokumente neteikiama su konkrečiais tyrimais ar bylomis susijusi informacija, kai tokia informacija gali būti laikoma komercine paslaptimi ir turi būti saugoma įstatymų nustatyta tvarka.

9. Siekiant kiekybine išraiška įvertinti Konkurencijos tarybos tyrimų poveikį (nepriklausomai nuo to, ar vadovaujantis konkurencijos teisės taisyklėmis konkretaus pažeidimo konstatavimui buvo būtina įvertinti poveikį rinkai) šiame dokumente yra remiamasi tyrimo metu surinkta informacija. Tais atvejais, kai tyrimo metu surinkti duomenys nėra tinkami kiekybiškai įvertinti Konkurencijos tarybos veiklos poveikį, Konkurencijos taryba vadovaujasi Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (toliau – *OECD*) Gairėmis, skirtomis padėti konkurencijos institucijoms įvertinti atnešamą naudą vartotojams (*OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014)¹², taip pat Jungtinės Karalystės sąžiningos prekybos tarnybos (toliau – *Office of Fair Trading, OFT*) sukurta metodika¹³.

10. Būsimos žalos vartotojams, kuri būtų padaryta, jei Konkurencijos taryba nebūtų savo įsikišimu nutraukusi antikonkurencinių veiksmų arba nebūtų nutraukusi klaidinančios ar neleistinos

⁹ Šiame dokumente nauda, tenkanti vartotojui Konkurencijos tarybai kontroliuojant Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo laikymąsi apima tik nagrinėjamu laikotarpiu paskirtas baudas.

¹⁰ Pastebėtina, kad 2014 metais buvo įvertinta ir nauda prižiūrint kainų įstatymą (žr. pagrindinio dokumento 11 punktą).

¹¹ Šiame dokumente „konservatyvus“ reiškia atsargų požiūris, kuris užtikrina, kad gauti rezultatai yra žemutinėse įvertinimo ribose, nes jie apskaičiuojami taikant nuosaikias taisykles.

¹² <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2015 06 25.

¹³ Žr. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402141250/http://www.oft.gov.uk/shared_oftr/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf, žiūrėta 2015 07 02. *OFT* metodikos tinkamumą *OFT* veiklos poveikio vertinimui ir jos konservatyvumą patvirtino metodiką vertinęs profesorius S. Davies. Žr. Stephen Davies, *A Review of OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, January 2010, OFT1164, <http://competitionpolicy.ac.uk/documents/8158338/8264719/oft1164.pdf/b4bdf928-d97c-4eb4-a68c-3db6e437fc79>, žiūrėta 2015 06 25.

lyginamosios reklamos skleidimo, apskaičiuotos reikšmės yra diskontuojamos 5,5 proc. socialine diskonto norma¹⁴.

11. Tais atvejais, kai tyrimo objektu esanti problema yra priešrovinėje rinkoje¹⁵ ir poveikį tiesiogiai jaučia pasrovinėje rinkoje¹⁶ veikiantys ūkio subjektai (pvz., mažmenine prekyba užsiimantys ūkio subjektai), laikoma, kad kainų poveikis visa apimtimi daro įtaką ir galutiniams vartotojams. Ši prielaida nėra taikoma tik tais atvejais, kuomet tyrimo metu surinkta pakankamai šių prielaidą paneigiančių įrodymų. Priešingu atveju konkrečios naudos, tenkančios galutiniam vartotojui, apskaičiavimas reikalautų papildomo tyrimo, kurio sąnaudos būtų neadekvačiai didelės. Taigi, pavyzdžiui, pašalinus pažeidimą ir sustiprėjus konkurencijai tarp didmenine prekyba užsiimančių ūkio subjektų, laikoma, kad žemesnės didmeninės kainos lemia ir žemesnes mažmenines kainas, ir todėl tai yra laikoma tiesiogine nauda galutiniams vartotojams.

1. Tiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

1.1. Karteliniai susitarimai

12. Siekdama išlaikyti konkurenciją rinkoje ir taip užtikrinti vartotojams galimybę rinktis iš įvairesnių, kokybiškesnių ir pigesnių prekių, Konkurencijos taryba, vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio nuostata, išaiškina ir įpareigoja nutraukti konkurenciją ribojančius susitarimus tarp ūkio subjektų, ypač kartelinius susitarimus. Pastarieji yra dažniausiai slapti susitarimai tarp konkuruojančių ūkio subjektų, kurie tarpusavyje derina veiksmus, siekdami nustatyti aukštesnes kainas, riboti gamybos apimtį ar pasidalinti rinkas ar vartotojus. Konkurencijos tarybos tyrimo objektas taip pat yra susitarimai tarp skirtinguose rinkos lygmenyse veikiančių ūkio subjektų (vertikalūs susitarimai) dėl perpardavimo kainų palaikymo ir kitokių konkurencijos ribojimų.

