



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS

ATSISAKYTI DUOTI LEIDIMĄ VYKDYTI KONCENTRACIJĄ  
LIT EGG, UAB ĮSIGYJANT UŽDAROSIOS AKCINĖS BENDROVĖS GIRELĖS  
PAUKŠTYNAS VIŠTŲ KIAUŠINIŲ GAVYBOS VERSLĄ IR TOKIU BŪDU ĮGYJANT  
VIENVALDĘ ŠIO VERSLO KONTROLĘ, TAIP PAT ĮSIGYJANT ŽEMĖS ŪKIO  
BENDROVĖS „NEMATEKAS“ NEKILNOJAMĄJĮ TURTĄ, REIKALINGĄ SIEKIAMAM  
ĮSIGYTI VERSLUI VYKDYTI IR ADMINISTRUOTI

2024 m. gegužės 13 d. Nr. 1S-45 (2024)

Vilnius

TURINYS

<i>Sąvokos ir sutrumpinimai</i> .....	1
<b>1. Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai ir jų vykdoma ūkinė veikla</b> .....	3
<b>2. Atitinkama rinka</b> .....	4
<b>2.1. Prekės rinka</b> .....	4
<b>2.1.1. Dėl didmeninio kiaušinių pardavimo skirtingoms pirkėjų grupėms tarpusavio pakeičiamumo</b> .....	6
<b>2.1.2. Dėl kiaušinių klasių tarpusavio pakeičiamumo B2C rinkoje</b> .....	9
<b>2.1.3. Dėl pakeičiamumo tarp kiaušinių svorio kategorijų</b> .....	11
<b>2.1.4. Dėl pakeičiamumo priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų</b> .....	12
<b>2.1.5. Dėl pakeičiamumo tarp prekės ženklų</b> .....	16
<b>2.2. Geografinė rinka</b> .....	20
<b>3. Koncentracijos poveikio didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkoje vertinimas</b> .....	22
<b>3.1. Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamos rinkos dalys</b> .....	22
<b>3.2. Koncentracijos dalyvių konkurencinis artumas</b> .....	35
<b>3.3. Klientų galimybės pakeisti tiekėją</b> .....	47
<b>3.4. Konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina</b> .....	52
<b>3.5. Svarbios konkurencinės jėgos panaikinimas</b> .....	55
<b>3.6. Kompensacinė pirkėjo įtaka</b> .....	60
<b>3.7. Įėjimo į rinką kliūtys bei naujos įmonės įėjimo tikimybė</b> .....	63
<b>3.8. Dėl papildomų Atsiliepimuose pateiktų argumentų</b> .....	65
<b>3.9. Koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimo išvados</b> .....	66

UAB Girelės paukštynas – uždaroji akcinė bendrovė Girelės paukštynas  
AS *Balticovo* – akciju sabiedrība „Balticovo“  
Maxima – Maxima LT, UAB  
IKI – IKI Lietuva, UAB  
Lidl – UAB „Lidl Lietuva“  
Rimi – UAB „Rimi Lietuva“  
Norfa – uždaroji akcinė bendrovė „Norfos mažmena“  
Rivona – uždaroji akcinė bendrovė „Rivona“  
Aibė – Aljansas AIBĖ, UAB  
Groward – Groward Group, UAB  
Ginkūnų paukštynas - žemės ūkio bendrovė „Ginkūnų paukštynas“  
Sparnai – Zarasų rajono žemės ūkio bendrovė „Sparnai“  
Audrupio paukštynas – žemės ūkio bendrovė „Audrupio paukštynas“  
Mikoliškio paukštynas – žemės ūkio kooperatyvas Mikoliškio paukštynas  
Dilmera – UAB „Dilmera“  
Grūstė – uždaroji akcinė bendrovė „Grūstė“  
Eurohorecana – UAB „Eurohorecana“  
Egg Centre Baltic – Egg Centre Baltic, UAB  
Sanitex – UAB „Sanitex“  
Osama – UAB „Osama“  
Bidfood – UAB „Bidfood Lietuva“  
Auga – AUGA group, AB  
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]  
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]  
Ovostar – Ovostar Europe SIA  
Oldar – Oldar Group Sp. z.o.o.  
Iceco – UAB „ICECO Trade“

Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba, įvertinusi gautus LIT EGG, UAB (kodas 305174577) rašytinius paaiškinimus<sup>1</sup> dėl koncentracijos nagrinėjimo išvadų<sup>2</sup> bei nagrinėjimo metu surinktą medžiagą, išnagrinėjo LIT EGG, UAB pateiktą pranešimą apie koncentraciją (toliau – **Pranešimas apie koncentraciją arba Pranešimas**) įsigyjant UAB Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamąjį turtą, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti (toliau – ir Koncentracija) ir nustatė:

(1) Pranešimą apie ketinamą vykdyti koncentraciją Konkurencijos taryba gavo 2023 m. rugpjūčio 18 d. Apie gautą Pranešimą apie koncentraciją Konkurencijos tarybos interneto svetainėje buvo paskelbta 2023 m. rugpjūčio 23 d. Suinteresuoti asmenys iki 2023 m. rugsėjo 6 d. turėjo teisę pateikti argumentuotą nuomonę dėl šios koncentracijos. Nuomonių iš suinteresuotų asmenų dėl numatomos vykdyti koncentracijos nebuvo gauta.

<sup>1</sup> LIT EGG, UAB 2024 m. balandžio 26 d. paaiškinimai (tomas 40K, b. l. 85-100).

<sup>2</sup> Konkurencijos tarybos Susijungimų priežiūros grupės 2024 m. balandžio 16 d. „Koncentracijos LIT EGG, UAB įsigyjant uždarnosios akcinės bendrovės Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamąjį turtą, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti nagrinėjimo išvados“ Nr. 6S-8 (2024) (tomas 39K, b. l. 1-74).

- (2) Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimo terminas buvo pratęstas 2023 m. rugsėjo 12 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Nr. 1S-135 (2023) Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 11 straipsnio 2 dalyje numatytam laikotarpiui. Pranešimo nagrinėjimo terminas buvo sustabdytas nuo 2023 m. spalio 27 d. iki 2024 m. sausio 25 d.
- (3) Atsižvelgiant į tai, kad Pranešimo nagrinėjimo metu paaiškėjo, jog Konkurencijos tarybai nebuvo pateikta koncentracijos poveikio vertinimui reikšminga informacija, susijusi su sandorio dalyvių ateities planais, gamybinių pajėgumų pokyčiais, bendradarbiavimo susitarimais ir nenurodytos kitos svarbios su prekių pasiūla susijusios aplinkybės, Konkurencijos taryba 2024 m. vasario 13 d. nutarimu atnaujino nurodytos koncentracijos nagrinėjimo terminą ir nutarė Pranešimą apie koncentraciją laikyti gautu Konkurencijos taryboje 2024 m. sausio 25 d.
- (4) Atsižvelgiant į aukščiau išdėstytas aplinkybes, Pranešimas apie koncentraciją Konkurencijos taryboje laikomas gautu 2024 m. sausio 25 d. Apie gautą Pranešimą Konkurencijos tarybos interneto svetainėje buvo paskelbta 2024 m. vasario 14 d. Suinteresuoti asmenys iki 2024 m. vasario 28 d. turėjo teisę pateikti nuomones dėl šios koncentracijos. Nuomonių iš suinteresuotų asmenų dėl numatomos vykdyti Koncentracijos nebuvo gauta.
- (5) Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimo terminas buvo pratęstas 2024 m. vasario 20 d. Konkurencijos tarybos nutarimu Konkurencijos įstatymo 11 straipsnio 2 dalyje numatytam laikotarpiui.
- (6) Konkurencijos tarybos administracijos darbuotojai 2024 m. kovo 14 d. Pranešimą apie koncentraciją pateikusiems ūkio subjektams pateikė preliminarias išvalgas dėl Koncentracijos galimo neigiamo poveikio konkurencijai analizuojamoje rinkoje.
- (7) Pranešimą apie koncentraciją pateikę ūkio subjektai 2024 m. balandžio 5 d. pateikė atsiliepimą į preliminarias Konkurencijos tarybos administracijos darbuotojų išvalgas.
- (8) Pranešimo apie koncentraciją nagrinėjimo metu nustatytos aplinkybės ir padarytos išvados buvo išdėstytos Konkurencijos tarybos Susijungimų priežiūros grupės Koncentracijos „LIT EGG, UAB įsigyjant uždarnosios akcinės bendrovės Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamąjį turtą, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti“ nagrinėjimo išvadose Nr. 6S-8 (2024) (toliau – Išvados<sup>3</sup>), kurios 2024 m. balandžio 17 d. buvo išsiųstos LIT EGG, UAB kartu su koncentracijos nagrinėjimo bylos medžiaga.
- (9) LIT EGG, UAB 2024 m. balandžio 26 d. pateikė rašytinius paaiškinimus dėl Išvadų (toliau – Paaiškinimai<sup>4</sup>), kuriuose nurodė, kad nesutinka su Išvadose pateiktu koncentracijos vertinimu. Konkurencijos taryboje 2024 m. balandžio 30 d. vykusiame posėdyje LIT EGG, UAB nedalyvavo<sup>5</sup>.

### **1. Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai ir jų vykdoma ūkinė veikla**

- (10) Koncentracijoje dalyvaujančiais ūkio subjektais<sup>6</sup> laikomi LIT EGG, UAB (kontrolę įgyjantis ūkio subjektas) ir UAB Girelės paukštynas (ūkio subjekto dalis ar jo turto dalis, kurios kontrolė įgyjama).
- (11) Kontrolę įgyjančio ūkio subjekto – LIT EGG, UAB pagrindinė veikla yra vištų kiaušinių gavyba ir pardavimas, organinių trąšų (vištų mėšlo) pardavimas, vištų pardavimas.
- (12) Įsigyjamo ūkio subjekto – UAB Girelės paukštynas pagrindinė veikla yra: vištų kiaušinių gavyba ir pardavimas, organinių trąšų (vištų mėšlo) pardavimas, vištų pardavimas.

<sup>3</sup> Konkurencijos tarybos Susijungimų priežiūros grupės 2024 m. balandžio 16 d. „Koncentracijos LIT EGG, UAB įsigyjant uždarnosios akcinės bendrovės Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamąjį turtą, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti nagrinėjimo išvados“ Nr. 6S-8 (2024) (tomas 39K, b. l. 1-74).

<sup>4</sup> LIT EGG, UAB 2024 m. balandžio 26 d. paaiškinimai (tomas 40K, b. l. 85-100).

<sup>5</sup> Konkurencijos tarybos 2024 m. balandžio 30 d. išklausymo posėdžio protokolas Nr. 3S-30(2024) (tomas 42K, b. l. 1-2).

<sup>6</sup> Vadovaujantis Konkurencijos tarybos 2015 m. rugpjūčio 11 d. nutarimu Nr. 1S 82/2015 patvirtintos Pranešimo apie koncentraciją pateikimo ir nagrinėjimo tvarkos 12.3 punktu.

- (13) Siekiamu įgyvendinti sandoriu yra planuojama įsigyti UAB Girelės paukštynas priklausančią verslo dalį<sup>7</sup>, kuri apima (i) vištų kiaušinių gavybos ir pardavimo veiklą, (ii) „nusidėvėjusių“ vištų dedeklių pardavimo perdirbimui veiklą ir (iii) organinių trąšų (vištų mėšlo) pardavimo veiklą.
- (14) Kontrolę siekianti įgyti LIT EGG, UAB yra susijusi su *AS Balticovo* ir kartu su UAB Girelės paukštynu patenka į koncentracijoje dalyvaujančių ūkio subjektų apibrėžimą.
- (15) Horizontalūs persidengimai tarp koncentracijos dalyvių vykdomų veiklų egzistuoja vištų kiaušinių gavyboje ir pardavime, „nusidėvėjusių“ vištų dedeklių pardavime perdirbimui bei organinių trąšų (vištų mėšlo) pardavime. Be to, atsižvelgiant į koncentracijos dalyvių vykdomas veiklas, taip pat egzistuoja vertikalūs ryšiai tarp (i) kiaušinių gavybos ir pardavimo bei kiaušinių produktų gamybos, (ii) kiaušinių gavybos ir pardavimo bei paukščių lesalų gamybos ir pardavimo.
- (16) Išvadose detaliau buvo aprašytos Koncentracijos dalyvių ir su jais susijusių ūkio subjektų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos veiklos. Kitos atitinkamos rinkos Išvadose nebuvo išsamiai aprašomos, nes, atlikus šios Koncentracijos vertinimą, nustatyta, kad jose tarp Koncentracijos dalyvių vykdomų veiklų horizontalaus ar vertikalaus persidengimo nėra arba, nenustatyta, kad dėl tokių persidengimų bus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija. Taigi Išvadose buvo nagrinėjamos rinkos, kuriose, Konkurencijos tarybos vertinimu, dėl vykdomos koncentracijos būtų sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija.

## **2. Atitinkama rinka**

- (17) Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 1 dalimi, atitinkama rinka – tai tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje. Vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 3 ir 16 dalimis, prekės rinka suprantama kaip visuma prekių, kurios pirkėjų požiūriu yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas, o geografinė rinka – kaip teritorija, kurioje visi ūkio subjektai susiduria su iš esmės panašiomis konkurencijos sąlygomis tam tikroje prekės rinkoje ir kuri, atsižvelgiant į tai, gali būti atskiriama lyginant su greta esančiomis teritorijomis. Pirmiausia apibrėžiama prekės, o vėliau – geografinė rinka. Atitinkama rinka yra apibrėžiama vadovaujantis Paaiškinimais dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, kurie yra patvirtinti Konkurencijos tarybos 2019 m. gruodžio 3 d. nutarimu Nr. 1S-150 (2019) „Dėl Paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo patvirtinimo“ (toliau – Paaiškinimai dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo).
- (18) Remiantis Paaiškinimais dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, atitinkamos rinkos apibrėžimas yra konkurencijos ribų tarp ūkio subjektų nustatymo įrankis, kurio pagrindinis tikslas yra nustatyti nagrinėjamų ūkio subjektų konkurentus, galinčius varžyti jų laisvę elgtis nepriklausomai nuo veiksmingo konkurencinio spaudimo ir atitinkamai įvertinti, ar egzistuoja nagrinėjama konkurencijos problema.
- (19) Praktikoje atitinkamos rinkos apibrėžimas paprastai apima keletą etapų: pirmiausia apibrėžiama prekės rinka, nustatant prekes, kurios yra ar gali būti pakeičiamos viena kita, po to apibrėžiama geografinė rinka, nustatant teritoriją, kurioje tas pakeičiamumas vyksta ar gali vykti. Tiek apibrėžiant prekės rinką, tiek ir apibrėžiant geografinę rinką, iš pradžių analizuojamas paklausos pakeičiamumas (pirkėjų galimybės keisti vieną prekę kita ar pirkti ją kitoje teritorijoje), vėliau – pasiūlos pakeičiamumas (kitų tiekėjų galimybės pradėti tiekti atitinkamas prekes ar pradėti tiekti jas iš kitų teritorijų).
- (20) Kadangi Konkurencijos įstatymu yra siekiama Lietuvos Respublikos ir Europos Sąjungos konkurencijos santykius reglamentuojančios teisės suderinimo (Konkurencijos įstatymo 1 straipsnio 3 dalis), vertinant koncentraciją, įskaitant apibrėžiant atitinkamą rinką, taip pat atsižvelgiama į Europos Sąjungos institucijų praktiką taikant savo tikslais analogiškas teisės normas.

### **2.1. Prekės rinka**

---

<sup>7</sup> Kartu su ŽŪB „Nematekas“ priklausančiu nekilnojamoju turtu, reikalingu siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti.

- (21) Vištų kiaušiniai yra naudojami maistui ir įvairių maisto produktų gamybai. Pranešimą pateikusio ūkio subjekto teigimu, atsižvelgiant į vištų kiaušinių savybes, ypatybes ir naudojimo pobūdį, vištų kiaušiniai negali būti pakeičiami kitų paukščių kiaušiniais.
- (22) Vištų kiaušiniai gali būti skirstomi pagal tai, kokiomis sąlygomis laikomos juos dedančios vištos. Vištų kiaušiniai gali būti: ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai (ženklinami skaičiumi 0); laisvai laikomų vištų kiaušiniai (ženklinami skaičiumi 1); ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai (ženklinami skaičiumi 2); narvuose laikomų vištų kiaušiniai (ženklinami skaičiumi 3).
- (23) Vištų kiaušiniai pagal kokybę yra skirstomi į A ir B klases. Paukštynuose išgaunami kiaušiniai yra išrūšiuojami, t. y. išskirstomi į galutiniam vartojimui skirtus kiaušinius (A klasės) ir perdirbimui skirtus kiaušinius (B klasės). Parduotuvėse gali būti parduodami tik A klasės kiaušiniai, atitinkantys nustatytus reikalavimus<sup>8</sup>. B klasės kiaušiniai yra šalutinis kiaušinių gavybos veiklos produktas, kai yra išgaunami A klasės kiaušinių reikalavimų neatitinkantys kiaušiniai, t. y. nekondiciniai kiaušiniai, kurie nėra švarūs, turi deformuotą lukštą ar kitų defektų.
- (24) Vištų kiaušiniai gali būti rūšiuojami pagal svorį ir skirstomi į svorio kategorijas – S, M, L, XL. Koncentracijos dalyviai taip pat prekiauja nerūšiuotais kiaušiniais. Nerūšiuotais kiaušiniais laikome A klasės kiaušinius, kurie yra neišskirstyti pagal dydžius (S, M, L, XL) arba išskirstyti pagal įvairius dydžius (S/M, M/L) ir priklausomai nuo to, kokia pirkėjų grupė juos perka, sudėti į mažmeninei prekybai pritaikytas pakuotes (6 vnt., 10 vnt., 12 vnt.) arba į didesnes (30 vnt. ir daugiau) didmeninei prekybai pritaikytas pakuotes.
- (25) Kaip nurodyta Pranešime, kiaušinių gavybos ir didmeninio pardavimo veiklą daugiausia vykdo paukštynai bei ūkininkai, auginantys vištas dedekles, tačiau kiaušiniais taip pat prekiauja ir didmeniniai platintojai. Tiek kontrolę įgyjantis ūkio subjektas LIT EGG, UAB, tiek ūkio subjektas, kurio verslo dalies kontrolė įgyjama, UAB Girelės paukštynas, vykdo kiaušinių gavybos veiklą Lietuvoje ir parduoda kiaušinius didmeniniams pirkėjams. Su LIT EGG, UAB susijusi AS *Balticovo* vykdo kiaušinių gavybos veiklą Latvijoje ir dalį išgautų kiaušinių parduoda Lietuvoje. LIT EGG, UAB taip pat nuomos teise valdo UAB Ylakių paukštynas priklausantį Ylakių paukštyną<sup>9</sup>, kuriame vykdo kiaušinių gavybos ir didmeninio pardavimo veiklą.
- (26) Pranešimą pateikusio ūkio subjekto vertinimu, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais turėtų būti apibrėžiama bendra vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos prekės rinka, kuri neturėtų būti skaidoma siauriau į atskiras kiaušinių tiekimo grandinę sudarančias veiklas<sup>10</sup> ir privačia etikete (*angl. private label* (toliau – PL arba privataus prekės ženklo)) bei gamintojo prekės ženklu (*angl. branded*) pažymėtą produkciją. Pranešimą apie koncentraciją pateikęs ūkio subjektas siūlo apibrėžti vieną bendrą kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinką, tačiau sutinka, kad yra galimas didmeninės prekybos rinkos segmentavimas.
- (27) Alternatyviai Pranešimą pateikęs subjektas siūlo išskirti:
- (a) narvuose laikomų vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos Lietuvos Respublikoje rinką;

<sup>8</sup> Lukštas ir po juo esanti odelė yra normalūs, švarūs ir nepažeisti; oro tarpas - ne didesnis nei 6 mm aukščio, nejudantis; baltymas - švarus, skaidrus, drebučių tirštumo, be jokių pašalinių dalelių; trynys - peršviečiant matomas neryškių kontūrų šešėlis, sukant ženkliai nenukrypsta nuo kiaušinio centro, be pašalinių dalelių; gemalo ląstelė - neišsivysčiusi; kiaušinio kvapas be pašalinio kvapo. Prieiga internete: [Kiaušiniai | Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba \(vmt.lt\)](http://www.vmt.lt)

<sup>9</sup> Su LIT EGG, UAB susijusiu ūkio subjektu Pranešime laikomas Ylakių paukštynas taip pat parduoda dalį vištų kiaušinių galutiniams vartotojams Ylakių miestelyje, tačiau mažmeninėje prekyboje parduoti kiaušiniai LIT EGG, UAB vertinimu sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] koncentracijos dalyvių išgautų kiaušinių kiekio, todėl toliau vertinime nėra analizuojama mažmeninės prekybos kiaušiniais veikla.

<sup>10</sup> Pranešime apie koncentraciją nurodyta, kad vištų kiaušinių gavybos ir prekybos veikla apima vištų dedeklių auginimą, kiaušinių gavybą, kiaušinių rūšiavimą, pakavimą bei pardavimą didmeniniams klientams. Pranešimą pateikusio ūkio subjekto žiniomis, visi Lietuvoje veikiančius vištų kiaušinių gamintojai yra vertikalčiai integruoti ir vykdo kiaušinių gavybos, rūšiavimo, pakavimo ir pardavimo veiklas patys.

- (b) gamintojo prekės ženklu pažymėtų vištų kiaušinių didmeninės prekybos Lietuvos Respublikoje rinką;
  - (c) privataus prekės ženklo vištų kiaušinių didmeninės prekybos tarptautinėje rinkoje, apimančioje Baltijos valstybes ir dalį Lenkijos teritorijos rinką;
  - (d) narvuose laikomų gamintojo prekės ženklu pažymėtų vištų kiaušinių didmeninės prekybos Lietuvos Respublikoje rinką;
  - (e) narvuose laikomų privataus prekės ženklo vištų kiaušinių didmeninės prekybos tarptautinėje rinkoje, apimančioje Baltijos valstybes ir dalį Lenkijos teritorijos rinką;
  - (f) ant kraiko laikomų vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos Lietuvos Respublikoje rinką;
  - (g) ant kraiko laikomų privataus prekės ženklo vištų kiaušinių didmeninės prekybos tarptautinėje rinkoje, apimančioje Baltijos valstybes ir dalį Lenkijos teritorijos rinką.
- (28)Siekdama apibrėžti atitinkamą prekės rinką, Konkurencijos taryba vertino, ar šios Koncentracijos nagrinėjimo tikslais yra pagrindas skaidyti atitinkamą prekės rinką pagal:
- (a) pirkėjų grupes – pardavimai mažmeninę prekybą vykdančioms ūkio subjektams, kurie parduoda kiaušinius galutiniams vartotojams (toliau – B2C pirkėjams) ir kitiems didmeniniams pirkėjams, kurie kiaušinius naudoja savo produktų gamybai arba perparduoja (toliau – B2B pirkėjams);
  - (b) kiaušinių klases – vertinant A ir B klasės kiaušinius;
  - (c) kiaušinių svorio kategorijas (S, M, L, XL) bei nerūšiuotus, įvairaus dydžio (S/M, M/L);
  - (d) vištų laikymo sąlygas: ekologiniame ūkyje laikomų vištų kiaušiniai (0 kategorija), laisvai laikomų vištų kiaušiniai (1 kategorija), ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai (2 kategorija), narvuose laikomų vištų kiaušiniai (3 kategorija);
  - (e) prekės ženklo priklausomumą – į PL ir gamintojo prekės ženklu pažymėtus kiaušinius.

### **2.1.1.Dėl didmeninio kiaušinių pardavimo skirtingoms pirkėjų grupėms tarpusavio pakeičiamumo**

#### *Pranešimą pateikusio ūkio subjekto pozicija*

- (29)Koncentracijos dalyviai parduoda kiaušinius B2C ir B2B pirkėjams.
- (30)Pranešimą pateikusio ūkio subjekto vertinimu, vištų kiaušinių gavybos ir didmeninio pardavimo prekės rinką neturėtų būti skaidoma siauriau pagal didmeninių klientų kategorijas atsižvelgiant į tai, kad kiaušinių gavybos procesas priklausomai nuo didmeninio kliento kategorijos nekinta, o patys koncentracijos dalyviai neskirsto didmeninių klientų į grupes ir nediferencijuoja kainodaros. Iš pasiūlos perspektyvos skirtingos pirkėjų grupės taip pat yra pakeičiamos, nes koncentracijos dalyvių žiniomis, jų konkurentai parduoda kiaušinius visoms pirkėjų grupėms.
- (31)Pranešime nurodyta, kad kiaušinių kainai įtaką daro perkamas kiekis ir bendras kiaušinių kiekis rinkoje. Vis dėlto, galutinė kiaušinių tiekimo kaina susideda iš trijų komponentų, t. y. kiaušinio kainos, pakavimo kainos ir transportavimo kaštų, o tai lemia, kad tiekimo kaina skirtingiems didmeniniams klientams gali skirtis. Pavyzdžiui, 2022 m. UAB Girelės paukštynas vidutinė A klasės kiaušinio kaina mažmeninės prekybos įmonėms buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt., didmeniniams platintojams – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt., o gamybos įmonėms – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt. AS *Balticovo* atveju, A klasės kiaušinių kaina mažmeninės prekybos įmonėms ir didmeniniams platintojams buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt., gamybos įmonėms – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt. Tuo tarpu, B klasės kiaušinius koncentracijos dalyviai pardavė tik gamybos įmonėms, o vidutinė jų kaina buvo vienoda – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Eur/vnt.

(32)Pranešime detalizuojama, kad pagrindiniai skirtumai tarp tiekimo kainų atsiranda dėl mažmeninės prekybos įmonių ir kitų didmeninių klientų keliamų reikalavimų kiaušinių kiekiui ir pakavimo būdui. Mažmeninės prekybos įmonės įprastai perka galutiniams vartotojams skirtus kiaušinius 10 vnt. pakuotėse ir prašo jas pristatyti kartoninėse dėžėse po 20 pakuočių (po 200 vnt. kiaušinių), tuo tarpu kiti didmeniniai pirkėjai dažniausiai reikalauja dėti kiaušinius į jų atvežtą plastikinę tarą arba dėti nefasuotus kiaušinius ant sietelių (telpa po 30 vnt. kiaušinių), po to juos sudedant į dideles kartonines dėžes (po 360 vnt. kiaušinių). Atsižvelgiant į tai, kad pakuojant 10 vnt. dėžutes pakavimo prietaisas turi pastoviai keisti pakuotes, o 30 vnt. sietelius reikia keisti rečiau, pastarųjų pakavimo kaštai yra mažesni. Be to, 10 vnt. dėžutėse supakuotų kiaušinių į sunkvežimį prikraunama mažiau<sup>11</sup> nei 30 vnt. sieteliuose.

#### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

(33)Europos Komisijos praktikoje, įprastai įvairių maisto produktų didmeninio platinimo rinka skaidoma pagal platinimo kanalus<sup>12</sup>, išskiriant pardavimus prekybos tinklams, gamintojams ir kitiems atitinkamų produktų pirkėjams į atskiras rinkas, atsižvelgiant į skirtingus platinimo būdus, reikalavimus pakuotėms ir pan.

(34)Konkurencijos tarybos surinkta informacija rodo, jog didmeniniai klientai taiko skirtingus reikalavimus kiaušinių produkcijos kokybei ir pakuotei. Galutiniams vartotojams dėl Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos (toliau – VMVT) keliamų reikalavimų kiaušinių kokybei, prekybos tinkluose gali būti parduodami tik A klasės kiaušiniai. Dėl šios priežasties B2C pirkėjai (prekybos tinklai) perka tik A klasės kiaušinius, galutiniams vartotojams skirtose pakuotėse. B2B pirkėjai gali būti didmeniniai platintojai arba gamybos įmonės. Šie pirkėjai perka tiek A, tiek B klasės kiaušinius. Didmeniniai platintojai (distributoriai), kurie perka, ir perparduoda juos mažmeninės prekybos įmonėms arba gamybos įmonėms, gali juos įsigyti tiek galutiniams vartotojams skirtose pakuotėse, tiek ne galutiniams vartotojams skirtose didmeninėse pakuotėse<sup>13</sup>. Taigi, gamybos įmonėms kiaušinių klasė nėra svarbi, svarbiausia kaina.

(35)Kiaušinių išgavimo kaina nesiskiria, kadangi kiaušiniai išgaunami to paties proceso būdu, t. y. vištų išlaikymo ir priežiūros kainos nesiskiria. Kainos skirtumas atsiranda: i) kai kiaušiniai jau išgauti ir priskiriami A ar B klasei; ii) nuo reikalavimų pakuotei skirtumų pakuotės skirtos mažmeninei prekybai (pavyzdžiui, 10 vnt. dėžutė), o didmeninei – 30 vnt. sietelis; iii) nuo skirtingo pakavimo prietaiso darbo laiko (supakuoti vieną 10 vnt. dėžutę užtrunka beveik tiek pat kiek ir 30 vnt. sietelį); iv) pasirinktos pakuotės turi įtakos ir transportavimui (kaip nurodė koncentracijos dalyviai, į sunkvežimį telpa iki 220 tūkst. kiaušinių 10 vnt. dėžutėse, tuo tarpu sieteliuose sudėtų kiaušinių telpa iki 300 tūkst.). Atitinkamai tiekimo kaina skirtingiems didmeniniams klientams skiriasi.

(36)Iš surinktos informacijos matyti, kad dauguma paukštynų, pavyzdžiui, *AS Balticovo*, *UAB Girelės paukštynas*, *Groward*, *Ginkūnų paukštynas*, *Audrupio paukštynas*, *Sparnai* parduoda visoms klientų grupėms, tačiau net tie, kurie parduoda B2C ir B2B pirkėjų grupėms, pavyzdžiui, kiaušinius išgaunantys ūkio subjektai, gali turėti ribotas galimybes padidinti tiekimą B2C klientams greitai ir nepatiriant reikšmingų išlaidų, nes turi ribotus rūšiavimo/pakavimo pajėgumus<sup>14</sup>. Dalis didmeninę prekybą kiaušiniais vykdančių subjektų (distributoriai) parduoda tokią produkciją, kokią perka, ir neturi galimybės B2B pirkėjams skirtų kiaušinių parduoti B2C pirkėjams, kadangi neturi pakavimui reikiamos įrangos. Be to, skiriasi B2C ir B2B pirkėjams kiaušinius tiekiantys tiekėjai (distributoriai kiaušinius B2C sektoriui tiekia labai ribota apimtimi).

<sup>11</sup> Į sunkvežimį telpa iki 220 tūkst. kiaušinių 10 vnt. dėžutėse, tuo tarpu, sieteliuose sudėtų kiaušinių telpa iki 300 tūkst.

<sup>12</sup> 2016 m. spalio 7 d. Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. M. 7930 *Abp group / Fane valley group /Slaney foods* 134 p., 169 p.; 2010 m. rugpjūčio 20 d. Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. M. 5935 *Vion/ Weyl* 37 p.

<sup>13</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] nurodė, kad mažmeniniams pirkėjams kiaušinius dažniausiai parduoda įprastose vartotojams skirtose 10 vnt. pakuotėse, o maisto gamintojai perka kiaušinius didesniais kiekiais, didmeninėse pakuotėse, kas įprastai lemia žemesnę vieno kiaušinio kainą.

<sup>14</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

(37)Kiaušinių gamintojai (paukštynai) B klasės kiaušinių negali parduoti B2C klientams, kadangi jie neatitinka keliamų reikalavimų, taip pat negali koreguoti išgaunamų B klasės kiaušinių kiekio. Atitinkamai kiaušinių gamintojai galėtų persikirstyti savo gamybinius pajėgumus į skirtingas klientų kategorijas tik A klasės kiaušinių atžvilgiu ir tik ta apimtimi, kiek jų neriboja jų rūšiavimo/pakavimo pajėgumai ir kitos aplinkybės (pavyzdžiui, B2C klientų keliami reikalavimai kiaušinių pakuotėms, kiaušinių kokybei, tiekimo kiekiui ir dažniui arba konkreitiems sertifikatams, be kurių tiekimas B2C nėra galimas<sup>15</sup>), dėl ko pasiūlos pakeičiamumas skirtingoms klientų grupėms yra ribotas.

(38)Tai, kad vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinka turėtų būti skaidoma pagal pirkėjų grupes, patvirtina konkurencinės padėties skirtumai, vertinant skirtingų pirkėjų grupių tiekėjus. Kaip matyti iš žemiau lentelėje pateiktų duomenų (Lentelė Nr. 1), B2C sektoriaus tiekėjai ir jų užimamos rinkos dalys reikšmingai skiriasi nuo B2B sektoriaus (nepriklausomai nuo to, kokios B2B sektoriaus pirkėjų grupės būtų vertinamos):

- (a) lyginant B2C sektorių su B2B sektoriaus distributoriais (kurie prekiauja didžiaja dalimi A klasės kiaušiniiais), tik 5 ūkio subjektai sutampa (Groward, AS *Balticovo*, Audrupio paukštynas, *Ovostar*, UAB Girelės paukštynas); reikšmingai skiriasi net ir sutampančių ūkio subjektų padėtis – pavyzdžiui, Groward ([30–40] proc. ir [10–20] proc.), AS *Balticovo* ([30–40] proc. ir [5–10] proc.), UAB Girelės paukštynas ([0–5] proc. ir [10–20] proc.), *Ovostar* ([0–5] proc. ir [5–10] proc.). Galiausiai, skiriasi sektorių koncentracija – B2C atveju 10 didžiausių tiekėjų HHI siekia 2342, kuomet B2B distributorių – 1241;
- (b) lyginant B2C sektorių su B2B sektoriaus kitais tiekėjais (kurie perka A ir B klasės kiaušinius), tik 4 ūkio subjektai sutampa (AS *Balticovo*, *Ovostar*, UAB Girelės paukštynas ir *Sparnai*), kuomet 6 – nesutampa; reikšmingai skiriasi net ir sutampančių ūkio subjektų padėtis – pavyzdžiui, AS *Balticovo* [30–40] proc. ir [20–30] proc.), *Ovostar* ([0–5] proc. ir [5–10] proc.), UAB Girelės paukštynas ([0–5] proc. ir [10–20] proc.). Galiausiai, skiriasi sektorių koncentracija (2342 lyginant su 1221) ir reikšmingai skiriasi rinkos struktūra (kadangi B2B kitų tiekėjų atveju 1 ūkio subjekto rinkos dalis viršija 20 proc., kuomet B2C atveju 2 ūkio subjektų rinkos dalis viršija 30 proc., kuomet kitų – neviršija 10 proc.);
- (c) išvada dėl konkurencinės padėties skirtumų nesikeistų, jeigu B2C sektorius būtų lyginamas su bendru B2B sektoriumi.

Lentelė Nr. 1. Skirtingų pirkėjų grupių tiekėjų pasiskirstymas (nepriklausomai nuo kiaušinių klasės, svorio kategorijos, vištų laikymo sąlygų ir prekės ženklo).

Eilės nr.	B2C segmentas		B2B segmentas: distributoriai (perpardavimui skirti kiaušiniai)		B2B segmentas: maisto gamintojai ir kiti ūkio subjektai (kitų produktų gamybai skirti kiaušiniai)		B2B segmentas: bendrai	
	Pavadinimas	Rinkos dalis	Pavadinimas	Rinkos dalis	Pavadinimas	Rinkos dalis	Pavadinimas	Rinkos dalis
1.	Groward	[30–40]	UAB Girelės paukštynas,	[10–20]	AS <i>Balticovo</i>	[20–30]	AS <i>Balticovo</i>	[10–20]
2.	AS <i>Balticovo</i>	[30–40]	Groward	[10–20]	Sanitex	[10–20]	UAB Girelės paukštynas	[10–20]
3.	Audrupio paukštynas	[5–10]	Ginkūnų paukštynas	[10–20]	UAB Girelės paukštynas	[10–20]	Importas	[10–20]
4.	UAB Girelės paukštynas	[0–5]	Mikoliškio paukštynas	[10–20]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]	Sanitex	[5–10]
5.	<i>Ovostar</i>	[0–5]	<i>Ovostar</i>	[5–10]	<i>Ovostar</i>	[5–10]	Groward	[5–10]
6.	<i>Sparnai</i>	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]	Egg Centre Baltic, UAB	[5–10]	Ginkūnų paukštynas	[5–10]
7.	Oldar	[0–5]	AS <i>Balticovo</i>	[5–10]	Dilmera	[5–10]	Dilmera	[5–10]
8.	Iceco	[0–5]	Dilmer	[5–10]	Eurohorecana	[0–5]	Mikoliškio paukštynas	[5–10]

<sup>15</sup> Plačiau – (189) pastraipoje.



9.	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	Audrupio paukštynas	[0-5]	Sparnai	[0-5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]
10.	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	Grūstė	[0-5]	Ovostar	[0-5]

- (39)Kaip matyti iš aukščiau pateiktų duomenų, B2B pirkėjams reikšmingai didesne apimtimi kiaušinius tiekia distributoriai ir užsienio tiekėjai. Vertinant distributorių tiekėjus pažymėtina, kad dalis distributorių perka kiaušinius iš kitų distributorių (didesnių, kurie specializuojasi kiaušinių prekyboje), užsienio tiekėjų bei Lietuvoje esančių kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų. Visgi, perpardavimo veiklą vykdančių distributorių galimybės pasiūlyti kiaušinius konkurencingomis kainomis B2C sektoriui yra ribotos, kadangi tokiems distributoriams būtų sunku užtikrinti B2C sektoriaus pirkimo kiekius (kurie yra didesni nei B2B), nuolatinį tiekimą (kadangi patys priklausytų nuo savo tiekėjų), pakuotės reikalavimus bei konkurencingas kainas. Tai patvirtina Konkurencijos tarybos surinkti konkursų duomenys, iš kurių matyti, kad distributoriai nedalyvauja B2C klientų konkursuose dėl PL kiaušinių tiekimo. Vertinant maisto gamintojų ir kitų ūkio subjektų tiekėjus pažymėtina, kad skirtumas atsiranda dėl perkamų kiaušinių klasės, nes perkant kiaušinius kitų produktų gamybai svarbiausias kriterijus yra kaina, dėl ko yra perkami B klasės kiaušiniai (kurie negali būti parduoti B2C sektoriui), o taip pat ir A klasės nerūšiuoti kiaušiniai bei A klasės kiaušiniai. Be to, skiriasi B2B ir B2C tiekimo sąlygos, taikomi reikalavimai ir pirkimo procedūros. Kaip matyti iš dalies B2C sektoriaus atstovų paaiškinimų, jų galimybės įsigyti kiaušinių produkciją taip pat gali būti apribota dėl to, kad ne visų B2B tiekėjų produkcija atitinka kokybės reikalavimus, tiekimo dažnumą, apimtis ir t. t. Lyginant B2B ir B2C pirkėjų tiekėjus matyti, kad B2B segmente didesnę dalį sudaro užsienio tiekėjai. Galiausiai, įvertinus Valstybės duomenų agentūros pateiktus duomenis apie kiaušinių importą ir eksportą<sup>16</sup> darytina išvada, kad kiaušinius importuojančios įmonės priklauso B2B sektoriui<sup>17</sup>.
- (40)Taigi, nors dalis kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų šiuo metu tiekia produkciją skirtingoms pirkėjų grupėms, o tam tikra dalis potencialiai galėtų tai daryti, visgi atsižvelgiant į visą nagrinėjimo metu surinktą informaciją kiaušinių tiekimas skirtingoms pirkėjų grupėms negalėtų sudaryti bendros rinkos ir turėtų būti vertinamas atskirai.
- (41)Toliau šios koncentracijos tikslais vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinka bus skaidoma pagal pirkėjų grupes į B2C ir B2B.
- (42)Toliau B2C rinka bus vertinama pagal šiuos kriterijus:
- kiaušinių klasę;
  - kiaušinių svorio kategorijas;
  - vištų laikymo sąlygas;
  - prekės ženklo priklausomumą.

### **2.1.2. Dėl kiaušinių klasių tarpusavio pakeičiamumo B2C rinkoje**

#### *Pranešimą pateikusio ūkio subjekto pozicija*

- (43)Pranešimą pateikusio ūkio subjekto vertinimu, vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinka neturėtų būti skaidoma siauriau priklausomai nuo kiaušinių klasės, atsižvelgiant į tarp šių klasių kiaušinių gavybos egzistuojantį pasiūlos pakeičiamumą.

<sup>16</sup> Šiuo atveju turima omenyje įvežimą ir išvežimą, kadangi pagal Muitinės departamento pateiktus duomenis kiaušinių importo (iš trečiųjų valstybių) 2020–2022 m. nebuvo užfiksuota.

<sup>17</sup> Konkurencijos taryba, teikdama prašymą VDA dėl kiaušinių importo ir eksporto duomenų pateikimo nurodė, kad į prašomus duomenis nebūtų įtrauktos įmonės, kurias Konkurencijos taryba apklausė nagrinėjimo metu. Turint omenyje, kad buvo apklaustos 14 didžiausių mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų yra daroma išvada, kad kiaušinius importuojančios įmonės priklauso B2B sektoriui.

