



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBOS VEIKLOS POVEIKIO VERTINIMAS: TIESIOGINĖ IR NETIESIOGINĖ NAUDA VARTOTOJAMS 2018 m.

I. Įvadas

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

2. Šie metai jau yra devintas kartas, kai KT vertina atnešamą naudą vartotojams (pirmasis vertinimas atliktas už 2010 m.). Šiuo dokumentu visuomenei pristatoma Konkurencijos tarybos veikla atnešama nauda. Jis yra išorinės atskaitomybės dalis, kurio pagrindu visuomenė gali vertinti institucijos veiklą ir vartotojams atnešamą naudą. Be to, į žemiau išdėstytus principus ir galimą naudą Konkurencijos taryba atsižvelgia, vykdydama savo veiklą, kai sprendžia, ar tikslinga pradėti vieną ar kitą tyrimą turėdama siekį atlikti prioritetinius tyrimus¹, atnešančius kuo daugiau naudos vartotojams.

3. Vertinimą atlieka pati KT, atsižvelgdama į metodologiją, kurią pasiūlė Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (toliau – *OECD*) konkurencijos institucijoms kaip tarptautinę gerąją praktiką. Poveikį vartotojams KT vertina iškart po KT sprendimo priėmimo, remdamasi byloje esančiais duomenimis ir prielaidomis apie tikėtiną KT sprendimų poveikį. Šie vertinimai rodo laukiamą *ex-ante* tiesioginę naudą vartotojams ateityje, o ne sprendimų efektyvumo *ex-post* vertinimą praktikoje. Taikomos prielaidos ir naudos vertinimai yra konservatyvūs. Nauda apima sutaupymus, kurie atitenka vartotojams dėl KT priimtų sprendimų, kuriais nutraukiami antikoncepciniai karteliai, piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi, uždraudžiamos koncentracijos arba jos leidžiamos su įsipareigojimais (pakeitimais). Tačiau tiesioginės naudos vertinimai neapima platesnių KT darbo aspektų. Pvz., juose neatsispindi KT darbas šalinant konkurencijos apribojimus, sukeltus viešojo administravimo subjektų, švietėjiška ir prevencinė KT veikla keliant konkurencijos kultūrą visuomenėje. Vertinimuose neatsižvelgiama į netiesioginę naudą dėl atgrasymo poveikio, sukeltą dėl KT priimtų sprendimų, į KT sprendimų poveikį darbo našumui, kuris padidėja padidėjus konkurencijai rinkoje.

4. Poveikio vertinimas apima tiesioginę ekonominę naudą vartotojams, o paskirtos (surinktos) baudos neįskaičiuojamos. Vertindama savo veiklos, prižiūrint Konkurencijos įstatymą, poveikį Konkurencijos taryba vadovavosi konservatyviomis prielaidomis, nustatytomis *OECD Gairėse*, skirtose padėti konkurencijos institucijoms įvertinti atnešamą naudą vartotojams². Be to,

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

² *OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014, <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2019 01 28.

Konkurencijos taryba atliko ir savo veiklos, prižiūrint Reklamos įstatymą, poveikio vertinimą, pasinaudodama savo sukurta metodika.

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

II. Konkurencijos tarybos naudos vartotojams, atneštos 2018 m., apibendrinimas

6. Konkurencijos tarybos atnešta nauda 2018 metais buvo skaičiuota pirmiausiai remiantis konkrečių bylų duomenimis ir, jei šių duomenų nepakanka, *OECD* Gairėse siūlomomis apyvartos, kainų padidėjimo ir trukmės reikšmėmis.

Išanalizavus KT sprendimus, priimtus 2018 m., tiesioginė nauda buvo apskaičiuota šiais atvejais: vairavimo mokyklų susitarime dėl kainų (2018 m. gruodžio 17 d. nutarimas Nr. 2S-7 (2018)); Notarų rūmų ir notarų susitarime (2018 m. balandžio 26 d. nutarimas Nr. 2S-2(2018)); *Swedbank* tyrime dėl piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi (2018 birželio 12 d. nutarimas Nr. 1S-79(2018)); *Telia Lietuva / Duomenų logistikos centras* probleminėje koncentracijoje (2018 m. birželio 21 d. nutarimas Nr. 1S-84(2018)), taip pat klaidinančios reklamos atveju (UAB „Tofera“, 2018 m. gegužės 15 d. nutarimas Nr. 2S-3 (2018)).