13. Šioje dalyje aprašyta pažeidimų vertinimo metodika yra naudojama vertinti Konkurencijos tarybos sprendimus, kuriuose buvo pripažinta, jog ūkio subjektai pažeidė Konkurencijos įstatymą, jiems paskiriant baudas arba ne. Siekiant užtikrinti skaičiavimų konservatyvumą bei atsižvelgiant į painių tokio pobūdžio tyrimų naudos vertinimą, atvejai, kuomet tyrimas buvo nutrauktas, ūkio subjektams priimant įsipareigojimus, nėra vertinami.

14. Metinis kartelio poveikis vartotojui (eurais) (a) apskaičiuojamas padauginus ūkio subjektų apyvartą (pajamas) (t), kuriai įtaką turėjo nagrinėjamas kartelinis susitarimas, iš tokio pažeidimo nulemto kainų padidėjimo masto (procentais) (p):

$$a = t \cdot p \tag{1}.$$

¹⁴Socialinė diskonto norma (SDN) atskleidžia visuomenės požiūrį į ateities naudą ir sąnaudas, parodo visuomenės pasiryžimą atidėti vartojimą šiandien dėl vartojimo rytoj (ateityje). Atsižvelgdama į ilgalaikį ekonominį augimą ir prioritetinius terminus, Europos Komisija siūlo orientacinę 5,5 proc. socialinę diskonto normą konvergencijos siekiančioms šalims, kurios nėra oficialiai nustačiusios socialinės diskonto normos valstybės lygmeniu, žr. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf, žiūrėta 2015 07 02; http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidinys_1.pdf, p. 55, žiūrėta 2015 07 02.

¹⁵Rinka, esanti ankstesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių gamyba ir didmeninis platinimas yra priešrovinės rinkos automobilių mažmeninio pardavimo galutiniam vartotojui rinkos atžvilgiu.

¹⁶Rinka, esanti vėlesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių mažmeninis pardavimas galutiniam vartotojui yra pasrovinė rinka automobilių gamybos rinkos atžvilgiu.

15. Visa nauda (litas) (f) dėl tolimesnio pažeidimo sustabdymo apskaičiuojama pagal formulę:

$$f = \sum_{s=1}^c \frac{a}{(1 + \rho)^s} \quad (2)$$

kur c – numanoma kartelio trukmė, nesant Konkurencijos tarybos įsikišimo;
 ρ – socialinė diskonto norma, kuria yra diskontuojamos visos būsimos sumos (5,5 proc.);
 s – žalos skaičiavimo atitinkamų metų numeris.

16. Konkurencijos tarybos veiklos poveikis, nustačius konkurencijos teisės pažeidimą viešųjų pirkimų atvejais, apskaičiuojamas pagal formulę:

$$f = K \left(1 - \frac{1}{1 + p} \right) \quad (3)$$

kur f – nauda dėl pažeidimo sustabdymo;
 K – mažiausia susitarusių ūkio subjektų pasiūlyta kaina (viešojo pirkimo vertė);
 p – pasirinktas kainų padidėjimo mastas procentais.

Apyvarta (pajamos) (t)

17. Apskaičiuojant kartelio poveikį laikoma, kad kartelio poveikis pasireiškia tik tarp susitarusių įmonių susitarimo paveiktoje rinkoje, todėl skaičiavimams imamos tik susitarime dalyvaujančių ūkio subjektų bendrosios pajamos susitarimo rinkoje, t. y. nukenčia tik tie vartotojai, kuriuos tiesiogiai paveikia susitarimas, pvz., kurie perka iš kartelyje dalyvaujančių įmonių. Atkreiptinas dėmesys, kad tais atvejais, kuomet rinkoje yra kartelinis susitarimas, jis iš esmės suteikia galimybę pakelti kainas ir jame tiesiogiai nedalyvaujantiems ūkio subjektams, t.y. daro įtaką bendram kainų lygiui rinkoje. Visgi, atsižvelgiant į siekį pateikti konservatyvų Konkurencijos tarybos veikla atnešamos naudos vartotojui vertinimą, kartelyje nedalyvavusių ūkio subjektų apyvartos nėra vertinamos. Išimtis taikoma tais atvejais, kada yra aiškūs įrodymai, jog pakilo bendras kainų lygis rinkoje.