- (44) Pranešime nurodyta, kad vištų kiaušiniai yra skirstomi į galutiniam vartojimui skirtus kiaušinius (A klasė) ir perdirbimui skirtus kiaušinius (B klasė). Paukštynuose išgaunami kiaušiniai yra išrūšiuojami rūšiavimo proceso metu A klasės kiaušiniai yra atskiriami bei pakuojami į mažmeninei prekybai skirtas pakuotes, o išrūšiuoti B klasės kiaušiniai yra parduodami perdirbimui.
- (45) Remiantis Pranešime pateikta informacija, B klasės kiaušiniai yra maždaug 30 proc. pigesni nei A klasės. Pavyzdžiui, koncentracijos dalyvių A klasės kiaušinių kaina 2022 m. svyravo nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] euro centų už vnt., o B klasės kiaušiniai kainavo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] euro centus už vnt.<sup>18</sup>. Be to, Pranešime pažymėta, kad koncentracijos dalyviai skirsto A klasės kiaušinių kainą pagal vištų laikymo sąlygas, o B klasės kiaušiniai yra parduodami vienoda kaina, nepriklausomai nuo to, kokiomis sąlygomis laikytos juos padėjusios vištos.
- (46) Teigiama, kad atitinkamos rinkos skaidymas pagal A ir B klases parodytų tokias pat rinkos dalis ir tokius pat konkurentus, nes tiek koncentracijos dalyviai, tiek atitinkamoje rinkoje veikiantys konkurentai išgauna ir parduoda abiejų klasių kiaušinius. Statistiškai vertinant 70 proc. visų vištos dedamų kiaušinių yra A klasės, o 30 proc. yra B klasės, todėl išskyrus rinkas į A ir B klasių kiaušinius būtų išlaikyta tokia pat proporcija. Be to, A ir B klasių kiaušinių išgavimas yra to paties proceso rezultatas, kuriam yra naudojami tie patys išteklių, todėl net jeigu skirtingų klasių kiaušiniai vartotojams galėtų būti nepakeičiami, iš pasiūlos pusės egzistuoja pilnas pakeičiamumas.

#### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

- (47) Koncentracijos dalyviai parduoda tiek A, tiek B klasės kiaušinius, tačiau didžioji dalis Lietuvos Respublikoje parduodamų kiaušinių yra A klasės. 2022 m. A klasės kiaušiniai sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. AS *Balticovo* pardavimų, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. UAB Girelės paukštynas pardavimų, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. LIT EGG, UAB pardavimų<sup>19</sup>. Vertinant A ir B klasės kiaušinių išgavimą, koncentracijos ir rinkos dalyvių praktika rodo, kad A klasės kiaušinių vidutiniškai išgaunama apie 92,7 proc., o B klasės kiaušinių – apie 7,3 proc.
- (48) Dėl VMVT keliamų reikalavimų kiaušinių kokybei, galutiniams vartotojams (prekybos tinkluose) gali būti parduodami tik A klasės kiaušiniai, atitinkamai B2C klientams perpardavimui mažmeninėje rinkoje yra parduodami tik A klasės kiaušiniai.
- (49) Vertinant Pranešime pateiktus pasiūlos pakeičiamumo argumentus, 5 iš 8 Konkurencijos tarybai atsakymą pateikusių kiaušinių gavybos ir pardavimo veiklą vykdančių ūkio subjektų nurodė, kad neparduoda B klasės kiaušinių, iš kurių <sup>20</sup> nurodė, kad parduoda tik vienkartiniais atvejais, pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>21</sup>, 2 iš 8 atsakiusių nurodė, kad parduoda B klasės kiaušinius. Tuo tarpu, <sup>522</sup> iš <sup>623</sup> Konkurencijos tarybos apklaustų didmeninių platintojų (distributorių) nurodė, kad B klasės

<sup>18</sup> Pranešime nurodyta, kad A ir B klasės kiaušinių kaina pagrįdė skiriasi dėl pakavimo ypatumų. Mažmeninės prekybos įmonėms kiaušiniai parduodami 10 vnt. pakuotėse, kitiems didmeniniams pirkėjams kiaušiniai parduodami didesnėse – 30 vnt. pakuotėse. Skaičiuojant pakavimo kaštus yra vertinama pakuotės kaina (šiuo atveju 10 vnt. dėžutė arba 30 vnt. sietelis) ir pakavimo prietaiso darbo laikas – kuo ilgiau užtrunka pakavimas tuo didesni kaštai. Dėl pakuočių skirtumo skiriasi pakavimo prietaiso darbo laikas – 10 vnt. pakuočių pakavimas užtrunka ilgiau dėl pastovaus judėjimo ir pakuočių keitimo.

<sup>19</sup> Atkreiptinas dėmesys, kad LIT EGG, UAB A klasės kiaušinių pardavimai yra mažesni, nes didžiąją dalį išgautų A klasės kiaušinių parduoda Latvijoje veikiančiam susijusiam ūkio subjektui AS *Balticovo*, o B klasės kiaušinių į Latviją nėra vežama. Tai, kad abiejų įmonių A ir B klasės išgaunamų kiaušinių pasiskirstymas yra panašus patvirtina Koncentracijos dalyvių pateikti duomenys, anot kurių AS *Balticovo* išgauna apytiksliai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. A klasės kiaušinių ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. B klasės kiaušinių, kuomet LIT EGG, UAB – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. A klasės kiaušinių ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. B klasės kiaušinių.

<sup>20</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir Ginkūnų paukštynas (tomas 14NK, b. l. 99) atsakymai į Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1137, 7 klausimą.

<sup>21</sup> Atsakymas į Konkurencijos tarybos 2023 m. rugpjūčio 31 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1137, 7 klausimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>22</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS], Osama (tomas 14NK, b. l. 66), Bidfood (tomas 14NK, b. l. 72), Sanitex (tomas 14NK, b. l. 154), Dilmera (tomas 26NK, b. l. 11).

<sup>23</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

kiaušinių neparduoda<sup>24</sup>. Vertinant kiaušinių gamintojus, pasiūlos pakeičiamumo taip pat nėra, nes vietoje B klasės kiaušinių jie negalėtų pradėti gaminti A klasės kiaušinių.

- (50) Atsižvelgiant į nagrinėjimo metu surinktus duomenis matyti, kad reikšmingai skiriasi A ir B klasės kiaušinių savybės ir panaudojimas, todėl paklausos pakeičiamumas tarp skirtingų klasių kiaušinių nėra galimas. Taip pat surinkti duomenys rodo, kad pasiūlos pakeičiamumas taip pat neegzistuoja. Nurodytos aplinkybės sudaro pagrindą šios Koncentracijos kontekste A ir B klasės kiaušinius, analizuoti atskirai.
- (51) Šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais B2C rinkoje bus vertinami A klasės kiaušiniai.

### 2.1.3. Dėl pakeičiamumo tarp kiaušinių svorio kategorijų

#### *Pranešimą pateikusio ūkio subjekto pozicija*

- (52) Pranešime nurodyta, kad kiaušiniai gali būti diferencijuojami pagal pakuotės svorį į S- XL dydžio kategorijas. Koncentracijos dalyviai taip pat prekiauja nerūšiuotais kiaušiniais – A klasės kiaušiniais, kurie yra neišskirstyti pagal dydžius (S, M, L, XL) arba išskirstyti pagal įvairius dydžius (S/M, M/L) ir priklausomai nuo to kokia pirkėjų grupė juos perka, sudėti į mažmeninei prekybai pritaikytas pakuotes (6 vnt., 10 vnt., 12 vnt.) arba į didesnes (30 vnt. ir daugiau) didmeninei prekybai pritaikytas pakuotes.
- (53) Vis dėlto, teigiama, kad kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos prekės rinka neturėtų būti skaidoma siauriau pagal kiaušinių svorio kategoriją atsižvelgiant į tai, kad skirtingų svorio kategorijų kiaušinių išgavimas yra to paties proceso rezultatas, o juos išgaunant yra naudojami tie patys išteklių. Be to, vištų dedeklių dedamų kiaušinių dydis yra atsitiktinis, todėl, net jeigu iš paklausos perspektyvos skirtingų svorio kategorijų kiaušiniai vartotojui nėra pakeičiami, iš pasiūlos pusės egzistuoja visiškas pakeičiamumas.

#### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

- (54) Iš Konkurencijos tarybos surinktų duomenų matyti, kad mažmeninę prekybą kiaušiniais vykdančios ūkio subjektai perka įvairių dydžių kiaušinius, tačiau didžiąją dalį pirkimų sudaro M ir L dydžio kiaušiniai. Vertinant mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų pirkimus bendrai, matyti, kad M ir L kategorijų kiaušiniai kartu 2022 m. sudarė bent 94 proc. visų pirkimų, o S ir XL kategorijos sudarė tik apie 1 proc. bendrų pirkimų<sup>25</sup>. Atitinkamai yra pasiskirstę ir pirkimai iš koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų (apie 90 proc. sudaro M ir L dydžio kategorijos kiaušiniai).

Lentelė Nr. 2. B2C klientų kiaušinių pirkimų pasiskirstymas pagal svorio kategoriją

Kiaušinių svorio kategorija	2020 m.	2021 m.	2022 m.
S	0,49%	0,61%	0,16%
S/M	0,00%	0,09%	0,09%
M	33,66%	30,39%	30,11%
M/L	43,91%	47,19%	54,72%
L	16,94%	15,00%	9,55%
XL	1,00%	1,57%	0,88%
Įvairių dydžių	3,34%	4,56%	3,79%
Nenurodyta	0,67%	0,58%	0,70%

- (55) Nors pagal turimus duomenis didžioji dalis prekybos tinkluose parduodamų kiaušinių yra M, L dydžio, tačiau prekybos tinklai perka ir parduoda visų svorio kategorijų kiaušinius. Prekybos tinkluose

<sup>24</sup> Atsakymas į Konkurencijos tarybos 2023 m. rugpjūčio 31 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1137, 7 klausimą (tomas 14NK, tomas 15K) bei UAB „Dilmera“ atsakymas į Konkurencijos tarybos 2023 m. lapkričio 6 d. rašto Nr. (2.41 Mr-46)6V-1401, 7-8 klausimus (tomas 26NK, b. l. 11).

<sup>25</sup> Atkreiptinas dėmesys, kad likusią dalį (apie 5 proc.) sudaro įvairaus dydžio kiaušiniai (t. y. pakuotėje kiaušiniai nebūtinai yra vienodo dydžio) ir prie jokios kategorijos nepriskirti kiaušiniai (kadangi ne visi apklausti ūkio subjektai kategorizuoja įsigytus kiaušinius pagal kiaušinių dydį).

parduodami supakuoti vieno konkretaus dydžio – S, M, L, XL arba artimų dydžių S/M, M/L kiaušiniai. Nors toks pardavimų pasiskirstymas, kai daugiausia yra parduodama M ir L dydžio kiaušinių suponuoja, kad daugiausia yra išgaunama M ir L dydžio kiaušinių, kiaušinių gavybą vykdančios ūkio subjektai išgauna įvairių dydžių kiaušinius ir neturi pasirinkimo galimybės, kokio dydžio kiaušinių išgauti daugiau. Dėl šios priežasties tarp skirtingo svorio kiaušinių kategorijų pasiūlos pakeičiamumas yra ribotas.

- (56) Nors pakeičiamumas pirkėjų atžvilgiu tarp skirtingo svorio kiaušinių kategorijų šios koncentracijos atveju nebuvo detalai analizuotas, yra indikacijų, kad tarp skirtingų dydžių kiaušinių egzistuoja tam tikro lygio pakeičiamumas (pavyzdžiui, artimų dydžių S/M bei M/L kiaušinių pakuotės parduodamos prekybos centruose nurodant minimalų kiaušinių svorį). Bet kuriuo atveju, kiaušinių skirstymas pagal dydį neturės įtakos šios koncentracijos vertinimui.
- (57) Šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais visų svorio kategorijų A klasės kiaušiniai B2C rinkoje bus vertinami bendrai.

#### **2.1.4. Dėl pakeičiamumo priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų**

##### *Pranešimą pateikusio ūkio subjekto pozicija*

- (58) Pranešime nurodyta, kad vištų kiaušiniai taip pat gali būti diferencijuojami pagal vištų laikymo sąlygas į (i) narvuose laikomų vištų, (ii) ant kraiko laikomų vištų, (iii) laisvai laikomų vištų ir (iv) ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušinius<sup>26</sup>. Kadangi koncentracijos dalyviai ir su jais susiję ūkio subjektai pagrinde vykdo prekybą narvuose ir ant kraiko laikomų vištų kiaušiniams, Pranešime buvo išskirtos alternatyvios narvuose laikomų vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos bei ant kraiko laikomų vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos prekės rinkos. Be to, atsižvelgiant į tai, kad *AS Balticovo* prekiauja laisvai laikomų vištų kiaušiniams, taip pat buvo išskirta alternatyvi laisvai laikomų vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos prekės rinka<sup>27</sup>.
- (59) Pranešime teigiama, kad kiaušinių kategorija pagal vištų laikymo sąlygas yra svarbi tik mažmeninę prekybą vykdančioms ūkio subjektams, perkantiems A klasės kiaušinius ir parduodantiems juos galutiniams vartotojams. Šis teiginys yra grindžiamas koncentracijos dalyvių praktika parduoti B klasės kiaušinius vienoda kaina, nepriklausomai nuo vištų laikymo sąlygų.
- (60) Koncentracijos dalyvių vertinimu, kiaušinių maistinė vertė nesiskiria priklausomai nuo to, koku būdu laikomos vištos, todėl pakeičiamumas pirkėjų atžvilgiu yra ypatingai didelis. Vis dėlto, šiuo metu prekybos centruose populiariausiais išlieka narvuose laikomų vištų kiaušiniai, nors dėl padidėjusio vartotojų susirūpinimo vištų laikymo sąlygomis, didėja ir ant kraiko bei laisvai laikomų vištų kiaušinių pardavimai. Pagal pateiktus duomenis, laisvai laikomų (1 kategorija) vištų kiaušiniai yra apie 33 proc. brangesni nei ant kraiko laikomi (2 kategorija) vištų kiaušiniai, o pastarieji yra apie 5-6 proc. brangesni už narvuose laikomus (3 kategorija) vištų kiaušinius.
- (61) Pranešimą pateikusio ūkio subjekto teigimu, pasiūlos pakeičiamumas tarp skirtingomis sąlygomis laikomų vištų kiaušinių gavybos yra ribotas, nes kiaušinių gamintojai turi pritaikyti vištides skirtingai laikomoms vištoms, o tai užtrunka laiko ir reikalauja investicijų.

##### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

<sup>26</sup> Pagal tai, kaip laikomos vištos, skiriasi ir kiaušinių ženklėjimas: 0 – ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai; 1 – laisvai laikomų vištų kiaušiniai; 2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai; 3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai.

<sup>27</sup> 2022 m. narvuose laikomų vištų kiaušiniai sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. *AS Balticovo* pardavimų, ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o laisvai laikomų vištų kiaušinių pardavimai – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. UAB Girelės paukštynas 2022 m. pardavimuose narvuose laikomų vištų kiaušiniai sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

- (62) Surinkti duomenys patvirtino, kad kiaušinių kategorija (toliau – ir kat.) (0, 1, 2, 3) pagal vištų laikymo sąlygas yra svarbi B2C klientams ir jų pakeičiamumas yra ribotas. Tai patvirtino didžioji dauguma<sup>28</sup> Konkurencijos tarybos apklaustų mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų, nurodę, kad jie stengiasi užtikrinti skirtingų vartotojų poreikius kiaušinių produkcijai, o kitoms didmeninių pirkėjų kategorijoms tai yra mažiau aktualu.
- (63) Nors dalis mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų indikavo<sup>29</sup>, kad įvykus nedideliame (5-10 proc.), bet ilgalaikiam narvuose laikomų (3 kategorija) vištų kiaušinių kainos padidėjimui, dalis galutinių vartotojų pradėtų pirkti ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų kiaušinius, dėl ko galėtų atsirasti pakeičiamumas tarp 3 ir 2 kategorijos kiaušinių, tačiau atsakymus pateikę jie taip pat nurodė, kad iš vartotojo perspektyvos šios kategorijos nėra pilnai pakeičiamos. Pasisakydami dėl ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų kiaušinių pabrangimo, dalis prekybos tinklų nurodė<sup>30</sup>, kad įvykus nedideliame (5– 10 proc.), bet ilgalaikiam jų kainos padidėjimui, galutiniai vartotojai nepradėtų pirkti laisvai laikomų (1 kategorijos) vištų ir ekologiniame ūkyje laisvai laikomų (0 kategorijos) vištų kiaušinių, tačiau taip pat nurodė<sup>31</sup>, kad ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų kiaušiniai galėtų būti pakeičiami arba iš dalies pakeičiami laisvai laikomų (1 kategorijos) vištų kiaušiniais, bet nepakeičiami su ekologiniame ūkyje laisvai laikomų (0 kategorijos) vištų kiaušiniais.
- (64) Didžioji dauguma Konkurencijos tarybai atsakymą pateikusių mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų nurodė, kad galutiniams vartotojams svarbiausias kriterijus renkantis kiaušinių produkciją yra kaina, o po jos seka kiaušinių kilmės šalis ir vištų laikymo sąlygos. Mažmeninės prekybos tinklai<sup>32</sup> išskyrė dvi galutinių vartotojų kategorijas pagal jų jautrumą kainai, t. y. finansiškai silpnesnė kategorija, kuriai renkantis produkciją yra svarbi tik kaina (kuri įprastai renkasi žemesnės kainos, t. y. 3 kategorijos kiaušinius, pažymėtus privačios etiketės prekės ženklu) ir finansiškai stipresnė kategorija, kuriai yra svarbios ir vištų laikymo sąlygos bei kiti kokybiniai parametrai.
- (65) Svarbu atsižvelgti į tai, kad dauguma atsakymą pateikusių prekybos tinklų nurodė, jog formuodami kiaušinių asortimentą narvuose (3 kategorija) ir ant kraiko laikomų (2 kategorija) vištų kiaušinių nelaiko pakeičiamais tarpusavyje ir su jokia kita kiaušinių kategorija<sup>33</sup>, o ant kraiko (2 kategorija), laisvai laikomų (1 kategorija) bei ekologiniame ūkyje laisvai laikomų (0 kategorijos) vištų kiaušinių nelaiko pakeičiamais tarpusavyje su jokia kita kiaušinių kategorija<sup>34</sup>.
- (66) Duomenys apie mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų kiaušinių pirkimus rodo, kad didžiajai daliai galutinių vartotojų kaina vis dar išlieka svarbiausiu kriterijumi renkantis kiaušinių produkciją. 2023 m. narvuose laikomų vištų kiaušiniai sudarė 69,85 proc., ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai – 22,76 proc., laisvai laikomų vištų kiaušiniai – 5,41 proc., o ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai – 1,98 proc. kiaušinių pirkimų pagal apimtį. Didžiausi pokyčiai kiaušinių pasiskirstyme priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų įvyko 2021 m. (pavyzdžiui, 3 kat. kiaušinių pirkimai sumažėjo nuo 81,04 proc. iki 71,91 proc.). Visgi vertinant 2021–2023 m. skirtingų kiaušinių kategorijų pagal vištų laikymo sąlygas pirkimų dalis beveik nesikeitė (Lentelė Nr. 3).

Lentelė Nr. 3. B2C sektoriaus perkamų kiaušinių kiekio pasiskirstymas pagal vištų laikymo sąlygas

Vertinimo pjūvis	Pagal perkamą kiekį (proc.)				
	2020	2021	2022	2023	2020–2023
Kiaušiniai pagal vištų laikymo sąlygas / metai					
0 – ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai	0,90	1,68	1,80	1,98	1,59
1 – laisvai laikomų vištų kiaušiniai	2,72	3,41	4,64	5,41	4,06

<sup>28</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 2 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>29</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 3 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>30</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 4 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>31</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 4 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>32</sup> Rimi (tomas 22NK, b. l. 132) ir Aibė (tomas 22NK, b. l. 24).

<sup>33</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 5 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>34</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 6 klausimą (tomas 22NK, tomas 23K).

2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai	15,34	23,00	20,86	22,76	20,49
3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai	81,04	71,91	72,71	69,85	73,86

(67)Koncentracijos dalyvių konkurentai<sup>35</sup> ir mažmeninę prekybą vykdančios ūkio subjektai<sup>36</sup> nurodė, kad narvuose ir ant kraiko laikomų kiaušinių kaina įprastai reikšmingai nesiskiria, tačiau tam tikrais atvejais šių kiaušinių kainos skirtumas gali viršyti 10 proc.<sup>37</sup> (vertinant pardavimą 10 vnt. pakuotėse). Vertinant kainų skirtumus tarp ant kraiko laikomų vištų kiaušinių ir laisvai laikomų vištų kiaušinių, matyti, kad kainų atotrūkis tarp šių kategorijų įprastai yra daugiau nei 10 proc. ir tam tikrais atvejais gali siekti net 30 proc. 2 ir 3 kategorijos. Kainų skirtumo priežastį paaikškino Girelės paukštynas, nurodydamas, kad „Pakeitus vištų laikymo sąlygas ir pradėjus vištas laikyti ant kraiko, laikomų vištų kiekis tampa per pus mažesnis, vietoj 52-54 tūkstančių, lieka 32 tūkstančiai. Tokiu būdu, laikomų vištų kiekis sumažėja, o bendri kaštai išlieka tie patys“<sup>38</sup>.

(68)Konkurencijos tarybos surinkti duomenys patvirtina kiaušinių kainų, priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų, skirtumus. Kaip matyti iš žemiau esančios lentelės (Lentelė Nr. 4), 2020–2023 m. žemiausia kaina pasižymėjo 3 kat. kiaušiniai, kuomet 0 kat. kiaušiniai buvo ir yra brangiausi. Vertinant procentinius kainų skirtumus matyti, kad skirtumas tarp 2 kat. ir 3 kat. nagrinėjamu laikotarpiu mažėjo nuo 25,4 proc. (2020 m.) iki 7,9 proc. (2023 m.). Pažymėtina, kad skirtumas absoliučiais dydžiais keitėsi mažiau nei skirtumas procentais (mažėjo nuo 0,018 Eur iki 0,011 Eur), kadangi narvuose laikomų vištų kiaušinių kaina nagrinėjamu laikotarpiu padidėjo 97 proc., kuomet ant kraiko laikomų vištų – 69,5 proc. Lyginant 3 kat. kiaušinių kainas su 1 kat. ir 0 kat. kiaušinių kainomis, minėtų kategorijų vidutinė kiaušinio kaina 2023 m. buvo 34 proc. ir 66 proc. didesnė. Lyginant 1 kat. kiaušinius su 2 kat. kiaušiniiais bei 0 kat. su 1 kat. matyti, kad 2023 m. procentinis kainų skirtumas vis dar buvo didelis ir sudarė daugiau nei 20 proc. Taigi, apibendrinant skirtingų kategorijų kiaušinių vidutinių kainų analizę, yra daroma išvada, kad 3 kat. kiaušiniai iš paklausos pusės nėra pakeičiami su 0 kat. ir 1 kat. kiaušiniiais. Vertinant 3 kat. ir 2 kat. kiaušinių pakeičiamumą pagal kainas yra daroma išvada, kad minėti kiaušiniai nėra pakeičiami, kadangi nors skirtumas (absoliučiais dydžiais ir procentiniais) 2020–2023 m. mažėjo, visgi 2023 m. sudarė 7,9 proc., o turint omenyje, kad 3 kat. kiaušiniai yra žemiausios kainos pasirinkimas atitinkamoje rinkoje, manoma, kad taikant 5–10 proc. kainos didėjimo intervalą reikėtų vadovautis jo žemutine riba – 5 proc.

Lentelė Nr. 4. Skirtingų kiaušinių pagal vištų laikymo sąlygas vidutinės kainos.

Kiaušiniai pagal vištų laikymo sąlygas / metai	Vidutinė vieno kiaušinio kaina (Eur, be PVM)			
	2020	2021	2022	2023
0 – ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai	0,181	0,181	0,187	0,229
1 – laisvai laikomų vištų kiaušiniai	0,111	0,106	0,137	0,184
2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai	0,088	0,086	0,122	0,148
3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai	0,070	0,073	0,109	0,137

Lentelė Nr. 5. Kiaušinių kainų skirtumai (proc.) priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų.

Kiaušiniai pagal vištų laikymo sąlygas / metai	Kainų palyginimo rezultatai (proc.)			
	2020	2021	2022	2023
0 kat. ir 1 kat. kainos palyginimas	63,6	70,3	36,5	24,5
1 kat. ir 2 kat. kainos palyginimas	26,4	23,9	11,8	23,9
2 kat. ir 3 kat. kainos palyginimas	25,4	17,2	11,8	7,9

(69)Prekybos tinklai atsakydami į Konkurencijos tarybos klausimus indikavo, kad formuodami asortimentą narvuose (3 kategorija) laikomų vištų kiaušinių nelaiko pakeičiamais su jokios kitos kategorijos vištų

<sup>35</sup> Pavyzdžiui, Ginkūnų paukštynas atsakyme į Konkurencijos tarybos 2023 m. rugpjūčio 31 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1137 9 klausimą (tomas 14NK, b. l. 99), nurodė, kad M dydžio narvuose laikomų vištų kiaušinių kainų intervalai siekia 0,085 – 0,130 Eur/vnt.; o ant kraiko laikomų vištų kiaušinių 0,085 – 0,132 Eur/vnt.; L dydžio narvuose laikomų kiaušinių kainų intervalai siekia 0,118 – 0,140 Eur/vnt., o ant kraiko laikomų vištų kiaušinių 0,120 – 0,147 Eur/vnt. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>36</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>37</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>38</sup> 2023 m. lapkričio 7 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB „Girelės paukštynas“ protokolas (tomas 28NK, b. l. 10).

kiaušiniais. Iš galutinio vartotojo perspektyvos, esant 3 kategorijos kiaušinių (5-10 proc.) kainos padidėjimui iš dalies galėtų atsirasti pakeičiamumas tarp narvuose (3 kategorija) ir ant kraiko laikomų (2 kategorija) vištų kiaušinių. Vis dėlto, atsižvelgiant į 3 kategorijos kiaušinių pirkėjų jautrumą kainai ir žemutinę kainos padidėjimo pagal hipotetinio monopolisto testą ribą, šis pakeičiamumas yra labai ribotas.

- (70) Vertinant kiaušinių gavybos ir didmeninio pardavimo veiklą vykdančių ūkio subjektų galimybes pradėti išgauti šiuo metu neišgaunamos kategorijos kiaušinius, nagrinėjimo metu surinkta informacija patvirtino, kad bet kokios naujos kategorijos kiaušinių išgavimas pareikalautų didelių investicijų ir ilgesnio nei metų įgyvendinimo laikotarpio. Pavyzdžiui, norint naujai pastatyti ir įrengti paukštide ant kraiko laikomoms vištoms, sąnaudos vienai paukštidei galėtų sudaryti apie 5 mln. Eur, o turint pastatus ir siekiant įsigyti tik reikalingą įrangą – apie 3 mln. Eur<sup>39</sup>, statant visiškai naują paukštide išlaidos siekia virš 2 mln. Eur, o jeigu renovuojamas senas pastatas, tuomet vertinama pagal kvadratūrą (darbai 1 kv. m. kainuoja vidutiniškai daugiau nei 1 200 Eur)<sup>40</sup>. Be minėtų investicijų, siekiant pradėti vykdyti kiaušinių gavybos veiklą arba vykdyti jos plėtrą, reikia gauti atitinkamus su taršos ir veterinarijos kontrole susijusius leidimus, kurių išdavimas gali užtrukti net kelerius metus<sup>41</sup>. Atsižvelgiant į tai, daroma išvada, kad pasiūlos pakeičiamumo tarp skirtingų kategorijų kiaušinių nėra, kadangi jeigu ūkio subjektas išgauna konkrečios kategorijos vištų kiaušinius, greitai ir be reikšmingų investicijų jis negalėtų pakeisti vištų laikymo sąlygų ir pradėti išgauti kitos kategorijos vištų kiaušinių<sup>42</sup>.
- (71) Tai, kad vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinka turėtų būti skaidoma pagal vištų laikymo sąlygas patvirtina rinkos dalyvių konkurencinės padėties skirtumai. Kaip matyti iš žemiau lentelėje pateiktų duomenų (Lentelė Nr. 6), rinkos dalyvių padėtis (vertinant 10 didžiausių dalyvių kiekviename segmente) skiriasi priklausomai nuo to, koks rinkos segmentas pagal vištų laikymo sąlygas yra vertinamas:

- (a) lyginant 3 kat. segmentą su 2 kat. segmentu yra daroma išvada, kad rinkos struktūra (t. y. rinkos dalyviai bei jų rinkos dalys) skiriasi. Šiuo atveju 5 ūkio subjektai (*AS Balticovo*, Groward, Oldar, UAB Girelės paukštynas, Ginkūnų paukštynas) sutampa, kuomet 5 – nesutampa. Be to, reikšmingai skiriasi ūkio subjektų padėtis – pavyzdžiui, *AS Balticovo* rinkos dalis 2023 m. pagal apimtį 3 kat. siekė [30–40] proc., kuomet 2 kat. – [20–30] proc., Groward – [20–30] proc. ir [50–60] proc., Girelės paukštynas – [5–10] proc. ir [0–5] proc. atitinkamai. Rinkos dalių ir rinkos struktūros skirtumus patvirtina HHI skirtumai, kuris pirmu atveju sudaro 2584, o antru atveju – 4189. Be to, yra tiekėjų, kurie tiekia į rinką ne visų kategorijų kiaušinius, iš kurių didžiausias – Sparnai (netiekia 3 kat., bet 2 kat. turi [10–20] proc. rinkos dalies);
- (b) lyginant 3 kat. segmentą su 1 kat. ir 0 kat. segmentais yra daroma išvada, kad abiem atvejais rinkos struktūra skiriasi. Pirmu atveju (lyginant su 1 kat.) sutampa tik 4 ūkio subjektai (*AS Balticovo*, Audrupio paukštynas, Oldar ir Ginkūnų paukštynas), o antru atveju – tik 1 (Oldar). Abiem atvejais skirtumai yra pakankamai akivaizdūs, kadangi 5 didžiausi 1 kat. ir 0 kat. tiekėjai pagal dydį (kurie sudaro virš 95 proc. kartu) visiškai nesutampa su 3 kat. 5 didžiausiais tiekėjais. Tą patvirtina ir skirtumai tarp rinkos dalių – *AS Balticovo* ir Audrupio paukštynas, kurie 3 kat. segmente turi [30–40] proc. ir [5–10] proc., 1 kat. turi [0–5] proc. ir [0–5] proc., o 0 kat. netiekia visiškai. Be to, yra tiekėjų, kurie tiekia į rinką ne visų kategorijų kiaušinius, iš kurių didžiausias – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (netiekia 3 kat. ir 2 kat., bet turi virš 20 proc. rinkos dalies 1 kat. ir 0 kat.).

<sup>39</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>40</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>41</sup> 2023 m. lapkričio 7 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB Girelės paukštynas protokolas (tomas 28NK, b. l. 11).

<sup>42</sup> Pavyzdžiui, jei ūkio subjektas laiko vištas-dedekles narvuose (ir, atitinkamai, išgauna 3 kategorijos kiaušinius), tai greitai ir be reikšmingų investicijų jis negali pakeisti vištų laikymo sąlygų į ant kraiko (ir tuomet išgauti 2 kategorijos vištų kiaušinius).

Lentelė Nr. 6. Rinkos dalyvių konkurencinės padėties skirtumai priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų.

	Naruose laikomų vištų kiaušiniai (3 kat.)		Ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai (2 kat.)		Laisvai laikomų vištų kiaušiniai (1 kat.)		ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai (0 kat.)	
	Ū.s. pavadinimas	Dalis (proc.)	Ū.s. pavadinimas	Dalis (proc.)	Ū.s. pavadinimas	Dalis (proc.)	Ū.s. pavadinimas	Dalis (proc.)
1.	AS Balticovo	[30–40]	Groward	[50–60]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[20–30]	Oldar	[30–40]
2.	Groward	[20–30]	AS Balticovo	[20–30]	Oldar	[20–30]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[20–30]
3.	Audrupio paukštynas	[5–10]	Sparnai	[10–20]	Sparnai	[20–30]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[10–20]
4.	UAB Girelės paukštynas	[5–10]	Oldar	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]	Arūnas Ševelis	[10–20]
5.	Ovostar	[5–10]	Ginkūnų paukštynas	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	Auga Group, AB	[5–10]
6.	Iceco	[0–5]	Audrius Banionis	[0–5]	AS Balticovo	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
7.	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	Audrupio paukštynas	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
8.	Oldar	[0–5]	UAB Girelės paukštynas	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
9.	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	Ginkūnų paukštynas	[0–5]		
10.	Ginkūnų paukštynas	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]		
HHI	2584		4189		2425		2508	

(72) Papildomai, skirtumus konkurencinėje aplinkoje tarp skirtingų kiaušinių pagal vištų laikymo sąlygas patvirtina ir tai, kad rinkoje tarp ūkio subjektų egzistuoja specializacija atsižvelgiant į tai, kokiomis sąlygomis ūkio subjektai laiko vištas-dedekles. Pavyzdžiui, dalis mažesnių ūkio subjektų (UAB „Cantale“, UAB „Gubelė“, Auga) vykdo laisvai laikomų vištų ir ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušinių gavybą<sup>43</sup>. Iš pateiktų duomenų matyti, kad dalis koncentracijos dalyvių konkurentų<sup>44</sup> ir patys koncentracijos dalyviai parduoda dviejų skirtingų kategorijų pagal vištų laikymo sąlygas kiaušinius, pavyzdžiui, Groward ir Koncentracijos dalyviai prekybos tinklams parduoda 3 kat. ir 2 kat. kiaušinius, bet neparduoda 1 kat. ir 0 kat. kiaušinių, kuomet Sparnai, ir Audrupio paukštynas parduoda 2 kat. ir 1 kat. kiaušinius bei 3 kat. ir 1 kat. kiaušinius, bet neparduoda kitų.

(73) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, yra daroma išvada, kad tarp skirtingų kategorijų kiaušinių pagal vištų laikymo sąlygas nėra paklausos ir pasiūlos pakeičiamumo. Pasiūlos pakeičiamumo nėra, nes ūkio subjektai, užsiimantys kiaušinių gavybos veikla negalėtų greitai ir nepatiriant reikšmingų sąnaudų pereiti nuo vienos kiaušinių kategorijos išgavimo prie kitos. Pakeičiamumo nebuvimą taip pat grindžia skirtumai konkurencinėje aplinkoje tarp skirtingų kiaušinių kategorijų. Paklausos pakeičiamumo nebuvimą patvirtina mažmeninės prekybos tinklų pateikti atsakymai, kad skirtingų kategorijų kiaušinių nelaiko pakeičiamais tarpusavyje su jokia kita kiaušinių kategorija bei kainos skirtumai tarp skirtingų kiaušinių kategorijų, kurie siekia 7,9–24,5 proc. Tačiau įvertinus tai, kad kainos skirtumas tarp 2 ir 3 kat. 2020–2023 m. mažėjo, o dalis prekybos tinklų nurodė, kad dalis galutinių vartotojų pradėtų pirkti 2 kat. kiaušinius, jei 3 kat. kiaušinių kaina padidėtų 5–10 proc., konservatyvumo tikslais 2 ir 3 kat. kiaušiniai įtraukiami į bendrą prekės rinką. Visgi, dėl egzistuojančių skirtumų tarp šių kategorijų, poveikio vertinimo dalyje kiekvienas segmentas bus papildomai įvertintas ir atskirai.

### 2.1.5. Dėl pakeičiamumo tarp prekės ženklų

#### Pranešimą pateikusių ūkio subjekto pozicija

<sup>43</sup> Pavyzdžiui, UAB „Cantale“ vykdo tik laisvai laikomų vištų kiaušinių gavybą (tomas 14NK, b. l. 90-91), o UAB „Gubelė“ – tik ekologiniame ūkyje laikomų vištų kiaušinių gavybą. Be to, rinkoje veikia ir nemažai smulkių ūkininkų, išgaunančių kiaušinius ekologiniuose ūkiuose (tomas 14NK, b. l. 143).

<sup>44</sup> Groward, Ginkūnų paukštynas, Sparnai, Oldar.



- (74) Pranešimą pateikusių ūkio subjekto vertinimu, kiaušinių gavybos ir didmeninio pardavimo prekės rinka galėtų būti skaidoma į kiaušinių, pažymėtų PL ir gamintojo prekės ženklu didmeninę prekybą. Vis dėlto, koncentracijos dalyviai savo konkurencinę aplinką supranta kaip apimančią didmeninę prekybą visais kiaušiniais, nes jų vertinimu, gamintojo ir PL kiaušiniai yra pakeičiami tiek iš paklausos, tiek iš pasiūlos pusės.
- (75) Pranešime nurodyta, kad vertinant paklausos pakeičiamumą iš tiesioginio pirkėjo, t. y. mažmeninės prekybos įmonės perspektyvos, gamintojo ir privataus prekės ženklo kiaušinių pakeičiamumo nėra arba jis yra ribotas, kadangi mažmeninės prekybos įmonė turi interesą ir ekonomines paskatas parduoti PL kiaušinius, tokiu būdu mažinant priklausomybę nuo gamintojų prekės ženklų.
- (76) Vis dėlto, iš galutinio vartotojo perspektyvos, PL ir gamintojo prekės ženklo kiaušiniai yra pakeičiami. Pirmiausia, dėl to, kad galutiniams vartotojams yra svarbu įsigyti tam tikrą produktą, ne konkretų prekės ženklą, o tiek vizualiai, tiek vertinant kiaušinių savybes ar naudojimą, gamintojo ir PL kiaušiniai nesiskiria. Be to, PL ir gamintojo prekės ženklo kiaušinių kainos skiriasi neženkliai<sup>45</sup> (PL vištų kiaušiniai įprastai gali būti tik 5–10 proc. pigesni lyginant su gamintojo prekės ženklu pažymėtais kiaušiniais).
- (77) Koncentracijos dalyvių nuomone, PL ir gamintojo prekės ženklo kiaušiniai yra pakeičiami iš pasiūlos perspektyvos, kadangi PL ir gamintojų prekių ženklo kiaušiniai yra iš esmės tas pats produktas, todėl kiaušinių gamintojai gali gaminti ir parduoti tiek gamintojo, tiek PL kiaušinius. Be to, nors Pranešime nurodoma, kad dalį kiaušinių mažmeninės prekybos įmonės įsigyja konkursų būdu, koncentracijos dalyvių žiniomis, konkursų būdu atliekami pirkimai nesudaro absoliučios daugumos įsigytų PL kiaušinių.

#### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

- (78) Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai vykdo prekybą tiek PL, tiek gamintojo prekės ženklo kiaušiniais. Vis dėlto, didžiąją dalį 2022 m. koncentracijos dalyvių parduotų kiaušinių kiekio sudarė PL pažymėti kiaušiniai<sup>46</sup>.
- (79) Remiantis surinkta informacija, PL produkciją pirkė 5 iš 12<sup>47</sup> atsakymą pateikusių mažmeninės prekybos veiklų vykdančių ūkio subjektų. Iš pateiktų duomenų matyti, kad PL produkciją pirkė tik didieji prekybos tinklai, o mažesni mažmeninės prekybos veiklų vykdančios ūkio subjektai pirkė tik gamintojo prekės ženklu pažymėtus kiaušinius.
- (80) Vertinant PL ir gamintojo prekės ženklu pažymėtų kiaušinių pakeičiamumą iš galutinio vartotojo perspektyvos, visi atsakymą Konkurencijos tarybai pateikę mažmeninę prekybą vykdančios ūkio subjektai<sup>48</sup>, prekiaujantys PL produkcija, nurodė, kad galutinių vartotojų požiūriu, PL ir gamintojo prekės ženklu pažymėta produkcija yra pakeičiama. Pavyzdžiui, Rimi nurodė, kad „*įprastai rinkoje, gamintojų prekės ženklo kiaušinių kainos jau yra didesnės nei privačios etiketės prekės ženklu pažymėtų kiaušinių. Jei gamintojo prekės ženklo kiaušinių kainos padidėtų +5-10%, tikėtina, jog dar didesnė dalis pirkėjų pradėtų rinktis privačios etiketės prekės ženklo produkciją*“. Lidl nuomone, pagrindinis kriterijus vartotojams renkantis kiaušinių produkciją yra kaina, todėl įvykus 5-10 proc. gamintojo prekės ženklo kainos padidėjimui, pirkėjas greičiausiai rinktųsi pigesnę produkciją. Konkurencijos tarybos surinkti

<sup>45</sup> Pranešime pažymima, jog galutinė kiaušinių kaina mažmeninės prekybos įmonėse nėra pastovi ir dažnai keičiasi, o kainai nemažą įtaką daro įvairios akcijos, kurių metu taikomos nuolaidos.