7. Kaip įprasta, buvo atlikti atitinkami pakeitimai (patikslinimai) ankstesnių metų naudos naudos skaičiavimuose pagal 2018 metais priimtus teismų sprendimus, kuriais buvo panaikinti Konkurencijos tarybos sprendimai.

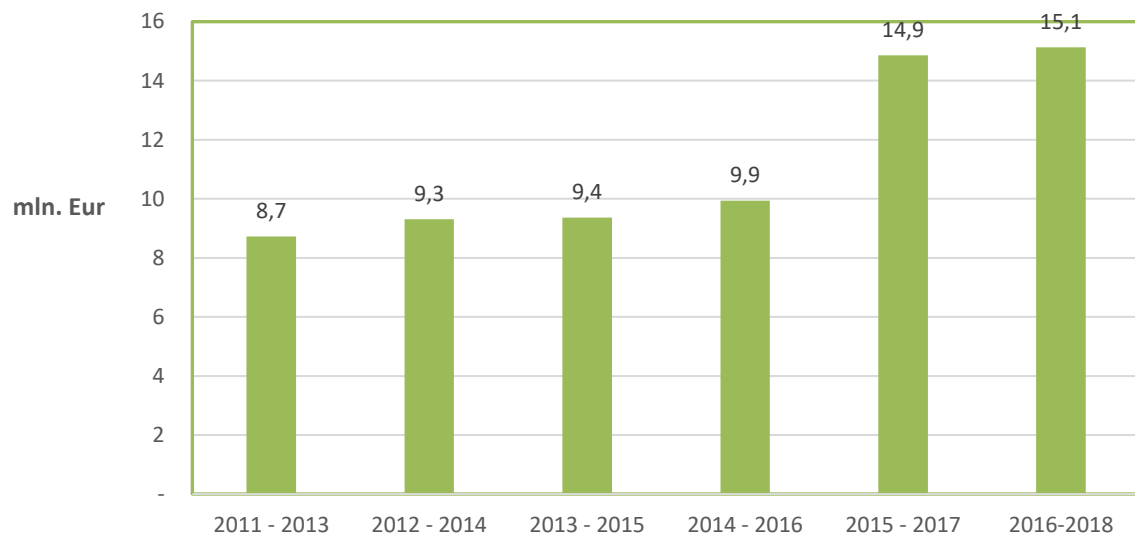
Tiesioginė nauda

8. Metodikos pagrindu atlikti skaičiavimai parodė, kad tiesioginė ekonominė nauda, kurią gavo vartotojai dėl Konkurencijos tarybos veiklos tiriant ir išaiškinant ūkio subjektų kartelius ir kitokio pobūdžio konkurenciją ribojančius veiksmus, vien tik per 2018 m. sudarė 6,9 mln. eurų, o tiesioginė nauda per trejų 2016–2018 m. laikotarpį vidutiniškai sudarė 15,1 mln. eurų per metus. Ją lėmė išaiškinti draudžiami susitarimai ir piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi tyrimas bei koncentracijų priežiūra, kurios eigoje nustatyti konkurencijos apribojimai buvo pašalinti, ūkio subjektams prisiimant įsipareigojimus arba iš viso atsisakant ūkio subjektų susijungimo.