18. Bendrosiomis pajamomis susitarimo rinkoje laikomos tiesiogiai ar netiesiogiai su karteliu susijusiomis ūkio subjekto pajamomis. Kai nėra duomenų apie ūkio subjekto susijusias pajamas, konkurencijos įstatymo pažeidimų poveikis skaičiuojamas nuo bendrųjų ūkio subjekto pajamų atitinkamai mažinant jas tais atvejais, kuomet kartelinio susitarimo dalyku esanti ūkio subjekto veikla nelaikoma pagrindine šio ūkio subjekto veikla.

Kainų padidėjimo mastas (p)

19. Turint pakankamai duomenų ir esant galimybei, kainų padidėjimo mastas karteliu atvejais yra apskaičiuojamas pasinaudojant tyrimo metu surinkta informacija. Tais atvejais, kuomet tyrimo metu nebuvo surinkta pakankamai duomenų apie kainų padidėjimo lygį, atsižvelgiant į *OECD* Gaires, tarptautinę gerą praktiką, laikoma, kad kainų padidėjimas sudaro 10 proc. Konkurencijos taryba 10 proc. kainų pakėlimo prielaidą taiko ir viešuosiuose pirkimuose nustatytiems konkurentų susitarimams.

20. Tokia pati prielaida taikoma ir susitarimams, tiesiogiai nesusijusiems su kainų fiksavimu, rinkų pasidalinimu ar konkursinių pasiūlymų derinimu.

Trukmė (c)

21. Tikėtina kainų pakėlimo trukmė nesant Konkurencijos tarybos įsikišimo įvertinama remiantis tyrimo metu surinkta informacija. Tačiau atvejais, kai šios informacijos nepakanka įvertinimui, laikoma, vadovaujantis *OECD* Gairėmis, kad be įsikišimo toks draudžiamas susitarimas būtų trukęs dar trejus metus.

1.2. Piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi

22. Be konkurenciją ribojančių susitarimų, Konkurencijos taryba, vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 7 straipsnio nuostata, tiria ir baudžia ūkio subjektus už piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejus, kada dominuojančią padėtį rinkoje užimantys ūkio subjektai savo vienašališkais veiksmais pažeidžia vartotojų interesus ar kitaip riboja konkurenciją.

23. Metinis piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejo poveikis vartotojui (eurais) ir visa nauda (eurais) dėl tolimesnio pažeidimo sustabdymo apskaičiuojama analogiškai kaip ir kartelių atvejais pagal aukščiau nurodytas (1) ir (2) formules, į jas įrašant atitinkamas reikšmes piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atveju (žr. 14-15 punktus).

Apyvarta (pajamos) (t)

24. Apskaičiuojant poveikį piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejais, kur įmanoma, naudojamos tiesiogiai ar netiesiogiai su pažeidimu susijusiomis ūkio subjekto pajamomis. Kai nėra duomenų apie ūkio subjekto susijusias pajamas, konkurencijos įstatymo pažeidimo poveikis skaičiuojamas nuo bendrųjų ūkio subjekto pajamų atitinkamai mažinant jas tais atvejais, kai pažeidimo dalyku esanti ūkio subjekto veikla nelaikoma pagrindine šio ūkio subjekto veikla.

Kainų padidėjimo mastas (p)

25. Tais atvejais, kada piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi tyrimo bylos duomenų nepakanka įvertinti kainų padidėjimo mastą, laikoma, vadovaujantis *OECD* Gairėmis, kad pažeidimo nulemta tikėtina kainų padidėjimo procentinė išraiška yra 5 proc.

Trukmė (c)

26. Kada konkrečiu piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atveju neįmanoma nustatyti kainos padidėjimo tikėtiną trukmę pagal tyrimo bylos duomenis bei tyrėjų, atlikusių tyrimą, vertinimus, tokiais atvejais laikoma, vadovaujantis *OECD* Gairėmis, kad tikėtinas kainos padidėjimas trunka trejus metus.