<sup>46</sup> LIT EGG, UAB 2022 m. pardavė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visų kiaušinių žymėtų savo prekės ženklu (visi jie buvo pirkti iš AS *Balticovo* ir parduoti su AS *Balticovo* prekės ženklu), o likusius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. pardavė su pirkėjo privačiu prekės ženklu. AS *Balticovo* 2022 m. pardavė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visų kiaušinių žymėtų savo prekės ženklu, o likusius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. pardavė su pirkėjo privačiu prekės ženklu. UAB Girelės paukštynas 2022 m. pardavė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visų kiaušinių žymėtų savo prekės ženklu, o likusius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.– su pirkėjo privačiu prekės ženklu.

<sup>47</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. rugpjūčio 28 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1128, 1 klausimą. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>48</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 12 klausimą, nurodė 6 ūkio subjektai (tomas 22NK, tomas 23K).

duomenys iš mažmeninės prekybos tinklų patvirtino, kad didžiajai daliai galutinių vartotojų svarbiausias kriterijus renkantis kiaušinių produkciją yra kaina, o prekės ženklas buvo nurodytas kaip vienas iš mažiausiai reikšmingų kriterijų<sup>49</sup>.

- (81) Atlikus vidutinių tiekimo kainų ir mažmeninių kainų palyginimą tarp gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinių kainų matyti, kad gamintojo prekės ženklo kiaušinių kainos įprastai buvo didesnės nei PL. Ši išvada yra gaunama atlikus įvairių tiekėjų kainų palyginimą skirtinguose prekybos tinkluose (pavyzdžiui, lyginant konkretaus tiekėjo tiekimo kainas konkrečiame prekybos tinkle) bei išanalizavus viešai prieinamą informaciją apie mažmenines vištų kiaušinių kainas.
- (82) Vertinant tiekimo kainas yra daroma išvada, kad gamintojo prekės ženklo kiaušinių vidutinė kaina įprastai yra didesnė, negu privačios etiketės prekės ženklo. Šiuo atveju atkreipiamas dėmesys, kad vertinant vidutines tiekimo kainas yra svarbu atsižvelgti į gamintojo prekės ženklo produkcijos tiekimo nuolaidas, kiek žinomas yra konkretus gamintojo prekės ženklas rinkoje bei į tai, kaip pasiskirsto konkretaus tiekėjo pardavimai konkrečiame mažmeninės prekybos tinkle pagal prekės ženklą bei pardavimus laike (turint omenyje, kad kiaušinių kainos tiriamuoju laikotarpiu ženkliai keitėsi)<sup>50</sup>. Dėl šių priežasčių įvertinti tiekėjų, kurių gamintojo prekės ženklo dalis visuose pirkimuose (ir konkrečiame prekybos tinkle) viršija bent 20 proc., tiekimo duomenys (detaliau – (145) pastraipoje). Pavyzdžiui, vertinant Maxima pateiktus duomenis, Groward 2 kat. kiaušinių gamintojo prekės ženklo kaina viso 2020–2023 m. buvo vidutiniškai [10–20] proc. didesnė nei PL kiaušinių, o 3 kat. kaina 2020–2021<sup>51</sup> m. – apie [5–10] proc.; vertinant Rivona pateiktus duomenis, Sparnai 2 kat. kiaušinių gamintojo prekės ženklo kaina 2022–2023 m. buvo vidutiniškai 5 proc. didesnė nei PL kiaušinių kaina. Pastebėtina, kad šios išvados galioja vertinant minėtų ūkio subjektų (Groward, Sparnai)<sup>52</sup> bendrus 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių pardavimus (ypač turint omenyje, kad didžioji dalis B2C klientų neturi PL). Atitinkamai, vertinant Groward pardavimus, 2 kat. kiaušinių gamintojo prekės ženklo kaina buvo vidutiniškai [5–10]–[30–40] proc. didesnė, negu PL, o 3 kat. – [0–5]–[10–20] proc. didesnė, kuomet Sparnai 2 kat. kiaušinių gamintojo prekės ženklo kaina buvo vidutiniškai [10–20]–[10–20] proc. didesnė, negu PL.
- (83) Vertinant mažmenines kainas (be nuolaidų)<sup>53</sup> matyti, kad gamintojo prekės ženklo kiaušinių kaina visais atvejais yra didesnė nei PL. Pavyzdžiui, 2 kat.<sup>54</sup> gamintojo prekės ženklo kiaušinių kaina interneto svetainėje – barбора.lt siekė 2,49–2,69 Eur, kuomet PL kiaušinių kaina siekė 2,19 Eur. Pastebėtina, kad PL kiaušinių kaina buvo mažesnė nepriklausomai nuo svorio kategorijos, o tos pačios svorio kategorijos kiaušinių atvejų kainų skirtumas viršijo 20 proc. (2,65 Eur ir 2,19 Eur). Kitoje interneto svetainėje – rimi.lt matyti, kad mažiausias kainos skirtumas tarp palyginamų 2 kat. kiaušinių siekia daugiau nei 6 proc. (2,65 Eur ir 2,49 Eur), o 3 kat. atveju – net 60 proc.<sup>55</sup>.
- (84) Atsiliepimuose į preliminarias išvadas nurodoma, kad Konkurencijos taryba negali pilnai įvertinti B2C klientų galimybės pakeisti kiaušinių tiekėją, kadangi nevertina gamintojo prekės ženklu pažymėtų kiaušinių, kaip galimo pakaitalo PL kiaušiniams. Atsiliepimuose taip pat nurodoma, kad vadovaujantis *AS Balticovo* pardavimo duomenimis gamintojo prekės ženklu pažymėti kiaušiniai buvo vidutiniškai pigesni nei PL.
- (85) Visgi, priešingai nei nurodoma atsiliepimuose, Konkurencijos taryba įvertino gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinių tarpusavio konkurencinį spaudimą. Rinkos apibrėžimo dalyje ((81)–(83) pastraipos)

<sup>49</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353, 2 klausimą, nurodė 6 ūkio subjektai (tomas 22NK, tomas 23K).

<sup>50</sup> Tuo atveju, jeigu konkretus tiekėjas neturi žinomo prekės ženklo, jo gamintojo prekės ženklo tiekimai gali būti nereguliarūs, taikant kainos tiekimo nuolaidas bei reikšmingai mažesnės apimties, negu jo PL produkcijos. Tokiu atveju kainos palyginimas gali suponuoti klaidingas išvadas dėl kainos skirtumų tarp gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinių.

<sup>51</sup> 2022 m. neįtraukiami, kadangi [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o 2023 m. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>52</sup> Kurių gamintojo prekės ženklo dalis sudaro reikšmingą dalį visų pardavimų.

<sup>53</sup> Buvo išanalizuotos barбора.lt ir rimi.lt skelbiamos kainos. Svetainės peržiūrėtos 2024-04-16 (tomas 38NK).

<sup>54</sup> 3 kat. kiaušinių kainų analizė interneto svetainėje barбора.lt nėra atliekama, kadangi joje nebuvo rasta 3 kat. gamintojo prekės ženklo kiaušinių.

<sup>55</sup> Lyginant „Rido“ įvairių dydžių kiaušinių (min. svoris – 0,63g.) su RIMI privačios etiketės L dydžio kiaušiniams.

pateikta analizė rodo, kad tinkamai atliktas kainų palyginimas nepatvirtina teiginio, kad gamintojo prekės ženklo kaina yra mažesnė nei PL. Priešingai, iš atliktos analizės matyti, kad gamintojo prekės ženklo kiaušinių tiekimo kainos buvo didesnės. Atsiliepimuose daroma išvada dėl gamintojo ir PL prekės ženklo kainų skirtumų, atsižvelgiant išskirtinai į *AS Balticovo* parduotas prekes nėra pagrįsta, kadangi yra lyginamos vidutinės metinės kainos, neatsižvelgiant į kainos skirtumus tarp skirtingų svorio kategorijų kiaušinių ir tai, ar abiejų prekės ženklų kiaušiniai buvo tiekiami visus metus, o ne atskirais laikotarpiais. Be to, nėra aišku, ar iš *AS Balticovo* gamintojo prekės ženklo yra eliminuoti *gamintojo prekės ženklo prekių* pardavimai su nuolaida bei *in-out* pardavimai. Galiausiai, Išvadose buvo įvertinta ir padėtis prekės ženklų neišskiriant į atskirus segmentus, o pats gamintojo prekės ženklo segmentas yra ženkliai mažesnis už PL segmentą.

- (86) Vertinant PL ir gamintojo prekės ženklu pažymėtų kiaušinių tarpusavio pakeičiamumą iš tiesioginių pirkėjų, t. y. mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų perspektyvos, koncentracijos nagrinėjimo metu surinkta informacija patvirtina, kad skiriasi PL ir gamintojo prekės ženklu pažymėtų kiaušinių pirkimo procedūros ir tiekimo sąlygos. Priklausomai nuo to, ar perkami PL ar gamintojo prekės ženklu pažymėti gaminiai, mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai įsigyja kiaušinius dviem būdais. PL pažymėti kiaušiniai yra perkami konkursų (tenderių) būdu, kurių laimėtojas arba laimėtojai gauna teisę tam tikrą laiką tiekti prekybos tinklui PL pažymėtą produkciją. Tuo tarpu gamintojo prekės ženklu pažymėta produkcija yra perkama tiesioginių derybų būdu.
- (87) Duomenys apie konkursus (tenderius) rodo, kad PL konkursai yra organizuojami sąlyginai dažnai, pagal ūkio subjektų pateiktus atsakymus Konkurencijos tarybai, kas 2-12 mėnesių priklausomai nuo ūkio subjekto sprendimo, pavyzdžiui, konkursai yra organizuojami kas 2 mėn., kas 3 mėn. ar kas metus, kuomet gamintojo prekės ženklo produkcijos pirkimai vyksta derybų metų bei per *in-out* akcijas.
- (88) Vertinant pakeičiamumą iš mažmeninės prekybos tinklų perspektyvos svarbu ir tai, kokią pirkimų dalį prekybos tinklų asortimente sudaro PL kiaušinių pirkimai, nes tai atspindi šio prekės ženklo daromą konkurencinį spaudimą gamintojo prekės ženklo produkcijai. Faktiniai duomenys apie mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų vykdytus pirkimus 2023 m. rodo, kad didžiąją dalį (65,09 proc.) jų sudarė PL produkcija. Vertinant ūkio subjektus, prekiaujančius gamintojo prekės ženklo kiaušiniiais ir PL kiaušiniiais daroma išvada, kad beveik visais atvejais PL dalis 2023 m. yra didesnė (išskyrus Norfa): pavyzdžiui, Maxima atveju, PL produkcija sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. asortimento, IKI atveju – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., Lidl atveju – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (2022 m. – daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.), Rimi atveju – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Be to, vertinant gamintojo ir PL pirkimų tendencijas matyti, kad 2020-2023 m. PL produkcijos pirkimas padidėjo (Lentelė Nr. 7). 2020 m. PL pirkimai sudarė 58,66 proc. bendrų pirkimų kiekio, o 2023 m. šis skaičius pasiekė 65,09 proc. (2022 m. šis skaičius siekė 75,56 proc., bet 2023 m. sumažėjo iki 65,09 proc.)

Lentelė Nr. 7. *Kiaušinių pasiskirstymai pagal prekės ženklą priklausomai nuo vištų laikymo sąlygų.*

Kategorija	Prekės ženklas / Metai	2020	2021	2022	2023
2 kat.	Gamintojo	59,67%	62,06%	41,49%	34,10%
	PL	40,33%	37,94%	58,51%	65,90%
3 kat.	Gamintojo	37,87%	26,74%	19,54%	35,17%
	PL	62,13%	73,26%	80,46%	64,83%
Visos kat.	Gamintojo	41,34%	35,30%	24,44%	34,91%
	PL	58,66%	64,70%	75,56%	65,09%

- (89) Konkurencijos tarybos surinkti duomenys rodo, kad koncentracijos dalyvių konkurentai<sup>56</sup> vykdo tiek PL, tiek gamintojo prekės ženklo kiaušinių tiekimą. Vis dėlto, dėl mažmeninę prekybą vykdančių įmonių

<sup>56</sup> Groward, Sparnai, Audrupio paukštynas.

keliama reikalavimų PL tiekimui, ne visi kiaušinių gavybos ir pardavimo veiklą vykdančios ūkio subjektai gali užtikrinti prekybos tinklų reikalavimus kokybei, kiekiui ar pakuotei. Atitinkamai, egzistuoja skirtumai tarp gamintojo prekės ženklo kiaušinių ir PL kiaušinių segmentų konkurencinės aplinkos:

- (a) tarp segmentų reikšmingai skiriasi tiekėjų skaičius – gamintojo prekės ženklo kiaušinius bet kokia apimtimi 2020–2023 m. tiekė 25 tiekėjai, kuomet PL produkciją – 12 tiekėjų. Skirtumas rinkos koncentracijoje patvirtina HHI – gamintojo prekės ženklo atveju 2023 m. jis sudarė 1915, kuomet PL atveju – 3343;
- (b) vertinant tiekėjų sudėtį, 9 tiekėjai tiekia gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinius, kas sudaro 73 proc. (9 iš 12) nuo visų PL tiekėjų ir 36 proc. nuo visų gamintojo prekės ženklo tiekėjų (9 iš 25). Vertinant 10 didžiausių tiekėjų, 6 ūkio subjektai (Groward, *AS Balticovo*, Audrupio paukštynas, UAB Girelės paukštynas, Ovostar, Sparnai) tiekia abiejų prekės ženklų produkciją;
- (c) dalis tiekėjų tiekia išskirtinai vieno prekės ženklo (t. y. gamintojo arba PL) produkciją: vertinant 10 didžiausių, Ginkūnų paukštynas, Iceco, Audrius Banionis ir [KOMERCINĖ] tiekia tik gamintojo prekės ženklo produkciją, kuomet [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – tik PL produkciją.

(90) Tolesniame nagrinėjime PL ir gamintojo prekės ženklo kiaušiniai yra įtraukiami į bendrą prekės rinką, tačiau atsižvelgiant į aukščiau išdėstytus skirtumus tarp gamintojo prekės ženklo ir PL segmentų kainų bei konkurencinės aplinkos, poveikio vertinime PL segmentas bus vertinamas ir atskirai.

## 2.2. Geografinė rinka

### *Pranešimą pateikusių ūkio subjekto pozicija*

(91) Pranešime nurodyta, kad kiaušinių didmeninės prekybos veikla nėra licencijuojama ir nesudaro įėjimo į rinką barjerų, o visoje Lietuvos Respublikoje parduodamiems vištų kiaušiniams keliami tokie patys reikalavimai. Teigiama, kad transportuojant dideliais kiekiais, kiaušinių transportavimo išlaidos sudaro tik mažą kainos dalį (3-5 proc.), o ilgas galiojimo laikas (28 d.) sudaro galimybę transportuoti tolimesniais atstumais.

(92) LIT EGG, UAB parduoda kiaušinius Lietuvoje ir Latvijoje – Latvijoje visi pardavimai buvo susijusiam ūkio subjektui *AS Balticovo*. *AS Balticovo* valdo paukštynus Latvijoje, o juose išgautus kiaušinius parduoda nacionaliniu mastu ir eksportuoja į kitas Europos Sąjungos valstybes<sup>57</sup>, iš kurių daugiausia į Lietuvą, Čekiją, Estiją ir Lenkiją. UAB Girelės paukštynas vykdo kiaušinių gavybą ir parduoda kiaušinius Lietuvoje.

(93) Koncentracijos nagrinėjimo tikslais vištų kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos geografinė rinka turėtų būti apibrėžta kaip Lietuvos Respublika, tačiau būtų galima vertinti ir platesnę – apimančią Baltijos šalis ir Lenkiją geografinę rinką. Visgi šios koncentracijos kontekste, Pranešimą pateikęs ūkio subjektas siūlo tikslų geografinės rinkos apibrėžimą palikti atvirą.

### *Konkurencijos tarybos vertinimas*

(94) Konkurencijos tarybos surinkti duomenys rodo, kad didžiajai daliai prekybos tinklų renkantys kiaušinių pardavėją kiaušinių kilmės šalis nėra esminis kriterijus.

(95) Duomenys apie mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pirkimus rodo, kad faktiškai didžioji dalis Lietuvoje perkamų kiaušinių yra perkama iš Groward ir Latvijoje veikiančio su LIT EGG, UAB susijusio ūkio subjekto *AS Balticovo*, kuriam LIT EGG, UAB parduoda didžiąją dalį

<sup>57</sup> Pardavimai Latvijoje sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., Lietuvoje – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., Čekijoje – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., Estijoje – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., Lenkijoje – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visų pardavimų.

Lietuvoje išgaunamų kiaušinių. Pirkimai iš kitose valstybėse veikiančių ūkio subjektų nesudaro reikšmingos dalies. Pavyzdžiui, 2023 m. pirkimai (pagal kiekį) iš Lietuvos sudarė apie 52,67 proc., iš Latvijos apie 35,01 proc., iš Ukrainos apie 9,10 proc., iš Lenkijoje veikiančių tiekėjų – apie 3,11 proc. (Lentelė Nr. 8). Vertinant įvežimus iš Latvijos pažymėtina, kad 99,28 proc. viso įvežamo kiekio tenka *AS Balticovo* (t. y. susijusiam LIT EGG, UAB subjektui, kuriam LIT EGG, UAB faktiškai parduoda visą išgautą Lietuvoje pagamintų kiaušinių kiekį, kuris išvežamas į Latviją supakuoti ir parduodamas Lietuvoje. Taigi, šiuo atveju, *AS Balticovo* iš esmės parduoda lietuviškus kiaušinius.). Lietuvoje kiaušinius parduoda ir Latvijos gamintojas [KOMERCINĖ PASLAPTIS], tačiau faktinis pirkimų kiekis iš šio ūkio subjekto 2023 m. sudarė tik apie 0,72 proc. Kitų valstybių, (Lenkijos, Suomijos ir Estijos) dalis yra pastovi ir neviršijo 5 proc. nagrinėjamo laikotarpio metu.

Lentelė Nr. 8. B2C klientų įsigyjamo kiaušinio kiekio analizė pagal kiaušinių kilmės šalį

Valstybė / Metai	Vertinimas pagal įsigyjamą kiekį			
	2020	2021	2022	2023
Lietuva	64,14%	70,82%	59,66%	52,67%
Latvija	28,19%	24,18%	32,42%	35,01%
Ukraina	4,36%	2,24%	2,08%	9,10%
Lenkija	3,31%	2,65%	3,38%	3,11%
Suomija	0,00%	0,00%	2,32%	0,11%
Estija	0,00%	0,11%	0,14%	0,00%

(96)Kaip matyti iš aukščiau pateiktų duomenų (Lentelė Nr. 8), ukrainietiški kiaušinių dalis padidėjo būtent 2023 m., tačiau, kaip nurodė 6 iš 7 atsakiusių Konkurencijos tarybos apklaustų mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų (prekybos tinklų), ukrainietiškus kiaušinius jie perka tik pavieniais atvejais, dažniausiai artėjant Velykoms, nes tuo metu išauga baltų kiaušinių poreikis ir tik 1 iš 7 atsakiusių nurodė, kad ukrainietiškus kiaušinius perka reguliariam asortimentui. Teikdami atsakymus, ar ukrainietiškos kilmės kiaušiniai galėtų būti pilnai užpildytas reguliarius asortimentas, nei vienas iš 9 atsakiusių prekybos tinklų nenurodė, kad asortimentas galėtų būti užpildytas 100 proc.<sup>58</sup> ir išskyrė šias priežastis, kad neatitinka Europos Sąjungos reikalavimų, kad neatitinka Britanijos mažmenininkų konsorciumo standarto (*angl. BRC – British Retail Consortium Standart*) ir, kad ukrainietiškos kilmės kiaušiniai yra tik narvuose laikomų vištų kiaušiniai. Kalbant apie ukrainietiškus kiaušinius svarbi aplinkybė yra ta, kad ukrainietiški kiaušiniai neatitinka Europos Sąjungos (ES) reikalavimų. Siekiant paremti Ukrainą tęsiantis Rusijos agresijos karui, 2024 m. balandžio 8 d. ES buvo susitarta dėl importo muitų ir kvotų Ukrainos žemės ūkio produktų eksportui į ES sustabdymo dar vieneriems metams, iki 2025 m. birželio 5 d. Tačiau kartu, siekiant apsaugoti ES ūkininkus, buvo nuspręsta sustiprinti tam tikrų žemės ūkio produktų, įskaitant ir kiaušinius apsaugą. Tuo atveju jei dėl Ukrainos importo atsirastų ES rinkos arba vienos ar daugiau ES šalių rinkų sutrikimų, Komisija imtųsi taikyti priemones, kurios yra būtinos. Tai reiškia, kad jei produktų dėl kurių buvo susitarta, įskaitant kiaušinius, importas viršys 2021 m. antrąjį pusmetį, 2022 m. bei 2023 m. užfiksuotų importo apimčių vidurkį, Komisija iš naujo nustatys kvotas<sup>59</sup>.

(97)Pagal Komisijos komunikato C/2024/1645 Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Sąjungos konkurencijos teisės tikslams<sup>60</sup> (toliau – Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo) 42 pastraipą, vien dėl to, kad tam tikroje geografinėje teritorijoje esama importo arba jis yra galimas, nebūtinai reikia išplėsti geografinės rinkos aprėptį įtraukiant teritoriją, iš kurios prekės buvo arba galėjo būti eksportuotos. Teritorijoje, iš kurios prekės buvo arba galėjo būti eksportuotos, esantys klientai gali susidurti su kitokiomis konkurencijos sąlygomis nei klientai, esantys teritorijoje, į kurią

<sup>58</sup> Atsakymai į Konkurencijos tarybos 2024 m. vasario 14 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-182 3.4 klausimą (tomas 32 NK, tomas 33K).

<sup>59</sup> Prieiga per internetą: [Deal on trade support for Ukraine with more protection for EU farmers | News | European Parliament \(europa.eu\)](#).

<sup>60</sup> Prieiga per internetą: [EUR-Lex - 52024XC01645 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](#)

importuojama. Atitinkamai, siekiant praplėsti geografinės rinkos apibrėžimą, vadovaujantis Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo 38 pastraipa, reikėtų parodyti, kad konkurencinės sąlygos skirtingose geografinėse teritorijose yra pakankamai panašios (*angl. sufficiently homogenous*). Atitinkamai, tokie įrodymai galėtų būti<sup>61</sup>: tų pačių arba skirtingų tiekėjų buvimas skirtingose geografinėse teritorijose; jų rinkos dalių ir kainų panašumai arba skirtumai; klientų prioritetai (dėl kilmės šalies ir kitų kriterijų) ir pirkimo elgsenos panašumai arba skirtumai; kliūtys ir išlaidos, susiję su tiekimu klientams kitoje teritorijoje; su transportavimo atstumu susiję veiksniai, kurie gali turėti įtaką išlaidoms, prieinamiems kiekiams arba tiekimo patikimumui.

- (98) Pagal Konkurencijos tarybos surinktus duomenis matyti, kad nurodytos aplinkybės skiriasi vertinant 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių prekybą B2C klientams Lietuvos Respublikoje, kadangi vertinant Latvijos tiekėjus, Lietuvoje aktyviai veikia tik *AS Balticovo*, o Lenkijos tiekėjų suminė dalis viso laikotarpio metu neviršijo 5 proc. (turint omeny skirtumus tarp Lenkijos ir Lietuvos gyventojų skaičiaus, Lenkijos B2C klientų rinkos dydis yra daug didesnis, o Lietuvos kiaušinių gamintojų visas išgautas kiaušinių kiekis nesudarytų reikšmingos dalies Lenkijos rinkoje). Galiausiai, Koncentracijos dalyviai nepateikė jokių įrodymų, kurie patvirtintų platesnio, negu Lietuvos Respublika, geografinės rinkos apibrėžimo.
- (99) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktą Konkurencijos tarybos surinktų duomenų analizę šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais, kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos geografinė rinka neturėtų būti brėžiama plačiau, negu Lietuvos Respublikos teritorija. Į užsienio tiekėjus bus atsižvelgiama tiek, kiek jie veikia Lietuvoje.

- (100) Apibendrinant visą 2.1 ir 2.2 dalyse pateiktą atitinkamos rinkos apibrėžimo vertinimą yra apibrėžiama didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinka, neatsižvelgiant į prekės ženklą ir kiaušinių svorio kategoriją.

### ***3. Koncentracijos poveikio didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkoje vertinimas***

- (101) Atliekant Koncentracijos poveikio didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkoje vertinimą, buvo analizuojama:

- (a) Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamos rinkos dalys;
- (b) Koncentracijos dalyvių konkurencinis artumas;
- (c) klientų galimybės pakeisti tiekėją;
- (d) konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina;
- (e) ar susijungimas panaikina svarbią konkurencinę jėgą;
- (f) kompensacinė pirkėjo įtaka;
- (g) įėjimo į rinką kliūtys bei naujos įmonės atėjimo tikimybė.

#### ***3.1. Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamos rinkos dalys***

- (102) Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 2 dalyje nurodyta, kad jeigu neįrodoma priešingai, laikoma, kad ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, jeigu jo rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 40 proc.

<sup>61</sup> Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Sąjungos konkurencijos teisės tikslams 39 pastraipa.

- (103)Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės 27 punkte nurodyta, kad kuo didesnė rinkos dalis, tuo didesnė tikimybė, kad įmonė turi įtakos rinkoje. Ir kuo daugiau rinkos dalies pridedama, tuo didesnė tikimybė, kad susijungimas žymiai padidins įtaką rinkoje. Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 17 punkte nurodyta, kad labai didelės rinkos dalys – 50 proc. ir daugiau – jau savaime gali rodyti dominuojančią padėtį rinkoje.
- (104)Atsižvelgiant į tai, kad mažmenine prekyba užsiimantys ūkio subjektai Lietuvos Respublikoje įsigyja produkciją ne tik iš Lietuvoje veikiančių kiaušinių tiekėjų bei į ribotas Konkurencijos tarybos galimybes apklausti visus kiaušinių tiekėjus, veikiančius Lietuvos Respublikoje, informacija apie didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos (toliau – B2C kiaušinių prekybos rinka) dydį buvo renkama dviem žingsniais:
- (a) pirma, Lietuvos Respublikoje veikiantys kiaušinių tiekėjai buvo prašomi pateikti (i) gamintojo prekės ženklu ir (ii) privačia etikete pažymėtų A klasės kiaušinių 2020–2023 m. pardavimo duomenis (pagal vertę (Eur, be VPM) ir apimtį (kiaušinių vnt.)) pagal vištų laikymo sąlygas bei kiaušinio svorio kategorijas parduodant galutiniams vartotojams skirtus kiaušinius<sup>62</sup>;
  - (b) antra, mažmenine prekyba užsiimantys ūkio subjektai buvo prašomi pateikti duomenis apie visus tiekėjus, iš kurių pardavimui Lietuvos Respublikoje 2020–2023 m. pirko (i) gamintojo prekės ženklu ir (ii) privačia etikete pažymėtus A klasės kiaušinius pagal skirtingas (nuo 0 iki 3) vištų laikymo sąlygas bei skirtingas kiaušinio svorio kategorijas.
- (105)Siekiant nustatyti didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos dydį buvo naudojami aukščiau esančios pastraipos (104)(b) dalyje nurodyti duomenys. Papildomai, rinkos dydžiui bei rinkos dalims įvertinti buvo naudojami aukščiau esančios pastraipos (104)(a) dalyje aprašyti duomenys, prie kurių buvo pridėti neapklaustų ūkio subjektų pardavimo apklaustiems mažmeninės prekybos veiklą vykdančiams ūkio subjektams Lietuvos Respublikoje duomenys, tokiu būdu užtikrinant Konkurencijos tarybos surinktų duomenų apie rinkos dydį bei rinkos dalių analizės patikimumą, bet tolimesniame vertinime jie nebus pateikiami<sup>63</sup>, kadangi iš esmės nekeičia Konkurencijos tarybos vertinimo.
- (106)Vertinant rinkos dalis didesnis svoris turėtų būti skiriamas rinkos dalims pagal pardavimų apimtį, o ne vertę, ypačingai tais atvejais, kuomet yra vertinami siauresni rinkos segmentai – pavyzdžiui, pagal prekės ženklą ir (arba) vištų laikymo sąlygas.
- (107)Žemiau (Lentelė Nr. 9) pateikiami duomenys apie Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamas rinkos dalis 2020–2023 m. didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų

<sup>62</sup> Pastebėtina, kad šiuo atveju į rinkos dydį yra įtraukiami visi ūkio subjektai, nepriklausomai nuo jų tipo (kiaušinių gamintojas arba distributorius). Alternatyviai, atsižvelgiant į tai, kad distributorių konkurencinis spaudimas nagrinėjamoje rinkoje yra mažesnis nei kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų, distributorių parduodami kiaušinių kiekiai Lietuvos Respublikoje galėtų būti perskirstyti pagal jų tiekėjus. Visgi B2C segmento atveju tam nėra poreikio, kadangi distributoriams tenkanti pardavimų dalis sudaro iki [0–5] proc., atitinkamai, šių pardavimų perskirstymas praktiškai nepaveiktų kitų rinkos dalyvių rinkos dalių.

<sup>63</sup> Pagal kiaušinių tiekėjų (gamintojų ir distributorių) pateiktus duomenis gaunamas rinkos dydis pagal apimtį galėtų būti 4,2–6,4 proc. didesnis, o Koncentracijos dalyvių rinkos dalys yra [0–5] proc. p. mažesnės nei pagal B2C klientų pateiktus duomenis apie jų tiekėjus. Iš surinktų duomenų matyti, kad pastarasis būdas yra patikimesnis, kadangi Koncentracijos nagrinėjimo metu buvo apklausti 12 mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai bei 2 ūkio subjektai, vykdančios didmeninės ir mažmeninės prekybos veiklą (Grūstė ir Sanitex). Atitinkamai, surinkti duomenys apie B2C klientų pirkimus iš tiekėjų yra tikslesni, negu kiaušinių gamintojų ir distributorių pardavimų B2C klientams duomenys, kadangi pastaruoju atveju nėra aišku, ar tikrai prie B2C klientų buvo priskirti išskirtinai pardavimai mažmeninės prekybos veiklą vykdančioms ūkio subjektams. Tą iš dalies pagrindžia faktas, kad pagal B2C klientų pirkimų iš tiekėjų duomenis distributorių dalis sudaro mažiau nei [0–5] proc., kuomet pagal kiaušinių tiekėjų pardavimų duomenis ši dalis sudaro iki [0–5] proc.

(3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkoje, vertinant pardavimus pagal vertę bei apimtį.

Lentelė Nr. 9. Didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinka pagal pardavimų vertę ir apimtį

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	B2C ūkio subjektai, A klasė, 2 ir 3 kat., gamintojo ir privačios etiketės prekės ženklo kiaušiniai							
	Vertinimas pagal pardavimų vertę				Vertinimas pagal pardavimų apimtį			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)
<b>Ūkio subjektas, kurio kontrolė įgyjama, ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
UAB Girelės paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]
<b>Kontrolė įgyjantis ūkio subjektas ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
AS Balticovo	[40–50]	[30–40]	[30–40]	[30–40]	[40–50]	[30–40]	[30–40]	[30–40]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[30–40]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[30–40]
<b>Konkurentai</b>								
Groward	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[30–40]	[40–50]	[30–40]	[30–40]
Audrupio paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[5–10]
Ovostar	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Sparnai	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Iceco	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Oldar	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Ginkūnų paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Kiti ūkio subjektai	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

(108) Koncentracijos dalyvių bendra 2020–2023 m. užimama didmeninės 2 ir 3 kategorijos vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvoje rinkos dalis siekė [30–40]–[40–50] proc. pagal pardavimų vertę bei [30–40]–[40–50] proc. pagal pardavimų apimtį. Pokytis dėl Koncentracijos (t. y. UAB Girelės paukštynas rinkos dalis) sudaro [0–5]–[0–5] proc. p. pagal pardavimų vertę ir [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų apimtį.

(109) UAB Girelės paukštynas, kaip kiaušinių tiekėjo, svarba bei konkurencinis spaudimas nagrinėjamu laikotarpiu didėjo, kadangi jos rinkos dalis augo kasmet (didžiausi didėjimai įvyko 2020–2021 m. bei 2021–2022 m.) ir daugiausiai, lyginant su kitais rinkos dalyviais. UAB Girelės paukštynas užimama rinkos dalis 2020–2023 m. padidėjo nuo [0–5] proc. iki [0–5] proc. pagal pardavimų vertę ir nuo [0–5] proc. iki [5–10] proc. pagal pardavimų apimtį. Priešingai, AS *Balticovo* užimama rinkos dalis 2020–2023 m. sumažėjo nuo [40–50] proc. iki [30–40] proc. pagal pardavimų vertę bei nuo [40–50] proc. iki [30–40] proc. pagal pardavimų apimtį.

(110) Be Koncentracijos dalyvių atitinkamoje rinkoje veikia ir kiti ūkio subjektai, iš kurių tik Groward 2020–2023 m. turėjo didesnę nei 10 proc. rinkos dalį, kuri siekė [30–40]–[40–50] proc. pagal pardavimų vertę bei [30–40]–[40–50] proc. pagal pardavimų apimtį. Kitų konkurentų rinkos dalys buvo reikšmingai mažesnės, o didesnę negu 1 proc. rinkos dalį turėjo tik Audrupio paukštynas, Sparnai, Ovostar, Oldar ir Ginkūnų paukštynas<sup>64</sup>. Visų kitų konkurentų rinkos dalis 2020–2023 m. neviršijo 1 proc. ir tik atskirais

<sup>64</sup> Audrupio paukštynas rinkos dalis nagrinėjamu laikotarpiu siekė [0–5]–[5–10] proc. pagal pardavimų vertę bei [0–5]–[5–10] proc. pagal pardavimų apimtį, Sparnai – [0–5]–[5–10] proc. pagal pardavimų vertę bei [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų apimtį, Ovostar – [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų vertę bei [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų apimtį, Oldar – [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų vertę bei [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų apimtį, o Ginkūnų paukštynas – [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų vertę bei [0–5]–[0–5] proc. pagal pardavimų apimtį.



metais galėjo būti didesnė<sup>65</sup>, dėl ko jų daromas konkurencinis spaudimas yra mažesnis nei aukščiau išvardintų ūkio subjektų. Įvertinus visų rinkos dalyvių rinkos dalis yra daroma išvada, kad Koncentracijos metu jungiasi antras ir ketvirtas galutiniams vartotojams skirtų 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių tiekėjai Lietuvoje, kuris po Koncentracijos užimtų didžiausią rinkos dalį.

- (111) Atitinkama rinka yra koncentruota, ką pagrindžia žemiau lentelėje nurodytos HHI<sup>66</sup> vertės. HHI nuo 2020 m. kasmet mažėjo, kas iš vienos pusės indikuoja, kad nagrinėjama rinka tampa mažiau koncentruota, bet iš kitos pusės – 2023 m. rinkos HHI net ir nesant Koncentracijos išlieka aukštas ir siekia 2731 pagal pardavimų vertę ir 2695 pagal pardavimų apimtį. Nagrinėjamu laikotarpiu HHI mažėjo, kadangi didžiausių ūkio subjektų (Groward ir AS *Balticovo*) rinkos dalys mažėjo, kuomet mažesnių rinkos dalyvių, ypač UAB Girelės paukštynas, rinkos dalis didėjo. Kartu pastebėtina, kad pokytis dėl Koncentracijos 2020–2023 m. didėja kasmet ir būtent 2023 m. yra didžiausias ir siekia [250–500] pagal pardavimų vertę ir [250–500] pagal pardavimų apimtį. Atitinkamai, būtent didėjanti UAB Girelės paukštynas rinkos dalis nagrinėjamu laikotarpiu darė lemiamą įtaką HHI mažėjimui (kadangi lyginant su visais kitais tiekėjais, UAB Girelės paukštynas rinkos dalis padidėjo labiausiai).

Lentelė Nr. 10. Didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos HHI

Vertinimo pjūvis / metai	Pagal pardavimų vertę					Pagal pardavimų apimtį				
	2020	2021	2022	2023	2020-2023	2020	2021	2022	2023	2020-2023
Prieš Koncentraciją	3 349	3 365	2 962	2 731	3 011	3 378	3 386	2 942	2 695	3 078
Po Koncentracijos	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]									
Pokytis dėl Koncentracijos	[0-250]	[0-250]	[250–500]	[250–500]	[0-250]	[0-250]	[0-250]	[250–500]	[250–500]	[0-250]

- (112) Vertindama poveikį atitinkamoje rinkoje, Konkurencijos taryba atsižvelgia į tai, kad atitinkamoje rinkoje yra prekiaujama 2 kat. ir 3 kat. vištų kiaušiniiais, kurie yra skirstomi pagal prekės ženklą į gamintojo ir PL. Atitinkamai, Koncentracijos dalyvių ir jų konkurentų rinkos dalys įvertinamos ir šiuose siauresniuose atitinkamos rinkos segmentuose:

- (a) 3 kategorijos vištų kiaušinių (nepriklausomai nuo prekės ženklo) segmente. Kaip jau buvo nurodyta 2.1.4 dalyje, yra indikacijų, kad 2 ir 3 kategorijų kiaušiniai galėtų būti nepakeičiami pagal kainą, be to, 3 kategorijos kiaušinių kainos yra mažiausios ir ją perka kainai jautriausi vartotojai. Papildomai, kaip matyti iš žemiau pateiktos lentelės (Lentelė Nr. 11), 3 kategorijos kiaušinių dalis 2023 m. sudarė 75,4 proc. viso 2 ir 3 kategorijų bendro kiekio. Dėl šių priežasčių 3 kategorijos kiaušinių segmentas bus papildomai įvertinamas atskirai;
- (b) 2 ir 3 kategorijų PL segmente. Konkurencijos taryba įvertino tai, kad kiaušiniai yra skirstomi į gamintojo prekės ženklu ir PL prekės ženklu pažymėtus kiaušinius. Kaip jau buvo nurodyta 2.1.5 dalyje, egzistuoja tiekimo ir mažmeninių kainų skirtumai tarp gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinių, taip pat skirtumai šių segmentų konkurencinėje aplinkoje. Iš aukščiau pateiktų duomenų matyti (Lentelė Nr. 7), kad 2 ir 3 kategorijų PL segmentas 2023 m. sudarė 65,09 proc., o 2022 m. – net 75,56 proc.

<sup>65</sup> Pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] 2022 m. siekė [0–5] proc. pagal pardavimų apimtį, Iceco 2023 m. siekė [0–5] proc. pagal pardavimų apimtį

<sup>66</sup> Vadovaujantis Europos Komisijos gairių dėl Horizontalių susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės 16 punktu, bendras koncentracijos lygis rinkoje taip pat gali suteikti naudingos informacijos apie konkurencinę padėtį. Siekdama išmatuoti koncentracijos lygius, Komisija dažnai taiko *Herfindahl-Hirschman* indeksą (HHI). HHI apskaičiuojamas susumuojant visų rinkoje veikiančių įmonių individualių rinkos dalių kvadratus. HHI suteikia proporcingai didesnį svorį didesnių įmonių rinkos dalims. Nors geriausia yra įtraukti į skaičiavimą visas įmonės, informacijos apie labai mažas įmones nebuvimas nėra svarbus, nes tokios įmonės nedaro HHI didesnio poveikio. Nors absoliutinis HHI lygis gali suteikti pradinės informacijos apie rinkoje po susijungimo esantį konkurencinį spaudimą, HHI pokytis (vadinamas "delta") yra naudingas pakaitinis koncentracijos pokyčio, kurį tiesiogiai sukėlė susijungimas, rodiklis.

Dėl šių priežasčių 2 ir 3 kategorijų PL prekės ženklo kiaušinių segmentas bus papildomai įvertinamas atskirai.

- (c) 3 kategorijos PL segmente, kuris 2023 m. sudarė 64,83 proc. viso 3 kategorijos kiekio, o 2022 m. – net 80,46 proc. (Lentelė Nr. 7), be to, kaip buvo nurodyta aukščiau, tarp skirtingų segmentų egzistuoja konkurencinės aplinkos skirtumai. Galiausiai, vertinant rinkos dalyvių rinkos dalis skirtinguose segmentuose yra daroma išvada, kad Koncentracijos dalyviai yra labiausiai aktyvūs būtent šiame segmente. Dėl šių priežasčių 3 kategorijos PL prekės ženklo kiaušinių segmentas bus papildomai įvertinamas atskirai.

Lentelė Nr. 11. Ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių pardavimų atitinkamoje rinkoje pasiskirstymas pagal prekės ženklą.