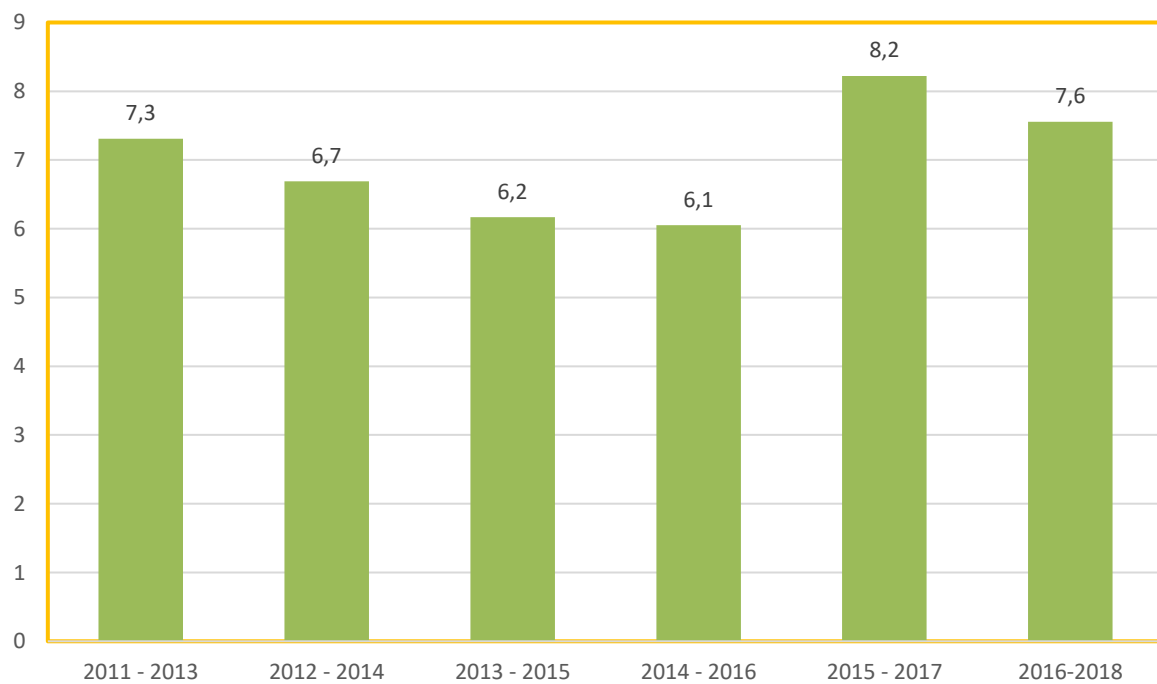
Naudos palyginimas su KT biudžetu

9. Kaip matyti iš naudos skaičiavimų, kurie buvo atlikti remiantis konservatyviomis taisyklėmis ir prielaidomis, Konkurencijos tarybos atnešta tiesioginė nauda vartotojams per trejus Konkurencijos tarybos veiklos metus – nuo 2016 iki 2018 metų – sudarė vidutiniškai per metus 15,1 mln. eurų. Palyginus šią sumą su Konkurencijos tarybos vidutiniu 2016–2018 m. biudžetu – 2,0 mln. eurų, matyti, kad tiesioginė Konkurencijos tarybos veikla atnešama nauda vartotojams viršijo Konkurencijos tarybos metinį biudžetą 7,6 karto. Taigi Konkurencijos tarybos vykdoma veikla atneša tiek tiesioginę, tiek ir netiesioginę naudą vartotojams, o šios naudos, apskaičiuotos naudojant konservatyvią vertinimo metodiką, apimtis 7,6 karto viršija Konkurencijos tarybos metinį biudžetą (žr. grafikus žemiau).

Metinis tiesioginės naudos vidurkis (3 metų), mln. Eur



Vidutinis naudos santykis su KT biudžetu 2011-2018



PRIEDAS

Veiklos poveikio vertinimo metodika

Poveikio analizės apimtis ir prielaidos

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

- nutraukiami konkurenciją ribojantys ar iškraipantys veiksmai, taip pat klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimas bei išvengiama būsima žala vartotojams, kuri būtų padaryta, jei Konkurencijos taryba nebūtų nutraukusi antikonkurencinių veiksmy arba klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo;
- paskiriamos baudos sukelia individualų bei bendrą atgrasomąjį poveikį;
- išauga visuomenės informuotumas dėl Konkurencijos tarybos vykdomo informavimo bei konsultavimo konkurencijos teisės ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos klausimais;
- dėl sustiprėjusios konkurencijos atsiranda teigiamas poveikis ekonominiam augimui ir technologinei pažangai ir kt.