1.3. Koncentracijos

27. Vienas iš koncentracijų priežiūros tikslų yra neleisti vykdyti koncentracijų, kurioms įvykus galėtų būti padaryta žala vartotojams. Tokio pobūdžio žala gali pasireikšti tiek padidėjusiomis kainomis, tiek blogesne kokybe, tiek ir sumažėjusiomis paskatomis konkuruoti. Kainų padidėjimas yra

lengviausiai išmatuojamas koncentracijų poveikio elementas, todėl būtent jis yra laikomas indikatoriumi Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui apskaičiuoti.

28. Koncentracijų priežiūros nauda apskaičiuojama vertinant bylas, pirma, kuomet koncentracija yra uždraudžiama siekiant užtikrinti, kad nebūtų sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar itin apribota konkurencija rinkoje; antra, kuomet ūkio subjektams yra nustatomos sąlygos ir įpareigojimai, pvz., įpareigojimas parduoti dalį turto (atskirą įmonę). Trečia, koncentracijų priežiūros atnešama nauda taip pat skaičiuojama ir atvejais, kai ūkio subjektai atsiėmė pranešimą apie koncentraciją po to, kai Konkurencijos taryba pateikė jiems prieštaravimus dėl planuojamos koncentracijos remdamasi tuo, kad įgyvendinus koncentraciją galimai būtų sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar žymiai apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje.

29. Metinis koncentracijos atvejo poveikis vartotojui (eurais) ir visa nauda (eurais) dėl probleminės koncentracijos neleidimo apskaičiuojama analogiškai kaip ir kartelių atvejais pagal aukščiau nurodytas (1) ir (2) formules, į jas įrašant atitinkamas reikšmes koncentracijos atveju (žr.14-15 punktus).

Apyvarta (pajamos) (t)

30. Remiantis *OECD* Gairėmis laikoma, kad neleistinos koncentracijos atveju kainų padidėjimas pasireiškų ne tik koncentracijos dalyvių, bet ir visos rinkos mastu, t.y. vertinimui imama visų rinkos dalyvių apyvarta (pajamos) koncentracijos veikiamoje rinkoje.

Kainų padidėjimo mastas (p)

31. Remiantis *OECD* Gairėmis laikoma, kad neleistinos koncentracijos atveju kainų padidėjimas be Konkurencijos tarybos įsikišimo sudarytų 5 proc.

Trukmė (c)

32. Laikoma, remiantis *OECD* Gairėmis, kad be Konkurencijos tarybos įsikišimo neigiamas koncentracijos poveikis (kainų pakėlimas) truktų 2 metus.

1.4. Klaidinanti ir neleistina lyginamoji reklama

33. Metodika, aprašyta žemiau, leidžia įvertinti tiesioginę naudą vartotojams, kuri atsiranda dėl to, kad Konkurencijos taryba uždraudžia ūkio subjektui toliau naudoti klaidinančią ir/ar neleistiną lyginamąją reklamą, pažeidžiančią Reklamos įstatymo nuostatas.

34. Vertinama tik finansinė ekonomija vartotojams, bet nėra vertinama kita nefinansinė nauda (pvz., psichologinės žalos ir streso, susijusio su klaidinančia ar neleistina lyginamąja reklama, sumažėjimas) bei kitų netiesioginių kaštų, susijusių su pirkiniu, ekonomija (pvz., nebėra papildomų transportavimo kaštų, susijusių su klaidinančiai reklamavimosi prekės atsiėmimu). Be to, nevertinama nauda vartotojams, kai Konkurencijos tarybos darbuotojai įspėja ūkio subjektą ir siūlo nutraukti potencialiai klaidinančią ir/ar neleistiną lyginamąją reklamą, ir ūkio subjektas sutinka ją nutraukti.

35. Tiesioginę naudą vartotojams sudaro išvengta žala dėl Konkurencijos tarybos atlikto tyrimo ir tolesnio reklamos skleidimo nutraukimo. Ši žala vartotojams būtų atsiradusi, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi. Taigi dėl to, kad Konkurencijos taryba atliko tyrimą ir nutraukė

įstatymą pažeidžiančius veiksmus, vartotojai nebeatiria žalos dėl tolesnio klaidinimo ir didesnių kainų mokėjimo.