Pjūvis / metai	Vertė					Apimtis				
	2020	2021	2022	2023	2020-2023	2020	2021	2022	2023	2020-2023
<b>2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai</b>	<b>19,2%</b>	<b>27,3%</b>	<b>24,3%</b>	<b>26,6%</b>	<b>24,7%</b>	<b>15,9%</b>	<b>24,2%</b>	<b>22,3%</b>	<b>24,6%</b>	<b>21,7%</b>
Branded	12,0%	17,3%	10,6%	9,5%	11,7%	9,5%	15,0%	9,2%	8,4%	10,5%
PL	7,1%	9,9%	13,7%	17,0%	12,9%	6,4%	9,2%	13,0%	16,2%	11,2%
<b>3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai</b>	<b>80,8%</b>	<b>72,7%</b>	<b>75,7%</b>	<b>73,4%</b>	<b>75,3%</b>	<b>84,1%</b>	<b>75,8%</b>	<b>77,7%</b>	<b>75,4%</b>	<b>78,3%</b>
Branded	30,9%	20,1%	14,5%	25,5%	22,5%	31,8%	20,3%	15,2%	26,5%	23,7%
PL	49,9%	52,7%	61,2%	48,0%	52,8%	52,2%	55,5%	62,5%	48,9%	54,6%

- (113) Papildomai atsižvelgiama į konkurencinio spaudimo skirtumus skirtinguose segmentuose, kadangi atitinkamoje rinkoje yra ūkio subjektų, tiekiančių kiaušinius tik tam tikruose segmentuose arba jų stiprumas juose skiriasi. Pavyzdžiui, vertinant pagal prekės ženklą, dalis ūkio subjektų, iš kurių didžiausi (turintys daugiau nei 1 proc. rinkos dalies) yra Ovostar, Iceco, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tiekia išskirtinai gamintojo prekės ženklu pažymėtus kiaušinius. Vertinant pagal vištų laikymo sąlygas, dalis ūkio subjektų (Sparnai<sup>67</sup>, Audrius Banionis) netiekia 3 kategorijos kiaušinių, kuomet kita dalis ūkio subjektų (Iceco, [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) netiekia 2 kategorijos kiaušinių. Tokių ūkio subjektų egzistavimas padidina poreikį vertinti konkurencinę aplinką ne tik atitinkamoje rinkoje, bet ir smulkesniuose jos segmentuose.
- (114) Žemiau pateikiami duomenys apie Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamas rinkos dalis 3 kategorijos vištų kiaušinių segmente (Lentelė Nr. 12). Koncentracijos dalyvių bendra 2020–2023 m. rinkos dalis šiame segmente yra didesnė nei vertinant visą atitinkamą rinką ir siekia [40–50]–[40–50] proc. pagal pardavimų vertę bei [40–50]–[40–50] proc. pagal pardavimų apimtį, o pokytis dėl Koncentracijos sudaro [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų vertę ir [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų apimtį. Pažymėtina, kad UAB Girelės paukštynas rinkos dalis 2020–2023 m. nuolat didėjo, be to, padidėjo labiausiai, lyginant su kitais rinkos dalyviais (2020 m. siekė [0–5] proc. pagal pardavimų apimtį, o 2023 m. – [5–10] proc.).
- (115) Be Koncentracijos dalyvių 3 kategorijos segmente veikia tik 3 ūkio subjektai, kurių rinkos dalis 2023 m. pagal pardavimų apimtį viršijo 5 proc. – Groward ([20–30] proc.), Audrupio paukštynas ([5–10] proc.) ir Ovostar ([5–10] proc.). Nors Ovostar rinkos dalis 2023 m. padidėjo, visgi jo konkurencinis spaudimas yra vertinamas rezervuotai, kadangi minėtas ūkio subjektas prekiauja ukrainietiškos kilmės vištų kiaušiniiais, kurie ne visais atvejais atitinka B2C klientų reikalavimus, be to, ateityje galėtų būti ribojamas jų įvežimas į ES (plačiau – (96) pastraipoje). Įvertinus visų kitų ūkio subjektų (išskyrus Iceco<sup>68</sup>) rinkos dalis matyti, kad jų rinkos dalys nagrinėjamu laikotarpiu buvo mažesnės nei 2 proc. Tai parodo, kad nagrinėjamas segmentas pasižymi aukšta koncentracija bei mažu reikšmingų dalyvių skaičiumi. Atitinkamai, Koncentracijos metu jungiasi pirmas ir ketvirtas galutiniams vartotojams skirtų

<sup>67</sup> Pastebėtina, kad Sparnai išgauna 3 kat. kiaušinius, bet netiekia jų mažmeninę prekybą vykdančioms ūkio subjektams.

<sup>68</sup> Kuris pagal Konkurencijos tarybai prieinamą informaciją prekiaavo tik 2023 m. ukrainietiškos kilmės kiaušiniiais.

3 kat. kiaušinių tiekėjai Lietuvoje. Susijungęs ūkio subjektas taptų didžiausiu rinkos dalyviu, o jo 2023 m. rinkos dalis siektų [40–50] proc. bei būtų bent 1,5 karto didesnė nei sekančio konkurento (Groward) ir bent 5 kartus didesnė nei Audrupio paukštynas.

Lentelė Nr. 12. Didmeninės narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos segmentas pagal pardavimų vertę ir apimtį

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	B2C ūkio subjektai, A klasė, 3 kat. gamintojo prekės ženklo ir PL prekės ženklo kiaušiniai							
	Vertinimas pagal pardavimų vertę				Vertinimas pagal pardavimų apimtį			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)
<b>Ūkio subjektas, kurio kontrolė įgyjama, ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
UAB Girelės paukštynas	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[5–10]
<b>Kontrolė įgyjantis ūkio subjektas ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
AS Balticovo	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[30–40]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>								
	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[40–50]
<b>Konkurentai</b>								
Groward	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[30–40]	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[20–30]
Audrupio paukštynas	[0–5]	[5–10]	[5–10]	[5–10]	[5–10]	[5–10]	[5–10]	[5–10]
Ovostar	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]
Iceco	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Oldar	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Ginkūnų paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

(116) Žemiau yra pateikiami duomenys apie Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamas rinkos dalis 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmente (Lentelė Nr. 13). Koncentracijos dalyvių bendra 2020–2023 m. rinkos dalis šiame segmente yra didesnė nei vertinant visą atitinkamą rinką ir siekia [40–50]–[50–60] proc. pagal pardavimų vertę bei [40–50]–[50–60] proc. pagal pardavimų apimtį, o pokytis dėl Koncentracijos sudaro [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų vertę ir [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų apimtį. Pažymėtina, kad UAB Girelės paukštynas pradėjo tiekti privačios etiketės prekės ženklu pažymėtus kiaušinius tik 2022 m.<sup>69</sup>, o 2023 m. jau turėjo [5–10] proc. rinkos dalies pagal pardavimų apimtį). Pažymėtina, kad per 2 metus Girelės paukštynas tapo 3-čiu pagal dydį ūkio subjektu, o jo rinkos dalis šiame segmente, lyginant su konkurentais, didėjo labiausiai.

(117) Be Koncentracijos dalyvių 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmente veikia tik 1 ūkio subjektas, kurio rinkos dalis 2023 m. pagal pardavimų apimtį viršijo 5 proc. – Groward ([40–50] proc.). Iš kitų konkurentų pažymėtinas tik Audrupio paukštynas, kurio rinkos dalis 2023 m. siekė ([0–5] proc.). Įvertinus visų kitų ūkio subjektų rinkos dalis matyti, kad jų rinkos dalis nagrinėjamu laikotarpiu buvo mažesnės nei 3 proc. Tai parodo, kad nagrinėjamas segmentas pasižymi aukšta koncentracija bei mažu reikšmingų dalyvių skaičiumi. Atitinkamai, Koncentracijos metu jungiasi pirmas ir trečias 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių tiekėjai Lietuvoje. Susijungęs ūkio subjektas taptų didžiausiu rinkos dalyviu, kurio 2023 m. rinkos dalis siektų [40–50] proc., o koncentracija šiame segmente padidėtų dar labiau (dviejų didžiausių ūkio subjektų rinkos dalis siektų [80–90] proc.).

Lentelė Nr. 13. Didmeninės ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų ir narvuose laikomų (3 kategorijos) privačios etiketės prekės ženklo vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos segmentas pagal pardavimų vertę ir apimtį

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	B2C ūkio subjektai, A klasė, 2 kat. ir 3 kat. PL prekės ženklo vištų kiaušiniai
------------------------------	---

<sup>69</sup> Būtent šiais metais pastarasis ūkio subjektas pradėjo aktyviai dalyvauti kiaušinių pirkimų konkursuose bei laimėti juos.

	Vertinimas pagal pardavimų vertę				Vertinimas pagal pardavimų apimtį			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)
<b>Ūkio subjektas, kurio kontrolė įgyjama ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
UAB Girelės paukštynas	-	-	[0–5]	[5–10]	-	-	[0–5]	[5–10]
<b>Kontrolę įgyjantis ūkio subjektas ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
AS Balticovo	[50–60]	[40–50]	[30–40]	[40–50]	[50–60]	[40–50]	[30–40]	[40–50]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>								
	[50–60]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[50–60]	[40–50]	[40–50]	[40–50]
<b>Konkurentai</b>								
Groward group	[30–40]	[40–50]	[40–50]	[40–50]	[30–40]	[40–50]	[40–50]	[40–50]
Audrupio paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[0–5]
Oldar	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[5–10]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Sparnai	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Ovostar	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

(118) Žemiau yra pateikiami duomenys apie Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamas rinkos dalis 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmente (Lentelė Nr. 14). Koncentracijos dalyvių bendra 2020–2023 m. rinkos dalis šiame segmente yra didesnė nei vertinant visą atitinkamą rinką, yra didžiausia iš visų segmentų ir siekia [40–50]–[50–60] proc. pagal pardavimų vertę bei [40–50]–[50–60] proc. pagal pardavimų apimtį, o pokytis dėl Koncentracijos sudaro [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų vertę ir [0–5]–[5–10] proc. p. pagal pardavimų apimtį. Pažymėtina, kad UAB Girelės paukštynas pradėjo tiekti PL pažymėtus 3 kategorijos kiaušinius tik 2022 m.<sup>70</sup>, o 2023 m. jau turėjo [5–10] proc. rinkos dalies pagal pardavimų apimtį. Pažymėtina, kad per 2 metus tapo UAB Girelės paukštynas tapo 3-čiu pagal dydį ūkio subjektu, o jo rinkos dalis šiame segmente, lyginant su konkurentais, didėjo labiau (pavyzdžiui, 2023 m. UAB Girelės paukštynas rinkos dalis buvo [1–1,5] kartų didesnė nei Audrupio paukštynas).

(119) Vertinant 3 kategorijos PL prekės ženklo kiaušinių konkurencinę aplinką yra daroma išvada, kad ji praktiškai nesiskiria nuo (116) pastraipoje pateikto 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo kiaušinių konkurencinės aplinkos vertinimo. Šiame segmente veikia tik 2 ūkio subjektai, kurių rinkos dalis 2023 m. viršijo 5 proc. – Groward ir Audrupio paukštynas, o įvertinus visų kitų ūkio subjektų rinkos dalis matyti, kad jų rinkos dalys nagrinėjamu laikotarpiu buvo mažesnės nei 3 proc. Šis segmentas taip pat pasižymi itin aukšta koncentracija, o Koncentracijos metu jungiasi pirmas ir trečias 3 kat. PL prekės ženklo vištų kiaušinių tiekėjai Lietuvoje. Susijungęs ūkio subjektas taptų didžiausiu rinkos dalyviu, kurio 2023 m. rinkos dalis siektų [50–60] proc. bei būtų bent 1,5 kartų didesnė nei sekančio konkurento – Groward ir bent [8–8,5] kartų didesnė nei Audrupio paukštynas, o koncentracija šiame segmente padidėtų dar labiau (dviejų didžiausių ūkio subjektų rinkos dalis siektų [80–90] proc.).

Lentelė Nr. 14. Didmeninės narvuose laikomų (3 kategorijos) privačios etiketės prekės ženklo vištų kiaušinių prekybos B2C klientams Lietuvos Respublikoje rinkos segmentas pagal pardavimų vertę ir apimtį

Rinkos dalyvis (pavadinimas)	B2C ūkio subjektai, A klasė, PL prekės ženklas, 3 kat. kiaušiniai							
	Vertinimas pagal pardavimų vertę				Vertinimas pagal pardavimų apimtį			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)	Rinkos dalis (proc.)
<b>Ūkio subjektas, kurio kontrolė įgyjama ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								

<sup>70</sup> Būtent šiais metais pastarasis ūkio subjektas pradėjo aktyviai dalyvauti kiaušinių pirkimų konkursuose bei laimėti juos.

UAB Girelės paukštynas	-	-	[0-5]	[5-10]	-	-	[0-5]	[5-10]
<b>Kontrolę įgyjantis ūkio subjektas ir su juo susiję ūkio subjektai kartu</b>								
AS Balticovo	[50-60]	[40-50]	[40-50]	[40-50]	[50-60]	[40-50]	[40-50]	[40-50]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>	[50-60]	[40-50]	[40-50]	[50-60]	[50-60]	[40-50]	[40-50]	[50-60]
<i>Konkurentai</i>								
Groward	[40-50]	[40-50]	[30-40]	[30-40]	[40-50]	[40-50]	[30-40]	[30-40]
Audrupio paukštynas	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Oldar	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Ovostar	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
<b>Bendras rinkos dydis</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

- (120) Didesnės rinkos dalys aukščiau išanalizuotuose segmentuose rodo, kad UAB Girelės paukštynas, kaip kiaušinių tiekėjo, svarba bei konkurencinis spaudimas šiuose segmentuose nurodyto laikotarpio metu didėjo daugiau nei vertinant visą didmeninės prekybos galutiniams vartotojams skirtais 2 ir 3 kategorijos vištų kiaušiniai (nepriklausomai nuo prekės ženklo).
- (121) Atsižvelgiant į tai, kad 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių tiekėjai atrenkami konkursų būdu, rinkos dalys atspindi konkursų rezultatus, kuriuose laimėtojas laimi „viską“ arba „dalį“ produkcijos, tačiau jos neparodo kitų konkursų dalyvių daromo konkurencinio spaudimo konkrečiuose konkursuose, kuriuose ir vyksta konkurencija tarp ūkio subjektų. Dėl šios priežasties didesnis poveikio vertinimo svoris yra skiriamas konkursų (tenderių) analizei, kuri yra aprašyta šio nutarimo 3.2 dalyje.
- (122) Vertinant 2020–2023 m. atitinkamos rinkos dinamiką pastebėtina, kad dar 2020–2021 m. du didžiausi ūkio subjektai rinkoje (*Balticovo AS* ir *Groward*) kartu užėmė [80–90] proc. rinkos pagal pardavimų apimtį, kuomet 2023 m. jų dalis sumažėjo iki [70–80] proc. Minėtų ūkio subjektų rinkos dalių sumažėjimas buvo dar didesnis aukščiau įvertintuose segmentuose, iš kurių labiausiai *Balticovo AS* ir *Groward* rinkos dalis sumažėjo 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmente: nuo [90–100] proc. iki [70–80] proc.<sup>71</sup> Pagrindinės priežastys, kodėl sumažėjo rinkos koncentracija bei šių ūkio subjektų rinkos dalys buvo UAB Girelės paukštynas bei Audrupio paukštynas rinkos dalių didėjimas, iš kurių labiausiai atitinkamoje rinkoje bei jos segmentuose padidėjo būtent UAB Girelės paukštynas rinkos dalis.
- (123) Galiausiai, UAB Girelės paukštynas rinkos dalis ir konkurencinis spaudimas atitinkamoje rinkoje ir jos segmentuose galėtų didėti dar labiau, atsižvelgiant į [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Kaip nurodyta (219) pastraipoje, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] UAB Girelės paukštynas rinkos dalis galėtų padidėti nuo [5–10] proc. iki [10–20] proc. (PL segmente – nuo [5–10] proc. iki [10–20] proc.), o ilguoju laikotarpiu – iki [20–30] proc. (PL segmente – iki [30–40] proc.). Plačiau – 3.5 dalyje.
- (124) Apibendrinant rinkos dalių analizę yra daroma išvada, kad susijungęs ūkio subjektas taps didžiausiu 2 ir 3 kategorijos kiaušinių prekybos rinkoje. Didesnės rinkos dalys ir didesnis poveikis yra stebimas vertinant 3 kategorijos kiaušinių segmentą bei 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo segmentuose, ypač – vertinant išskirtinai 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmentą. Po Koncentracijos sumažėtų konkurentų, darančių reikšmingą konkurencinį spaudimą rinkoje, skaičius, aukščiau nurodytose segmentuose, dėl ko kainų lygis 2 ir 3 kategorijos vištų kiaušinių prekyboje galėtų didėti.
- (125) Detalesnis poveikio privačios etiketės kiaušinių segmente vertinimas pateiktas 3.2 dalyje, kurioje atlikta PL prekės ženklo vištų kiaušinių konkursų analizė.
- (126) Atsižvelgiant į tai, kad didžiąją dalį atitinkamos rinkos užima ūkio subjektai, turintys kiaušinių gavybos pajėgumus, nagrinėjimo metu taip pat įvertintos rinkos dalys pagal rinkos dalyvių turimus

<sup>71</sup> Vertinant 2 kat. ir 3 kat. PL prekės ženklo vištų kiaušinių segmentą sumažėjimas yra nuo [90–100] proc. iki [80–90] proc.

pajėgumus. Informacija apie Koncentracijos dalyvių ir kitų rinkos dalyvių kiaušinių gavybos pajėgumus buvo surinkta dviem pjūviais: pagal išgautą kiaušinių kiekį bei laikomų vištų-dedeklių skaičių. Nors rinkos dalyvių faktinius tiekimus B2C segmentui atvaizduoja aukščiau šioje dalyje pateikiamos rinkos dalys, rinkos dydžio bei rinkos dalių įvertinimas pagal turimus pajėgumus yra svarbus, kadangi leidžia įvertinti turimų pajėgumų pasiskirstymą tarp rinkos dalyvių ir atitinkamai teorinį potencialą didinti pardavimus (kas yra aktualu koncentracijos dalyvių konkurentų galimybėms padidinti pasiūlą bei vertinant rinkos dalyvių konkurencinį spaudimą).

(127) Žemiau (Lentelė Nr. 15) pateikiami duomenys apie Koncentracijos dalyvių bei jų konkurentų užimamas rinkos dalis pagal 2020–2023 m. 2 ir 3 kategorijos kiaušinių gavybos pajėgumus, kurie įvertinami pagal narvuose ir ant kraiko laikomų vištų-dedeklių skaičių Lietuvos Respublikoje (pastebėtina, kad nėra įtraukiami AS *Balticovo* pajėgumai Latvijoje, kurie yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartų didesni negu esantys Lietuvoje). Kaip matyti iš lentelėje pateiktų skaičių, Koncentracijos dalyviai yra antras ir trečias ūkio subjektai pagal 2 ir 3 kategorijos laikomų vištų-dedeklių skaičių, o jų rinkos dalis 2023 m. sudarė [30–40] proc. Įvertinus rinkos struktūrą yra daroma išvada, kad rinka yra koncentruota, kadangi joje veikia tik 2 dideli ūkio subjektai (Groward ir AS *Balticovo*), kurių bendra pajėgumų dalis sudaro [70–80] proc., ką atvaizduoja 2023 m. HHI, kuris prieš Koncentraciją siekia 3408, o po Koncentracijos siektų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (pokytis sudaro [250–500]).

Lentelė Nr. 15. Rinkos dalyvių faktiškai laikomų 2 kat. ir 3 kat. vištų-dedeklių vidutinis metinis skaičius Lietuvos Respublikoje bei rinkos dalys pagal šį skaičių.

Ūkio subjektas / Metai	Faktiškai laikomų vištų-dedeklių vidutinis skaičius			Rinkos dalis (proc.)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
UAB Girelės paukštynas				[5–10]	[5–10]	[5–10]
AS <i>Balticovo</i> (Lietuvoje esantys)				[20–30]	[30–40]	[20–30]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>				[30–40]	[30–40]	[30–40]
Groward			[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[50–60]	[40–50]	[40–50]
Ginkūnų paukštynas				[5–10]	[0–5]	[5–10]
Audrupio paukštynas				[0–5]	[0–5]	[0–5]
Sparnai				[0–5]	[0–5]	[0–5]
Mikoliškio paukštynas				[0–5]	[0–5]	[0–5]

(128) Koncentracijos dalyvių bendra pajėgumų dalis būtų dar didesnė, jeigu būtų vertinami Taršos integruotos prevencijos ir kontrolės (toliau – TIPK) leidime<sup>72</sup> nurodytas maksimalus laikomų vištų-dedeklių skaičius, ir siektų [40–50] proc. (Lentelė Nr. 16). Pažymėtina, kad pagal Konkurencijos tarybai prieinamus duomenis tik 3 rinkos dalyviai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] turi galimybę didinti faktiškai laikomų vištų-dedeklių skaičių, kuomet kitų rinkos dalyvių faktiškai laikomas vištų skaičius jau yra artimas TIPK leidime nurodytam skaičiui [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Tai reiškia, kad artimiausiu metu rinkos dalyvių pajėgumų rinkos dalys galėtų keistis tik dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kuomet visų kitų rinkos dalyvių konkurencinis spaudimas pajėgumų apimtimi dar labiau sumažėtų. Plačiau apie rinkos dalyvių galimybę padidinti faktiškai laikomų vištų-dedeklių skaičių (t. y. vištų kiaušinių gavybos pajėgumus) yra pateikiama 3.4 dalyje, papildomai apie UAB Girelės paukštynas – 3.5 dalyje.

<sup>72</sup> TIPK leidimas yra vienas iš dokumentų, reikalingų norint pradėti vykdyti kiaušinių gavybos veiklą ir (ar) didinti veiklos apimtį. Šių leidimų sistemos tikslas yra vengti pramoninės veiklos sukeltos taršos, ją sumažinti ir, kiek įmanoma, pašalinti, todėl leidimuose yra nustatoma veiklos sąlygų sistema, apimanti poveikio aplinkos elementams kontrolę. Kiaušinių gavybos veiklos kontekste, TIPK leidimuose paukštynams yra nustatomas maksimalus pagal taršos reikalavimus leistinų laikyti vištų skaičius.

Lentelė Nr. 16. Rinkos dalyvių TIPK leidime nurodytas maksimalus laikomų vištų-dedeklių skaičius Lietuvos Respublikoje bei rinkos dalys pagal šį skaičių.

Ūkio subjektas / Metai	TIPK leidime nurodytas maksimalus laikomų vištų-dedeklių skaičius	Rinkos dalis (proc.)
UAB Girelės paukštynas	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]
AS Balticovo (Lietuvoje esantys)	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[30–40]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[40–50]
Groward	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[40–50]
Ginkūnų paukštynas	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
Audrupio paukštynas	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
Sparnai	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]
Mikoliškio paukštynas	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[0–5]

(129)Pajėgumų vertinimas ne visiškai tiksliai atspindi galimybes veikti atitinkamoje rinkoje, kadangi dalis pajėgumų yra panaudojami vertikalčiai integruotų ūkio subjektų vidinėms reikmėms – pavyzdžiui, gaminti kiaušinių produktus. Pagal surinktus duomenis matyti, kad didžiausias Koncentracijos dalyvių konkurentas 2021–2022 m. sunaudojo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visų išgautų kiaušinių savo vidinėms reikmėms (o visos rinkos mastu sunaudojimas savo vidinėms reikmėms siekė [20–30]–[20–30] proc.<sup>73</sup>), dėl ko reikia įvertinti kokia dalis išgaunamų vištų kiaušinių lieka pardavimui.

(130)Gauti rezultatai rodo (Lentelė Nr. 17), kad Koncentracijos dalyvių rinkos dalis, lyginant išgautų kiaušinių kiekį prieš ir po savo reikmėms sunaudoto kiaušinių kiekio eliminavimo, 2021 m. padidėtų nuo [30–40] proc. iki [40–50] proc., o 2022 m. – nuo [30–40] proc. iki [40–50] proc. Taigi, vertinant pajėgumų duomenis (pagal laikomų vištų-dedeklių skaičių bei pagal išgautų kiaušinių skaičių) Koncentracijos dalyvių rinkos dalys yra mažesnės bei neatvaizduoja realios padėties, o Groward pajėgumų dalis yra didesnė nei jo daromas konkurencinis spaudimas, kadangi bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] išgautų kiaušinių jis sunaudoja savo reikmėms, o ne pardavimams į rinką.

Lentelė Nr. 17. Rinkos dalyvių rinkos dalys pagal 2 kat. ir 3 kat. išgautų kiaušinių kiekį Lietuvos Respublikoje prieš ir po savo reikmėms sunaudotų kiaušinių eliminavimo

Ūkio subjektas / Metai	Pagal išgautų kiaušinių kiekį		Eliminavus savo reikmėms sunaudotą kiaušinių kiekį	
	2021	2022	2021	2022
UAB Girelės paukštynas	[5–10]	[5–10]	[10–20]	[5–10]
AS Balticovo (Lietuvoje esantys)	[20–30]	[20–30]	[30–40]	[40–50]
<b>Koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai kartu</b>	<b>[30–40]</b>	<b>[30–40]</b>	<b>[40–50]</b>	<b>[40–50]</b>
Groward	[50–60]	[40–50]	[30–40]	[30–40]
Ginkūnų paukštynas	[5–10]	[5–10]	[5–10]	[5–10]
Audrupio paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Sparnai	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Mikoliškio paukštynas	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]

(131)Vertinant pajėgumus atskirai pagal vištų laikymo sąlygas, gaunami rezultatai nežymiai skiriasi nuo bendro vertinimo:

<sup>73</sup> Informacija apie 2023 m. papildomai nebuvo renkama, kadangi palyginus Konkurencijos tarybos surinktus duomenis iš rinkos dalyvių su ŽŪMPRIS pateiktais duomenimis buvo padaryta išvada, kad skirtumai tarp duomenų yra minimalūs ir nekeistų vertinimo išvadų.

- (a) vertinant išskirtinai narvuose laikomų vištų-dedeklių skaičių bei 3 kategorijos išgautų kiaušinių kiekį Lietuvos Respublikoje (t. y. neįtraukiant 2 kategorijos)<sup>74</sup>, Koncentracijos dalyvių pajėgumų rinkos dalis beveik nesikeistų. Vertinant pagal laikomų vištų-dedeklių skaičių, Koncentracijos dalyvių 3 kategorijos pajėgumų rinkos dalis būtų nežymiai mažesnė nei 2 ir 3 kategorijos bendrai, pavyzdžiui 2022 m. 3 kategorijos pajėgumų rinkos dalies siekė [30–40] proc., o 2 ir 3 kategorijos – [30–40] proc. (Lentelė Nr. 15) Vertinant pagal išgautų kiaušinių kiekį, Koncentracijos dalyvių dalis 2 ir 3 kategorijos rinkos dalis 2022 m. siekė [30–40] proc., o išskirtinai 3 kategorijos – [30–40] proc., o atsižvelgiant į savo reikmėms sunaudotą kiaušinių kiekį – [40–50] proc. iki [50–60] proc. atitinkamai;
- (b) vertinant išskirtinai ant kraiko vištų-dedeklių skaičių bei 2 kategorijos išgautų kiaušinių kiekį Lietuvos Respublikoje (t. y. neįtraukiant 3 kategorijos), Koncentracijos dalyvių pajėgumų rinkos dalis beveik nesikeistų. Vertinant pagal laikomų vištų-dedeklių skaičių, Koncentracijos dalyvių 2 kategorijos pajėgumų rinkos dalis būtų didesnė nei 2 ir 3 kategorijos bendrai, pavyzdžiui 2022 m. 2 kategorijos pajėgumų rinkos dalis siekė [40–50] proc., o 2 ir 3 kategorijos – [30–40] proc. (Lentelė Nr. 15) Vertinant pagal išgautų kiaušinių kiekį, Koncentracijos dalyvių dalis 2 ir 3 kategorijos rinkos dalis 2022 m. siekė [30–40] proc., o išskirtinai 2 kategorijos – [30–40] proc., o atsižvelgiant į savo reikmėms sunaudotą kiaušinių kiekį – [40–50] proc. iki [40–50] proc. atitinkamai.

(132) Visi (127)–(130) pastraipose (bei su šiomis pastraipomis susijusiomis lentelėmis) pateikti Koncentracijos dalyvių pajėgumų vertinimai yra konservatyvūs, kadangi yra vertinami išskirtinai *AS Balticovo* turimi pajėgumai Lietuvos Respublikoje (t. y. nėra įtraukiami *AS Balticovo* turimi pajėgumai Latvijoje). Visgi atsižvelgiant į *AS Balticovo* turimus pajėgumus Latvijoje aukščiau pateikti vertinimai keistųsi, o Koncentracijos dalyvių pajėgumų rinkos dalis reikšmingai didėtų:

- (a) vertinant pajėgumus pagal faktiškai laikomą vištų dedeklių skaičių, Koncentracijos dalyvių bendra rinkos dalis 2021–2023 m. padidėtų nuo [30–40] – [30–40] proc. iki [60–70] – [60–70] proc., o pokytis dėl Koncentracijos sumažėtų nuo [5–10] – [5–10] proc. iki [5–10] – [5–10] proc. (t. y. sumažėtų būtent procentinė UAB Girelės paukštynas rinkos dalis, kadangi pridėjus *AS Balticovo* Latvijoje esančius pajėgumus reikšmingai padidėja bendras rinkos dydis). Vertinant TIPK leidime nurodytą maksimalų leistiną laikyti vištų-dedeklių skaičių, Koncentracijos dalyvių rinkos dalis padidėtų nuo [40–50] proc. iki [60–70] proc., o pokytis dėl Koncentracijos sumažėtų nuo [5–10] proc. iki [0–5] proc. (dėl tos pačios aukščiau paminėtos priežasties);
- (b) vertinant pajėgumus pagal išgautų kiaušinių skaičių, Koncentracijos dalyvių bendra rinkos dalis 2021 m. padidėtų nuo [30–40] proc. iki [60–70] proc., o 2022 m. – nuo [30–40] proc. iki [60–70] proc., o atsižvelgiant į savo reikmėms sunaudotą kiaušinių kiekį – nuo [40–50] proc. iki [60–70] proc. ir nuo [40–50] proc. iki [70–80] proc. atitinkamai. Pokytis dėl Koncentracijos vertinant pajėgumus pagal išgautų kiaušinių skaičių sudarytų [0–5]–[0–5] proc., o atsižvelgiant į savo reikmėms sunaudotą kiaušinių kiekį – [0–5]–[0–5] proc.

(133) Papildomai, pajėgumų rinkos dydžiui (pagal išgautų kiaušinių skaičių bei pagal laikomų vištų-dedeklių skaičių) buvo naudojami surinkti duomenys iš Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos informacinės sistemos (toliau – ŽŪMPRIS), tokiu būdu užtikrinant Konkurencijos tarybos surinktų duomenų apie rinkos dalyvių turimus pajėgumus bei pajėgumų rinkos dalių analizės patikimumą. Palyginus dvi duomenų imtis yra daroma išvada, kad skirtumai tarp analizės rezultatų naudojant skirtingus duomenų

<sup>74</sup> Pagal Konkurencijos tarybos surinktus duomenys narvuose laikomų vištų skaičius 2023 m. sudarė 68 proc. nuo bendro narvuose ir ant kraiko laikomų vištų skaičiaus, kuomet 3 kat. kiaušiniai 2021–2022 m. sudarė mažiausiai 70 proc. bendro 2 kat. ir 3 kat. išgautų kiaušinių kiekio.



šaltinius yra minimalūs, o pačios duomenų imtys yra pakankamai panašios. Dėl šios priežasties analizė pagal VI Žemės ūkio duomenų centro pateiktus duomenis nebus aprašoma detaliau.

(134) Atsiliepimuose į preliminarias išvadas nurodoma, kad Konkurencijos taryba turėtų atsižvelgti į tai, kad 3 kat. vištų kiaušinių ilgainiui neliks, dėl ko koncentracijos poveikis vertinimas įtraukiant 3 kat. kiaušinius nėra teisingas. Pasisakant dėl 2 kat. pasiūlos trūkumo yra nurodoma, kad mažmeninės prekybos veiklą vykdančiams ūkio subjektams lieka galimybė patenkinti kiaušinių poreikį 3 kategoriją atitinkančius kiaušinius įsivežant iš Ukrainos, nurodant, kad tai ne Europos Sąjungos produktas ir neteikiant Europos Sąjungoje gautam kiaušiniui reikalingos kategorijos.

(135) Konkurencijos taryba apklausė B2C rinkoje veikiančius ūkio subjektus bei kiaušinių gavybos veiklą vykdančius ūkio subjektus dėl narvuose laikomų vištų kiaušinių prekybos atsisakymo ir persiorientavimo į ant kraiko laikomų vištų kiaušinių prekybą. Apklausos rezultatai rodo, kad:

(a) 4 iš 14 Konkurencijos tarybos atsakusių mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų nurodė, kad yra priėmę sprendimą atsisakyti narvuose laikomų (3 kategorija) vištų kiaušinių pardavimo apie 2025 metus, bet pažymėjo, kad atsisakymas priklausys nuo to, ar bus pakankama ant kraiko laikomų (2 kategorijos) vištų kiaušinių pasiūla rinkoje. 5 iš 14 svarsto tokią galimybę, o 6 iš 10 atsakusių jau ėmėsi veiksmų, t. y. ieško tiekėjų, didina kitų kategorijų kiaušinių kiekį asortimente. Visgi, kaip matyti iš aukščiau pateiktų duomenų, paskutinius tris metus 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių pardavimų dalis iš esmės nesikeitė. Dauguma apklaustų ir atsakymą pateikusių mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų nurodė, kad ateityje neplanuoja didinti ukrainietiškos kilmės kiaušinių (tame tarpe ir tie, kas nurodė, kad planuotų atsisakyti 3 kat.). Be to, 1 ūkio subjektas nurodė, kad „*Ukrainietiškos kilmės kiaušinių negalime žymėti atitinkamai ES standartu, todėl pirkėjui negalėsime pagrįsti, jog Ukrainietiški kiaušiniai yra ne narvuose laikytų vištų kiaušiniai*“<sup>75</sup>.

(b) 4 iš 7 gamintojų nurodė, kad per artimiausius du metus nespės persiorientuoti iš narvuose laikomų (3 kategorijos) vištų į ant kraiko laikomas (2 kategorijos) vištas ir kaip pagrindinę to priežastį nurodė dideles finansines investicijas, kurių pareikalautų šis procesas. Taip pat pabrėžė, kad per tokį trumpą laikotarpį sukaupti lėšas, nupirkti naujas paukščių laikymo įrangas ir jas sumontuoti praktiškai yra sunkiai įgyvendinama. Be to, įvertinus ūkio subjektų 2024–2025 m. plėtrą matyti, kad kiaušinių gavybos veiklą vykdančys ūkio subjektai neatsisakys narvuose laikomų vištų – tik AS *Balticovo* narvuose laikomų vištų skaičius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst.). Vertinant ant kraiko laikomų vištų skaičių matyti, kad 4 ūkio subjektai planuoja didinti ant kraiko laikomų vištų skaičių. Tai, kad rinkos dalyviai planuoja įrengti naujas 2 kat. paukštides vietoje to, kad keistų esamas 3 kat. paukštides į 2 kat. rodo, kad kiaušinių gavybos veiklą vykdančys ūkio subjektai skeptiškai vertina planuojamą 3 kat. vištų kiaušinių atsisakymą. Galiausiai, iš Konkurencijos tarybos duomenų matyti, kad 2 kat. planuojamų išgauti kiaušinių kiekis nėra pakankamas tam, kad pilnai pakeistų šiuo metu parduodamą 3 kat. kiaušinių kiekį.

(136) Kontrolę įgyjančio ūkio subjekto teiginys, kad Koncentracijos poveikis turėtų būti vertinamas neįtraukiant 3 kat. vištų kiaušinių suponuoją, kad jis turėtų būti vertinamas atsižvelgiant į 2 kat. vištų kiaušinių konkurencinę padėtį. Visgi, savaimė 2 kat. rinkos dalių vertinimas nėra teisingas, kadangi 2 kat. segmento rinkos dydis sudarė 25 proc. viso 2 kat. ir 3 kat. rinkos dydžio, be to, tarp šių segmentų egzistuoja dideli konkurencinės aplinkos skirtumai. Atitinkamai Koncentracijos dalyvių daroma prielaida, kad 2 kat. kiaušinių segmento dydžiui padidėjus 4 kartus ir pilnai pakeitus 3 kat. kiaušinius, konkurencinė aplinka nepasikeis, yra nepagrįsta ir iš esmės prieštarauja jų pačių teiginiui dėl

<sup>75</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

persiorientavimo į 2 kategorijos kiaušinių gamybą. Pastebėtina, kad dabar didžioji dalis pajėgumų (kuriuos lemia ir turimi taršos leidimai) yra naudojami 3 kategorijos kiaušinių gamybai, o pats *AS Balticovo* [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

- (137) Atsiliepiamuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad TIPK leidime nurodyti maksimalūs pajėgumai nieko konkretaus nepasako apie rinkoje egzistuojančius gamybinius pajėgumus ir jų plėtrą. Papildomai nurodoma, kad vertinant pajėgumus Konkurencijos taryba privalo atsižvelgti į tai, kad Lietuvoje yra parduodami lenkiški ir ukrainietiški kiaušiniai. Priešingu atveju yra daromas klaidingas įspūdis, kad kiaušinius Lietuvoje parduoda tik Lietuvos gamintojai, kuomet Lietuvoje galiojantys TIPK leidimai neriboja už Lietuvos ribų esančių gamintojų tiekimo.
- (138) Nėra pagrindo sutikti su šiais argumentais. Pažymėtina, kad 2.2 dalyje yra daroma išvada, kad kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos geografinė rinka neturėtų būti brėžiama plačiau, negu Lietuvos Respublikos teritorija. Atitinkamai, Konkurencijos taryba įvertino Lietuvos kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų faktinius pajėgumus (pagal išgautų kiaušinių skaičių bei laikomų vištų skaičių) bei TIPK leidimuose nurodytą maksimalų leistiną laikyti vištų skaičių. Šiuo atveju buvo vertinama rinkos dalyvių padėtis neįtraukiant *AS Balticovo* pajėgumų Latvijoje, o vertinimas įtraukus *AS Balticovo* pajėgumus Latvijoje yra pateikiamas (132) pastraipoje. Konkurencijos taryba įvertino Lenkijos ir Ukrainos tiekėjų rinkos dalis, bet jų dinamika nesuteikia pagrindo teigti, kad jų pajėgumai turėtų būti įtraukiami į atliktą konservatyvų pajėgumų vertinimą, kadangi: 1) Lenkijos tiekėjų rinkos dalis buvo pastovi ir keitėsi 2,65–3,38 proc. intervale, o atlikta konkurencinė analizė nerodo, kad šie ūkio subjektai darytų reikšmingą konkurencinį spaudimą, 2) ukrainietiški kiaušinių tiekėjų rinkos dalis nors ir didėjo 2023 m., bet, kaip buvo nurodyta aukščiau, egzistuoja pagrįstų abejonių dėl ukrainietiškių kiaušinių konkurencinio spaudimo, be to, yra planuojama tam tikra apimtimi riboti ukrainietiškių kiaušinių importą į ES) vertinant užsienio tiekėjų rinkos dalis, į pajėgumų vertinimą turėtų būti įtraukiami būtent *AS Balticovo* Latvijoje esantys pajėgumai, kadangi *AS Balticovo* rinkos dalis reikšmingai viršija visų užsienio tiekėjų rinkos dalį. Galiausiai, Lietuvoje esančių tiekėjų galimybes padidinti pasiūlą yra įvertinamos 3.4 dalyje.
- (139) Apibendrinant yra daroma išvada, kad Koncentracijos metu jungiasi antras ir ketvirtas galutiniams vartotojams skirtų A klasės ant kraiko laikomų bei narvuose laikomų vištų kiaušinių tiekėjai Lietuvos Respublikoje, kurie siauresniuose segmentuose yra pirmas ir ketvirtas (3 kat.) arba pirmas ir trečias (2 kat. ir 3 kat. PL prekės ženklo, 3 kat. PL prekės ženklo) tiekėjai. Po koncentracijos susijungęs ūkio subjektas taptų didžiausiu rinkos dalyviu 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių prekybos rinkoje, ir rinkos koncentracija dar labiau padidėtų (o vertinant siauresnius segmentus, pavyzdžiui, 3 kat. PL prekės ženklo, po Koncentracijos susijungusio ūkio subjekto rinkos dalis viršytų 50 proc. ir būtų bent 1,5 kartų didesnė nei antro didžiausio ūkio subjekto rinkoje). Be to, UAB Girelės paukštynas buvo sparčiausiai augęs konkurentas tiek bendroje rinkoje tiek atskiruose segmentuose. Pažymėtina, kad net ir konservatyviausiu vertinimo būdu Koncentracijos dalyviai yra antras ir trečias pagal turimus pajėgumus (t. y. pagal išgautų kiaušinių skaičių bei laikomų vištų-dedeklių skaičių), o įtraukus į vertinimą *AS Balticovo* turimus pajėgumus Latvijoje – pirmas ir trečias pagal dydį (su itin aukštomis pajėgumų rinkos dalimis). Be to, UAB Girelės paukštynas turi galimybę plėsti savo turimus pajėgumus ir tokiu būdu dar labiau didinti savo pardavimus ir konkurencinį spaudimą kitiems rinkos dalyviams. Koncentracija būtų sukurta tokia situacija rinkoje, kurioje be susijungusio ūkio subjekto liktų tik vienas ūkio subjektas Groward, turintis reikšmingus ant kraiko ir narvuose laikomų vištų gamybos pajėgumus, kuris jau šiuo metu reikšmingą dalį ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.) išgautų kiaušinių sunaudoja vidinėms reikmėms. Be to, dėl Koncentracijos atsirandanti pajėgumų koncentracija neigiamai paveiktų atitinkamą rinką, kadangi pajėgumų rinka yra labai centruota, o kitų ūkio subjektų galimybes reikšmingai padidinti turimus pajėgumus yra ribotos.