2. Atliekant poveikio vertinimą, nagrinėjamas tik pirmasis iš aukščiau išvardintų aspektų, t. y. Konkurencijos taryba vertina ir daugiausia dėmesio skiria tiesioginei ekonominei naudai vartotojams³, atsiradusiai dėl Konkurencijos tarybos priimtų sprendimų⁴. Konkurencijos tarybos veiksmy atgrasomasis poveikis, išreikštas pinigine išraiška, nuo 2017 m. nebevertinamas dėl patikimų prielaidų stokos.

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

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

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

- dėl konkurenciją ribojančių viešojo administravimo subjektų veiksmy draudimo įgyvendinimo;
- dėl Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmy draudimo įstatymo;
- dėl konkurencijos kultūros sklaidos tarp verslo atstovų ir valdžios institucijų.

³ Tiesioginė ekonominė nauda kildinama iš to, kad po Konkurencijos tarybos sprendimo dėl pažeidimo ir veiksmy nutraukimo kainos padidėjimas pašalinamas arba kainų padidėjimas išvis neįvyksta. Ši nauda neapima pinigine išraiška išreikšto prekių ir paslaugų kokybės pagerėjimo bei sutaupyto laiko, taip pat išaugusio prekių ar paslaugų pasirinkimo.

⁴ Preziumuojama, jog teismine tvarka nepanaikinti Konkurencijos tarybos sprendimai yra pagrįsti ir galiojantys. Jei, paskelbus dokumentą, Konkurencijos tarybos sprendimas būtų panaikintas ar pakeistas teismo tvarka, dokumente pateikti rezultatai bus atitinkamai perskaičiuoti kitą kartą skelbiant Konkurencijos tarybos veiklos vertinimo rezultatus. Naudos vertinimas nelaukiant galutinio teismo sprendimo sudaro galimybes tiksliau įvertinti teigiamą poveikį. Šios prezumpcijos yra laikomasi ir tarptautinėje praktikoje.

Dėl šių priežasčių šiame dokumente pateikiamas naudos galutiniams vartotojams vertinimas, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos veiklos apimtimi, yra laikytinas konservatyviu⁵.

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

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

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

8. Siekiant kiekybine išraiška įvertinti Konkurencijos tarybos tyrimų poveikį (nepriklausomai nuo to, ar vadovaujantis konkurencijos teisės taisyklėmis konkretaus pažeidimo konstatavimui buvo būtina įvertinti poveikį rinkai) šiame dokumente yra remiamasi tyrimo metu surinkta informacija. Tais atvejais, kai tyrimo metu surinkti duomenys nėra tinkami kiekybiškai įvertinti Konkurencijos tarybos veiklos poveikį, Konkurencijos taryba vadovaujasi *OECD* Gairėmis, skirtomis padėti konkurencijos institucijoms įvertinti atnešamą naudą vartotojams⁶.

9. Būsimos žalos vartotojams, kuri būtų padaryta, jei Konkurencijos taryba nebūtų savo įsikišimu nutraukusi antikonkurencinių veikslių arba nebūtų nutraukusi klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo, apskaičiuotos reikšmės yra diskontuojamos 5,5 proc. socialine diskonto norma⁷.

10. Tais atvejais, kai tyrimo objektu esanti problema yra priešrovinėje rinkoje⁸ ir poveikį tiesiogiai jaučia pasrovinėje rinkoje⁹ veikiantys ūkio subjektai (pvz., mažmenine prekyba užsiimantys ūkio subjektai), laikoma, kad kainų poveikis visa apimtimi daro įtaką ir galutiniams vartotojams. Ši prielaida nėra taikoma tik tais atvejais, kuomet tyrimo metu surinkta pakankamai šių prielaidą paneigiančių įrodymų. Priešingu atveju konkrečios naudos, tenkančios galutiniam vartotojui, apskaičiavimas reikalautų papildomo tyrimo, kurio sąnaudos būtų neadekvačiai didelės. Taigi, pavyzdžiui, pašalinus pažeidimą ir sustiprėjus konkurencijai tarp didmenine prekyba užsiimančių ūkio subjektų, laikoma, kad žemesnės didmeninės kainos lemia ir žemesnes mažmenines kainas, ir todėl tai yra laikoma tiesiogine nauda galutiniams vartotojams.