36. Žala, kurios vartotojai išvengė ateityje, pirmiausia vertinama remiantis konkrečiais bylos duomenimis, siekiant nustatyti, kiek sudaro „permokėjimas“ už reklamuotą prekę¹⁷ ir kiek „permokėtų“ prekių būtų įsigiję vartotojai per numatomą reklamos skleidimo laikotarpį ateityje, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi ir reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas¹⁸. Šie duomenys leidžia įvertinti žalą, kurios išvengė vartotojai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo, o kartu ir naudą, kurią atnešė Konkurencijos tarybos veiksmai.

37. Išvengtos žalos dydis (D_f) apskaičiuojamas, dauginant žalą, „esančią“ viename reklamuotos prekės vienetu (D_1) („permokėta“ suma), iš prekės vienetų skaičiaus (N_f), kurie, tikėtina, būtų buvę parduoti, jei Konkurencijos taryba nebūtų pradėjusi tyrimo, ir klaidinanti ar neleistina lyginamoji reklama nebūtų buvusi nutraukta:

$$D_f = D_1 * N_f \quad (5)$$

38. Tiesioginė nauda vartotojams (B_{dir}) prilyginama žalai, kurios vartotojai išvengė dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo ir tolesnio reklamos nutraukimo (D_f):

$$B_{dir} = D_f \quad (6)$$

39. Jeigu konkrečios bylos duomenų nepakanka „permokėjimo“ dydžiui ir atitinkamų prekių vienetų skaičiui nustatyti, šių parametrų įvertinimui remiamasi ekonometriniais modeliais, sudarytais Konkurencijos tarybos praeities reklamos bylų duomenų pagrindu¹⁹:

$$\lg D_1 = -0,60 + 1,007 * \lg P \quad (7)$$

čia D_1 – „permokėjimas“ (vidutinė žala, vartotojui įsigijus vieną prekę); P - mokėjimo vertė (paprastai tai prekės kaina);

$$\lg N = 2,71 + 0,048 * T * M \quad (8)$$

¹⁷ Laikoma, kad, pvz., jei buvo reklamuota „pigiausia prekė“, nors konkurentai tą pačią prekę pardavinėjo pigiau, tai skirtumas tarp reklamuotos prekės kainos ir tos pačios ar palyginamos prekės vidutinės žinomų konkurentų kainos, atsižvelgiant taip pat ir į kitus žinomus reikšmingus šių prekių pardavimo sąlygų skirtumus, ir sudarytų „permokėjimo“, arba žalos, tenkančios vienam prekės vienetui, sumą. Pvz., jeigu žemiausia reklamuota kaina buvo 10 Lt, o žinomų konkurentų vidutinė prekės kaina yra 8 Lt, tai žala viename prekės vienetu sudarys 2 Lt. Jeigu buvo reklamuota, kad prekė turi gydomąjį poveikį, tai žalą sudarytų visa už prekę sumokėta kaina (kai ta prekė niekur kitur negali būti naudingai panaudota) arba dalis sumokėtos kainos (kai prekė, nors ir nėra gydanti, visgi gali būti naudingai panaudota kitiems tikslams). Pvz., jei 15 Lt kainuojanti prekė buvo reklamuota kaip gydanti, tačiau iš tikrųjų Konkurencijos tarybai atlikus tyrimą nustatyta, kad gydomojo poveikio prekė neturi, tai žalą sudarys visa prekės kaina (15 Lt). O jeigu prekė nėra visiškai nenaudinga, nors ji ir neturi gydomojo poveikio, tai žalą sudarys prekės kainos dalis, pvz., 7 Lt (8 Lt čia yra panašios, tačiau negydančios, prekės, parduodamos konkurentų, kaina).

¹⁸ Nesant kitų įrodymų laikoma, kad visi prekės vienetai, parduodami klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo laikotarpiu, turi savyje tam tikrą „permokėta“ vertę (žalą vartotojams).

¹⁹ Ekonometriniai modeliai buvo sudaryti išanalizavus ir statistiškai apdorojus duomenis apie prekių mokėjimo vertes, žalą, „esančią“ viename klaidingai reklamuotos prekės vienetu, Konkurencijos tarybos bylose dėl Reklamos įstatymo pažeidimų 2010-2013 metais (40 bylų).

čia N – vidutinis prekės vienetų, nuperkamų esant klaidinančios ar neleistinos lyginamosios trukmei T^{20} ir M^{21} , skaičius; T – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatoma trukmė, jei KT nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas; M – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatomas mastas, jei Konkurencijos taryba nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas²².