### 3.2. Koncentracijos dalyvių konkurencinis artumas

- (140) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 28 punkte nurodyta, kad produktai gali būti diferencijuoti atitinkamoje rinkoje taip, kad kai kurie produktai yra artimesni pakaitalai už kitus. Kuo labiau susijungiančių įmonių produktai gali būti tarpusavyje pakeičiami, tuo didesnė tikimybė, kad susijungiančios įmonės žymiai pakels kainas. Pavyzdžiui, kai susijungia du gamintojai, siūlantys produktus, kuriuos didelis pirkėjų skaičius laiko savo pirmu ir antru pasirinkimu, tai gali sukelti žymų kainos išaugimą. Taigi faktas, kad šalių varžymasis buvo svarbus konkurencijos rinkoje šaltinis, gali būti pagrindinis veiksnys analizėje. Labiau tikėtina, kad susijungiančių įmonių noras pakelti kainas bus suvaržytas, jei konkuruojančios įmonės gamina artimus pakaitalus susijungiančių įmonių produktams, nei tada, kai jų siūlomi produktai yra mažiau artimi pakaitalai. Todėl mažiau tikėtina, kad susijungimas žymiai apribos veiksmingą konkurenciją, ypač sukurdamas ar sustiprindamas dominuojančią padėtį, jei yra aukštas produktų, kuriuos gamina susijungiančios įmonės, ir produktų, kuriuos tiekia konkuruojantys gamintojai, pakeičiamumo laipsnis.
- (141) Europos Komisija savo praktikoje įvairiais aspektais yra vertinusi konkurentų artumą. Pavyzdžiui, vartotojams skirtų pieno produktų gamintojų tarpusavio konkurencinį artumą Europos Komisija nustatė atsižvelgdama į verslo modelio ir asortimento panašumą, galimybę tiekti tiek privačia etikete, tiek gamintojo prekės ženklu pažymėtą produkciją<sup>76</sup>.
- (142) Koncentracijos nagrinėjimo metu apklausti mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai pateikė savo vertinimus dėl to, ar LIT EGG, UAB (bei su ja susijusi Latvijos įmonė *AS Balticovo*) ir UAB Girelės paukštynas yra artimi konkurentai lyginant su kitais Lietuvos ir užsienio skirtingų kategorijų A klasės kiaušinių tiekėjais pagal prekės ženklą, savybes ir kitus požymius<sup>77</sup>. Iš surinktų atsakymų matyti, kad dalis ūkio subjektų (6 iš 14) nurodė, jog Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai<sup>78</sup>. Vertinant, kurie rinkos dalyviai galėtų būti pagrindine Koncentracijos dalyvių alternatyva, daugiausiai (6 kartus) buvo paminėtas Groward (dalis (tarp jų – [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) akcentavo, kad tai yra būtent *AS Balticovo* alternatyva), Audrupio paukštynas (3 kartai) bei Oldar (2 kartai). Visi kiti tiekėjai buvo paminėti po 1 kartą. Pažymėtina, kad apklaustų ūkio subjektų nuomonės potencialiai nuvertina Koncentracijos dalyvių artumą, kadangi iš visų apklaustų ūkio subjektų tik 4 ūkio subjektai iš 14 nagrinėjamu laikotarpiu pirkė produkciją iš abiejų Koncentracijos dalyvių (2023 m. – tik 2 ūkio subjektai).
- (143) Tai, kad Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai, patvirtina jų pardavimų analizė pagal prekės ženklą ir kiaušinių kategoriją pagal vištų laikymo sąlygas.
- (144) Vertinant Koncentracijos dalyvių 2023 m. kiaušinių pardavimų paskirstymą pagal vištų laikymo sąlygas matyti, kad abu Koncentracijos dalyviai siūlo didesnę dalį 3 kategorijos kiaušinių, (Lentelė Nr. 18) – *AS Balticovo* atveju 3 kategorijos kiaušinių dalis sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (2 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., 1 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.), kuomet UAB Girelės paukštynas – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (2 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Lyginant su kitais ūkio subjektais yra daroma išvada, kad pakankamai panašiu pardavimų pasiskirstymu nepasižymi joks kitas dalyvis, išskyrus Audrupio paukštyną, kurio 3 kat. dalis sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (o 1 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Kitų ūkio subjektų (pavyzdžiui, Groward) atveju, 3 kategorijos kiaušiniai nors ir sudaro didžiąją dalį ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.), visgi santykis tarp 3 ir 2 kategorijos parduodamų kiaušinių reikšmingai skiriasi nuo Koncentracijos dalyvių (UAB Girelės paukštynas atveju [KOMERCINĖ PASLAPTIS], *AS Balticovo* atveju [KOMERCINĖ PASLAPTIS], kuomet Groward atveju – [KOMERCINĖ

<sup>76</sup> Europos Komisijos byla Nr. COMP/M.5046 – *Friesland Foods /Campina*.

<sup>77</sup> Atsakymas į 2023 m. rugpjūčio 28 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1128, 7 klausimą (tomas 32NK, tomas 33K).

<sup>78</sup> Vertinant likusius atsakymus matyti, kad 1 ūkio subjektas nurodė, kad Koncentracijos dalyviai nėra artimi konkurentai, o 7 ūkio subjektai nepateikė atsakymo (iš kurių 5 nederba su LIT EGG, UAB (ir arba) *AS Balticovo*) arba su UAB Girelės paukštynas, o likę 2 nepateikė atsakymo.).

PASLAPTIS]); lyginant su kitais tiekėjais (Ovostar, Iceco, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), šie tiekėjai yra mažiau artimi Koncentracijos dalyviams, kadangi prekiauja išskirtinai ukrainietiškos kilmės 3 kategorijos kiaušiniai, kurie nėra įprasta prekė galutiniams vartotojams<sup>79</sup>; likusių tiekėjų (Sparnai, Oldar, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) pardavimų pasiskirstymas rodo, kad jų konkurencinis spaudimas Koncentracijos dalyviams yra dar mažesnis, kadangi jie (Sparnai, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) neprekiauja arba prekiauja 3 kategorijos kiaušiniai mažesne apimtimi (Oldar), arba daugiausia prekiauja 0 ir 1 kategorijos kiaušiniai (Oldar, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), kurie net nepatenka į atitinkamos rinkos apibrėžimą.

Lentelė Nr. 18. 10 didžiausių vištų kiaušinių tiekėjų 2023 m. pardavimų pasiskirstymas B2C klientams pagal vištų laikymo sąlygas.

Ūkio subjekto pavadinimas	0 – ekologiniame ūkyje laisvai laikomų vištų kiaušiniai	1 – laisvai laikomų vištų kiaušiniai	2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai	3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai
Groward	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]			
Balticovo, AS				
Audrupio paukštynas				
Ovostar				
UAB Girelės paukštynas				
Sparnai				
Oldar				
Iceco				
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]				
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]				

- (145) Dalies ūkio subjektų pardavimų pasiskirstymas keitėsi 2020–2023 m. Pavyzdžiui, Groward 3 kategorijos dalis sumažėjo nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. (atitinkamai padidėjo 2 kategorijos pardavimai), UAB Girelės paukštynas 3 kategorijos dalis padidėjo nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Atsižvelgiant į pardavimų svyravimus bei į tai, kad šių santykių svarba priklauso nuo konkrečiais metais parduoto kiekio<sup>80</sup>, papildomai yra įvertinamas 10 didžiausių tiekėjų 2020–2023 m. pardavimų pasiskirstymas B2C klientams pagal vištų laikymo sąlygas. AS *Balticovo* atveju pardavimų pasiskirstymas reikšmingai nesiskiria – 3 kategorijos kiaušinių dalis sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2 kategorijos – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., kuomet UAB Girelės paukštynas atveju skirtumai yra didesni – 3 kategorijos kiaušinių dalis sudaro [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o 2 kategorijos – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Visgi, abiejų Koncentracijos dalyvių 3 kategorijos kiaušinių dalis buvo didesnė ir viršijo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Artimais konkurentais Koncentracijos dalyviams pagal 2020–2023 m. pardavimų pasiskirstymą galėtų būti Groward (3 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.), Audrupio paukštynas (3 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.), Ginkūnų paukštynas (3 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.) bei Ovostar (3 kat. – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Visgi vertinant 2023 m., Groward pardavimų pasiskirstymas reikšmingai pasikeitė, Ginkūnų paukštynas pardavimo apimtis sumažėjo (2023 m. nepateko į TOP-10, rinkos dalis buvo mažesnė nei 1 proc.), o Ovostar konkurencinis spaudimas yra mažesnis dėl aukščiau minėtų priežasčių.
- (146) Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai, kadangi abu prekiauja 2 ir 3 kategorijos gamintojo prekės ženklo ir PL produkcija, o PL dalis yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] didesnė nei

<sup>79</sup> Kaip matyti iš atsakymų, jie gali neatitikti B2C klientų PL konkursų kokybės reikalavimų. Be to, anot viešai prieinamos informacijos, šių kiaušinių prekyba ES bus ribojama.

<sup>80</sup> Savaiame atskirų metų pasiskirstymas gali suteikti klaidingą vaizdą, jei konkrečiais metais ūkio subjekto tiekimas buvo labai mažas absoliučiais dydžiais. Pavyzdžiui, nors UAB Girelės paukštynas 2020 m. tiekė pagrinde 2 kat. kiaušinius, tai gali neatsispindėti viso laikotarpio vertinime, kadangi 2020 m. Girelės paukštyno tiekimo apimtis buvo [10-15] kartų mažesnė nei 2023 m.

gamintojo prekės ženklo (Lentelė Nr. 19). Panašiu pardavimų pasiskirstymu pasižymi Groward ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.) bei Audrupio paukštynas<sup>81</sup> ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Dalis kitų ūkio subjektų tiekia išskirtinai gamintojo prekės ženklo arba PL produkciją (Iceco, Oldar, [KOMERCINĖ PASLAPTIS], Ginkūnų paukštynas, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), dėl ko jie yra mažiau artimi koncentracijos dalyviams, kadangi daro konkurencinį spaudimą tik viename iš prekės ženklų arba tik vienoje iš kategorijų, kadangi netiekia kitos. Galiausiai, yra ūkio subjektų, kurie tiekia daugiausia gamintojo prekės ženklo produkciją – Ovostar ir Sparnai, kurie taip pat nėra tokie pat artimi konkurentai Koncentracijos dalyviams, kaip kiti ūkio subjektai, kurių pardavimų pasiskirstymas yra panašus. Detalesnė analizė pamečiui neprieštarauja šioje pastraipoje pateiktam Koncentracijos dalyvių ir rinkos dalyvių artumo vertinimui (priešingai, tik patvirtina jį, pavyzdžiui, matyti, kad Koncentracijos dalyviai bei Groward 2020–2021 m. tiekė didesnę dalį gamintojo prekės ženklo 2 kategorijos kiaušinių, kuomet 2022–2023 m. įvyko pokytis ir 2023 m. visi trys ūkio subjektais jau tiekė didesnę dalį PL 2 kategorijos kiaušinių, o Sparnai išlaikė didesnę gamintojo prekės ženklo dalį).

Lentelė Nr. 19. 12 didžiausių tiekėjų 2023 m. 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių pardavimų pasiskirstymas B2C klientams pagal prekės ženklą.

Vištų laikymo sąlygos	2 – ant kraiko laikomų vištų kiaušiniai		3 – narvuose laikomų vištų kiaušiniai		2 kat. ir 3 kat. bendrai	
	Branded	PL	Branded	PL	Branded	PL
Prekės ženklas / Ūkio subjekto pavadinimas						
Groward						
Balticovo, AS						
Audrupio paukštynas						
Ovostar						
UAB Girelės paukštynas						
Sparnai						
Iceco						
Oldar						
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]						
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]						
Ginkūnų paukštynas						
[KOMERCINĖ PASLAPTIS]						

- (147) Atsiliepimuose į Išvadą nurodoma, kad Išvadose nėra paaiškinama, kodėl Europos Komisijos praktika, pagal kurią Europos Komisija konkurencinį artumą vertino atsižvelgdama į verslo modelį, asortimento panašumą bei galimybę tiekti PL ir gamintojo prekės ženklo produktus (t. y. *Friesland Foods /Campina*) yra aktuali nagrinėjamos Koncentracijos kontekste. Papildomai, nėra paaiškinta, kodėl Išvadose nurodytos aplinkybės yra svarbios vertinant Koncentracijos dalyvių tarpusavio konkurencinį artumą (pavyzdžiui, kiaušinių pasiskirstymas pagal prekės ženklą arba pagal vištų laikymo sąlygas). Galiausiai yra neaišku, kuo UAB Girelės paukštynas skiriasi nuo kitų „mažesnių“ kiaušinių gamintojų.
- (148) Europos Komisijos praktika, į kurią yra referuojama Išvadose, yra aktuali, kadangi abiem atvejais nagrinėjamos panašaus pobūdžio rinkos (maisto produktų gamyba ir didmeninis tiekimas) su panašiais pirkėjais (mažmeninės prekybos veiklą vykdančiais ūkio subjektais), taip pat abiejuose sprendimuose vertinamos skirtingos tų pačių produktų kategorijos. Rinkos dalyvių pasiskirstymas padeda suprasti į kurias atitinkamos rinkos segmentus ūkio subjektai orientuoja savo veiklą ir ar tuo yra panašūs, t. y. artimi vienas kitam rinkos dalyviui. Nors atitinkama rinka susideda iš 2 kat. ir 3 kat. gamintojo prekės ženklo ir PL prekės ženklo kiaušinių (priešingai, nei nurodyta atsiliepimuose), Konkurencijos taryba atsižvelgia į šių segmentų tarpusavio skirtumus ir įvertina rinkos dalyvių pajamų pasiskirstymą pagal šiuos segmentus. Surinkta informacija leidžia daryti išvadą dėl ūkio subjektų artumo, kadangi tuo atveju, jei abiejų ūkio subjektų didžiąją pajamų dalį sudaro, pavyzdžiui, 3 kat. privačios etiketės kiaušinių pardavimai, jie yra artimesni vienas kito konkurentai, nei lyginant su ūkio subjektais, kurių

<sup>81</sup> Šis ūkio subjektas netiekia 2 kategorijos kiaušinių, o 3 kat. kiaušinių gamintojo prekės ženklo ir PL santykis yra didesnis nei pas Koncentracijos dalyvius.

didžiąją dalį pardavimų sudaro 2 kat. gamintojo prekės ženklo kiaušinių pardavimai. Pastebėtina, kad Atsiliepimuose į Išvadas nėra pateikta jokių paaiškinimų, kodėl minėti kriterijai nėra aktualūs artumui tarp ūkio subjektų nustatyti. Atitinkamai, šio Nutarimo (143)–(146) pastraipose yra atliekama visų rinkos dalyvių pajamų pasiskirstymo pagal nurodytus segmentus analizė iš kurios matyti, kad *AS Balticovo* turi daugiau panašumų būtent su UAB Girelės paukštynas, nei su kitais ūkio subjektais.

- (149) Be to, nors Atsiliepimuose ir yra pasisakoma dėl atskirų artumo vertinimo kriterijų, pažymėtina, kad Konkurencijos tarybos atliktos analizės išvada yra daroma vadovaujantis įrodymų visuma.
- (150) Koncentracijos dalyviai yra artimi konkurentai, kadangi abu turi galimybę plėstis, t. y. didinti savo turimą laikomų vištų skaičių ir, atitinkamai, kiaušinių gavybos pajėgumus. Trumpuoju laikotarpiu (iki 2025 m. pabaigos) LIT EGG, UAB [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>82</sup>. Ilguoju laikotarpiu abu ūkio subjektai galėtų padidinti šiuo metu laikomą faktinį vištų skaičių iki TIPK leidime nurodyto maksimalaus. Pagal Koncentracijos dalyvių pateiktus duomenis, LIT EGG, UAB turi leidimą laikyti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. vištų-dedeklių (šiuo metu vidutiniškai laiko apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst.), o UAB Girelės paukštynas – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių (šiuo metu vidutiniškai laiko apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst.). Atitinkamai, ilguoju laikotarpiu abu Koncentracijos dalyviai galėtų padidinti savo turimus kiaušinių gavybos pajėgumus daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be Koncentracijos dalyvių plėtrą trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu yra nusimatęs [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o ilguoju laikotarpiu galėtų padidinti iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Pažymėtina, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS], esantys Lietuvoje nėra nusimatę didinti kiaušinių gavybos (arba kiaušinių, skirtų B2C sektoriui) dalies trumpuoju laikotarpiu, kuomet ilguoju laikotarpiu tik 2 ūkio subjektai nurodė, kad planuotų kreiptis dėl naujo TIPK leidimo gavimo. Atitinkamai, Koncentracijos dalyviai ir Groward yra artimesni vienas kito konkurentai, lyginant su kitais kiaušinių gavybos veiklą vykdančiais ūkio subjektais, kadangi kiti ūkio subjektai dar net nėra gavę TIPK leidimo, kurio pagrindu galėtų didinti pajėgumus trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu. Detalesnė informacija apie visų rinkos dalyvių ateities plėtrą yra pateikiama šio nutarimo 3.5 dalyje.
- (151) Kaip aprašyta toliau, pagal Konkurencijos tarybai prieinamus duomenis, Koncentracijos dalyviai yra du iš penkių pagrindinių ūkio subjektų, dalyvavusių 2021–2023 m. skelbtuose konkursuose dėl galutiniams vartotojams skirtų privačia etikete pažymėtų 2 ir 3 kategorijos vištų kiaušinių tiekimo.
- (152) Kaip jau buvo nurodyta, rinkos dalių vertinimas rinkoje, kurioje tiekėjai yra parenkami konkurso būdu, neparodo konkursų dalyvių tarpusavio konkurencijos, o išskirtinai rinkos dalių vertinimas gali suponuoti klaidingą išvadą apie konkurso dalyvio konkurencinį spaudimą kitiems konkurso dalyviams. Atsižvelgiant į tai, Koncentracijos nagrinėjimo metu buvo atlikta 2020–2023 m. galutiniams vartotojams skirtų 2 ir 3 kategorijos PL kiaušinių konkursų analizė.
- (153) Mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai (Maxima, Lidl, IKI, Rimi, Norfa) pateikė informaciją apie 118 galutiniams vartotojams skirtų PL konkursų (tenderių) Lietuvoje dėl skirtingų (pagal kiaušinių svorio kategoriją bei prekės ženklo pavadinimą) 2 ir 3 kategorijos kiaušinių (2 kat. – 34, 3 kat. – 84) pirkimų, kurie vyko 2021–2023 m.
- (154) Analizuojant Konkurencijos tarybai pateiktus duomenis, buvo vertinama konkursų dalyvių dalyvavimo dažnumas, rinkos dalyvių dalyvavimo įtaką vienas kito tikimybei laimėti bei pralaimėti konkurse, kaip dažnai konkursų dalyviai teikdavo antrą ir trečią geriausią kainos pasiūlymą bei kiek procentų skyrėsi konkursų dalyvių tiekiami kainų pasiūlymai. Be to, pagal Konkurencijos tarybos surinktus duomenis matyti, kad dalyje konkursų kiaušinių pirkimai vyksta ne iš geriausią kainą pateikusių ūkio subjekto (laimėtojo) arba ne tik iš jo, bet ir kitų ūkio subjektų, kadangi:
- (a) konkursą laimėjęs ūkio subjektas negali pateikti viso konkurse nurodyto kiekio. Tokiu atveju iš šio ūkio subjekto produkcija gali būti visiškai neperkama arba pirkimai

<sup>82</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

konkrečiame konkurse gali vykti pagal tiekėjų pasiūlymų eilę, kuomet dalis konkurse nurodyto kiekio yra perkama iš konkurso laimėtojo, kita dalis – iš 2-os vietos ir t.t.<sup>83</sup>;

- (b) konkursą organizavęs ūkio subjektas atmeta geriausią kainos pasiūlymą dėl tiekėjo patikimumo, galimybės užtikrinti konkurse nurodytą kiekį arba kokybės reikalavimų (plačiau – (188) pastraipoje).

(155) Kaip aprašyta toliau, pagal Konkurencijos tarybai prieinamus duomenis, Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai, kurie dalyvavo 2021–2023 m.<sup>84</sup> skelbtuose galutiniams vartotojams skirtų privačia etikete pažymėtų kiaušinių konkursuose.

(156) Žemiau pateiktoje lentelėje (Lentelė Nr. 20) yra pateikti duomenys apie 8 iš 12 dažniausiai 2021–2023 m. mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose dalyvaujančius tiekėjus. Dažniausiai konkursuose dalyvauja Groward ([80–90] proc.) bei *AS Balticovo* ([70–80] proc.). Kiti rinkos dalyviai konkursuose dalyvavo rečiau. Audrupio paukštynas, pateikė pasiūlymus [20–30] proc. konkursų, Oldar – [20–30] proc., o UAB Girelės paukštynas – [20–30] proc. Ūkio subjektai, kurie sudalyvavo 10–20 proc. visų konkursų yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.) ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.). Visų kitų konkursų dalyvių dalyvavimo dalis buvo mažesnė nei [10–20] proc., iš kurių pažymėtinas yra tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([5–10] proc.) kadangi dalyje konkursų pateikė žemiausią kainą.

Lentelė Nr. 20. Rinkos dalyvių dalyvavimo visuose konkursuose duomenys

	Balticovo AS	UAB Girelės paukštynas	Groward	Audrupio paukštynas	Oldar	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Konkursų, kuriuose dalyvavo ūkio subjektas, skaičius:	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]							
Dalis nuo visų konkursų (%)	[70–80]	[20–30]	[80–90]	[20–30]	[20–30]	[10–20]	[10–20]	[5–10]
Konkursų, kuriuos laimėjo ūkio subjektas, skaičius:	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]							
Laimėtų konkursų dalis nuo visų:	[20–30]	[10–20]	[30–40]	[10–20]	[0–5]	[0–5]	[0–5]	[0–5]
Laimėtų konkursų dalis nuo tų, kur dalyvavo:	[20–30]	[70–80]	[40–50]	[70–80]	[0–5]	[20–30]	[10–20]	[20–30]

(157) Vertinant, kaip dažnai abu Koncentracijos dalyviai dalyvavo tuose pačiuose konkursuose, UAB Girelės paukštynas dalyvavo [20–30] proc. visų konkursų, kuriuose dalyvavo *AS Balticovo*, o *AS Balticovo* dalyvavo 100 proc. visų konkursų, kuriuose dalyvavo UAB Girelės paukštynas. Taigi visuose konkursuose, kuriuose dalyvavo UAB Girelės paukštynas, dalyvavo ir *AS Balticovo*, kas parodo, kad koncentracijos dalyvių tarpusavio konkurencinis spaudimas yra nevienodas ir priklauso nuo to, ar UAB Girelės paukštynas dalyvavo konkretaus prekybos tinklo organizuojamuose konkursuose.

(158) Vertinant rinkos dalyvių laimėjimų konkursuose dalį yra svarbu atsižvelgti į tai, ar konkrečiame konkurse yra prieinami duomenys tik apie konkurso laimėtoją, ar ir kitų rinkos dalyvių kainų pasiūlymus. Pavyzdžiui, vertinant rinkos dalyvių laimėjimo dalį (Lentelė Nr. 20) neatsižvelgiant į tai, ar ūkio subjektas dalyvavo konkurse vienas (arba ar yra prieinami kitų dalyvių kainų pasiūlymai), Groward laimėjimo dalis<sup>85</sup> sudaro [40–50] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ

<sup>83</sup> Išanalizavus Lietuvoje veikiančių kiaušinių gavybos veiklą vykdančių rinkos dalyvių gamybinius pajėgumus daroma išvada, kad patenkinti konkretaus B2C ūkio subjekto konkursuose nurodytą kiekį gali tik 2 ūkio subjektai – Groward ir *AS Balticovo*, kuomet visų kitų Lietuvoje esančių tiekėjų pajėgumų neužtektų B2C klientų PL kiaušinių paklausai patenkinti. Atitinkamai, kai konkursą laimi kiti, nei du aukščiau nurodyti tiekėjai, iš laimėtojų yra perkamas visas įmanomas kiekis (t. y. tiek, kiek laimėjęs ūkio subjektas gali pateikti konkrečiu laikotarpiu), o likusi dalis – iš kitų ūkio subjektų (dėl ko įprastai reikšminga kiaušinių dalis ([70–80]proc.) visada yra perkama iš Groward ir *AS Balticovo*).

<sup>84</sup> UAB Girelės Paukštynas konkursuose pradėjo dalyvauti 2021 m. pabaigoje, o pirmus PL kiaušinių tiekimus pradėjo vykdyti 2022 m.

<sup>85</sup> Šiuo atveju laimėjimo dalis yra suprantama kaip „geriausios kainos konkursuose pateikimo“ dalis.

PASLAPTIS]), *AS Balticovo* – [20–30] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o atsižvelgiant – Groward atveju sumažėja iki [20–30] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o *AS Balticovo* – iki [10–20] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Atitinkamai, vertinant ūkio subjektų laimėtų konkursų dalį toliau bus atsižvelgiama, ar ūkio subjektas dalyvavo konkurse vienas (ir ar buvo prieinami kitų dalyvių kainų pasiūlymai), kadangi tai tiksliau atspindi konkurencinį spaudimą (Lentelė Nr. 21). Tokiu būdu didžiausias laimėjimo dalis konkursuose, kuriuose dalyvavo bent 2 ūkio subjektai, turi UAB Girelės paukštynas – [70–80] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) ir Audrupio paukštynas – [70–80] proc. ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Šių ūkio subjektų laimėjimo dalis nepriklauso nuo to, ar yra atsižvelgiama į tai, ar konkursuose dalyvavo tik vienas rinkos dalyvis, kadangi pagal Konkurencijos tarybai prieinamą informaciją minėti ūkio subjektai nedalyvavo vieni. Vertinant kitus ūkio subjektus (Oldar, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) pažymėtina, kad nei vienas iš jų nelaimėjo daugiau nei 5 konkursų, kas atspindi ir jų laimėtų konkursų dalyje (nuo tų, kur dalyvavo ne vieni), kadangi pastaroji neviršija 30 proc.

Lentelė Nr. 21. Rinkos dalyvių dalyvavimo konkursuose, kuriuose dalyvavo bent 2 ūkio subjektai, duomenys

	Balticovo AS	UAB Girelės paukštynas	Groward	Audrupio paukštynas	Oldar	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]
Konkursų, kuriuose ūkio subjektas dalyvavo ne vienas, skaičius:	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]							
Dalis nuo visų tokių konkursų (%)	[90–100]	[30–40]	[90–100]	[30–40]	[30–40]	[20–30]	[20–30]	[10–20]
Konkursų, kuriuos laimėjo ūkio subjektas, kai dalyvavo ne vienas, skaičius:	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]							
Laimėtų konkursų dalis nuo visų tokių konkursų:	[10–20]	[20–30]	[20–30]	[20–30]	[0–5]	[5–10]	[0–5]	[0–5]
Laimėtų konkursų dalis nuo tų, kur dalyvavo ne vienas:	[10–20]	[70–80]	[20–30]	[70–80]	[0–5]	[20–30]	[10–20]	[20–30]

(159) Atkreiptinas dėmesys, kad laimėtų konkursų dalis praktiškai visais atvejais neatitinka rinkos dalyvių rinkos dalies vertinant 2 ir 3 kategorijos PL kiaušinių segmentą. Vertinant didžiausių ūkio subjektų 2021–2023 m. rinkos dalį bei laimėjimo dalį, *AS Balticovo* atveju skirtumas yra pakankamai reikšmingas ir sudaro apie [20–30] proc. (rinkos dalis siekia [40–50] proc., o laimėjimo dalis – [20–30] proc.), kuomet Groward atveju beveik nesiskiria (rinkos dalis siekia [40–50] proc., o laimėjimų dalis – [30–40] proc.). Didžiausi skirtumai pasireiškia vertinant UAB Girelės paukštynas ir Audrupio paukštyną, kadangi jų konkursų laimėjimo dalis (nuo visų konkursų) siekia [10–20] proc. ir [10–20] proc., kuomet jų rinkos dalis pagal kiekį nurodyto laikotarpio metu neviršija 5 proc. Atitinkamai, šiuo atveju rinkos dalys nerodo tikro šių ūkio subjektų konkurencinio spaudimo, kadangi jų laimėjimo dalis reikšmingai viršija jų rinkos dalį, o skirtumas tarp laimėjimų ir rinkos dalies yra paaiškinamas tuo, kad abu ūkio subjektai turi ribotus gamybos pajėgumus. Atitinkamai, net ir laimėjus konkursą, jie tiekia tik dalį konkurse nurodyto kiekio, kuomet likusią dalį įprastai tiekia Groward ir (arba) *AS Balticovo* (plačiau – (154)(a) pastraipoje). Be to, UAB Girelės paukštynas vis dažniau dalyvauja PL konkursuose dėl 2 kat. ir 3 kat. vištų kiaušinių tiekimo, dėl ko jos rinkos dalis didėja (2023 m. [5–10] proc.) ir, atitinkamai, artėja prie jos laimėjimų dalies.

(160) Kaip matyti iš žemiau pateiktos lentelės (Lentelė Nr. 22), UAB Girelės paukštynas dalyvavimas PL konkursuose mažina *AS Balticovo* tikimybę laimėti. UAB Girelės paukštynas dalyvaujant konkurse dėl tų pačių PL kiaušinių tiekimo, *AS Balticovo* tikimybė laimėti siekė 0 proc., o nedalyvaujant UAB Girelės paukštynas – 25 proc. Nustatyti, ar *AS Balticovo* dalyvavimas turėjo įtakos UAB Girelės paukštynas tikimybei laimėti tiekimą PL kiaušiniams nėra įmanoma, kadangi visais atvejais, konkurse dalyvaujant UAB Girelės paukštynas, tame pačiame konkurse dalyvavo ir *AS Balticovo*. Visgi šiuo atveju pažymėtina, kad UAB Girelės paukštynas laimėjimo dalis esant *AS Balticovo* ir taip buvo aukšta ([60–



70] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejų). Vertinant Koncentracijos dalyvių laimėjimo dalį esant kitiems rinkos dalyviams gaunama, kad AS *Balticovo* laimėjimų dalis esant Groward, Audrupio paukštynas, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo mažesnė nei jiems nesant, kuomet UAB Girelės paukštynas laimėjimo dalis buvo didesnė, nesant Audrupio paukštynas, Oldar ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Vadovaujantis šia analize, artimi AS *Balticovo* konkurentai yra Groward. UAB Girelės paukštynas ir Audrupio paukštynas, kuomet artimi UAB Girelės paukštynas konkurentai yra Audrupio paukštynas, AS *Balticovo* ir Groward (atsižvelgiant visumoje į dalyvavimo dažnumą bei laimėjimų dalį).

(161) Vertinant Koncentracijos dalyvių pralaimėjimus konkretiems ūkio subjektams matyti, kad UAB Girelės paukštynas daro reikšmingą konkurencinį spaudimą AS *Balticovo*. Ši išvada yra daroma atsižvelgiant į tai, kad AS *Balticovo* daugiausiai konkursų pralaimėjo Audrupio paukštynas ([30–40] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), UAB Girelės paukštynas ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) bei Groward ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Visgi vertinant tarpusavio dalyvavimo atvejus, AS *Balticovo* pralaimėjo Audrupio paukštynas [70–80] proc. atvejų ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]), UAB Girelės paukštynas – [60–70] proc. atvejų ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o Groward – tik [20–30] proc. atvejų ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Vertinant iš UAB Girelės paukštynas pusės matyti, kad pralaimėjimų AS *Balticovo* ir Groward nebuvo, o daugiausiai UAB Girelės paukštynas pralaimėjo Audrupio paukštynas ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejai, kas yra [70–80] proc. nuo visų UAB Girelės paukštynas pralaimėjimų ir [30–40] proc. nuo visų kartų, kai dalyvavo kartu su Audrupio paukštynas). UAB Girelės paukštynas taip pat pralaimėjo 1 kartą [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir Ovostar<sup>86</sup>. Taigi, pagal šios analizės rezultatus matyti, kad UAB Girelės paukštynas yra 2-as pagal dažnumą ūkio subjektas, kuriam AS *Balticovo* pralaimi konkursuose.

Lentelė Nr. 22. Koncentracijos dalyvių laimėjimo dalies vertinimas dalyvaujant kitiems rinkos dalyviams

	AS Balticovo	UAB Girelės Paukštyna s	Groward	Audrupio paukštyna s	Oldar	[KOMER CINĖ PASLAPT IS]	[KOMER CINĖ PASLAPT IS]	[KOMER CINĖ PASLAPT IS]
Kiek kartų AS <i>Balticovo</i> dalyvavo su kitu ūkio subjektu	[KOMERCINĖ PASLAPTIS] <sup>87</sup>							
Kiek kartų AS <i>Balticovo</i> nedalyvavo su kitu ūkio subjektu								
Kiek kartų laimėjo AS <i>Balticovo</i> , esant konkurentui								
Kiek kartų laimėjo AS <i>Balticovo</i> , nesant konkurentui								
Kokia dalį konkursų pralaimėjo AS <i>Balticovo</i> konkrečiam konkurentui								
Kokią dalį konkursų laimėjo AS <i>Balticovo</i> , esant konkurentui		[0–5]	[10–20]	[0–5]	[20–30]	[0–5]	[0–5]	[70–80]
Kokią dalį konkursų laimėjo AS <i>Balticovo</i> , nesant konkurentui		[20–30]	[50–60]	[30–40]	[10–20]	[20–30]	[20–30]	[5–10]
Kokią dalį konkursų pralaimėjo AS <i>Balticovo</i> dalyvaujant su konkurentu		[60–70]	[20–30]	[70–80]	[0–5]	[20–30]	[5–10]	[20–30]
Kokią dalį visų pralaimėtų AS <i>Balticovo</i> konkursų sudaro pralaimėjimai konkurentui		[20–30]	[20–30]	[30–40]	[0–5]	[5–10]	[0–5]	[0–5]

<sup>86</sup> UAB Girelės paukštynas (ir AS *Balticovo*) pralaimėjo Ovostar, kuris 1 konkurse pasiūlė geresnę kainą. Visgi pagal minėto konkurso rezultatus iš jo nebuvo perkama produkcija, kadangi konkursą organizavusiam ūkio subjektui netiko kokybė. [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>87</sup> 1 kartą UAB Girelės paukštynas ir AS *Balticovo* pasiūlė identišką kainą, bet pagal Konkurencijos tarybos turimus duomenis pagal nurodyto konkurso rezultatus iš UAB Girelės paukštynas PL kiaušiniai nebuvo perkami.

Kiek kartų UAB Girelės paukštynas dalyvavo su kitu ūkio subjektu	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]							
Kiek kartų UAB Girelės paukštynas nedalyvavo su kitu ūkio subjektu								
Kiek kartų laimėjo UAB Girelės paukštynas, esant konkurentui								
Kiek kartų laimėjo UAB Girelės paukštynas, nesant konkurentui								
Kokia dalį konkursų pralaimėjo UAB Girelės paukštynas konkrečiam konkurentui								
Kokią dalį konkursų laimėjo UAB Girelės paukštynas, esant konkurentui	[60–70]		[70–80]	[40–50]	[60–70]	[60–70]	[80–90]	Tokių atvejų nebuvo
Kokią dalį konkursų laimėjo UAB Girelės paukštynas, nesant konkurentui	Tokių atvejų nebuvo		Tokių atvejų nebuvo	[90–100]	[70–80]	[70–80]	[60–70]	[70–80]
Kokią dalį konkursų pralaimėjo UAB Girelės paukštynas esant konkurentui	[0–5]		[0–5]	[30–40]	[0–5]	[10–20]	[0–5]	Tokių atvejų nebuvo
Kokią dalį visų pralaimėtų UAB Girelės paukštynas konkursų sudaro pralaimėjimai konkurentui	[0–5]		[0–5]	[70–80]	[0–5]	[10–20]	[0–5]	[0–5]

(162)Prieš detalizuojant Koncentracijos dalyvių tarpusavio dalyvavimo konkursuose analizės rezultatus pažymima, kad, kaip jau buvo minėta, UAB Girelės paukštynas pradėjo dalyvauti PL konkursuose 2021 m. III-IV ketv., o faktiškai (pagal turimus duomenis) tiekti PL produkciją pradėjo tik 2022 m. Be to, UAB Girelės paukštynas dalyvavo tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] konkursuose. Tai, kad Koncentracijos dalyviai susitiko tik vieno ūkio subjekto organizuojamuose konkursuose nereiškia, kad tolimesnė tarpusavio analizė yra neinformatyvi, kadangi minėto ūkio subjekto pirkimai 2021–2023 m. sudarė [40–50] proc. visų PL pirkimų Lietuvos Respublikoje<sup>88</sup>. Galiausiai, kaip jau buvo minėta, mažesnius gamybinius pajėgumus turintys ūkio subjektai negalėtų užtikrinti net ir dalies PL konkursus organizuojančių ūkio subjektų pirkimo kiekių, dėl ko yra natūralu, kad jie dalyvauja tik dalies B2C segmento ūkio subjektų organizuojamuose PL konkursuose. Tai yra aktualu UAB Girelės paukštynas atveju, kadangi minėtas ūkio subjektas nurodė, kad svarstyty dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose tuo atveju, jei turėtų didesnę produkcijos kiekį<sup>89</sup>.

(163)Koncentracijos dalyvių tarpusavio dalyvavimo konkursuose analizė rodo, kad Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai. Tais atvejais, kuomet *AS Balticovo* laimėdavo konkursus, antroje vietoje buvo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([50–60] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Groward ([40–50] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) ir Oldar ([5–10] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), trečioje vietoje – Groward ([30–40] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Oldar ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([10–20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o ketvirtoje vietoje – Oldar ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Groward ([5–10] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([5–10] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Vertinant atvejus, kuomet UAB Girelės paukštynas laimėdavo konkursus, antroje vietoje buvo Groward ([40–50] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Audrupio paukštynas ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), *AS Balticovo* ([10–20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([5–10] proc., po [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), trečioje vietoje – *AS Balticovo* ([50–60] proc., [KOMERCINĖ

<sup>88</sup> 2020 m. nėra įtraukiami, kadangi yra vertinama konkursų imtis nuo 2021 m. Jeigu nebūtų įtraukiami ir 2021 m. (kadangi UAB Girelės paukštynas dar netiekė PL kiaušinių), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

<sup>89</sup> 2023 m. lapkričio 7 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB Girelės paukštynas protokolas (tomas 28NK, b. l. 10).

PASLAPTIS]), Groward ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Audrupio paukštynas ([10–20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([5–10] proc., po [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), o ketvirtoje vietoje – Groward ([30–40] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), AS *Balticovo* ([20–30] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([10–20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]), Oldar ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ([5–10] proc., po [KOMERCINĖ PASLAPTIS]). Taigi, tais atvejais, kuomet UAB Girelės paukštynas laimėdavo konkursus, AS *Balticovo* pasiūlymai buvo 2-oje, 3-ioje bei 4-oje vietoje, kas yra ypatingai svarbu, turint omeny, kad šių konkursų metu produkcija buvo perkama iš kelių ūkio subjektų, pasiūliusių geriausias kainas.

