



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KONKURENCIJOS TARYBA

ELEKTRONINĖS PREKYBOS GAIRĖS

Įmonių tarpusavio konkurencija el. prekyboje skatina veiklos efektyvumą ir inovacijas, užtikrina mažesnes kainas, didesnę produktų ir paslaugų pasirinkimą vartotojams bei jų kokybę.

Konkurencijos taryba, siekdama prisidėti prie geresnio verslo supratimo apie konkurencijos teisės reikalavimus el. erdvėje, pateikia aktualiausių informaciją apie konkurenciją ribojančių susitarimų draudimą.

Gairės nėra privalomas norminio pobūdžio teisės aktas. Jose aptariama tik dalis konkurencijos teisės draudžiamo elgesio pavyzdžių ir pateikiamos aktualiausios rekomendacijos. Konkurencijos taryba Konkurencijos įstatymo pažeidimus nustato tik atlikusi išsamų konkrečios situacijos tyrimą.

Šiose gairėse išdėstyti pagrindiniai konkurencijos taisyklių taikymo el. prekybai principai.

Jos skirtos:

- prekių ir paslaugų **tiekėjams**,
- **el. prekyvietėms**, kurios sudaro galimybę per jų platformą platintojams parduoti prekes ar teikti paslaugas kitiems ūkio subjektams ar galutiniams vartotojams,
- **platintojams**, vykdančioms el. prekybą per savo ar kitų subjektų el. parduotuves arba el. prekyvietes.



Gairėse pateikiami paaiškinimai dėl šių el. prekyboje taikomų **pagrindinių reikalavimų**:

- **kainodara**: platintojai prekių ir paslaugų kainas turi nustatyti savarankiškai, nederindami jų nei su konkurentais, nei su tiekėjais (I skyrius);
- **prekyba internetu**: tiekėjai negali riboti platintojams galimybės veiksmingai vykdyti el. prekybą internetu (II skyrius);
- **reklama internete**: tiekėjai negali platintojams visiškai uždrausti naudoti reklamą internete, tačiau gali nustatyti tam tikrus jai keliamus reikalavimus (III skyrius);
- **el. prekyviečių veikla**: el. prekyvietės turėtų papildomai vertinti savo veiksmų, kuriais daroma įtaka jų platformoje veikiančių tiekėjų veiklai, atitiktį konkurencijos teisei (IV skyrius);
- **poveikis konkurencijai**: atsižvelgiant į situaciją, įmonėms gali tekti atlikti detalesnę savo sudaromų susitarimų poveikio konkurencijai vertinimą (V skyrius).

KAINODARA:

PLATINTINTOJAI PREKIŲ IR PASLAUGŲ KAINAS TURI NUSTATYTI SAVARANKIŠKAI

Platintojai turi savarankiškai nustatyti prekių ir paslaugų, parduodamų internetu, kainas, nederinant jų nei su konkurentais, nei su prekių tiekėjais. Taip užtikrinama galimybė platintojams taikyti žemesnes kainas bei nuolaidas, o vartotojams – pasinaudoti konkurencijos teikiama nauda ir įsigyti prekių pigiau.

1. Koks elgesys, nustatant kainas, draudžiamas visais atvejais?

Prekių ir paslaugų platintojams **draudžiama tartis su konkurentais**, platinančiais panašaus pobūdžio prekes ir paslaugas, **dėl kainų ar taikomų nuolaidų**. Šis draudimas apima ir susitarimus, kuriuos įgyvendinant pasitelkiama programinė įranga (įskaitant kainų algoritmus), padedanti nustatyti kainas.

Pavyzdžiui, konkuruojantys platintojai susitaria palaikyti vienodą kainų lygį savo el. parduotuvėse. Šiam tikslui bendrovės sutaria naudoti programinę įrangą, kuri užtikrina, kad jei kaina keičiasi vienoje el. parduotuvėje, ji automatiškai pasikeičia ir konkuruojančioje el. parduotuvėje. Toks veiksmų derinimas laikomas konkurenciją ribojančiu susitarimu.