⁵ Šiame dokumente „konservatyvus“ reiškia atsargų požiūrį, kuris užtikrina, kad gauti rezultatai yra žemutinėse įvertinimo ribose, nes jie apskaičiuojami taikant nuosaikias taisykles.

⁶ *OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014, <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2019 01 28.

⁷ Socialinė diskonto norma (SDN) atskleidžia visuomenės požiūrį į ateities naudą ir sąnaudas, parodo visuomenės pasiryžimą atidėti vartojimą šiandien dėl vartojimo rytoj (ateityje). Atsižvelgdama į ilgalaikį ekonominį augimą ir prioritetinius terminus, Europos Komisija siūlo orientacinę 5,5 proc. socialinę diskonto normą konvergencijos siekiančioms šalims, kurios nėra oficialiai nustačiusios socialinės diskonto normos valstybės lygmeniu, žr. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf, žiūrėta 2019 01 28; http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidinys_1.pdf, p. 55, žiūrėta 2019 01 28.

⁸ Rinka, esanti ankstesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių gamyba ir didmeninis platinimas yra priešrovinės rinkos automobilių mažmeninio pardavimo galutiniam vartotojui rinkos atžvilgiu.

⁹ Rinka, esanti vėlesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių mažmeninis pardavimas galutiniam vartotojui yra pasrovinė rinka automobilių gamybos rinkos ir didmeninio platinimo atžvilgiu.

1. Tiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

1.1. Karteliniai susitarimai

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

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

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

$$a = t * p \tag{1}$$

14. Visa nauda (eurais) (f) dėl tolimesnio pažeidimo sustabdymo apskaičiuojama pagal formulę:

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

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

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

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

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

Apyvarta (pajamos) (t)

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

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

Kainų padidėjimo mastas (p)

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

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

Trukmė (c)

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

1.2. Piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi

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

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

Apyvarta (pajamos) (t)

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

Kainų padidėjimo mastas (p)

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

Trukmė (c)

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

1.3. Koncentracijos

26. Vienas iš koncentracijų priežiūros tikslų yra neleisti vykdyti koncentracijų, kurioms įvykus galėtų būti padaryta žala vartotojams. Tokio pobūdžio žala gali pasireikšti tiek padidėjusiomis kainomis, tiek blogesne kokybe, tiek ir sumažėjusiomis paskatomis konkuruoti. Kainų padidėjimas yra lengviausiai išmatuojamas koncentracijų poveikio elementas, todėl būtent jis yra laikomas indikatoriumi Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui apskaičiuoti.

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

28. Metinis koncentracijos atvejo poveikis vartotojui (eurais) ir visa nauda (eurais) dėl probleminės koncentracijos pagal 28 punktą apskaičiuojama analogiškai kaip ir kartelių atvejais pagal aukščiau nurodytas (1) ir (2) formules, į jas įrašant atitinkamas reikšmes koncentracijos atveju (žr. Priedo 14, 15 punktus).

Apyvarta (pajamos) (t)

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

Kainų padidėjimo mastas (p)

30. Remiantis *OECD* Gairėmis laikoma, kad neleistinos koncentracijos atveju kainų padidėjimas be Konkurencijos tarybos įsikišimo sudarytų 3 proc.