(164) Nors Koncentracijos dalyvių pasiūlymai buvo artimiausi tik 3 atvejais (kas sudaro [10–20] proc. nuo visų atvejų, kai dalyvavo abu Koncentracijos dalyviai ir [0–5] proc. nuo atvejų, kai dalyvavo 2 ir daugiau dalyvių), šiuo atveju yra aktualu įvertinti ir tuos atvejus, kuomet UAB Girelės paukštynas pasiūlymas buvo geresnis nei AS *Balticovo*, o AS *Balticovo* pasiūlymas buvo geresnis nei Groward<sup>90</sup>. Tai yra svarbu, kadangi UAB Girelės paukštynas dalyvavo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] konkursuose<sup>91</sup>, kur kiaušinių pirkimai vyksta pagal geriausių pasiūlymų eilę<sup>92</sup>. Atsižvelgiant į tai, kad visi ūkio subjektai, išskyrus AS *Balticovo* ir Groward negali patenkinti [KOMERCINĖ PASLAPTIS] (kuomet nei vienas apskritai negali patenkinti viso B2C sektoriaus paklausos) PL kiaušinių paklausos konkurencingomis kainomis, po Koncentracijos UAB Girelės paukštynas galės siūlyti didesnes kainas (pavyzdžiui, artimas AS *Balticovo*) ir tuomet [KOMERCINĖ PASLAPTIS] vis tiek pirktų šį kiekį, kadangi geriausias kainas siūlantys ūkio subjektai (pavyzdžiui, Audrupio paukštynas) negalėtų užtikrinti viso reikiamo kiekio. Vienintelis atvejis, kuomet ši tiesioginės žalos teorija galėtų neįvykti būtų atvejais, kuomet Groward kainos pasiūlymas yra geresnis už AS *Balticovo* bei Groward galėtų padidinti pasiūlą. Visgi, tai nepasitvirtina iš surinktų duomenų, kadangi pagal konkursų duomenis matyti, kad iš AS *Balticovo* yra perkami kiaušiniai net tuo atveju, kai Groward kaina yra mažesnė. Atitinkamai, neigiamas Koncentracijos poveikis galėtų pasireikšti absoliučiai daugumoje atvejų ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]), kai UAB Girelės paukštynas dalyvavo konkursuose arba [40–50] proc. atvejų ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>93</sup>), jeigu būtų daroma prielaida, kad Groward gali padidinti pasiūlą. Atitinkamai, po Koncentracijos UAB Girelės paukštynas galėtų padidinti savo kainas iki AS *Balticovo* lygio (arba maksimaliai priartinti jas), kas savaime reikštų neigiamą Koncentracijos poveikį.

(165) Taigi, iš konkursų analizės rezultatų yra gaunama, kad žala atitinkamos rinkos PL vištų kiaušinių segmente po Koncentracijos galėtų pasireikšti dviem būdais:

- (a) UAB Girelės paukštynas neturėtų paskatų konkuruoti kaina ir galėtų padidinti savo kainas iki AS *Balticovo* lygio (arba maksimaliai priartinti jas), o kadangi kitų ūkio subjektų, siūlančių geriausias kainas, galimybės padidinti pasiūlą yra ribotos, tai reikštų tiesioginį neigiamą koncentracijos poveikį;
- (b) UAB Girelės paukštynas nedalyvaujant konkursuose galėtų sumažėti bendras kainų spaudimas kitiems konkurso dalyviams, kadangi UAB Girelės paukštynas siūlo konkurencingas kainas (ką patvirtina tai, kad jis laimėjo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] konkursų) dėl ko bendras kainų lygis konkursuose didėtų. Tai patvirtina 2 konkursus

<sup>90</sup> UAB Girelės paukštynas kaina < AS *Balticovo* kaina < Groward kaina.

<sup>91</sup> Kurie sudaro bent 50 proc. visos imties, kadangi [KOMERCINĖ PASLAPTIS] organizuoja konkursus kas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mėn., priklausomai nuo situacijos rinkoje.

<sup>92</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. 2023 m. rugsėjo 15 d. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] el. laiškas Konkurencijos tarybai [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>93</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejai, kai Koncentracijos dalyviai buvo artimiausi ir dar [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejai, kai UAB Girelės paukštynas kaina buvo geresnė nei AS *Balticovo*, o AS *Balticovo* kaina geresnė nei Groward.

organizuojančių ūkio subjektų (iš 5) nuomonės: [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>94</sup> bei [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>95</sup>.

- (166) Galiausiai, UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei potenciali plėtra ilguoju laikotarpiu dar labiau padidintų neigiamą Koncentracijos poveikį, kadangi UAB Girelės paukštynas galėtų didinti pardavimų apimtį [KOMERCINĖ PASLAPTIS] organizuojamuose konkursuose bei dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose (plačiau – (216)(f) pastraipoje), dėl ko UAB Girelės paukštynas konkurencinis spaudimas didėtų dar labiau.
- (167) Tai, kad UAB Girelės paukštynas siūlomos konkursuose kainos yra mažesnės nei *AS Balticovo* patvirtina ne tik aukščiau nurodyta laimėjimo dalis pagal geriausių pasiūlymo eilę, bet ir konkursų metu pateiktų kainų analizė bei kasmėnesinių PL kiaušinių pirkimų duomenys atskirų produktų lygmeniu (t. y. analizuojant ne bendrai nupirktą kiekį kas mėnesį, bet atskirai kiekvieno unikalios kiaušinio produkto (toliau – SKU<sup>96</sup>) pirkimus):
- (168) Kaip matyti iš žemiau lentelėje pateiktų duomenų (Lentelė Nr. 23), vertinant tų pačių konkursų metu pateiktas kainas, UAB Girelės paukštynas kainos [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejų iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo vidutiniškai (neatsižvelgiant į pirkimo kiekius<sup>97</sup>) [0–5] proc. mažesnės nei 2-o geriausių kainą pateikusių rinkos dalyvio, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejais iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo [5–10] proc. didesnės ir 3 atvejais nesiskyrė nuo geriausio pasiūlymo. *AS Balticovo* atveju, tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejų iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo [0–5] proc. mažesnės, nei 2-o geriausių kainą pateikusių rinkos dalyvio, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atvejais iš [KOMERCINĖ PASLAPTIS] buvo [5–10] proc. didesnės ir 8 atvejais nesiskyrė nuo geriausio pasiūlymo.

Lentelė Nr. 23. Koncentracijos dalyvių kainų pasiūlymų, teiktų konkursuose, analizė

Koncentracijos dalyvis	AS Balticovo			UAB Girelės Paukštynas		
	Atvejų skaičius	Kainos skirtumas (Eur, be PVM)	Kainos skirtumas (proc.)	Atvejų skaičius	Kainos skirtumas (Eur, be PVM)	Kainos skirtumas (proc.)
Didesnė už žemiausią konkurso kainą	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[5–10]
Mažiausia kaina konkurse	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	-[0–5]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	-[0–5]
Yra lygi mažiausiai kainai konkurse	8	0	0	3	0	0

- (169) Vertinant kasmėnesinius [KOMERCINĖ PASLAPTIS] PL kiaušinių pirkimų duomenis, UAB Girelės paukštynas kainos 2022 m. buvo [5–10] proc. mažesnės nei *AS Balticovo*, o 2023 m. – [5–10] proc. (bendrai 2022–2023 m. – [5–10] proc. mažesnės). Šiuo atveju yra pateikiami svertiniai vidurkiai, apskaičiuoti pagal tai, kiek daugiau sumokėtų už atskirų kiaušinių SKU pirkimus [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pirkdama UAB Girelės paukštynas produkciją *AS Balticovo* kainomis (kitais tariant, retais atvejais *AS Balticovo* kaina galėjo būti mažesnė nei UAB Girelės paukštynas, bet kadangi tokių atvejų buvo žymiai mažiau nei priešingų, kainos skirtumas viršija 5 proc.).
- (170) Nors UAB Girelės paukštynas kainos įprastai buvo mažesnės nei kitų ūkio subjektų, jos dalis konkrečių SKU tiekime 2022–2023 m. siekė tik [10–20] proc., kadangi šiuo metu ją riboja turimi kiaušinių gavybos pajėgumai. Visgi, UAB Girelės paukštynas tiekimo dalis konkrečiuose SKU didėjo – 2022 m. siekė [10–

<sup>94</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>95</sup> Rimi atsakymas į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1153 8.4 klausimą (tomas 22NK, b. l. 133).

<sup>96</sup> Atsargų laikymo vienetas (angl. *a stock-keeping unit*) yra numeris, kurį mažmeninė parduotuvė priskiria produktui, kad būtų galima nustatyti kainą, produktų rūšį ir prekės gamintoją. Šiuo atveju tai yra svarbu, kadangi tos pačios kategorijos kiaušinių kaina gali skirtis priklausomai nuo kiaušinių svorio kategorijos ir prekybos tinklo prekės ženklo.

<sup>97</sup> Šiuo atveju yra pateikiamas vidutinis kainos skirtumas (priklausomai nuo to, ar kaina buvo didesnė, ar mažesnė), o ne svertinis vidutinis kainos skirtumas (t. y. atsižvelgiant į perkamus kiekius), kadangi ne visais atvejais buvo prieinama tiksli informacija apie perkamus kiekius pagal konkretaus konkurso rezultatus.

20] proc., o 2023 m. – [10–20] proc. (atskirais mėnesiais atskirų SKU pirkimai iš UAB Girelės paukštynas galėjo sudaryti iki 50 proc.). Atitinkamai, būtent šiuose SKU po Koncentracijos UAB Girelės paukštynas neturėtų paskatų konkuruoti kaina, dėl ko pasireikštų tiesioginis neigiamas poveikis (plačiau – (163) pastraipoje).

Lentelė Nr. 24. Koncentracijos dalyvių 2022–2023 m. kainų pasiūlymų, teiktų atskirose sutampančiuose SKU, skirtumų analizė

SKU pavadinimas	2022	2023	2022 – 2023 m.
2M/L Favorit 10	[0–5]	[5–10]	[0–5]
2M/L Well Done 10	-	[0–5]	[0–5]
3L No name 10	[5–10]	[5–10]	[5–10]
3M No name 10	[5–10]	[5–10]	[5–10]
<b>Viso per metus</b>	<b>[5–10]</b>	<b>[5–10]</b>	<b>[5–10]</b>

(171) Kiekybiškai įvertinti UAB Girelės paukštynas dalyvavimo įtaką *AS Balticovo* pasiūlytomis kainoms nėra galimybės dėl trijų priežasčių. Pirma, atitinkamoje rinkoje konkursai skirtingi ūkio subjektai vykdo konkursus skirtingu dažnumu. Antra, 2022–2023 m. kiaušinių kaina didėjo, dėl ko nėra įmanoma nustatyti, ar UAB Girelės paukštynas dalyvavimo pradžia darė įtaką kitų rinkos dalyvių kainoms, ar ne. Trečia, identiškų kiaušinių (pavyzdžiui, 3 kat. M dydžio) kainų palyginimas tarp skirtingų mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų taip pat negali būti objektyviai atliktas dėl galimų skirtumų privačia etikete pažymėtų produktų konkursų sąlygose (pavyzdžiui, užsakomas produkcijos kiekis, pakavimo reikalavimai ir pan.).

(172) Apibendrinant konkursų analizę yra daroma išvada, kad Koncentracijos dalyviai yra artimi vienas kito konkurentai, kadangi:

- (a) vertinant dalyvavimo konkursuose dažnumą, artimiausias *AS Balticovo* konkurentas yra Groward (kartu dalyvavo bent 90 proc. konkursų), kuomet artimiausi UAB Girelės paukštynas konkurentai yra *AS Balticovo* ir Groward, kadangi minėti ūkio subjektai dalyvavo visuose konkursuose, kuriuose dalyvavo UAB Girelės paukštynas;
- (b) vertinant rinkos dalyvių įtaką vienas kito tikimybei laimėti, artimiausias *AS Balticovo* konkurentas galėtų būti Groward ([30–40] proc. p. skirtumas, bet mažas konkursų skaičius, kai *AS Balticovo* dalyvavo be Groward) arba vienas iš mažesnių ūkio subjektų – UAB Girelės paukštynas ([20–30] proc. p. skirtumas) arba Audrupio paukštynas ([30–40] proc. p. skirtumas). Artimiausiu UAB Girelės paukštynas konkurentu galėtų būti Audrupio paukštynas (skirtumas [50–60] proc.), o vertinimas su *AS Balticovo* ir Groward nėra įmanomas, kadangi atveju, kuomet dalyvautų UAB Girelės paukštynas, bet nedalyvautų *AS Balticovo* ir Groward, nebuvo;
- (c) vertinant rinkos dalyvių pralaimėjimus kitiems ūkio subjektams, artimiausi *AS Balticovo* konkurentai yra Audrupio paukštynas, UAB Girelės paukštynas ir Groward, kadangi minėtiems ūkio subjektams *AS Balticovo* pralaimėjo daugiausiai ([30–40] proc., [20–30] proc. ir [20–30] proc.). Papildomai atsižvelgiant į tai, kiek kartų dalyvavo konkurse su konkrečiu ūkio subjektu, didžiausią spaudimą darė Audrupio paukštynas ir UAB Girelės paukštynas, kadangi pralaimėjo šiems ūkio subjektams [70–80] proc. ir [60–70] proc. konkursų, kuriuose dalyvavo kartu su jais;
- (d) galiausiai, nors *AS Balticovo* turi atsižvelgti į dažniausiai pasitaikantį konkurentą Groward, kuris teoriškai gali užtikrinti visą konkurse nurodytą kiekį<sup>98</sup>, tais atvejais, kuomet dalyvauja mažesni ūkio subjektai (UAB Girelės paukštynas ir Audrupio paukštynas) *AS Balticovo* tikimybė laimėti mažėja. Atitinkamai, didžiausią kainos spaudimą *AS Balticovo* daro būtent Audrupio paukštynas ir UAB Girelės paukštynas.

<sup>98</sup> Kas nepasitvirtina iš Konkurencijos tarybos turimų duomenų, kadangi Groward pasiūlant geresnę kainą, dažnu atveju taip pat yra perkama iš *AS Balticovo*.

Be to, dalyvavimo dažnumas ir laimėjimų dalis nuvertina potencialų UAB Girelės paukštynas daromą konkurencinį spaudimą, kadangi pagal Konkurencijos tarybai prieinamą informaciją, UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Artimiausias UAB Girelės paukštynas konkurentas pagal didžiąją dalį vertinimo pjūvių yra Audrupio paukštynas. Visgi, Audrupio paukštynas konkurencinis spaudimas UAB Girelės paukštynas yra ribotas dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Tokiu atveju, net ir pralaimėjus konkursą šiam ūkio subjektui, UAB Girelės paukštynas vis tiek turės galimybę tiekti kiaušinių produkciją<sup>99</sup>, kas nebūtų įmanoma, jeigu konkursą laimėtų *AS Balticovo* ir (arba) Groward, kadangi tik pralaimėjus šiems ūkio subjektams teoriškai įmanoma prarasti PL kiaušinių tiekimą (nes šių ūkio subjektų pajėgumai yra žymiai didesni nei UAB Girelės paukštynas).

- (173) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad Konkurencijos taryba neproporcingai didelę reikšmę suteikia UAB Girelės paukštynas PL kiaušinių laimėjimui [KOMERCINĖ PASLAPTIS] konkursuose, kadangi kitų prekybos tinklų konkursuose UAB Girelės paukštynas net nedalyvavo.
- (174) Atsiliepimuose yra bandoma nuvertinti UAB Girelės paukštynas dalyvavimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS] organizuojamuose konkursuose ignoruojant aplinkybę, kad minėtas ūkio subjektas yra didžiausias kiaušinių pirkėjas B2C segmente, organizuojantis didelį konkursų skaičių. Iš surinktų duomenų taip pat matyti, kad UAB Girelės paukštynas negali patenkinti šio tiekėjo perkamų kiekių (2022–2023 m. siekė tik [10–20] proc. visų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pirkimų), kuomet dėl tiekimo kitiems tiekėjams nurodė, kad jo galimybę dalyvauti kitų ūkio subjektų konkursuose riboja jos turimi pajėgumai. Galiausiai, UAB Girelės paukštynas pradėjo aktyviai dalyvauti konkursuose tik 2022 m., o jo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei potenciali plėtra ilguoju laikotarpiu galėtų padidinti galimybes ne tik tiekti didesnę kiaušinių kiekį [KOMERCINĖ PASLAPTIS], bei ir dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose.
- (175) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad Pranešimą pateikęs ūkio subjekto turima medžiaga nesuponuoja išvados, kad *AS Balticovo* kainos būtų aukštesnės nei UAB Girelės paukštyno tiekimo kainos. Be to, Atsiliepimuose į Išvadą nurodoma, kad nors atskiruose SKU UAB Girelės paukštynas produkcija yra pigesnė, bet suvedus visus pardavimus prekybos tinklui [KOMERCINĖ PASLAPTIS] – Pranešimą teikiantis ūkio subjektas yra pigesnis nei UAB Girelės paukštynas.
- (176) Kaip jau buvo nurodyta 2.1.5 dalyje, siekiant atlikti tinkamą ir teisingą kainų palyginimą yra būtina atsižvelgti į visas potencialias aplinkybes, kurios galėtų turėti įtakos palyginimui, dėl ko vidutinių kainų palyginimas galėtų rodyti klaidingas išvadas. Nors Koncentracijos dalyviai ir nurodo, kad kiaušiniai yra homogeniška prekė, visgi klaidingai lygina Koncentracijos dalyvių vidutines kainas neatsižvelgiant į kiaušinių svorio kategoriją bei potencialius skirtumus tarp PL prekės ženklų. Iš Konkurencijos tarybos atliktos identiškų SKU (t. y. visiškai identiškų prekių) analizės matyti, kad UAB Girelės paukštynas kainos 2022–2023 m. buvo vidutiniškai [5–10] proc. mažesnės nei *AS Balticovo* kainos. Pasisakant dėl atsiliepimuose nurodyto teiginio, kad Pranešimą pateikęs ūkio subjekto kainos bendrai yra mažesnės nei UAB Girelės paukštynas pažymėtina, kad savaime toks palyginimas nėra teisingas. Visų pirma, nėra atsižvelgiama į aukščiau šioje pastraipoje išvardytus potencialius skirtumus tarp kiaušinių. Antra, nėra lyginami identiški SKU. Trečia, yra daroma spekuliatyvi išvada, kad *AS Balticovo* kainos yra bendrai mažesnės nei UAB Girelės paukštynas, nors faktiškai tokio palyginimo atlikti neįmanoma (kadangi yra lyginamos SKU, kurias tiekia *AS Balticovo*, bet netiekia UAB Girelės paukštynas, kainos. Atitinkamai, nors *AS Balticovo* tam tikrų SKU kainos yra mažesnės nei tų, kur Koncentracijos dalyviai persidengia, nėra jokios informacijos apie tai, kokią tiekimo kainą pasiūlytų UAB Girelės paukštynas tiems SKU, kurių šiuo metu netiekia).
- (177) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad nėra aišku, kaip Konkurencijos taryba atliko konkursų laimėjimų vertinimą ir koks buvo kainos skirtumas tarp laimėjusio ir nelaimėjusių pasiūlymų.

<sup>99</sup> Nes daugumoje konkursų pasiūlo mažesnes kainas nei *AS Balticovo* ir Groward.

Kainų skirtumai bet kuriuo atveju negali būti reikšmingi, nes kiaušinių kainos rinkoje yra skaičiuojamos keliais skaičiais po kablelio, o UAB Girelės paukštynas teikiama PL kiaušinių dalis tiek rinkos, tiek [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pirkimų kontekste yra per maža, kad suponuotų reikšmingą neigiamą poveikį rinkai.

- (178) Konkurencijos tarybos atliktos konkursų analizės rezultatai yra pateikiami (152)–(172) pastraipose. Iš atliktos analizės matyti, kad UAB Girelės paukštynas kainų pasiūlymai tuose pačiuose konkursuose daugumoje atvejų buvo vidutiniškai [0–5] proc. mažesni arba nesiskyrė nuo geriausio kainos pasiūlymo. Konkurencijos taryba neprivalo įvertinti neigiamo Koncentracijos poveikio kiekybiškai, kadangi jis atvaizduotų tik 2022–2023 m. padėties vertinimą ir nuvertintų UAB Girelės paukštynas ateities konkurencinį spaudimą, kadangi neatsižvelgtų į jo galimybės ateityje [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei padidinti turimus pajėgumus ir tokiu būdu tiekti didesnę kiaušinių kiekį. Pranešimą pateikęs ūkio subjekto atstovai bando susiaurinti neigiamą koncentracijos poveikį iki dabartinio kainų skirtumo vertinimo, kuomet netgi didesnis dėmesys turėtų būti skiriamas UAB Girelės paukštynas, kaip konkurento, kuris ateityje galėtų didinti pajėgumus, praradimui.
- (179) Atsiliepiamuose į preliminarias išvadas nurodoma, kad Koncentracija nei sukuria ar sustiprina dominuojančią padėtį, nei itin apriboja konkurenciją kiaušinių gamybos ir didmeninės prekybos rinkoje.
- (180) Aukščiau atlikta konkursų analizė nesuponuoja, kad UAB Girelės paukštynas yra efektyvesnis, nei, pavyzdžiui, *AS Balticovo*, bet parodo, kad 2022–2023 m. UAB Girelės paukštynas kainos dažniausiai buvo mažesnės, nei kitų tuose pačiuose konkursuose dalyvavusių ūkio subjektų, kas reiškia, kad jos konkurencinis spaudimas buvo efektyvus ir rezultatyvus, kadangi UAB Girelės paukštynas rinkos dalis didėjo. Vertinant koncentracijos poveikį yra ypač svarbu atsižvelgti į tai, kad dėl Koncentracijos būtų prarandamas naujas augantis bei konkurencingas kainas teikiantis konkurentas (papildomai – turintis galimybes plėstis toliau), kuris 2020–2023 m. padidino savo rinkos dalį atitinkamoje rinkoje nuo [0–5] proc. iki [5–10] proc. o PL kiaušinių segmente – nuo 0 proc. iki [5–10] proc., kas reikštų neigiamą Koncentracijos poveikį.
- (181) Apibendrinant artumo analizę yra daroma išvada, kad UAB Girelės paukštynas ir *AS Balticovo* yra vienas kito artimi konkurentai, kadangi jų pardavimų pasiskirstymai pagal kiaušinių kategoriją bei prekės ženklą yra panašūs, abu ūkio subjektai turi galimybę vykdyti plėtrą, o atlikta konkursų analizė rodo, kad abu Koncentracijos dalyviai artimai konkuruoja teikdami PL kiaušinių kainos pasiūlymus mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų konkursuose. Nors UAB Girelės paukštynas ir nėra artimiausias *AS Balticovo* konkurentas atitinkamos rinkos segmente, jis yra vienas iš artimiausių ir, kaip jau minėta yra vienas iš riboto skaičiaus alternatyvių tiekėjų, iš kurių mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai gali įsigyti galutiniams vartotojams skirtus 2 kat. ir 3 kat. PL prekės ženklo vištų kiaušinius. Galiausiai, UAB Girelės paukštynas laimėtų konkursų dalis rodo, kad jos daromas konkurencinis spaudimas yra net didesnis, nei rodo rinkos dalys.

### **3.3. Klientų galimybės pakeisti tiekėją**

- (182) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 31 punkte teigiama, kad susijungiančių šalių pirkėjams gali būti sunku pasirinkti kitus tiekėjus, nes yra mažai alternatyvių tiekėjų arba jie susidurtų su didelėmis keitimo išlaidomis. Tokie klientai yra ypač pažeidžiami kainų padidinimu. Susijungimas gali paveikti tokių pirkėjų gebėjimą apsiginti nuo kainų padidinimo. Taip ypač gali įvykti, jei klientai naudojami abiejų susijungiančių šalių pasiūla taip siekiant konkurencinių kainų. Duomenys apie ankstesnius pirkėjų keitimo modelius ir reakcijas į kainų pokyčius gali suteikti svarbios informacijos šiuo klausimu.
- (183) Atitinkamai toliau vertinama ar klientai (pirkėjai) galėtų apsiginti nuo nagrinėjamo galimo kainų padidėjimo pakeičiant koncentracijoje dalyvaujančius ūkio subjektus alternatyviais tiekėjais.
- (184) Pirma, kaip jau minėta, nagrinėjama rinka yra koncentruota ir alternatyvių tiekėjų rinkoje yra mažai. Antra, kaip rodo aukščiau pateikta konkursų analizė, UAB Girelės paukštynas iki koncentracijos daro reikšmingą konkurencinį spaudimą kontrolę įgyjančiam subjektui dalyvaudamas PL konkursuose ir

siūlydamas mažesnes kainas nei kontrolę įgyjantis subjektas ir kiti rinkoje veikiantys konkurentai. Taigi, net jei rinkoje egzistuoja galimybė pakeisti tiekėją, UAB Girelės paukštynas atžvilgiu toks pakeitimas būtų tik į brangesnes prekes teikiančius tiekėjus, dėl ko šio koncentracijoje dalyvaujančio ūkio subjekto atžvilgiu pakeitimas nepadėtų klientams apsiginti nuo nagrinėjamo galimo kainų padidėjimo. Atitinkamai tiekėjo pakeitimas neatsvertų neigiamo poveikio konkurencijai, kuris atsiranda dėl UAB Girelės paukštynas, kaip konkurento, kuris įėjo į atitinkamą rinką prieš sąlyginai nedidelį laiko tarpą, kuris labiausiai augino savo užimamą rinkos dalį bei faktiškai ir efektyviai konkuravo su didžiausiais tiekėjais nagrinėjamoje rinkoje, kuris taikė vienas žemiausių kainų bei galėjo reikšmingai plėstis atitinkamoje rinkoje, praradimo. Atitinkamai šios dėl koncentracijos kylančios žalos rinkai (UAB Girelės paukštynas konkurencinio spaudimo praradimo apimtimi) toliau vertinamos galimybės pakeisti koncentracijos dalyvius nepašalina.

- (185) Toliau vertinama, ar klientai galėtų pakeisti abu koncentracijos dalyvius kartu ir / arba kontrolę įgyjantį ūkio subjektą, kuris kiaušinius tiekia didesniai klientų ratui ir kurio taikomos kainos (bent jau konkursuose) jau dabar yra didesnės nei UAB Girelės paukštynas. Be to, atlikta mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų apklausa nuvertina poveikį dėl tiekėjų keitimo, kadangi dauguma ūkio subjektų nepirko 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių iš UAB Girelės paukštynas nurodyto laikotarpio metu<sup>100</sup>.
- (186) Siekiant identifikuoti, ar tuo atveju, jei koncentracijos dalyviai nežymiai (5–10 proc.), bet ilgam laikui pakeltų vištų kiaušinių kainas, B2C klientai galėtų pakeisti juos kitais tiekėjais, Konkurencijos taryba surinko informaciją atsižvelgiant į kiaušinių kategoriją (2 kat. ir 3 kat.) bei prekės ženklą (gamintojo bei PL).
- (187) Vertinant atsakymus dėl galimybės pakeisti 2 ir 3 kategorijos gamintojo prekės ženklo vištų kiaušinių tiekėjus, atsakymus pateikę pirkėjai nurodė, kad koncentracijos dalyvių produkciją galėtų pakeisti<sup>101</sup> alternatyvių tiekėjų produkcija. Vis dėlto, pusė<sup>102</sup> atsakymus pateikusių taip pat nurodė, kad dėl to tiekimo kainos galimai nežymiai padidėtų, iš kurių vienas patikslino, kad kainos pokytis galėtų siekti 4–8 proc. „kadangi šių tiekėjų (t. y. alternatyvių – Konkurencijos tarybos patikslinimas) tiekimo kainos yra didesnės“.
- (188) Vertinant atsakymus dėl galimybės pakeisti 2 ir 3 kategorijos PL prekės ženklo vištų kiaušinių tiekėjus, dauguma atsakymus pateikusių pirkėjų nurodė, kad koncentracijos dalyvių produkciją galėtų pakeisti alternatyvių tiekėjų produkcija<sup>103</sup>. Vis dėlto, 1 ūkio subjektas nurodė, kad Koncentracijos dalyvių PL vištų kiaušinių pakeitimas galėtų būti sunkesnis nei gamintojo prekės ženklo, kadangi rinkoje yra kiaušinių trūkumas: „Pakeitimas būtų sudėtingesnis nei gamintojo prekės ženklu pažymėtos produkcijos <...>. Kitas apsunkinimas - reikiami kiekiai - ne visi gali juos užtikrinti“<sup>104</sup> bei „Iš principo galima būtų teigti, kad rinkoje yra labiau trūkumas, nei perteklius šios produkcijos“<sup>105</sup>. Dažniausia alternatyva Koncentracijos dalyviams buvo nurodytas Groward<sup>106</sup>. Atsakant į klausimą, ar koncentracijos dalyviams

<sup>100</sup> Pagal surinktus duomenis yra žinoma, kad [80-90] proc. visų UAB Girelės paukštynas pardavimų teko [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o pats UAB Girelės paukštynas nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>101</sup> Pateikdami atsakymus į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 7.3 ir 9.3 klausimus dalis ūkio subjektų (3) nurodė, kad toks pakeitimas galėtų įvykti sklandžiai ir nepareikalautų reikšmingų sąnaudų. Kad šventiniais periodais, pakeitimas būtų sudėtingas ir negalėtų įvykti greitai, kadangi tokiu atveju „didžiausias trukdis būtų alternatyvaus tiekėjo pajėgumai“ nurodė [KOMERCINĖ PASLAPTIS], pateikdama atsakymą į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 7.3 klausimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>102</sup> Atsakymai į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 7.4 ir 9.4 klausimą. UAB „Kilminė“ (Express market) (tomas 22NK, b. l. 123), [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>103</sup> Atsakymai į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.1 ir 10.1 klausimus [KOMERCINĖ PASLAPTIS], Rimi (tomas 22NK, b. l. 133-134), IKI (tomas 22NK, b. l. 76-77) ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>104</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8 klausimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>105</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.1 klausimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>106</sup> Atsakymai į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.2 ir 10.2 klausimus (tomas 22 NK, tomas 23K).



pakėlus PL narvuose ar ant kraiko laikomų vištų kiaušinių kainas, mažmeninę prekybą vykdančios ūkio subjektai galėtų greitai ir nepatiriant reikšmingų sąnaudų pakeisti juos kitais tiekėjais, didesnė dalis atsakiusių<sup>107</sup> nurodė, kad tai būtų laikui imlus procesas, kadangi reikėtų užbaigti esamus įsipareigojimus bei suderinti naujus kiekius su kitu tiekėju, be to, reikėtų suderinti naują PL prekės ženklo pakuotę, o tiekėjui – pagaminti ją. Dalis ūkio subjektų taip pat nurodė, kad dėl tiekėjų keitimo tiekimo kainos galimai padidėtų, kadangi „*likus mažiau potencialių prekės tiekėjų, kiti tenderio dalyviai šiek tiek keltų savo siūlomos produkcijos kainas*“<sup>108</sup> bei „*perkamos produkcijos tiekimo kaina keistųsi, įvertinus tai, kad šiuo metu iš šių alternatyvių tiekėjų produkcija nėra perkama dėl jų siūlomos didesnės tiekimo kainos*“<sup>109</sup>.

(189) Be to, iš dalies mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pateiktos informacijos matyti, kad jų galimybės pakeisti tiekėją gali būti apribotos dėl su Koncentracija nesusijusių priežasčių. Pavyzdžiui, IKI nurodė, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>110</sup>, kuomet LIDL nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

(190) Apibendrinant atliktą mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų apklausą yra daroma išvada, kad nors absoliučiai daugumoje atvejų B2C klientai nurodė, kad galėtų pakeisti iš Koncentracijos dalyvių perkamus vištų kiaušinius, visgi toks keitimas galimai pasireikštų didesnėmis tiekimo kainomis. Vertinant gamintojo prekės ženklo 2 kat. ir 3 kat. vištų kiaušinių tiekimus, mažesni ūkio subjektai nurodė, kad tiekimo kainos galimai galėtų didėti nežymiai, kuomet vertinant PL 2 kat. ir 3 kat. tiekimus, dalis šia produkcija prekiaujančių ūkio subjektų nurodė, kad tiekėjų keitimas nebūtų greitas. Po koncentracijos mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų PL kiaušinių pirkimo kainos didėtų, nes konkursuose UAB Girelės paukštynas nesūlytų mažesnių kainų, o nelikus UAB Girelės paukštynas, kaip konkurento, dėl sumažėjusio tiekėjų skaičiaus galimai didėtų kitų tiekėjų siūlomos kainos konkursuose (ką patvirtino dalis paklaustų B2C sektoriuje veikiančių ūkio subjektų). Išanalizavus konkursų duomenis matyti, kad UAB Girelės paukštynas siūlomos kainos įprastai yra mažesnės nei kitų ūkio subjektų, o jo daromas konkurencinis spaudimas yra reikšmingas (plačiau – (158)–(167) pastraipose). Taip pat atsakymuose buvo akcentuojamas 3 kat. kiaušinių pasiūlos trūkumas, ką faktiškai patvirtina rinkos dalyvių turimų kiaušinių gavybos pajėgumų Lietuvos Respublikoje analizė bei tam tikra pirkimų specifika, kuomet atskirų privačios etiketės prekės ženklų kiaušiniai yra perkami iš kelių tiekėjų, kadangi kitaip nėra galimybės užtikrinti visą pirkimo kiekį.

(191) Nors absoliuti dauguma apklaustų tiekėjų ir nurodė, kad Koncentracijos dalyvių 2 kat. ir 3 kat. gamintojo prekės ženklo ir PL vištų kiaušinių produkciją galėtų pakeisti Groward produkcija, visgi, teorinis svarstymas apie galimybę pakeisti tiekėją neatitinka faktinių rinkos galimybių patenkinti reikiamą produkcijos poreikį (kiekį) pagal surinktus duomenis. Visų pirma, šiuo metu atitinkama rinka yra koncentruota ir, kaip matyti iš žemiau pateikiamos lentelės, didieji prekybos tinklai viso laikotarpio metu pirko mažiausiai [70–80] proc. produkcijos iš AS *Balticovo* ir Groward. Papildomai, pagal Groward pateiktus duomenis matyti, kad jis šiuo metu išnaudoja apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. turimų pajėgumų (Lentelė Nr. 25) ir kad jau šiuo metu daugiau nei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visos parduodamos produkcijos yra parduodama B2C sektoriuje, kas reiškia, kad minėtas ūkio subjektas negalėtų pilna apimtimi pakeisti po Koncentracijos susiformavusį ūkio subjektą. Koncentracijos dalyvių parduotų kiaušinių skaičius 2023 m. siekė beveik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių, kas yra beveik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kartus daugiau nei Groward teorinė galimybė padidinti

<sup>107</sup> Atsakymai į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8 ir 10 klausimus (tomas 22 NK, tomas 23K).

<sup>108</sup> Rimi atsakymas į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.4 ir 10.4 klausimus (tomas 22NK, b. l. 133-134).

<sup>109</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atsakymas į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.4 ir 10.4 klausimus [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>110</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

pardavimus B2C sektoriui<sup>111</sup>. Be to, Groward konkursuose siūlomos kainos nėra mažiausios (ką patvirtina tai, kad Groward rinkos dalis PL prekės ženklo segmente nuo 2021 m. sumažėjo nuo [40–50] proc. iki [40–50] proc.), dėl ko pati prielaida, kad Groward tiekimai galėtų atsverti neigiamą koncentracijos poveikį yra klaidinga.

- (192) Be to, iš konkursų metu teikiamų kainų pasiūlymų matyti, kad šiuo metu *AS Balticovo* ir Groward kainos atskirose PL kiaušiniuose nėra žemiausios, kuomet kitų ūkio subjektų, teikiančių žemesnių kainų pasiūlymus, vištų kiaušinių pasiūla nėra pakankama tam, kad perimtų bent kiek reikšmingą šių dviejų ūkio subjektų pardavimų dalį. Tai reiškia, kad ir nesant Koncentracijos B2C klientai turi ribotas galimybes pakeisti tiekėją, o po Koncentracijos rinkoje neliktų UAB Girelės paukštynas, kaip nepriklausomo tiekėjo, pasirinkimo, teikiančio konkurencingus kainų pasiūlymus dalyje konkursų (kartu turint omeny, kad yra 3-čias pagal pajėgumų dydį ūkio subjektas, turintis galimybę plėsti turimus pajėgumus (plačiau – 3.4 dalyje)).
- (193) Galiausiai pastebėtina, kad nagrinėjamame atitinkamos rinkos segmente yra svarbu ne tik pirkėjo galimybė pakeisti tiekėją, bet ir tiekėjų tarpusavio konkurencija teikiant kainos pasiūlymus konkursuose. Esant daugiau tiekėjų, didėja neuztikrintumas dėl konkurentų galimybės pasiūlyti konkurencingą kainą, kas verčia siūlyti mažesnes kainas. Sumažėjus konkurencingų tiekėjų skaičiui (ypatingai 3-io pagal dydį ūkio subjekto, teikiančio konkurencingus kainos pasiūlymus), toks neapibrėžtumas ir tarpusavio konkurencija iš esmės sumažės. Tą patvirtina konkursų analizės rezultatai ir dalies mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų atsakymai ((153)–(172) ir (188) pastraipos).
- (194) Atsiliepimuose į preliminarias išvadas nurodoma, kad Konkurencijos taryba negali pilnai įvertinti B2C klientų galimybės pakeisti kiaušinių tiekėją, kadangi nevertina gamintojo prekės ženklu pažymėtų kiaušinių, kaip galimo pakaitalo PL kiaušiniams. Atsiliepimuose taip pat nurodoma, kad vadovaujantis *AS Balticovo* pardavimo duomenimis gamintojo prekės ženklu pažymėti kiaušiniai buvo vidutiniškai pigesni nei PL.
- (195) Visgi, priešingai, nei nurodoma atsiliepimuose, Konkurencijos taryba įvertino gamintojo prekės ženklo ir PL kiaušinių tarpusavio konkurencinį spaudimą. Rinkos apibrėžimo dalyje ((81)–(83) pastraipos) pateikta analizė rodo, kad tinkamai atliktas kainų palyginimas nepatvirtina teiginio, kad gamintojo prekės ženklo kaina yra mažesnė nei PL. Priešingai, iš atliktos analizės matyti, kad gamintojo prekės ženklo kiaušinių tiekimo kainos buvo didesnės. Atsiliepimuose daroma išvada dėl gamintojo ir PL prekės ženklo kainų skirtumų, atsižvelgiant išskirtinai į *AS Balticovo* parduotas prekes nėra pagrįsta, kadangi yra lyginamos vidutinės metinės kainos, neatsižvelgiant į kainos skirtumus tarp skirtingų svorio kategorijų kiaušinių ir tai, ar abiejų prekės ženklų kiaušiniai buvo tiekiami visus metus, o ne atskirais laikotarpiais. Be to, nėra aišku, ar iš *AS Balticovo* gamintojo prekės ženklo yra eliminuoti *gamintojo prekės ženklo prekių* pardavimai su nuolaida bei *in-out* pardavimai. Galiausiai, buvo įvertinta ir padėtis prekės ženklų neišskiriant į atskirus segmentus, o pats gamintojo prekės ženklo segmentas yra ženkliai mažesnis už PL segmentą.
- (196) Atsiliepimuose į preliminarias išvadas nurodoma, kad per paskutinius metus didėjo iš Lenkijos įvežamų kiaušinių kiekis Lietuvoje, kuris per paskutinius metus bene padvigubėjo. Papildomai, net jei visas nurodytas kiekis būtų įvežamas B2B sektoriuje veikiančių ūkio subjektų, šie 20 mln. kiaušinių atsispindi visuose parduodamuose kiaušiniuose, kadangi dėl to atsirado laisvų pajėgumų.
- (197) Visų pirma, kaip jau buvo nurodyta 2.2 dalyje, B2C sektoriaus pirkimai iš Lenkijos viso nurodyto laikotarpio metu neviršijo 5 proc. (siekė nuo 2,65 proc. iki 3,38 proc.)<sup>112</sup>, o atskirų tiekėjų iš Lenkijos rinkos dalys keitėsi nežymiai (plačiau – 3.1 dalyje). Antra, nurodyto laikotarpio metu B2C rinkos dydis faktiškai didėjo beveik 10 proc., o didėjimas absoliučiais dydžiais viršijo nurodytus 20 mln. kiaušinių,

<sup>111</sup> Atsižvelgiant į tai, kad Groward išnaudoja [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. turimų pajėgumų (pagal laikomų vištų skaičių) bei darant prielaidą, kad jis galėtų padidinti laikomų vištų skaičių iki 100 proc., Groward išgautų tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių daugiau, kuomet jo pardavimai B2B sektoriui 2023 m. sudarė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių (sumoje – [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių).

<sup>112</sup> Lentelė Nr. 8.

kuomet faktiniai tiekimai iš Lenkijos tiekėjų mažėjo 0,27 proc. p. Tai reiškia, kad net didėjant perkamam B2C kiekiui, iš Lenkijos tiekėjų perkamas kiekis mažėjo ir jie nepatenkino didėjančios paklausos. Be to, vertinant turimus konkursų duomenis taip pat nėra stebimas Lenkijos tiekėjų aktyvesnis dalyvavimas 2 kat. ir 3 kat. PL konkursuose, kas rodo, kad Lenkijos tiekėjai ne tik netiekia faktiškai reikšmingos kiaušinių apimties, bet ir aktyviai juose nedalyvauja. Galiausiai, teiginys, kad dėl kiaušinių įvežimo iš Lenkijos atsirado laisvų pajėgumų atitinkamoje rinkoje nėra pagrįstas. Kaip jau buvo minėta, B2C sektoriaus rinkos dydis didėjo daugiau nei 20 mln. kiaušinių per metus, o B2B sektoriaus rinkos dydis tik nežymiai mažėjo<sup>113</sup>. Be to, šiam teiginiui prieštarauja ir vieno iš ūkio subjekto pasisakymas dėl to, kad rinkoje yra labiau jaučiamas kiaušinių pasiūlos trūkumas, negu perteklius<sup>114</sup>. Galiausiai, net jei būtų daroma prielaida, kad minėti 20 mln. kiaušinių patektų į B2C rinką, tai sudarytų tik [5–10] proc. atitinkamos rinkos dydžio.