Tiekėjui ir platintojui **draudžiama tiek tiesiogiai, tiek netiesiogiai tartis dėl platintojo taikomų minimalių arba fiksuotų perpardavimo kainų ar nuolaidų**.



Tiesioginis tarimasis – dėl kainos, kurią platintojas turi taikyti savo klientams, aiškiai susitariama sutartyje ar kitu būdu. Pavyzdžiui:

- prekių tiekėjas ir platintojas sutartyje įtvirtina nuostatą, pagal kurią platintojui draudžiama parduoti prekes mažesnėmis nei sutartyje nurodytomis kainomis;
- tiekėjas prašo platintojo padidinti kainą, ir platintojas prašymą tenkina, t. y. platintojas nustato kainą ne savarankiškai, o ją suderinęs su tiekėju.



Netiesioginis tarimasis – tiekėjas sukuria paskatas taikyti jo nustatytą minimalią kainą arba atgraso, kad minimali kaina nebūtų mažinama. Pavyzdžiui:

- tiekėjas platintojui nustato perpardavimo maržą;
- tiekėjas nurodo platintojui laikytis tokių kainų, kurias taiko kiti platintojai;
- tiekėjas platintojui nustato, kokio maksimalaus dydžio nuolaidas šis galėtų taikyti;
- tiekėjas taiko lengvatas arba kompensuoja platintojo pardavimo skatinimo išlaidas, jei laikomasi tam tikro kainų lygio;
- tiekėjas verčia platintoją laikytis jo nurodytų kainų grasinimais, gąsdinimais, įspėjimais, nuobaudomis, pavyzdžiui, grasina atidėti prekių pristatymą, sustabdyti tiekimą ar nutraukti sutartį, jei nesilaikoma tam tikro kainų lygio.

Tiekėjas ir platintojas negali tartis dėl internete skelbiamų minimalių kainų. Nors platintojas galėtų parduoti už mažesnę nei reklamuojama kainą, minimalios skelbiamos kainos atgraso jį prekes ar paslaugas parduoti pigiau ir apriboja jo galimybes potencialiems klientams taikyti nuolaidas.



SVARBU

- Jei platintojai **nukrypsta nuo susitarimo** (pavyzdžiui, pritaiko mažesnes nei sutarta kainas), tai **nešalina atsakomybės**, gresiančios už konkurenciją ribojančio susitarimo sudarymą.
- Nurodyti reikalavimai yra **draudžiami nepriklausomai nuo** tiekėjų ar platintojų užimamos **rinkos dalies**, nes jie riboja platintojo galimybes savarankiškai nustatyti prekių ar paslaugų kainas.
- Ne tik prekių ir paslaugų tiekėjai, bet ir **el. prekyvietės negali tartis** su jų paslaugomis besinaudojančiais platintojais dėl prekių kainų nustatymo.
- Konkurentams tarpusavyje **draudžiama tartis** ne tik dėl kainų, kas akcentuojama Gairėse, bet ir **dėl teritorijų ar klientų pasidalinimo, prekybos apimčių nustatymo**.

2. Kokie tiekėjo ir platintojo susitarimai dėl kainų yra leidžiami?



Tiekėjui ar el. prekyvietei leidžiama pasiūlyti platintojui **maksimalią ar rekomenduojamą prekių kainą**[1], jei tai netampa priedanga reikalauti taikyti minimalias ar fiksuotas kainas (pavyzdžiui, kai už rekomenduojamas kainas nesilaikymą platintojui taikomos baudos arba kai rekomenduojamas kainas laikymasis platintojui yra siejamas su pardavimo skatinimo išlaidų kompensavimu. Apie netiesioginį tarifą dėl prekių kainų žr. atsakymą į šio skyriaus 1 klausimą).

Platintojui leidžiama **stebėti konkurentų kainas, nustatyti kainas atsižvelgiant į konkurentų kainas**, prisiderinti prie jų, jei tokie sprendimai yra priimami savarankiškai.

Tiekėjui leidžiama **stebėti jų prekes parduodančių platintojų kainas**, jei taip nėra siekiama užtikrinti perpardavimo kainų laikymosi.