Trukmė (c)

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

1.4. Klaidinanti ir neleistina lyginamoji reklama

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

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

34. Tiesioginę naudą vartotojams sudaro išvengta žala dėl Konkurencijos tarybos atlikto tyrimo ir tolesnio reklamos skleidimo nutraukimo. Ši žala vartotojams būtų daroma, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi. Taigi dėl to, kad Konkurencijos taryba atliko tyrimą ir nutraukė įstatymą pažeidžiančius veiksmus, vartotojai nebepatiria žalos dėl tolesnio klaidinimo ir didesnių kainų mokėjimo.

35. Žala, kurios vartotojai išvengė ateityje, pirmiausia vertinama remiantis konkrečiais bylos duomenimis, siekiant nustatyti, kiek sudaro „permokėjimas“ už reklamuotą prekę¹⁰ ir kiek „permokėtų“ prekių būtų įsigiję vartotojai per numatomą reklamos skleidimo laikotarpį ateityje, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi ir reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas¹¹. Šie duomenys leidžia įvertinti žalą, kurios išvengė vartotojai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo, o kartu ir naudą, kurią atnešė Konkurencijos tarybos veiksmai.

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

¹¹ Nesant kitų įrodymų laikoma, kad visi prekės vienetai, parduodami klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo laikotarpiu, turi savyje tam tikrą „permokėtų“ vertę (žalą vartotojams).

36. Išvengtos žalos dydis (D_f) apskaičiuojamas, dauginant žalą, „esančią“ viename reklamuotos prekės vienetu (D) („permokėtą“ sumą), iš prekės vienetų skaičiaus (N), kurie, tikėtina, būtų buvę parduoti, jei Konkurencijos taryba nebūtų pradėjusi tyrimo, ir klaidinanti ar neleistina lyginamoji reklama nebūtų buvusi nutraukta¹²:

$$D_f = D * N \quad (5)$$

37. Tiesioginė nauda vartotojams (B) prilyginama žalai, kurios vartotojai išvengė dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo ir tolesnio reklamos nutraukimo (D_f):

$$B = D_f \quad (6)$$

38. Jeigu konkrečios bylos duomenų nepakanka „permokėjimo“ dydžiui D ir atitinkamų prekių vienetų skaičiui N nustatyti, šių parametru įvertinimui remiamasi ekonometriniais modeliais, sudarytais Konkurencijos tarybos praeities reklamos bylų duomenų pagrindu¹³:

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

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

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

čia N – vidutinis prekės vienetų, nuperkamų esant klaidinančios ar neleistinos lyginamosios trukmei T ¹⁴ ir mastui M ¹⁵, skaičius; T – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatoma trukmė, jei KT nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas; M – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatomas mastas, jei KT nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas¹⁶.

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

¹² Tuo atveju, jeigu ūkio subjektas nutraukė klaidinančią ar lyginamąją reklamą iki Konkurencijos tarybos tyrimo pradžimo, tiesioginė žala (nauda vartotojams) neskaičiuojama.

¹³ Ekonometriniai modeliai buvo sudaryti išanalizavus ir statistiškai apdorojus duomenis apie prekių mokėjimo vertes, žalą, „esančią“ viename klaidingai reklamuotos prekės vienetu, Konkurencijos tarybos bylose dėl Reklamos įstatymo pažeidimų 2010–2013 metais (40 bylų).

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

¹⁵ Panašiai kaip ir trukmė T , klaidinančios reklamos skleidimo mastas M gali įgyti 5 skirtingas reikšmes nuo 1 iki 5: jei mastas labai mažas, $M=1$; jei mastas mažas, $M=2$; jei vidutinis, $M=3$; jei didelis, $M=4$; jei labai didelis, $M=5$.

¹⁶ (7) formulė gali būti naudojama norint paskaičiuoti prekės žalą viename reklamuotos prekės vienetu (D) („permokėtą“ sumą), esant žinomai prekės mokėjimo vertei (P). (8) formulė gali būti naudojama norint paskaičiuoti nuperkamų prekės vienetų skaičių (N), esant žinomai klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos trukmei T ir mastui M .

2. Netiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

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

41. Atgrasomajam Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui yra priskiriami tie atvejai, kai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo tam tikru konkurenciją ribojančios veikos atveju kitus konkurenciją ribojančius veiksmus vykdantys arba juos vykdyti besiruošiantys ūkio subjektai juos nutraukia arba iš esmės pakeičia. Nors atgrasomasis poveikis negali būti vertinamas kaip tiesioginė ekonominė nauda vartotojams, yra manoma, kad atgrasomasis poveikis yra „galbūt svarbiausias konkurencijos priežiūros rezultatas“¹⁷. Nepaisant to, dėl patikimų tyrimų ir rodiklių stokos atgrasomojo poveikio nuo 2017 metų Konkurencijos taryba nebevertina.

¹⁷ „The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT“, OFT962, November 2007, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402141250/http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft962.pdf, žiūrėta 2018 03 30

Bibliografija

1. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20131101192556/http://oft.gov.uk/shared_oft/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf , žiūrėta 2019 01 30.
2. *Assessment of the Impact of Competition Authorities' Activities*, Note by Prof. Stephen Davies, OECD, DAF/COMP/WP2(2013)1, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2\(2013\)1&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2(2013)1&docLanguage=En) , žiūrėta 2019 01 30.
3. Cohen, M. A., Scheffman, D. T. "The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?". *Journal of Criminal Law* 27 (1989 m.).
4. Connor, J. „Price Fixing Overcharges: revised Edition“, rankraštis, Purdue University, 2009 liepa.
5. Davies, Steven, *A Review of OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, January 2010, OFT1164, <http://competitionpolicy.ac.uk/documents/107435/107584/oft1164.pdf> , žiūrėta 2019 01 30.
6. *DG Competition Management Plan 2010*, 12 May 2010, žr. http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2010_en.pdf , žiūrėta 2019 01 30.
7. Griffin, J. "Previous Cartel Experience: Any Lesson for OPEC?", *Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach*“, 1989.
8. *Guide to Cost – Benefit Analysis of investment projects*, European Commission, Directorate General Regional Policy, 2008, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf , žiūrėta 2019 01 30.
9. *Investicijų projektų, kuriems siekiama gauti finansavimą iš ES struktūrinių fondų ir valstybės biudžeto lėšų, rengimo metodika*, Centrinė projektų valdymo agentūra, 2011, http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidyns_1.pdf, žiūrėta 2019 01 30.
10. Kemp R., M. Mulder, J. Van Sinderen, NMa Working Papers „Outcome of NMa activities – A description of the calculation method“, No. 1 October 2010.
11. Levenstein, M., V. Suslow, "What Determines Cartel Success? Darbo dokumentas 02-001. Mičigano verslo mokyklos universitetas, sauis, 2002.
12. LR Konkurencijos tarybos veiklos ataskaitos, <http://kt.gov.lt/lt/administracine-informacija/veiklos-ataskaitos> , žiūrėta 2019 01 30.
13. *OECD Guide for Helping Competition Authorities Assess the Expected Impact of their Activities*, April 2014, <http://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, žiūrėta 2019 01 28.
14. Positive Impact 13/14. Consumer benefits from the OFT's work, March 2014, OFT1532, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402165024/http://oft.gov.uk/shared_oft/reports/Evaluating-OFTs-work/OFT1532.pdf , žiūrėta 2019 01 30.
15. Posner, R.A., "Antitrust Law". 2nd ed. University of Chicago Press, 2001.
16. Summary of Cartel Cases Described by Invitees (CCNM/GF/COMP(2001)4). Paryžius: EBPO, spalio, 2001.

17. *The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT*, OFT962, November 2007, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402181127/http://www.of.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/oft962.pdf , žiūrėta 2018 03 30.

18. *The impact of competition interventions on compliance and deterrence. Final Report*, Office of Fair Trading, OFT1391, December 2011, http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402165036/http://oft.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1391.pdf , žiūrėta 2018 03 30.

19. Werden, G.J. "The Effect of Antitrust Policy on Consumer Welfare: What Crandall and Winston Overlook". Darbo dokumentas Nr. EAG 03-2, JAV teisingumo departamentas, sauis, 2003.