- (198) Atsiliepimuose į Išvadas nurodoma, kad Išvadose yra neteisingai įvertinta prekybos tinklų galimybė Lietuvos tiekėjus pakeisti Lenkijos tiekėjais. Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone – jeigu po Koncentracijos pakiltų kainos, mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai galėtų pasirūpinti tiekimu iš Lenkijos. Visgi Išvadose nėra įvertintas Lenkijos tiekėjų konkurencinis spaudimas, kadangi yra vertinama ne galimybė Koncentracijos dalyvius pakeisti Lenkijos tiekėjais, o tiesiog konstatuojamos jų užimamos rinkos dalys. Galiausiai, Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone B2C klientų atsakymai<sup>115</sup> turėtų parodyti, kad pakeičiamumas su Lenkijos tiekėjais yra.
- (199) Pažymėtina, kad B2C pirkėjai, vertindami kokiais alternatyviais tiekėjais galėtų pakeisti Koncentracijos dalyvius, absoliučiai daugumoje atvejų neminėjo Lenkijos tiekėjų. Tik vienas prekybos tinklas nurodė, kad Lenkijos tiekėjai galėtų pasiūlyti konkurencingas PL kiaušinių kainas, visgi nurodydamas, kad „tikėtina, kad perkamos produkcijos tiekimo kaina keistųsi, įvertinus tai, kad šiuo metu iš šių alternatyvių tiekėjų produkcija nėra perkama dėl jų siūlomoms didesnėms tiekimo kainoms“<sup>116</sup>. Jei Lenkijos tiekėjai darytų reikšmingą įtaką atitinkamoje rinkoje, būtų stebimas jų rinkos dalies padidėjimas (jiems laimint konkursus) arba konkursų analizė rodytų, kad Lenkijos tiekėjai dalyvauja dažnai ir įprastai būna 2-oje vietoje. Visgi, Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkta informacija nerodo, kad Lenkijos tiekėjai darytų lemiamą įtaką kiaušinių kainoms Lietuvoje: iš konkursų analizės, pateiktos 3.2 dalyje matyti, kad Lenkijos tiekėjai ypatingai retai dalyvauja konkursuose ir dar rečiau teikia konkurencingus pasiūlymus (rečiau nei UAB Girelės paukštynas), įprastai nepatenkant į TOP-3 geriausių pasiūlymą pateikusių ūkio subjektų. Rinkos dalys patvirtina tai, kad visų Lenkijos tiekėjų rinkos dalyvių bendra rinkos dalis nurodytu laikotarpiu keitėsi 2,65–3,38 proc. intervale ir net nedidėjo 2023 m., kai reikšmingai padidėjo kiaušinių kaina rinkoje. Galiausiai kontrolę įgyjantis ūkio subjektas nepateikė jokių įrodymų, kuriuose jiems būtų indikuojamos būtent Lenkijos tiekėjų kainos, ar kitų duomenų ar vidinių dokumentų, kuriais remiantis būtų galima įvertinti jų teiginių dėl Lenkijos tiekėjų daromo konkurencinio spaudimo pagrįstumą bei kaip jis faktiškai pasireiškia kontrolę įgyjančiam subjektui nustatant kainas, priimant sprendimus dėl kainų ar kitų tiekimo sąlygų keitimo ir pan. Atsiliepime pateikti vien deklaratyvūs teiginiai, kurių nepatvirtina nei Koncentracijos dalyvių pateikta informacija, nei rinkos analizės duomenys. Atitinkamai, Pranešimą pateikusių ūkio subjekto nuomonė dėl Lenkijos tiekėjų konkurencinio spaudimo yra nepagrįsta, o Koncentracijos vertinimo metu surinkta informacija jos nepatvirtina.
- (200) Apibendrinant, net jeigu pirkėjai ir turėtų galimybes pakeisti tiekėją, tokios galimybės neeliminuos šios koncentracijos neigiamo poveikio konkurencijai. Koncentracijos dalyvių pirkėjams po Koncentracijos gali būti sunku pasirinkti kitus tiekėjus nepatiriant su tuo susijusių neigiamų pasekmių

<sup>113</sup> Priklausomai nuo skaičiavimo būdo, mažėjimas sudarė nuo [0–5] iki [0–5] proc., kas absoliučiais dydžiais sudaro iki 5 mln. kiaušinių.

<sup>114</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atsakymas į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.1 klausimą [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

<sup>115</sup> Į 2023 m. spalio 24 d. Konkurencijos tarybos rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8 ir 10 klausimus (tomas 22 NK, tomas 23K).

<sup>116</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atsakymas į Konkurencijos tarybos 2023 m. spalio 24 d. rašto Nr. (2.41Mr-46)6V-1353 8.4 ir 10.4 klausimus [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

tiekimu kainoms, nes atitinkamoje rinkoje be Koncentracijos dalyvių egzistuoja tik vienas alternatyvus, 2 kat. ir 3 kat. gamintojo prekės ženklo ir PL vištų kiaušinių produkciją tiekiantis tiekėjas Groward, kurio, kaip nurodyta 3.4 dalyje, galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugtų kainos, yra ribotos. Lenkijos tiekėjų pardavimų dalis nagrinėjamu laikotarpiu nedidėjo ir, kaip matyti iš 3.2 dalyje pateiktos analizės, šių tiekėjų daromas konkurencinis spaudimas yra ne toks reikšmingas, kadangi jie ypatingai retai pateikia geriausios kainos pasiūlymą PL prekės ženklo konkursuose. B2C ūkio subjektų galimybės pakeisti tiekėją nepaneigia žalos teorijų 2 kat. ir 3 kat. PL prekės ženklo konkursuose, kadangi po Koncentracijos UAB Girelės paukštynas tiekiamos prekės būtų parduodamos brangiau, o bendras kainų lygis konkursuose padidėtų ne tik dėl sumažėjusio dalyvių skaičiaus, bet ir dėl to, kad UAB Girelės paukštynas dažniausiai teikdavo žemiausios kainos pasiūlymus. Galiausiai, klientų galimybės pakeisti tiekėją nepaneigia potencialios žalos atitinkamai rinkai ateityje, kadangi UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o ilguoju laikotarpiu – bendrai padidinti išgaunamų 2 kat. ir 3 kat. vištų kiaušinių skaičių, dėl ko jo tiekimai B2C sektoriui didėtų.

### 3.4. Konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina

- (201) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 32 punkte nurodoma, kad jeigu koncentracijos dalyvių konkurentai negalėtų reikšmingai padidinti pasiūlos reaguojant į kainos augimą, koncentracijos dalyviai gali turėti paskatas sumažinti savo produktų pasiūlą iki žemesnio lygio, nei buvo prieš koncentraciją, tokiu būdu padidinant rinkos kainų lygį. Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 33 punkte nurodoma, kad jeigu koncentracijos dalyvių konkurentai turi pakankamai laisvų pajėgumų pelningai padidinti pasiūlą, yra mažiau tikėtina, kad po koncentracijos galėtų būti sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija.
- (202) Pažymėtina, kad nepriklausomai nuo to, ar konkurentai turėtų galimybę padidinti pasiūlą, tai nekeistų Išvadų, kadangi konkurentų galimybės padidinti pasiūlą nepaneigtų Konkurencijos tarybos iškeltų žalos teorijų dėl UAB Girelės paukštynas dalyvavimo konkursuose (kurios buvo nurodytos (164) pastraipoje) bei dėl UAB Girelės paukštynas, kaip svarbios konkurencinės jėgos panaikinimo (plačiau – nuo (217) pastraipos).
- (203) Konkurencijos taryba surinko informaciją apie rinkos dalyvių 2021–2023 m. pajėgumus Lietuvos Respublikoje, įvertino jų išnaudojimo lygį bei įvertino rinkos dalyvių galimybes padidinti pasiūlą trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu. Kaip matyti iš žemiau pateiktos analizės, konkurentų galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugs kaina, yra ribotos.
- (204) Nagrinėjamu laikotarpiu Koncentracijos dalyvių konkurentai išnaudojo didžiąją dalį turimų pajėgumų, nepriklausomai nuo vertinimo pjūvio (mažiausiai – 70 proc.). Nors abu vertinimai suponuoja identišką išvadą dėl rinkos dalyvių pajėgumų išnaudojimo, visgi pajėgumų ir jų išnaudojimo vertinimas yra tikslesnis vertinant pagal laikomų vištų skaičių, kadangi tokiu atveju lentelėje nurodytos reikšmės yra gaunamos dalinant faktiškai laikomų vištų-dedeklių skaičių iš tuo metu maksimalaus vietų skaičiaus vištos-dedeklėms laikyti (atsižvelgiant į turimą infrastruktūrą<sup>117</sup>), kuomet teikiant duomenis apie išgautų kiaušinių skaičių rinkos dalyviai galėjo naudotis skirtingomis prielaidomis dėl to, kiek vidutiniškai kiaušinių tenka vienai vištai-dedeklei per metus (kas aktualu tuo atveju, jeigu ūkio subjektas neturi tikslių duomenų apie išgautą kiaušinių skaičių).

Lentelė Nr. 25. Koncentracijos dalyvių konkurentų pajėgumų išnaudojimo lygio (proc.) vertinimas

Vertinimo pjūvis	Pagal išgautų kiaušinių skaičių <sup>118</sup>		Pagal laikomų vištų skaičių	
	2021	2022	2021	2023
Ūkio subjektas / Metai				
Groward			[KOMERCINĖ PASLAPTIS]	

<sup>117</sup> T. y. patenka tik įrengtos paukštėdės, kuriose gali būti laikomos vištos-dedeklės.

<sup>118</sup> Pastebėtina, kad vertinant maksimalius pajėgumus pagal išgaunamų kiaušinių skaičių, dalis konkurentų nepateikė projektinių pajėgumų įvertinimų, kuomet kita dalis vertino apytiksliai – dauginant projektinių vištų-dedeklių skaičių paukštėdėse iš vidutinio kiaušinių kiekio, tenkančio 1 vištai-dedeklei, per metus

Ginkūnų paukštynas	
Audrupio paukštynas <sup>119</sup>	
Sparnai	
Mikoliškio paukštynas	

- (205) Tai, kad rinkoje yra aukštas pajėgumų išnaudojimo lygis, patvirtina ir kiaušinių gavybos veiklai būdingi ypatumai. Ši veikla yra vykdoma vištų-dedeklių gyvenimo ciklais, kas reiškia, kad viso minėto ciklo metu kiaušinių gavybos veikla yra vykdoma pilna apimtimi (kitais tariant, priešingai, nei su tradicinėmis rinkomis kur pajėgumai gali būti stabdomi ir paleidžiami produkcijai gaminti, šiuo atveju kiaušinių gavybos veikla yra vykdoma, kol vištos-dedeklės nėra utilizuojamos). Atitinkamai, rinkos dalyviams yra neracionalu neišnaudoti turimų pajėgumų arba išnaudoti juos neefektyviai, ką patvirtina aukščiau lentelėje pateikiami pajėgumų duomenys (pagal laikomų vištų skaičių).
- (206) Kaip jau buvo nurodyta aukščiau, Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 33 punkte nurodoma, kad jeigu koncentracijos dalyvių konkurentai turi pakankamai laisvų pajėgumų pelningai padidinti pasiūlą, yra mažiau tikėtina, kad po koncentracijos galėtų būti sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis arba itin apribota konkurencija. Tam, kad atgrasymas didinti kainas atsižvelgiant į konkurentų pajėgumus veiktų efektyviai, kiti rinkos dalyviai turi turėti galimybę reikšminga apimtimi pakeisti Koncentracijos dalyvių produkciją (be reikšmingo kainos padidėjimo pirkėjams). Kaip matyti iš aukščiau pateiktos lentelės, praktiškai nei vienas koncentracijos dalyvių konkurentas neturi pakankamai laisvų pajėgumų reikšmingai padidinti pasiūlą. Be to, nei vienas rinkos dalyvis neturi pakankamai pajėgumų tam, kad galėtų patenkinti visą B2C klientų 2 kat. ir 3 kat. vištų kiaušinių paklausą. Tokiomis sąlygomis, po Koncentracijos susijungęs ūkio subjektas turėtų „garantuotą“ rinkos dalį, kurios negalėtų prarasti ir kurios atveju turėtų rinkos galią (t. y. galėtų taikyti aukštesnes kainas)<sup>120</sup>. Atitinkamai, bet koks susijungimas, dėl kurio įvyksta reikšminga pajėgumų konsolidacija rinkoje (šiuo atveju ir taip centruotoje rinkoje jungiasi 2-as ir 3-ias pagal pajėgumų dydį ūkio subjektai Lietuvoje<sup>121</sup>) gali padidinti po Koncentracijos susiformavusio ūkio subjekto rinkos galią. Kaip pasekmė, mažėjant konkurentų konkurenciniam spaudimui pajėgumų prasme, susijungęs ūkio subjektas gali išnaudoti savo pirkėjus labiau, nei prieš Koncentraciją. Atitinkamai, didėjant vieno ūkio subjekto rinkos galiai ir paskatoms didinti kainas, kiti konkurentai neturės paskatų atsverti kainos pokyčio (kadangi neturės tam pakankamai pajėgumų), dėl ko jų paskatos didinti kainas taip pat didės, kas reiškia, kad po Koncentracijos visoje atitinkamoje rinkoje kainų lygis galėtų didėti.
- (207) Aukščiau aprašytas scenarijus galiotų vertinant ne tik šiuo metu turimus konkurentų laisvus pajėgumus, bet ir vertinant potencialų kiaušinių perskirstymą iš B2B segmento į B2C segmentą. Neatsižvelgiant į potencialius tokio perskirstymo apribojimus (pavyzdžiui, kad kiaušiniai turi būti supakuoti į B2C pakuotes), net ir tokiu atveju Lietuvoje esantys konkurentai negalėtų padidinti pasiūlos tokia apimtimi, kad galėtų reikšmingai pakeisti po Koncentracijos susijungusį ūkio subjektą. Pažymėtina, kad šiuo atveju ne B2C tenkanti dalis sudaro tik apie 10 proc. nuo viso B2C rinkos dydžio, kuomet Koncentracijos dalyvių rinkos dalis siekia 40 proc. (o 3 kat. PL segmente – virš 50 proc.).

Lentelė Nr. 26. Koncentracijos dalyvių konkurentų parduotų kiaušinių dalis, tenkanti B2C (proc.) bei pardavimų, tenkančių kitoms pirkėjų grupėms, skaičius kiaušinių vnt.

Vertinimo pjūvis	Kiaušinių dalis, tenkanti B2C (proc.)		Kiaušinių, tenkančių kitoms pirkėjų grupėms, skaičius (vnt.)	
	2021	2022	2021	2022
Ūkio subjektas / Metai				
Audrupio paukštynas	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]			
Ginkūnų paukštynas				

<sup>119</sup> Audrupio paukštynas laikomų vištų skaičius apskaičiuotas jų parduotų kiaušinių skaičių dalinant iš vidutinio 1 vištai-dedeklei tenkančio kiaušinių kiekio per metus.

<sup>120</sup> The Use of Quantitative Economic Techniques in EU Merger Control. Buettner, Thomas and Federico, Giulio and Lorincz, Szabolcs. European Commission, DG Competition, Chief economist's Team, October 2016. Prieiga internetu: [https://mpr.ub.uni-muenchen.de/76384/1/MPRA\\_paper\\_76384.pdf](https://mpr.ub.uni-muenchen.de/76384/1/MPRA_paper_76384.pdf)

<sup>121</sup> Įtraukiant LIT EGG, UAB susijusio ūkio subjekto AS *Balticovo* pajėgumus Latvijoje, 1-o ir 3-io pagal pajėgumų dydį.

Groward	
Mikoliškio paukštynas	
Sparnai	

(208) Konkurencijos taryba taip pat surinko informaciją apie konkurentų planus didinti pajėgumus trumpuoju laikotarpiu (iki 2025 m. imtinai). Iš surinktų duomenų yra daroma išvada (Lentelė Nr. 27), kad trumpuoju laikotarpiu (artimiausius 2 metus) tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

Lentelė Nr. 27. Kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pajėgumų plėtros vertinimas

Vertinimo pjūvis	Pagal faktiškai laikomų vištų skaičių		Pagal maksimalų projektinių pajėgumų skaičių		TIPK leidime nurodytas
	2023	2025	2023	2025	2024 (aktualus)
Ūkio subjektas / Metai					
<i>AS Balticovo</i>	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]				
UAB Girelės paukštynas					
Groward					
Ginkūnų paukštynas					
Audrupio paukštynas					
Sparnai					
Mikoliškio paukštynas					

(209) Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus duomenis yra daroma išvada, kad trumpuoju laikotarpiu tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] galėtų padidinti pasiūlą, jei išaugtų kaina, kuomet kitų Lietuvoje veikiančių ūkio subjektų galimybės būtų ribotos. Visgi, jei po Koncentracijos susijungęs ūkio subjektas pakeltų kainas visai savo produkcijai, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] net ir trumpuoju laikotarpiu negalėtų padidinti pasiūlos tiek, kad atsvertų neigiamą Koncentracijos poveikį.

(210) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad Konkurencijos taryba turėjo įvertinti Lenkijoje veikiančių gamintojų pasiūlą, įskaitant tuos, kurie jau dabar teikia kiaušinius Lietuvos mažmeninės prekybos veiklą vykdančioms ūkio subjektams (o ne tik Lietuvoje veikiančių kiaušinių gamintojų).

(211) Pažymėtina, kad Lenkijos tiekėjų pasiūla yra įvertinama 3.1 dalyje vertinant jų rinkos dalis bei 3.2 dalyje atliekant PL konkursų analizę. Iš surinktų duomenų matyti, kad Lenkijos tiekėjų konkurencinis spaudimas yra ribotas ir neatsvertų neigiamų Koncentracijos pasekmių nepriklausomai nuo to, ar jie didintų pasiūlą, ar ne, kadangi tam, kad jie galėtų atsverti neigiamą poveikį jie turėtų laimėti konkursus arba teikti geresnius nei Koncentracijos dalyvių pasiūlymus. Visgi iš surinktų duomenų matyti, kad taip nėra, kadangi Lenkijos tiekėjų rinkos dalis 2023 m. mažėjo (atitinkamoje rinkoje ir PL segmente) bei neviršijo 5 proc.

(212) Apibendrinant tai, kas išdėstyta, Koncentracijos dalyvių konkurentai turėtų ribotas galimybes padidinti pasiūlą, jei išaugtų kaina, kadangi jau šiuo metu jų pajėgumų išnaudojimo lygis yra aukštas. Įvertinus konkurentų galimybę išplėsti turimus pajėgumus yra daroma išvada, kad ateinančių 2 metų laikotarpiu [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Visgi iš konkursų duomenų matyti, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be to, kaip matyti iš surinktų duomenų, didžiausias koncentracijos dalyvių konkurentas šiuo metu bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] išgautų kiaušinių sunaudoja savo reikmėms. Tai, kad Lenkijos tiekėjai galėtų padidinti pasiūlą neturėtų įtakos vertinimui, kadangi pagal Konkurencijos tarybai prieinamus duomenis Lenkijos tiekėjų kainų pasiūlymai PL prekės ženklo kiaušinių konkursuose įprastai yra didesni nei Koncentracijos dalyvių. Galiausiai, nepriklausomai nuo to, ar konkurentai turėtų galimybę padidinti pasiūlą, tai nekeistų vertinimo, kadangi konkurentų galimybės padidinti pasiūlą nepaneigtų Konkurencijos tarybos iškeltų žalos teorijų dėl UAB Girelės paukštynas dalyvavimo konkursuose bei dėl UAB Girelės paukštynas, kaip svarbios konkurencinės jėgos panaikinimo.

### 3.5. Svarbios konkurencinės jėgos panaikinimas

- (213) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 37 punkte nurodyta, kad tam tikros įmonės turi didesnę įtaką konkurencijos procesui nei galima spręsti iš jų rinkos dalių ar panašių matų. Susijungimas, kuriame dalyvauja tokia įmonė, gali pakeisti konkurencijos dinamiką konkurencijai labai žalingu būdu, ypač jei rinka jau yra koncentruota. Pavyzdžiui, įmonė gali būti neseniai atėjusi į rinką, ir tikimasi, kad ateityje ji vykdys didelį konkurencinį spaudimą kitoms rinkoje esančioms įmonėms.
- (214) Kaip nurodyta 3.1 dalyje, atitinkama rinka ir jos segmentai yra koncentruoti, o UAB Girelės paukštynas įėjimas į rinką ir didėjanti rinkos dalis buvo viena iš pagrindinių priežasčių, kodėl rinkos koncentracija mažėjo. Vertinant Koncentracijos dalyvių konkurencinį artumą, atlikta PL vištų kiaušinių konkursų analizė rodo, kad UAB Girelės paukštynas yra efektyvus konkurentas, laimintis bent [70–80] proc. konkursų, kuriuose dalyvauja, bet yra apribotas turimų kiaušinių gavybos pajėgumų. Šioje dalyje bus vertinama atitinkamos rinkos 2020–2023 m. dinamika (rinkos dalyvių rinkos dalių pokyčiai) ir UAB Girelės paukštynas konkurencinis spaudimas PL vištų kiaušinių konkursuose. Papildomai, bus aprašomos UAB Girelės paukštynas galimybės vykdyti plėtrą bei [KOMERCINĖ PASLAPTIS], tokiu būdu dar labiau didinant savo konkurencinį spaudimą.
- (215) Kaip matyti iš 3.1 dalyje pateiktų duomenų, UAB Girelės paukštynas rinkos dalis atitinkamoje rinkoje 2020–2023 m. padidėjo nuo [0–5] proc. iki [0–5] proc. pagal pardavimų apimtį. Vertinant 2 kat. ir 3 kat. PL segmentą (kuris sudaro didžiąją dalį atitinkamos rinkos), UAB Girelės paukštynas 2020–2021 m. net netiekė šios produkcijos, kuomet 2023 m. jos rinkos dalis šiame segmente padidėjo iki [5–10] proc. (o vertinant išskirtinai 3 kat. – iki [5–10] proc.). Vertinant 2 kat. ir 3 kat. gamintojo prekės ženklo segmentą matyti, kad UAB Girelės paukštynas pradėjo aktyviai tiekti vištų kiaušinius šiame segmente 2021 m., o 2022 m. buvo 4-tas pagal dydį rinkos dalyvis (rinkos dalis segmente siekė [5–10] proc.). Visgi, 2023 m. UAB Girelės paukštynas praktiškai netiekė šios produkcijos (rinkos dalis siekė [0–5] proc.), kadangi pradėjo tiekti PL vištų kiaušinius didesne apimtimi. Kaip jau buvo paminėta (122) pastraipoje, UAB Girelės paukštynas rinkos dalis (atitinkamoje rinkoje) nagrinėjamu laikotarpiu, lyginant su kitais ūkio subjektais, didėjo nuolat bei padidėjo labiausiai (o atskirose PL segmente ji tapo 3-čiu pagal pardavimų apimtį rinkos dalyviu), kas parodo, kad UAB Girelės paukštynas yra svarbi konkurencinė jėga. Galiausiai, vertinant pajėgumus ((127)–(133) pastraipos) UAB Girelės paukštynas yra 3-čias pagal turimų pajėgumų dydį Lietuvos Respublikoje.
- (216) Kaip matyti iš 3.2 dalyje pateiktų duomenų, UAB Girelės paukštynas yra svarbi konkurencinė jėga vertinant 2 kat. ir 3 kat. PL vištų kiaušinių konkursų duomenis:
- UAB Girelės paukštynas pradėjo dalyvauti B2C sektoriaus konkursuose dėl PL vištų kiaušinių tiekimo dar 2021 m., bet faktiškai produkciją pradėjo tiekti tik 2022 m. Kitaip tariant, per 2 m. laikotarpį UAB Girelės paukštynas tapo 3-čiu pagal pardavimų apimtį rinkos dalyviu PL segmente, kur vyksta konkursai, o jo rinkos dalis padidėjo iki [5–10] proc. (o vertinant išskirtinai 3 kat. – iki [5–10] proc.);
  - nors UAB Girelės paukštynas dalyvavo tik [20–30] proc. visų 2021–2023 m. konkursų (vertinant 2022–2023 m. – [20–30] proc.)<sup>122</sup>, jo laimėtų konkursų dalis siekė [70–80] proc., kas reiškia, kad minėtas ūkio subjektas konkursuose teikia konkurencingas kainas. Tai patvirtina UAB Girelės paukštynas konkursuose teikiamų kainų analizė, kurios rezultatai rodo, kad dažniausiai ([KOMERCINĖ PASLAPTIS]) UAB Girelės paukštynas kainos, lyginant su 2-u geriausią kainą pateikusių ūkio subjektu, buvo [0–5] proc. mažesnės (plačiau – (167) pastraipoje);
  - lyginant atskirų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos tinklo SKU tiekimo kainas, UAB Girelės paukštynas kainos buvo vidutiniškai [5–10] proc. mažesnės nei *AS Balticovo*. Tai reiškia, kad po Koncentracijos, atsižvelgiant į kitų ūkio subjektų

<sup>122</sup> Vertinant tik tuos konkursus, kuriuose yra prieinami duomenys bent apie 2 konkurso dalyvius – [30–40] proc. ir [40–50] proc. atitinkamai.

ribotas galimybes padidinti pasiūlą bei į ribotą konkurencingus pasiūlymus teikiančių ūkio subjektų skaičių, neigiamas poveikis galėtų pasireikšti minėtose SKU (plačiau – (163) pastraipoje), kadangi po Koncentracijos UAB Girelės paukštynas neliktų paskatų konkuruoti kaina, o jo produkcijai galėtų būti nustatytos kainos, artimos *AS Balticovo*;

- (d) UAB Girelės paukštynas dalyvavimas konkursuose daro konkurencinį spaudimą kitų ūkio subjektų siūlomoms kainoms, o po Koncentracijos bendras siūlomų kainų konkursuose kainų lygis didėtų, kadangi ne tik sumažėtų bendras dalyvaujančių ūkio subjektų skaičius, bet ir išnyktų vienas iš konkurentų, teikiantis ypatingai konkurencingas kainas konkursuose. Plačiau – (165)(b) pastraipoje;
- (e) šiuo metu UAB Girelės paukštyno galimybes užimti didesnę rinkos dalį riboja pajėgumų trūkumas. Kaip matyti iš (170) pateikiamos informacijos, UAB Girelės paukštynas 2023 m. tiekė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. nuo visų SKU, kurių konkursuose dalyvavo, perkamo kiekio (atitinkamai, likusi dalis yra perkama iš kitų ūkio subjektų, kurių kainos įprastai yra didesnės<sup>123</sup>). Tuo atveju, jei UAB Girelės paukštynas turėtų galimybes tiekti didesnę kiaušinių kiekį B2C sektoriui, jo rinkos dalis didėtų, kadangi pagal konkursų duomenis UAB Girelės paukštynas laimi bent [70–80] proc. visų konkursų, kuriose dalyvauja;
- (f) galiausiai pastebėtina, kad UAB Girelės paukštynas yra svarbi konkurencinė jėga net faktiškai dalyvaudamas vieno ūkio subjekto konkursuose, kadangi iš Konkurencijos tarybos surinktų duomenų matyti, kad 2021 m. 1 kartą dalyvavo kito prekybos tinklo konkurse, bet faktiškai produkcijos tiekimas nebuvo vykdomas dėl pajėgumų trūkumo. Tai, kad galimybės dalyvauti kitų B2C sektoriaus ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose riboja turimi pajėgumai patvirtino UAB Girelės paukštynas atstovai: [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>124</sup>.

(217) Pagal Koncentracijos nagrinėjimo metu surinktus duomenis, [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>125</sup>. [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>126</sup>. Dėl šios priežasties UAB Girelės paukštynas padėtis atitinkamoje rinkoje trumpuoju laikotarpiu (iki 2025 m. imtinai) galėtų pasikeisti:

- (a) [KOMERCINĖ PASLAPTIS];
- (b) atsižvelgiant į tai, kad UAB Girelės paukštynas 2022–2023 m. dalyvavo [20–30] proc. visų konkursų, iš kurių laimėjo [70–80] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS] šio ūkio subjekto rinkos dalis atitinkamoje rinkoje (naudojant 2023 m. rinkos dydį) trumpuoju laikotarpiu galėtų padidėti nuo [5–10] proc. iki [10–20] proc., o vertinant išskirtinai PL segmentą – nuo [5–10] proc. iki [10–20] proc.;
- (c) tai, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS] reiškia, kad B2C klientai (šiuo metu – [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) turėtų galimybę įsigyti didesnę kiekį vištų kiaušinių pagal UAB Girelės paukštynas taikomas kainas, dėl ko UAB Girelės paukštynas, kaip svarbios konkurencinės jėgos, aktualumas tik didėtų (plačiau – (216)(e) pastraipoje);
- (d) UAB Girelės paukštynas potencialiai galėtų dalyvauti kitų mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose, dėl ko jo daromas konkurencinis spaudimas rinkoje tik didėtų.

(218) Kaip jau buvo nurodyta (127) ir (128) pastraipose, UAB Girelės paukštynas 2023 m. laikė apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių, kuomet pagal TIPK leidimą turi teisę didinti savo laikomų vištų-dedeklių skaičių (t. y. pajėgumus) iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių.

<sup>123</sup> UAB Girelės paukštynas kainos nebūtinai visais atvejais yra mažiausios, kadangi konkursuose taip pat dalyvauja Audrupio paukštynas, pasižymintis aukšta laimėjimų konkursuose dalimi (apie [70–80] proc.), be to, retais atvejais (tam tikrais mėnesiais) kitų ūkio subjektų kaina taip pat gali būti mažesnė nei UAB Girelės paukštynas.

<sup>124</sup> 2023 m. lapkričio 7 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB Girelės paukštynas protokolais (tomas 28NK, b. l. 10).

<sup>125</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>126</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]



Iš surinktų duomenų matyti, kad 2023 m. UAB Girelės paukštynas turėjo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] narvuose laikomų ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ant kraiko laikomų vištų paukštides, o vertinant ateities plėtrą [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Be to, UAB Girelės paukštynas susitikimo metu nurodė, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>127</sup>. Atitinkamai, tai reikėtų, kad:

- (a) UAB Girelės paukštynas išgaunamų kiaušinių skaičius, galėtų padidėti mažiausiai iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių per metus<sup>128</sup>, jeigu būtų naudojamas TIPK leidime nurodytas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių maksimalus skaičius. Tuo atveju, jeigu būtų naudojamas [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų dedeklių skaičius, UAB Girelės paukštynas galėtų išgauti apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių per metus;
- (b) tuo atveju, jeigu visi UAB Girelės paukštynas išgaunami A klasės kiaušiniai būtų skirti B2C sektoriui<sup>129</sup>, UAB Girelės paukštynas rinkos dalis atitinkamoje rinkoje ilguoju laikotarpiu galėtų padidėti iki [20–30] proc., o PL segmento atveju – iki [30–40] proc. Šiuo atveju nėra teigiama, kad UAB Girelės paukštynas skirs visus savo pajėgumus ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių) vištų kiaušinių tiekimui B2C sektoriui, bet yra akcentuojama, kad ilguoju laikotarpiu jos rinkos dalis gali padidėti intervale nuo [5–10] proc. (arba [10–20] proc., [KOMERCINĖ PASLAPTIS]) iki [20–30] proc. (PL segmento atveju – iki [30–40] proc.). Tuo atveju, jeigu būtų naudojamas didesnis pajėgumų dydis ([KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų-dedeklių), jo rinkos dalis galėtų padidėti intervale nuo [5–10] proc. (arba [10–20] proc.) iki [30–40] proc. (PL segmento atveju – iki [50–60] proc.);
- (c) UAB Girelės paukštynas potencialiai galėtų dalyvauti kitų mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų konkursuose, o ūkio subjektai, kurie jau šiuo metu perka vištų kiaušinius iš UAB Girelės paukštynas, galėtų įsigyti dar didesnius kiekius, dėl ko UAB Girelės paukštynas daromas konkurencinis spaudimas rinkoje didėtų dar labiau nei lyginant su (217)(c) ir (217)(d) pastraipomis.

(219) Apibendrinant UAB Girelės paukštynas potencialius pajėgumų pokyčius yra daroma išvada, kad UAB Girelės paukštynas pajėgumai (t. y. B2C sektoriui skirtų vištų-kiaušinių skaičius) [KOMERCINĖ PASLAPTIS], dėl ko jos rinkos dalis galėtų padidėti nuo [5–10] proc. iki [10–20] proc. (PL segmente – [5–10] proc. iki [10–20] proc.), o ilguoju laikotarpiu, kai vertinama maksimali vištų-dedeklių skaičiaus riba siekia [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. vištų – daugiau nei 5 kartus (nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. vištų kiaušinių), dėl ko jos rinkos dalis galėtų padidėti iki [20–30] proc. (PL segmente – iki [30–40] proc.). Trumpuoju laikotarpiu [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei ilguoju laikotarpiu didėjant UAB Girelės paukštynas bendriems pajėgumams, jo daromas konkurencinis spaudimas didėtų dar labiau, kadangi UAB Girelės paukštynas galėtų dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose PL konkursuose, o ūkio subjektai, kurie jau šiuo metu perka vištų kiaušinius iš UAB Girelės paukštynas, galėtų jų įsigyti daugiau.

(220) Tai, kad UAB Girelės paukštynas yra svarbi konkurencinė jėga patvirtina tai, kad UAB Girelės paukštynas yra vienas iš trijų rinkos dalyvių (kiti du – kontrolę įgyjantis ūkio subjektas ir Groward), kurių galimybė vykdyti plėtrą (nebūtinai artimiausius 2 metus) nėra apribota TIPK leidime nurodytu

<sup>127</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>128</sup> Vertinant bendrai, UAB Girelės paukštynas 2023 m. išgavo bent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių, iš kurių apie [5–10] proc. buvo B klasės kiaušiniai (t. y. netinkami pardavimui B2C klientams). Atitinkamai, jeigu UAB Girelės paukštynas laikytų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tūkst. paukščių, jis galėtų išgauti apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. kiaušinių per metus, iš kurių A klasės kiaušiniai sudarytų apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln. vnt.

<sup>129</sup> Šiuo atveju yra aprašomas scenarijus, kuris įvyktų, jei padidėjus UAB Girelės paukštynas pajėgumams visi jos išgaunami A klasės kiaušiniai (apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] mln.) būtų parduodami B2C klientams. Pažymėtina, kad yra nurodoma būtent aukštesnė riba. Tuo atveju, jeigu po pajėgumų padidėjimo B2C segmentui būtų parduodama mažiau (pavyzdžiui, tik 50 proc. visų išgautų A klasės kiaušinių), nurodytos reikšmės procentais turėtų būti padaugintos iš B2C sektoriui skiriamų kiaušinių dalies (pavyzdžiui, UAB Girelės paukštynas padidinus pajėgumus ir skiriant visus A klasės kiaušinius B2C sektoriui, jo rinkos dalis galėtų didėti iki [20–30] proc., o skiriant tik pusę A klasės kiaušinių B2C sektoriui – iki [10–20] proc.).

maksimaliu laikomų vištų-dedeklių skaičiumi. Kaip matyti iš žemiau pateiktos informacijos, kiti ūkio subjektai, siekiant didinti pajėgumus tik planuotų kreiptis dėl naujo TIPK leidimo išdavimo.

- (221) Konkurencijos taryba surinko informaciją apie konkurentų planus didinti pajėgumus ilguoju laikotarpiu (tuo atveju, jeigu jų TIPK leidimas numato tokią galimybę) bei planus gauti naujus TIPK leidimus ir tokiu būdu didinti pajėgumus ilguoju laikotarpiu. Rinkos dalyvių galimybę padidinti laikomų vištų skaičių riboja TIPK leidime nurodytas maksimalus laikomų vištų skaičius (absoliučiais dydžiais ir sąlyginių gyvulių vienetais). Tuo atveju, jei dabartinis TIPK leidime nurodytas dydis viršija šiuo metu laikomą vištų skaičių – ūkio subjektas gali didinti laikomų vištų-dedeklių skaičių iki kol nepasieks TIPK leidime nurodytą ribą. Priešingu atveju, jei šiuo metu laikomas vištų-dedeklių skaičius yra artimas TIPK (ir jeigu papildomos paukštides įrengimas ir vištų-dedeklių laikymas joje viršytų TIPK leidime nurodytą maksimalų skaičių), ūkio subjektas privalo kreiptis į Aplinkos apsaugos agentūrą dėl naujo TIPK leidimo išdavimo. Pagal Konkurencijos tarybai prieinamus duomenis, naujo TIPK leidimo išdavimas gali užtrukti 1–2 m., kuomet Ylakių paukštynas (nuomojamas kontrolę įgyjančio subjekto) taip pat nurodė, kad šiuo metu labai sudėtinga arba tiesiog neįmanoma gauti naujus TIPK leidimus didelio masto plėtrai Lietuvoje<sup>130</sup>.
- (222) Iš surinktų duomenų daroma išvada, kad ilguoju laikotarpiu be UAB Girelės paukštynas tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] atveju siekiant padidinti pajėgumus nereikėtų gauti naujo TIPK leidimo (kadangi esami numato galimybę didinti pajėgumus), kuomet Audrupio paukštynas ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] nurodė, kad siekiant padidinti pajėgumus planuotų kreiptis dėl naujo TIPK leidimo išdavimo, bet faktiškai dar nesikreipė [KOMERCINĖ PASLAPTIS].

Lentelė Nr. 28. Kiaušinių gavybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pajėgumų plėtros vertinimas

Vertinimo pjūvis	Pagal faktiškai laikomų vištų skaičių	Pagal maksimalų projektinių pajėgumų skaičių	TIPK leidime nurodytas	TIPK leidime nurodytas
Ūkio subjektas / Metai	2023	2023	2024 (aktualus)	Planuojamas (ne anksčiau 2026 m.) <sup>131</sup>
AS Balticovo	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]			
UAB Girelės paukštynas				
Groward				
Ginkūnų paukštynas				
Audrupio paukštynas				
Sparnai				
Mikoliškio paukštynas				

- (223) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad TIPK leidimuose numatyti maksimalūs leistini laikyti vištų kiekiai nerodo UAB Girelės paukštyno potencialaus konkurencinio spaudimo 3 kategorijos PL prekės ženklo kiaušinių pardavimui Lietuvoje. Turėtų būti įvertinta kokias paukštides ketina įrengti UAB Girelės paukštynas, taip pat turėtų būti pateikti įrodymai, kad tokia plėtra iš tiesų vyks artimiausiu metu (pavyzdžiui, investicijų planai, preliminarūs sutartys, verslo planai ir pan.).
- (224) Kaip jau buvo nurodyta (218) pastraipoje, UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. Atitinkamai, UAB Girelės paukštynas potencialus plėtros vertinimas neprieštarauja atitinkamos rinkos apibrėžimui. Vertinant, ar minėta plėtra iš tiesų vyks artimiausiu metu yra akcentuojama (217)

<sup>130</sup> 2023 m. lapkričio 8 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB Ylakių paukštynas protokolas (tomas 28NK, b. l. 3).

<sup>131</sup> Konkurencijos taryba surinko informaciją apie rinkos dalyvių planus didinti valdomų paukštynų projektinius gamybinius pajėgumus pagal vištų dedeklių bei vištaičių (prieauglio) skaičių artimiausių dviejų metų laikotarpyje. Informacija, kada bus pasiekti TIPK leidime nurodytas maksimalus vištų dedeklių skaičius nebuvo renkama, dėl ko yra daroma prielaida, kad tai galėtų įvykti ne anksčiau, kaip 2026 m.

pastraipoje pateikta informacija, kad UAB Girelės paukštynas, [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o vertinant TIPK leidime nurodytą maksimalų leistiną vištų skaičių yra akcentuojama tai, kad UAB Girelės paukštynas jau turi TIPK leidimą ir potencialiai galėtų didinti laikomų vištų skaičių. Galiausiai, kontrolę įgyjantis subjektas reikalaujamas tokio įrodinėjimo standarto ignoruoja, kad pats teikdamas Pranešimą apie koncentraciją nepateikė jokių savo ar UAB Girelės paukštynas vidinių plėtros dokumentų, o atsakydamas į Konkurencijos tarybos klausimą dėl vidinių dokumentų, atitinkančių Pranešimo formos 55.3–55. 5 aprašomą informaciją, Pranešimą teikiantis ūkio subjektas nurodė, kad tokių dokumentų „neturi ir jo žiniomis tokių nėra“<sup>132</sup>. Be to, nepaisant pakartotinių Konkurencijos tarybos prašymų pateikti bet kokius ir bet kokios formos (įskaitant elektroninius dokumentus, susirašinėjimus tarp atsakingų darbuotojų ir t.t.) dokumentus, pagrindžiančius vykdomą ar planuojamą vykdyti plėtrą, persiorientavimą ir kitas su tuo susijusias aplinkybes, Koncentracijos dalyviai nuolat teigė, kad jokių prašomų dokumentų neturi, o planuojamos investicijos yra grindžiamos vien ankstesne subjektų patirtimi<sup>133</sup>.