40. Pažymėtina, kad tiesioginė nauda gali būti paskaičiuojama tik tais atvejais, kai reklama vis dar tęsiama, Konkurencijos tarybai pradėjus tyrimą. Priešingai, jeigu reklama yra trumpalaikė ir yra pasibaigusi (nutraukta) iki Konkurencijos tarybos tyrimo pradžios (kas dažniausiai ir būna praktikoje), tokio klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos atvejo tyrimas tiesioginės naudos vartotojams neatneša, nes tolesnis klaidinimas nebevyksta. Kita vertus, tokio atvejo tyrimas atneša netiesioginę naudą – reklamos pripažinimas klaidinančia ar neleistina lyginamąja ir baudos paskyrimas atgraso kitus ūkio subjektus nuo panašių reklamų skleidimo ateityje (žr. žemiau *Atgrasymas klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejais*).

2. Netiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

41. Aukščiau išdėstyti principai leidžia įvertinti tiesioginę ekonominę naudą vartotojams, atsiradusią dėl Konkurencijos tarybos veiksmų. Tačiau, kaip minėta, be tiesioginės ekonominės naudos yra ir netiesioginis teigiamas poveikis vartotojui, kuris, be kita ko, pasireiškia per baudų skyrimą ir atgrasomąjį Konkurencijos tarybos sprendimų poveikį.

2.1. Baudos

42. Konkurencijos tarybos skiriamos ūkio subjektams baudos už Konkurencijos įstatymo, taip pat Reklamos įstatymo pažeidimus mokamos į Lietuvos Respublikos valstybės biudžetą. Nepaisant to, kad šios baudos nesukuria tiesioginės naudos vartotojams, neatsižvelgti į baudas, kaip į netiesioginę Konkurencijos tarybos suteikiamą naudą vartotojams, būtų neprotinga. Pirmiausia, baudos veikia kaip atgrasantis elementas ūkio subjektams priimant sprendimus dėl kartelio ar kitokio pobūdžio Konkurencijos įstatymo bei Reklamos įstatymo pažeidimo tęsimo ar pradėjimo. Antra, padidėjęs valstybės biudžetas suteikia galimybes investuoti į vartotojams svarbias sritis, net jei jos nėra tiesiogiai susijusios su rinka, kurioje buvo ribojama konkurencija ar sritimi, kurioje buvo nustatyti Reklamos įstatymo pažeidimai.

2.2. Atgrasomasis poveikis

²⁰ Klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos trukmė (T) gali įgyti 5 skirtingas reikšmes nuo 1 iki 5: jei trukmė yra mažiau kaip 7 dienos, $T=1$; jei trukmė 7-14 dienų, $T=2$; jei trukmė 15-30 dienų, $T=3$; jei trukmė 31-60 dienų, $T=4$; jei trukmė 60-90 dienų, $T=5$. Paprastai reklamos trukmė nebūna ilga. Jeigu visgi prognozuojama, kad konkreti reklama truks daugiau kaip 90 dienų, numatomų nupirkti prekės vienetų skaičius atitinkamai didinamas.

²¹ Panašiai kaip ir trukmė T , klaidinančios reklamos skleidimo mastas M gali įgyti 5 skirtingas reikšmes nuo 1 iki 5: jei mastas labai mažas, $M=1$; jei mastas mažas, $M=2$; jei vidutinis, $M=3$; jei didelis, $M=4$; jei labai didelis, $M=5$.

²² (7) formulė gali būti naudojama, kada siekiama paskaičiuoti bet kurios prekės žala, esančią viename reklamuotos prekės vienetė (D_1) („permokėtą“ sumą), žinant prekės mokėjimo vertę (P). (8) formulė gali būti naudojama, kai siekiama paskaičiuoti bet kurios prekės vienetų skaičių (N_f), kurie vidutiniškai nuperkami (parduodami), žinant klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos trukmę T ir mastą M .

Atgrasymas konkurencijos pažeidimų atvejais

43. Atgrasomajam Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui yra priskiriami tie atvejai, kai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo tam tikru konkurenciją ribojančios veikos atveju kitus konkurenciją ribojančius veiksmus vykdantys arba juos vykdyti besiruošiantys ūkio subjektai juos nutraukia arba iš esmės pakeičia. Nors atgrasomasis poveikis negali būti vertinamas kaip tiesioginė ekonominė nauda vartotojams, yra plačiai priimta, kad atgrasomasis poveikis yra „galbūt svarbiausias konkurencijos priežiūros rezultatas“²³, todėl šiame poveikio vertinime yra įtraukiama ir netiesioginė nauda vartotojams, sukurta konkurencijos priežiūros atgrasomojo poveikio.

44. Pasaulinė audito kompanija *Deloitte OFT* užsakymu atliko apklausas, kuriose bendrovių teisės ir ekonomikos konsultantai bei pačių bendrovių atstovai atsakė į klausimus,²⁴ siekiant įvertinti konkurencijos priežiūros institucijos veiklos atgrasomąjį poveikį. Apklausti teisės ir ekonomikos konsultantai išreiškė nuomonę, jog kiekvienas išaiškintas konkurencijos teisės pažeidimas sumažina paskatas nusižengti 4–7 kartus priklausomai nuo pažeidimo pobūdžio. Kartelių bei nepraneštų ir įvykdytų konkurenciją ribojančių koncentracijų atvejais vienas išaiškintas kartelis ar paskirta bauda už tokią konkurenciją ribojančią neteisėtą koncentraciją atgraso nuo 5 kitų kartelių ar konkurenciją ribojančių įmonių susijungimų sudarymo, o kiekvienas išaiškintas piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejis atgraso nuo 4 kitų konkurenciją ribojančių dominuojančia padėčių užimančių ūkio subjektų veiksmų. Pačių ūkio subjektų apklausos duomenimis šis santykis yra daug didesnis. Pavyzdžiui, apklausos duomenimis, vieno konkurencijos priežiūros institucijos išaiškinto konkurenciją ribojančio konkurentų susitarimo atvejis atgraso nuo 16 kitų kartelių sudarymo / palaikymo²⁵.

45. Pasirinktų atgrasymo poveikio įvertinimų konservatyvumą patvirtina ir *OFT* užsakymu 2011 m. pasaulinės konsultacinės kompanijos „London Economics“ atliktas tyrimas, kuris parodė, kad atgrasomasis efektas yra ženkliai didesnis: nuo 12 kartų piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi iki 28 kartų kartelinių susitarimų atvejais²⁶.

46. Kadangi Lietuvoje tokio pobūdžio apklausa nebuvo daryta, konkretaus Lietuvai taikomo santykio tarp ištirtų konkurencijos įstatymo pažeidimo atvejų ir atgrasytų pažeidimo atvejų nustatyti šiuo metu nėra įmanoma. Dėl šios priežasties Konkurencijos taryba atgrasymo vertinimui remiasi *OFT* duomenimis.

47. Netiesioginė nauda vartotojams dėl atgrasomojo poveikio skaičiuojama, tiesioginę naudą f padauginus iš atitinkamo atgrasymo koeficiento k (žr. 15, 16, 44 punktus):

$$F = f * k$$

(9)

²³ „The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT“, OFT962, November 2007, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402141250/http://www.of.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/oft962.pdf, žiūrėta 2015 07 09.

²⁴ *Ten pat.*

²⁵ Konkurencijos taryba laikosi nuomonės, kad koncentracijų atveju atgrasymo poveikio „probleminių“ koncentracijų (t.y. kurioms Konkurencijos taryba nedavė leidimo arba kurioms leidimas buvo duotas su sąlygomis ir įpareigojimais, arba kurios buvo atsiimtose po to, kai Konkurencijos taryba išsiuntė koncentracijos dalyviams pranešimą apie „probleminį“ koncentracijos pobūdį) atvejais nėra, nes laikoma, kad, esant privalomai išankstinio pranešimo apie koncentracijas sistemai, visos koncentracijos (įskaitant „problemines“) bus išnagrinėtos Konkurencijos tarybos ir priimtas atitinkamas sprendimas, neleidžiantis sumažėti konkurencijai ir padidėti kainoms.

²⁶ <http://hb.betterregulation.com/external/oft1391.pdf>, žiūrėta 2015 07 09.