- (225) Atsiliepimuose į Išvadas nurodoma, kad Išvadose pateikta pozicija, jog UAB Girelės paukštynas daro didelį poveikį rinkai, yra nepagrįsta. Priešingai, Išvadose pateikta analizė suponuoja, kad UAB Girelės paukštynas yra nedidelis tiekėjas, tiekiantis PL prekės ženklo produkciją tik vienam prekybos tinklui. Be to, dėl savo ribotų pajėgumų UAB Girelės paukštyno konkurencinė jėga yra ribota.
- (226) Kaip yra nurodyta Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 37 punkte, tam, kad įmonė galėtų būti traktuojama kaip svarbi konkurencinė jėga, jai nėra būtina daryti lemiamą arba didžiausią poveikį kitiems rinkos dalyviams. Gairių 20 a) punkte taip pat išskirta, kad neigiamas horizontalios konkurencijos poveikis konkurencijai netgi mažiau koncentruotose rinkose gali būti nustatomas kai susijungime dalyvauja galimai ateisianti arba neseniai atėjusi į rinką įmonė, turinti mažą rinkos dalį. Tai reiškia, kad tiekėjo dydis nėra tiesiogiai susijęs su galimybe nustatyti neigiamas koncentracijos pasekmes, o tai, kad UAB Girelės paukštynas yra nedidelis tiekėjas, savaime nėra reikšminga atliekant poveikio konkurencijai vertinimą.
- (227) Iš šioje dalyje pateikto vertinimo matyti, kad UAB Girelės paukštynas atitinka minėtuose punktuose išvardytus kriterijus – jos konkurencinis spaudimas yra didesnis, nei galima spręsti iš jos rinkos dalies, atitinkama rinka ir jos segmentai yra koncentruoti (ką patvirtina HHI reikšmės), be to – UAB Girelės paukštynas tik neseniai reikšmingai įėjo į atitinkamą rinką – dar 2020 m. jos rinkos dalis pagal pardavimų apimtį siekė [0–5] proc., kuomet 2023 m. – [5–10] proc. (o atskirose rinkos segmentuose jo rinkos dalis per 2 metus padidėjo nuo 0 proc. iki [5–10] proc.). Be to, jis buvo labiausiai augantis rinkos dalyvis, kuris per 2 metus tapo ketvirtu pagal dydį atitinkamos rinkos dalyviu (vertinant atskirus segmentus – trečiu), turintis didžiausius pajėgumus po *AS Baltico* ir Groward. Atitinkamai, tas faktas, kad UAB Girelės paukštynas tiekė kiaušinius 4 ūkio subjektams (o PL kiaušinius – tik 1 ūkio subjektui) nekeičia UAB Girelės paukštynas kaip svarbios konkurencinės jėgos vertinimo, kadangi didesnis produkcijos tiekimas nebuvo vykdomas ne dėl to, kad UAB Girelės paukštynas nėra konkurencingas, o dėl pajėgumų trūkumo ((216)(f)). Galiausiai, kaip jau buvo nurodyta (217) ir (218) pastraipose, UAB Girelės paukštynas konkurencinis spaudimas ateityje didės.
- (228) Apibendrinant, po Koncentracijos *AS Baltico* ir kiti rinkos dalyviai nebesusidurtų su konkurenciniu spaudimu iš UAB Girelės paukštynas dalyvaujant konkursuose dėl privačia etikete pažymėtų 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių tiekimo, kas, atsižvelgiant į UAB Girelės paukštynas šiuo metu daromą konkurencinį spaudimą *AS Baltico* ir Groward bei kitiems konkurentams, reikštų svarbios konkurencinės jėgos panaikinimą bei didintų nekoordinuojamų padarinių riziką nagrinėjamoje rinkoje. Papildomai, kuomet yra vertinamas kontrafaktinis scenarijus, pagal kurį UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS], minėtų neigiamų padarinių rizika didėtų dar labiau.

<sup>132</sup> LIT EGG, UAB 2023 m. gruodžio 18 d. atsakymas (tomas 5K, b. l. 122).

<sup>133</sup> Pavyzdžiui, LIT EGG, UAB 2024 m. sausio 11 d. atsakymas į 3-5 klausimus (tomas 5K, b. l. 132).

### 3.6. Kompensacinė pirkėjo įtaka

- (229) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 64 punkte nurodyta, kad konkurencinį spaudimą tiekėjui vykdo ne tik konkurentai, jis gali kilti ir iš pirkėjų. Net ir labai didelės rinkos dalis turinčios įmonės negali po susijungimo labai riboti veiksmingos konkurencijos, ypač veikdamos dideliu mastu nepriklausomai nuo savo pirkėjų, jei pastarieji turi kompensacinę pirkėjo įtaką. Kompensacinę pirkėjo įtaką šiame kontekste reikia suprasti kaip derybinę jėgą, kurią komercinėse derybose pirkėjas turi prieš pardavėjus dėl savo dydžio, komercinės svarbos pardavėjui ir pajėgumo pasirinkti kitus tiekėjus.
- (230) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 65 punkte nurodyta, kad vienas kompensacinės pirkėjo įtakos šaltinis būtų, jei klientas galėtų pagrįstai grasinti per pagrįstą laikotarpį pereisiantis prie alternatyvių tiekimo šaltinių, jei tiekėjas nuspręstų padidinti kainas ar kitaip pabloginti tiekimo kokybę ar sąlygas. Taip būtų, jei pirkėjas galėtų nedelsdamas pakeisti tiekėjus.
- (231) Kompensacinės pirkėjo įtakos buvimas grindžiamas prezumpcija, kad pirkėjai apsaugos save ir galiausiai galutinį vartotoją nuo neigiamų pasekmių, kurias gali sukelti susijungimas. Visgi, ne visi Lietuvoje veikiantys mažmeninės prekybos veiklą vykdančios ūkio subjektai turi aukštas rinkos dalis (t. y. sudaro didelę dalį tiekėjo pardavimuose) ir reikšmingą derybinę galią perkant galutiniams vartotojams skirtą kiaušinių produkciją. Duomenys apie tai, kokią dalį Koncentracijos dalyviai sudaro mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų kiaušinių produkcijos pirkimuose (2 ir 3 kategorijos kiaušinių, pažymėtų gamintojo ir PL prekės ženklais) ir kokią dalį sudaro konkretus B2C ūkio subjektas po Koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pardavimuose (pagal apimtis) rodo (Lentelė Nr. 29), kad:
- (a) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* ir UAB Girelės paukštynas kartu 2023 m. pirko [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. viso savo poreikio, tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS], remiantis 2023 m. duomenimis, sudarytų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. jų visų pardavimų B2C rinkoje;
  - (b) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* 2023 m. pirko [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] remiantis 2023 m. duomenimis sudarytų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Svarbu pažymėti, kad 2023 m. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pirko iš *AS Balticovo* mažiausiai, o palyginus 2020-2023 m. duomenis, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* pirko nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., kai pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sudarė nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.;
  - (c) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* 2023 m. pirko [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] remiantis 2023 m. duomenimis sudarytų [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Svarbu pažymėti, kad 2023 m. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] pirko iš *AS Balticovo* mažiausiai, o palyginus 2020-2023 m. duomenis, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* pirko nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., kai pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] sudarė nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.;
  - (d) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* ir UAB Girelės paukštynas kartu 2023 m. pirko [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos

susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] remiantis 2023 m. duomenimis sudarytą [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.;

- (e) [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* 2023 m. pirkė [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] remiantis 2023 m. duomenimis sudarytą [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.;
- (f) kiti Konkurencijos tarybos apklausti mažmeninės prekybos veiklą vykdančys ūkio subjektai, pavyzdžiui [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir [KOMERCINĖ PASLAPTIS] iš *AS Balticovo* ir UAB Girelės paukštynas kartu 2023 m. pirkė nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. visos perkamos produkcijos, tuo tarpu, vertinant iš po koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės (*AS Balticovo*, UAB Girelės paukštynas, LIT EGG, UAB) – pardavimai [KOMERCINĖ PASLAPTIS], [KOMERCINĖ PASLAPTIS] remiantis 2023 m. duomenimis sudarytą tik [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc.

Lentelė Nr. 29. B2C ūkio subjektų pirkimų dalies iš Koncentracijos dalyvių bei Koncentracijos dalyvių pardavimų dalies B2C ūkio subjektams vertinimas.

Vertinimo pjūvis	Kokią dalį konkretaus ūkio subjekto pirkimuose sudarė pirkimai iš Koncentracijos dalyvių				Kokią dalį po Koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pardavimų sudarė pardavimai konkrečiam ūkio subjektui			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Ūkio subjektas / metai								
Maxima	[KOMERCINĖ PASLAPTIS]				[KOMERCINĖ PASLAPTIS]			
Lidl								
IKI								
Rivona								
Rimi								
AIBĖ								
Grūstė								

- (232) Pažymėtina, kad pagal Konkurencijos tarybos turimus 2023 m. duomenis, kiekvienas iš penkių didžiųjų mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų (Maxima, Lidl, IKI, Rivona ir Rimi) iš po Koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pirkė nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. įsigyjamą kiaušinių produkciją (2 ir 3 kategorijos, gamintojo ir PL prekės ženklo), tuo tarpu vertinant iš po Koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pusės – pardavimai Maxima pagal 2023 m. duomenis sudarytą apie [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc., o kitiems keturiems šioje pastraipoje įvardytiems ūkio subjektams nuo [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. iki [KOMERCINĖ PASLAPTIS] proc. Apibendrinant, didžioji pirkėjų dalis nepasižymi kompensacine pirkėjų įtaka, kadangi jų pirkimų dalis iš Koncentracijos dalyvių reikšmingai viršija dalį, kurią jie sudaro po Koncentracijos susikūrusio ūkio subjekto pardavimuose.
- (233) Kaip nurodoma Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 67 punkte, kompensacinė pirkėjo įtaka pakankamai neatsveria potencialių neigiamų susijungimo padarinių, jei ji tik užtikrina, kad tam tikras klientų segmentas, turintis didelę derėjimosi galią, apsaugomas nuo žymaus kainos išaugimo ir pablogėjusių sąlygų po susijungimo. Vadinasi, visi kiti ūkio subjektai (išskyrus [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos tinklą) turėtų dar mažesnes galimybes pasipriešinti įtakos rinkoje išaugimui, kurią galėtų sukurti Koncentracija.
- (234) Papildomai pastebėtina, kad konkursuose kainą mažina ne pirkėjo galia, o konkuruojančių ūkio subjektų pasiūlymai. Pavyzdžiui, tais atvejais, kai PL konkursus laimėjo UAB Girelės paukštynas, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] galėjo gauti geresnę kainą (bent daliai perkamos produkcijos) negu siūlė *AS Balticovo* arba Groward ne dėl to, kad [KOMERCINĖ PASLAPTIS] turėjo derybinę galią, bet todėl, kad tame konkurse dalyvavo UAB Girelės paukštynas.

- (235) Atsiliepimuose dėl preliminarių išvadų nurodoma, kad Pranešimą pateikusių ūkio subjekto vertinimu, Konkurencijos taryba nepagrįstai itin siaurai vertina prekybos tinklų galimybę pasirinkti tiekėjus ypač atsižvelgiant į tai, kad kiaušiniai yra homogeninės prekės ir prekybininkai gali pakeisti lietuviškus tiekėjus lenkiškais, juk *AS Balticovo* tiekia vištų kiaušinius ir į Lenkiją, Lenkijos tiekėjai – tiekia į Lietuvą. Pasak Pranešimą pateikusių ūkio subjekto, jei kainos Lietuvoje pakiltų, prekybos tinklai galėtų nieko neribojami pirkti kiaušinius iš Lenkijos tiekėjų, o pagal poreikį – ir ukrainietiškus.
- (236) Konkurencijos tarybos surinkti duomenys apie mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pirkimus iš Lenkijoje veikiančių ūkio subjektų rodo, kad tokie pirkimai nesudaro reikšmingos dalies ir siekė nuo 2,65 proc. iki 3,38 proc., kas reiškia, kad 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių pirkimai iš Lenkijos tiekėjų nėra reikšmingi, o jų konkurencinis spaudimas ribotas. Pagal konkursų duomenis matyti, kad vienas Lenkijos tiekėjas, dalyvavęs [20–30] proc. visų konkursų, nelaimėjo nei vieno konkurso ir dažniausiai nepatekdavo net į TOP-3 geriausias kainas pateikusių, o kitas Lenkijos tiekėjas dalyvavo konkursuose retai ir laimėjo tik kelis konkursus (ką patvirtina ir jo rinkos dalis, kuri neviršijo 1 proc.).
- (237) Pagal Konkurencijos tarybos turimus duomenis, nors ukrainietiški kiaušinių dalis padidėjo 2023 m., tačiau kaip nurodė 6 iš 7 Konkurencijos tarybai atsakymus pateikusių mažmeninę prekybą vykdančių ūkio subjektų (prekybos tinklų), ukrainietiškus kiaušinius jie perka tik pavieniais atvejais, dažniausiai artėjant Velykoms, nes tuo metu išauga baltų kiaušinių poreikis ir tik 1 iš 7 nurodė, kad ukrainietiškus kiaušinius perka reguliariam asortimentui. Atsakydami į klausimą, ar svarsto per ateinančius dvejus metus padidinti ukrainietiškos kilmės kiaušinių pirkimus, 8 iš 14 nurodė, kad nesvarsto ir/ar nėra priėmę sprendimo, likę 6 atsakymo į šį klausimą nepateikė. Kalbant apie ukrainietiškus kiaušinius svarbi aplinkybė yra ta, kad ukrainietiški kiaušiniai neatitinka ES reikalavimų ir, kaip buvo nurodyta geografinės rinkos vertinime, ateityje galėtų būti iš naujo nustatytos kiaušinių importo kvotos (plačiau (96) pastraipoje).
- (238) Atsiliepimuose į Išvadas nurodoma, kad vertinant Koncentracijos poveikį turėtų būti atsakoma į klausimą, ar kompensacinę pirkėjo įtaką turi [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos tinklas, kadangi ir žalos teorija yra susijusi su galimu kiaušinių kainos pakėlimu būtent [KOMERCINĖ PASLAPTIS] tinklui. Atitinkamai, argumentas, jog ne visi prekybos tinklai turi aukštas rinkos dalis koncentracijos poveikio vertinimo kontekste yra nereikšmingas, dėl ko nėra prielaidų išvadai, jog Koncentracija galėtų turėti neigiamą poveikį kitiems prekybos tinklams.
- (239) Nėra sutiktina su Atsiliepimuose nurodytais argumentais dėl to, kad turėtų būti vertinama išskirtinai [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos tinkle kompensacinę pirkėjo įtaką. Kaip buvo nurodyta šio Nutarimo (216)(f) ir (219) pastraipose, UAB Girelės paukštynas galimybės dalyvauti kitų ūkio subjektų konkursuose yra [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o [KOMERCINĖ PASLAPTIS] bei ilguoju laikotarpiu didėjant UAB Girelės paukštynas bendriems pajėgumams, jo daromas konkurencinis spaudimas didėtų dar labiau, kadangi UAB Girelės paukštynas galėtų dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose PL konkursuose, o ūkio subjektai, kurie jau šiuo metu perka vištų kiaušinius iš UAB Girelės paukštynas, galėtų jų įsigyti daugiau. Galiausiai, kaip jau buvo minėta, ne [KOMERCINĖ PASLAPTIS] prekybos tinklo derybinė galia suteikia galimybę įsigyti dalį PL kiaušinių už mažesnę kainą, bet UAB Girelės paukštynas dalyvavimas konkursuose ir tokių pasiūlymų teikimas.
- (240) Atsiliepimuose į Išvadas nurodoma, kad kompensacinės pirkėjo įtakos vertinimas turėtų susidėti iš trijų dalių: (i) dydžio; (ii) komercinės svarbos; ir (iii) pajėgumo pasirinkti kitus tiekėjus. Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone Grupės atliktas vertinimas šiuo aspektu yra „nekorektiškas“ (neskaidant nei į PL kiaušinius, nei į gamintojo prekės ženklo kiaušinius, nei skaidant kiaušinius pagal vištų laikymo kategorijas).
- (241) Pažymėtina, kad atlikta kompensacinės pirkėjo įtakos analizė susideda iš atsiliepimus pateikusių ūkio subjekto nurodytų aspektų – dydžio ir komercinės svarbos. B2C klientų galimybės pakeisti tiekėją yra įvertintos 3.3 dalyje, kurioje yra daroma išvada, kad Koncentracijos dalyvių pirkėjams po Koncentracijos gali būti sunku pasirinkti kitus tiekėjus nepatiriant su tuo susijusių neigiamų pasekmių tiekimo kainoms. Nėra aišku, kodėl atsiliepimuose yra nurodyta, kad vertinant kompensacinę pirkėjo

įtaką atitinkama rinka turėtų būti skaidoma į siauresnius segmentus, bet net ir tokia analizė nekeistų vertinimo išvadų, kadangi pagal Koncentracijos dalyvių pateiktus duomenis matyti, kad jie beveik neprekiauja gamintojo prekės ženklo produkcija, o vertinant išskirtinai PL kiaušinius išvados dėl kompensacinės pirkėjo įtakos nesikeistų.

(242) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, tiesioginių Koncentracijos dalyvių pirkėjų – mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų – galia yra labai ribota ir neatsvertų neigiamų Koncentracijos pasekmių. Be to, kaip jau buvo minėta (188) pastraipoje, dalis B2C ūkio subjektų nurodė, kad keičiant Koncentracijos dalyvių produkciją kitų tiekėjų produkcija tiekimo kainos galėtų didėti, be to, dėl Koncentracijos kainos taip pat galėtų didėti (bent jau PL prekės ženklo segmente). Tai reiškia, kad šie B2C ūkio subjektai nevertina, kad galėtų išvengti kainos didėjimo po Koncentracijos dėl savo turimos pirkėjo galios.

### **3.7. Įėjimo į rinką kliūtys bei naujos įmonės įėjimo tikimybė**

(243) Gairių dėl horizontalių susijungimų vertinimo 68 punkte nurodyta, kad jei naujos įmonės atėjimas į rinką yra palyginti lengvas, susijungimas veikiausiai nesukels didesnio pavojaus konkurencijai. Todėl atėjimo analizė yra svarbi bendro konkurencijos įvertinimo dalis. Kad atėjimą būtų galima laikyti pakankamu konkurenciniu suvaržymu susijungiančioms šalims, turi būti įrodyta, kad jis yra tikėtinas, savalaikis ir pakankamas atgrasinti ar įveikti bet kokius potencialius susijungimo padarinius.

(244) Naujos įmonės įėjimas yra mažai tikėtinas dėl ženklų investicijų poreikio bei leidimų (poveikio aplinkai vertinimo<sup>134</sup> (toliau – PAV), sanitarinės apsaugos zonos<sup>135</sup> nustatymas (toliau – SAZ), TIPK<sup>136</sup> ir kt.) būtinų veiklai pradėti ir (ar) veiklos apimtims didinti.

(245) Pranešimo apie koncentraciją dalyje apie įėjimo į atitinkamą rinką išlaidas, nurodyta kad yra kliūčių kiaušinių gavybos veiklai, nes reikalingi ūkiniai pastatai, TIPK leidimai, rūšiavimo bei pakavimo įrenginiai, taip pat vištos dedeklės, lesalas joms ir pan. Koncentracijos dalyviai, pasisakydami apie pajėgumų didinimą rinkoje, nurodė, kad pajėgumų didinimas gali būti sunkiai įmanomas dėl TIPK leidimo gavimo, kuris yra reikalingas norint pradėti vykdyti kiaušinių gavybos veiklą ir (ar) didinti veiklos apimtį, o visų kitų būtinų leidimų (pavyzdžiui, PAV, SAZ ir kt.) surinkimas galėtų užtrukti iki dvejų metų. Tai patvirtino Ylakių paukštynas ir UAB Girelės paukštynas. UAB Ylakių paukštynas taip pat nurodė, kad šiuo metu labai sudėtinga arba tiesiog neįmanoma gauti naujus TIPK leidimus didelio masto plėtrai Lietuvoje<sup>137</sup>.

(246) Vien gauti visus būtinus leidimus siekiant vykdyti kiaušinių gavybos veiklą ir (ar) didinti veiklos apimtį nepakanka, kita ne mažiau svarbi aplinkybė yra investicijų turėjimas, nes pavyzdžiui, [KOMERCINĖ PASLAPTIS] Konkurencijos tarybai nurodė<sup>138</sup>, jog pilnai pastatyti ir įrengti vieną paukštidę kainuoja [KOMERCINĖ PASLAPTIS]. [KOMERCINĖ PASLAPTIS] nurodė, kad norint naujai pastatyti ir įrengti paukštidę ant kraiko laikomoms vištoms, sąnaudų vienai paukštidei galėtų sudaryti apie 5 mln. Eur, o turint pastatus ir siekiant įsigyti tik reikalingą įrangą – apie 3 mln. Eur<sup>139</sup>,

<sup>134</sup> Poveikio aplinkai vertinimas (PAV) – tai planuojamos ūkinės veiklos galimo poveikio aplinkai nustatymas, apibūdinimas ir įvertinimas.

<sup>135</sup> Sanitarinės apsaugos zona (SAZ) – aplink stacionarų taršos šaltinį arba kelis šaltinius esanti teritorija, kurioje dėl galimo neigiamo planuojamos ar vykdomos ūkinės veiklos poveikio visuomenės sveikatai įstatymu nustatytos specialiosios žemės naudojimo sąlygos.

<sup>136</sup> Taršos integruotos prevencijos ir kontrolės (TIPK) leidimų sistemos tikslas yra vengti pramoninės veiklos sukeltos taršos, ją sumažinti ir, kiek įmanoma, pašalinti, todėl leidimuose yra nustatoma veiklos sąlygų sistema, apimanti poveikio aplinkos elementams kontrolę. Kiaušinių gavybos veiklos kontekste, TIPK leidimuose paukštynams yra nustatomas maksimalus pagal taršos reikalavimus leistinų laikyti vištų skaičius.

<sup>137</sup> 2023 m. lapkričio 8 d. Konkurencijos tarybos susitikimo su UAB Ylakių paukštynas protokolas (tomas 28NK, b. l. 3).

<sup>138</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>139</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

statant visiškai naują paukštidę išlaidos siekia virš 2 mln. Eur, o jeigu renovuojamas senas pastatas, tuomet vertinama pagal kvadratūrą (darbai 1 kv. m. kainuoja vidutiniškai daugiau nei 1 200 EUR)<sup>140</sup>.

(247) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad nėra aišku, ar Konkurencijos taryba pabrėždama UAB Girelės paukštynas TIPK leidžiamą potencialią plėtrą įvertino ir reikšmingą finansinių išteklių poreikį šiems pajėgumams pasiekti ir tai, kokių veiksmų UAB Girelės paukštynas jau ėmėsi.

(248) Visų pirma, atsiliepimuose ignoruojamas faktas, kad UAB Girelės paukštynas šiuo metu yra parduodamas kontrolę ketinančiam įgyti ūkio subjektui. Atitinkamai nėra jokio pagrindo tikėtis, kad parduodamas ūkio subjektas šiuo metu vykdytų aktyvią plėtrą ar būtų ėmėsis kokių nors realių veiksmų plėtrai vykdyti. Atvirkščiai, būtų nerealu tikėtis, kad ūkio subjektas, kuris yra koncentracijos objektas, sandorio nagrinėjimo metu faktiškai investuotų į plėtrą, dėl ko Konkurencijos taryba neturi pareigos parodyti, kad šiuo metu UAB Girelės paukštynas yra ėmėsis kokių nors veiksmų pajėgumus plėsti. Atitinkamai nagrinėjimui dėl perkamo objekto plėtros pakanka įvertinti galimybes plėstis, bet jokia būdu neturi būti nustatyta, kad subjektas vykdo faktinę plėtrą.

(249) Antra, kontrolę įgyjantis subjektas reikalaujamas tokio įrodinėjimo standarto ignoruoja, kad pats teikdamas Pranešimą apie koncentraciją ar koncentracijos nagrinėjimo metu nepateikė jokių savo ar UAB Girelės paukštynas vidinių plėtros dokumentų (nors turėjo pareigą pateikti). Priešingai, atsakydamas į Konkurencijos tarybos klausimą dėl vidinių dokumentų, atitinkančių Pranešimo formos 55.3–55.5 aprašomą informaciją, Pranešimą teikiantis ūkio subjektas nurodė, kad tokių dokumentų „neturi ir jo žiniomis tokių nėra“<sup>141</sup>. Nagrinėjimo metu taip pat buvo teigiama, kad kontrolę įgyjantis ūkio subjektas nėra priėmęs jokių sprendimų dėl konkrečių projektų vystymo ir atitinkamai tokių sprendimų negali pateikti, kad nėra vykdomi jokie vidiniai susirašinėjimai nėra priimami atskiri sprendimai dėl [KOMERCINĖ PASLAPTIS] ir pan.<sup>142</sup>.

(250) Be to, Konkurencijos taryba turi duomenų [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>143</sup>.

(251) [KOMERCINĖ PASLAPTIS]<sup>144</sup>.

(252) Atsiliepimuose į preliminarį išvadą nurodoma, kad Pranešimą pateikusių ūkio subjekto vertinimu, Konkurencijos taryba teisingai pabrėžia reikšmingus finansinius išteklius reikalingus pateikti į rinką naujam ūkio subjektui statant vištides Lietuvoje. Visgi, ši pozicija neįvertina Lenkijos gamintojų vaidmens, kurie, Pranešimą teikiančio subjekto nuomone, gali pateikti Lietuvoje reikalingą kiaušinių kiekį, kuriems finansinių investicijų daugiau nereikia, o reikalingus leidimus jau yra gavę.

(253) Konkurencijos tarybos surinkti duomenys apie mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pirkimus iš Lenkijoje veikiančių ūkio subjektų rodo, kad tokie pirkimai nesudaro reikšmingos dalies ir siekė nuo 2,65 proc. iki 3,38 proc. Tai reiškia, kad 2 kat. ir 3 kat. kiaušinių pirkimai iš Lenkijos tiekėjų nėra reikšmingi, o Lenkijos tiekėjų konkurencinis spaudimas yra reikšmingesnis parduodant kitų kategorijų vištų kiaušinius (pavyzdžiui, 0 kat. ir 1 kat.). Pagal konkursų duomenis matyti, kad vienas Lenkijos tiekėjas, dalyvavęs [20–30] proc. visų konkursų, nelaimėjo nei vieno konkurso ir dažniausiai nepatekdavo net į TOP-3 geriausias kainas pateikusių, o kitas Lenkijos tiekėjas dalyvavo konkursuose retai ir laimėjo tik kelis konkursus (ką patvirtina ir jo rinkos dalis, kuri neviršijo 1 proc.).

(254) Atsiliepimuose į Išvadą nurodoma, kad Grupė neįvertina Lenkijos gamintojų vaidmens, kurie Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone, gali pateikti Lietuvoje reikalingą kiaušinių kiekį, kuriems finansinių investicijų daugiau nereikia, o reikalingus leidimus jau yra gavę. Grupė, vertindama šį teiginį nurodo tik jų rinkos dalis, bet neįvertina įėjimo į rinką kliūčių. Papildomai, Lenkijos tiekėjai tiekia kiaušinius jau dabar, todėl jų atėjimas nėra tik teorinė galimybė, o faktas, todėl turėtų būti vertinamas Lenkijos tiekėjų plėtros klausimas. Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone, šiuo metu Lenkijos

<sup>140</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>141</sup> LIT EGG, UAB 2023 m. gruodžio 18 d. atsakymas (tomas 5K, b. l. 122).

<sup>142</sup> Pavyzdžiui, LIT EGG, UAB 2024 m. sausio 11 d. atsakymas į 3-5 klausimus (tomas 5K, b. l. 132), LIT EGG, UAB 2024 m. sausio 22 d. raštas (tomas 6K, b. l. 12).

<sup>143</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]

<sup>144</sup> [KOMERCINĖ PASLAPTIS]



tiekėjų pardavimai Lietuvoje nėra labai dideli tik todėl, kad rinkoje veikiantys ūkio subjektai, įsikūrę Lietuvoje, palaiko konkurencingą kainą.

- (255) Atsiliepimuose taip pat komentuojama dėl Lenkijos tiekėjų atėjimo savalaikiškumo ir pakankamumo:
- (a) dėl atėjimo savalaikiškumo. Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone, Lenkijos gamintojai, jau dabar turi visą reikalingą infrastruktūrą ir išvystytas tiekimo grandines, kad galėtų teikti daugiau kiaušinių į Lietuvą;
  - (b) dėl atėjimo pakankamumo. Pranešimą teikiantis ūkio subjektas jau ne kartą teikė vertinimus, dėl Lenkijos gamintojų pajėgumų vertinimo – Pranešimą teikiančio ūkio subjekto nuomone jie gali kelis kartus patenkinti visą Lietuvos kiaušinių poreikį.
- (256) Atsiliepimuose yra nurodoma, kad Išvadose turėtų būti įvertintas Lenkijos tiekėjų plėtros klausimas kartu pažymint, kad Lenkijos tiekėjai jau dabar turi didelius pajėgumus bei visą reikalingą infrastuktūrą kiaušinių tiekimui į Lietuvą.
- (257) Pastebėtina, kad Atsiliepimuose yra bandoma primesti neteisingą vertinimo standartą – t. y. vertinti Lenkijos tiekėjų „efektyvumą“ kiaušinių gavybos veikloje bei „pasiruošimą“ tiekti kiaušinius Lietuvos Respublikos B2C pirkėjams, o ne Lenkijos tiekėjų galimybes efektyviai konkuruoti teikiant konkurencingus kainos pasiūlymus Lietuvoje. Kaip teisingai nurodyta Atsiliepimuose, Lenkijos tiekėjai jau dabar tiekia kiaušinius į Lietuvos Respubliką. Be to, Išvadose nėra teigiama, kad egzistuočių formalios kliūtys lenkiškų kiaušinių tiekimui į Lietuvos Respubliką. Atsižvelgiant į tai, kad Lenkijos tiekėjai jau dabar tiekia kiaušinius Lietuvoje esantiems B2C pirkėjams nėra būtina vertinti „įėjimo į rinką kliūčių“ arba Lenkijos tiekėjų „plėtros galimybių“, kadangi yra galimybė įvertinti kiek konkurencingi yra Lenkijos tiekėjų pasiūlymai. Iš atliktos konkursų analizės matyti, kad Lenkijos tiekėjai ypatingai retai dalyvauja konkursuose ir dar rečiau tiekia konkurencingus pasiūlymus. Visų Lenkijos tiekėjų rinkos dalyvių bendra rinkos dalis nurodytu laikotarpiu keitėsi 2,65–3,38 proc. intervale ir net nedidėjo 2023 m., kai reikšmingai padidėjo kiaušinių kaina rinkoje. Atitinkamai, nepriklausomai nuo to, kokia būtų Išvada dėl įėjimo į rinką kliūčių Lenkijos tiekėjams arba jų plėtros galimybės tai nekeistų vertinimo, kadangi Koncentracijos nagrinėjimo metu surinkti duomenys nerodo, jog Lenkijos tiekėjai darytų ar galėtų daryti reikšmingą įtaką atitinkamoje rinkoje.
- (258) Apibendrinant, naujai įmonei įeiti į kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinką būtų sudėtinga dėl ženklių investicijų poreikio bei dėl leidimų būtinų kiaušinių gavybos veiklai pradėti ir (ar) veiklos apimtims didinti. Dėl šių priežasčių daroma išvada, kad naujos įmonės įėjimas nebūtų tikėtinas, savalaikis ir pakankamas atgrasinti ar įveikti potencialius neigiamus Koncentracijos padarinius.

### ***3.8. Dėl papildomų Atsiliepimuose pateiktų argumentų***

- (259) Atsiliepimuose yra nurodoma, kad Pranešimą teikiantis subjektas negali tinkamai pasinaudoti teise į gynybą, nes daugelyje Išvadų vietų yra neįmanoma įvertinti informacijos, kuria remiantis Grupė daro išvadas. Atskirais atvejais, pasak Pranešimą pateikusio subjekto yra užslaptinti duomenys (skaičiavimai) susiję su pačiu Pranešimą pateikusiu ūkio subjektu.
- (260) Vertinant šiuos Koncentracijos dalyvių teiginius, pažymėtina, jog, vadovaujantis Konkurencijos įstatymo 21 straipsnio 1 dalimi, Konkurencijos taryba ir jos administracijos darbuotojai privalo saugoti atliekant šio įstatymo laikymosi priežiūrą sužinotą ūkio subjektų komercines ar profesines paslaptis ir be ūkio subjekto sutikimo gali naudoti jas tik tiems tikslams, dėl kurių jos buvo pateiktos. Atsižvelgiant į nustatytas taisykles, informaciją teikiantys ūkio subjektai nurodo, kokią informaciją ir duomenis laiko savo komercine paslaptimi. Konkurencijos įstatymo 21 straipsnio 2 dalis nurodo, kad Konkurencijos taryba turi teisę atskleisti pažeidimu įtariamiesiems subjektams teisės į gynybą tikslais ir naudoti ūkio subjektų komercines ar profesines paslaptis, jeigu to reikia pažeidimams, už kuriuos numatyta galimybė skirti baudas pagal Konkurencijos įstatymo 36 straipsnį, įrodyti. Vis dėlto, šiuo atveju siūloma atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją, taigi komercinių paslapčių apsaugos ir teisės į gynybą balansas skiriasi nuo to, kuris yra konkurencijos teisės pažeidimų byloje. Pažymėtina, kad tikslų atsakymus

pateikusių ūkio subjektų paaiškinimų citatų užslaptinimas atsižvelgiant į gautus prašymus netrukdo Koncentracijos dalyviams suprasti Grupės argumentų ir Išvadosse pateikto poveikio konkurencijai vertinimo. Be to, Koncentracijos dalyviai konkrečiai nenurodė ir motyvuotai nepagrindė, kodėl ir kokie konfidencialiais pripažinti duomenys jiems trukdo ginti savo teisę į gynybą, o apsiribojo tik abstrakčiais teiginiais dėl tariamo teisės į gynybą pažeidimo.

### **3.9. Koncentracijos poveikio konkurencijai vertinimo išvados**

- (261) Vadovaujantis Koncentracijos nagrinėjimo metu surinktais duomenimis, Koncentracijos metu jungiasi antras ir ketvirtas (atskiruose segmentuose – antras ir trečias) pagal dydį ūkio subjektai. Susijungęs ūkio subjektas taps didžiausiu rinkos dalyviu, kurio rinkos dalis sieks 40 proc. atitinkamoje rinkoje ir daugiau nei 40 proc. atskirose jos segmentuose. 3 kat. PL kiaušinių segmente jo rinkos dalis viršytų 50 proc. ir būtų bent 1,5 karto didesnė nei antro didžiausio ūkio subjekto rinkoje. UAB Girelės paukštynas buvo sparčiausiai augęs konkurentas tiek bendroje rinkoje, tiek atskiruose segmentuose, o neigiamas koncentracijos poveikis atsirastų dėl labiausiai augančio tiekėjo praradimo. Be to, dėl Koncentracijos atsirandanti rinkos dalių ir pajėgumų koncentracija neigiamai paveiktų atitinkamą rinką, kadangi rinka yra labai centruota.
- (262) Koncentracijos dalyviai yra artimi ir svarbūs konkurentai pagal jų pardavimų pasiskirstymą pagal kiaušinių kategoriją ir prekės ženklą (abu koncentruojasi į [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kat. kiaušinius bei [KOMERCINĖ PASLAPTIS] kiaušinius), o atlikta konkursų analizė rodo, kad abu Koncentracijos dalyviai artimai konkuruoja teikdami PL kiaušinių kainos pasiūlymus mažmeninės prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų konkursuose. UAB Girelės paukštynas efektyvus konkuravimas konkursuose parodo, kad UAB Girelės paukštynas, kaip konkurento praradimas turės neigiamą įtaką konkurencijai PL kiaušinių segmente, nes jo kainos galės pakilti iki *AS Balticovo* lygio. Papildomai, kadangi UAB Girelės paukštynas siūlo konkurencingas kainas (ką patvirtina laimėjimų dalis), UAB Girelės paukštynas nedalyvaujant konkursuose galėtų sumažėti bendras kainų spaudimas kitiems konkurso dalyviams, ir bendras kainų lygis konkursuose didėtų.
- (263) Koncentracijos dalyvių pirkėjams po Koncentracijos gali būti sunku pasirinkti kitus tiekėjus nepatiriant su tuo susijusių neigiamų pasekmių tiekimo kainoms, nes atitinkamoje rinkoje, be Koncentracijos dalyvių, egzistuoja tik vienas reikšmingas 2 kat. ir 3 kat. gamintojo prekės ženklo ir PL vištų kiaušinių produkciją tiekiantis tiekėjas Groward, kurio galimybės padidinti pasiūlą, jei išaugtų kainos, yra ribotos. Lenkijos tiekėjų daromas konkurencinis spaudimas nebuvo reikšmingas: pardavimų dalis nagrinėjamu laikotarpiu nedidėjo ir buvo mažesnė nei 5 proc. Tuo tarpu tiekėjų, prekiaujančių ukrainietiškais kiaušiniiais, konkurencinis spaudimas ateityje yra ribotas dėl galimų importo kvotų įvedimo bei B2C sektoriaus ūkio subjektų planų nedidinti ukrainietiškus kiaušinių pirkimų. Koncentracijos dalyvių konkurentai turėtų ribotas galimybes padidinti pasiūlą, jei išaugtų kaina, kadangi jau šiuo metu jų pajėgumų išnaudojimo lygis yra aukštas. Galiausiai, net jeigu pirkėjai ir turėtų galimybes pakeisti tiekėją, tokios galimybės neeliminotų šios koncentracijos neigiamo poveikio konkurencijai dėl UAB Girelės paukštynas dalyvavimo konkursuose bei dėl UAB Girelės paukštynas, kaip svarbios konkurencinės jėgos, panaikinimo. Atitinkamai, po Koncentracijos *AS Balticovo* ir kiti rinkos dalyviai nebesusidurtų su konkurenciniu spaudimu iš UAB Girelės paukštynas, kas, atsižvelgiant į UAB Girelės paukštynas šiuo metu daromą konkurencinį spaudimą rinkos dalyviams, reikštų svarbios konkurencinės jėgos panaikinimą bei didintų nekoordinuojamų padarinių riziką nagrinėjamoje rinkoje.
- (264) Minėti neigiami padariniai konkurencijai neapsiriboja vien dabartinio UAB Girelės paukštynas konkurencinio spaudimo praradimu ir ateityje būtų dar didesni, atsižvelgiant į kontrafaktinį scenarijų, pagal kurį UAB Girelės paukštynas [KOMERCINĖ PASLAPTIS], o ilguoju laikotarpiu galėtų didinti savo turimus pajėgumus iki TIPK leidime nurodytų, kadangi skirtingai, [KOMERCINĖ PASLAPTIS], jau turi reikiamus leidimus. Atitinkamai, UAB Girelės paukštynas ateityje galėtų didinti pardavimų apimtį organizuojamuose konkursuose bei dalyvauti kitų ūkio subjektų organizuojamuose konkursuose, kas dar labiau padidintų neigiamą Koncentracijos poveikį dėl tokio konkurento praradimo. Mažmeninės

prekybos veiklą vykdančių ūkio subjektų pirkėjų galia yra ribota ir neatsvertų neigiamų Koncentracijos pasekmių. Dalis B2C ūkio subjektų nurodė, kad keičiant Koncentracijos dalyvių produkciją kitų tiekėjų produkcija tiekimo kainos galėtų didėti, be to, dėl Koncentracijos kainos taip pat galėtų didėti, kas reiškia, kad šie B2C ūkio subjektai nevertina, kad galėtų išvengti kainos didėjimo po Koncentracijos dėl savo turimos pirkėjo galios. Galiausiai, naujai įmonei įeiti į kiaušinių gavybos ir didmeninės prekybos rinką būtų sudėtinga dėl ženklių investicijų poreikio bei dėl leidimų būtinų kiaušinių gavybos veiklai pradėti ir (ar) veiklos apimtims didinti.

Vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 12 straipsnio 1 dalies 3 punktu,

Konkurencijos taryba n u t a r i a :

Atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją LIT EGG, UAB įsigyjant uždarnosios akcinės bendrovės Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamąjį turtą, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti pagal pateiktą pranešimą apie koncentraciją.

Nutarimas gali būti skundžiamas Regionų administraciniam teismui per vieną mėnesį nuo jo įteikimo dienos arba nuo jo paskelbimo Konkurencijos tarybos interneto svetainėje [www.kt.gov.lt](http://www.kt.gov.lt) dienos, atsižvelgiant į tai, kas įvyksta pirmiau.

Pirmininkė

Jolanta Ivanauskienė