Atgrasymas klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejais

48. Netiesioginė nauda dėl atgrasomojo poveikio (F_{indir}) skaičiuojama kaip visa žala vartotojams ($D_p + D_f$), padauginta iš atgrasymo koeficiento k reklamos byloje (žr. 37, 49 punktus):

$$F_{indir} = (D_p + D_f) * k, \quad (10)$$

čia F_{indir} yra netiesioginė nauda vartotojams dėl atgrasomojo Konkurencijos tarybos sprendimo poveikio i -prekės atžvilgiu, D_f yra išvengtos žalos ateityje dydis dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo, D_p yra žala, vartotojų patirta iki Konkurencijos tarybos įsikišimo (tyrimo pradėjimo)²⁷, k yra atgrasymo koeficientas reklamos byloje.

49. Pagrindinių reklamos agentūrų apklausa parodė, kad Konkurencijos tarybos sprendimai turi tiesioginę įtaką būsimų reklamų formai, turiniui ir pateikimo būdai. Asociacijų nuomone, vienas Konkurencijos tarybos nutarimas dėl klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos atgraso nuo 3 panašių reklamų ateityje ($k=3$). Todėl, nustatydamas atgrasymo poveikį, Konkurencijos taryba paskaičiuotą žalą vartotojams konkrečioje klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos byloje daugina iš 3. Tai parodo bendrą Konkurencijos tarybos sprendimo atgrasymo poveikį (naudą vartotojams dėl atgrasymo nuo panašių veiksmų ateityje).

²⁷ Žala, vartotojų patirta iki Konkurencijos tarybos įsikišimo (tyrimo pradėjimo) (D_p), nustatoma analogiškai kaip ir išvengta žala ateityje dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo (D_f) (žr. (5), (7), (8) formules aukščiau), atitinkamai įvertinus žalą „esančią“ viename reklamuotos prekės vienete (D_1) („permokėtą“ sumą iki Konkurencijos tarybos nutarimo pradėti tyrimą), ir prekės vienetų skaičių, kurie buvo parduoti iki Konkurencijos tarybos tyrimo pradėjimo dėl klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos (N_p).

Bibliografija

1. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf.
2. *Assessment of the Impact of Competition Authorities' Activities*, Note by Prof. Stephen Davies, OECD, DAF/COMP/WP2(2013)1, [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2\(2013\)1&docLanguage=En](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2(2013)1&docLanguage=En)
3. Cohen, M. A., Scheffman, D. T. "The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?". *Journal of Criminal Law* 27 (1989 m.).
4. Connor, J. „Price Fixing Overcharges: revised Edition“, rankraštis, Purdue University, 2009 liepa.
5. Davies, Steven, *A Review of OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, January 2010, OFT1164, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1164.pdf.
6. *DG Competition Management Plan 2010*, 12 May 2010, žr. http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2010_en.pdf.
7. Griffin, J. "Previous Cartel Experience: Any Lesson for OPEC?", *Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach*, 1989.
8. *Guide to Cost – Benefit Analysis of investment projects*, European Commission, Directorate General Regional Policy, 2008, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf.
9. *Investicijų projektų, kuriems siekiama gauti finansavimą iš ES struktūrinių fondų ir valstybės biudžeto lėšų, rengimo metodika*, Centrinė projektų valdymo agentūra, 2011, http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidiny_1.pdf, žiūrėta 2015 07 02.
10. Kemp R., M. Mulder, J. Van Sinderen, NMA Working Papers „Outcome of NMA activities – A description of the calculation method“, No. 1 October 2010.
11. Levenstein, M., V. Suslow, "What Determines Cartel Success? Darbo dokumentas 02-001. Mičigano verslo mokyklos universitetas, sauis, 2002.
12. LR Konkurencijos tarybos veiklos ataskaitos, <http://kt.gov.lt/index.php?show=ataskaitos>.
13. *OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014, <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2015 06 25.
14. *Positive Impact 09/10. Consumer benefits from the OFT's work*, Office of Fair Trading, OFT1251, July 2010, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1251.pdf.
15. Posner, R.A., "Antitrust Law". 2nd ed. University of Chicago Press, 2001.
16. Summary of Cartel Cases Described by Invitees (CCNM/GF/COMP(2001)4). Paryžius: EBPO, spalio, 2001.
17. *The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT*, OFT962, November 2007, www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft962.pdf.
18. *The impact of competition interventions on compliance and deterrence. Final Report*, Office of Fair Trading, OFT1391, December 2011, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1391.pdf.
19. Werden, G.J. "The Effect of Antitrust Policy on Consumer Welfare: What Crandall and Winston Overlook". Darbo dokumentas Nr. EAG 03-2, JAV teisingumo departamentas, sauis, 2003.