[1] Taisyklė turi išimčių. Pavyzdžiui, jei tiekėjo ar platintojo rinkos dalis viršija 30 proc. arba jei ribojimus nustato hibridinė el. prekyvietė (pati platinanti savo prekes ar paslaugas ir sudaranti galimybę kitiems platintojams vykdyti prekybą jų platformose, plačiau žr. IV skyriaus 3 klausimą), būtina įsivertinti ribojimų poveikį konkurencijai (žr. V skyrių).

II. TIEKĖJAI NEGALI RIBOTI PLATINTOJAMS GALIMYBĖS VEIKSMINGAI VYKDYTI PREKYBĄ INTERNETU

Prekyba internetu, palyginti su prekyba fizinėse parduotuvėse, suteikia galimybę platintojams pasiekti daugiau vartotojų, sumažinti prekybos išlaidas, o vartotojams užtikrina didesnę prekių ir paslaugų pasirinkimą. Tiekėjai negali trukdyti platintojams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu prekėms ar paslaugoms parduoti.

1. Kokie tiekėjo reikalavimai platintojui yra draudžiami visais atvejais?



Reikalavimas pardavinėti **tik fizinėje parduotuvėje arba fiziškai dalyvaujant specializuotam personalui**. Tiekėjas privalo neteikti tokių nurodymų platintojams ir neriboti vartotojų galimybių įsigyti prekes ar paslaugas internetu. Platintojas turi pats nuspręsti, ar platinti tiekėjo produkciją internetu.



Reikalavimas, kad tam tikra **pardavimų dalis, išreikšta procentais** (ar tam tikra proporcija), vyktų fizinėje parduotuvėje[2].



Reikalavimas, kad platintojas gautų **išankstinį tiekėjo leidimą** prieš sudarydamas individualius pardavimo internetu sandorius.



Reikalavimas, kad platintojas interneto svetainėje arba el. parduotuvėje **nenaudotų tiekėjo prekių ženklų ar jų pavadinimų**[3].



Reikalavimas apriboti **pardavimus internetu vartotojams iš kitų valstybių**: (i) neleisti jiems matyti platintojo interneto svetainės; (ii) blokuoti jiems prieigą prie interneto svetainės; (ii) nukreipti šiuos vartotojus į gamintojo arba kito pardavėjo el. parduotuvę; (iv) nutraukti jų el. mokėjimus iš kitų valstybių.

SVARBU

Nurodyti reikalavimai yra draudžiami nepriklausomai nuo tiekėjų ar platintojų užimamos rinkos dalies.

[2] Dėl reikalavimų pardavimo daliai, išreikštai pagal vertę ar apimtį, žr. II skyriaus 2 klausimą.

[3] Dėl reikalavimų nenaudoti tiekėjo prekės ženklo el. parduotuvės domeno pavadinime žr. III skyriaus 2 klausimą.

Tiekėjai platintojams gali kelti kitokio pobūdžio reikalavimus el. prekybai, jei juose nenumatyta aukščiau išvardintų neleistinų konkurencijos apribojimų. Tokie reikalavimai gali turėti teigiamą poveikį, pavyzdžiui, mažinti kainas, skatinti ne kainų konkurenciją, gerinti paslaugų kokybę, platinimo sąlygas.

2. Kokie tiekėjo reikalavimai platintojui **nekelia konkurencijos ribojimo rizikos**[4]?



Reikalavimai, kuriais siekiama užtikrinti platintojo el. parduotuvės **veiklos kokybę, konkretų apipavidalinimą ar prekių (paslaugų) eksponavimo kriterijus**. Pavyzdžiui, tiekėjas gali nustatyti mažiausią eksponuojamų prekių skaičių, tiekėjo prekių ženklų ar jų pavadinimų rodymo būdą, apribojimus, susijusius su tam tikrų prekybos internetu kanalų, pavyzdžiui, el. prekyviečių, naudojimu. Tiekėjas gali nustatyti reikalavimus, kuriuos pateisina prekių savybės (pavyzdžiui, kad tiekėjo prekės turi būti parduodamos tik produkcijos prabangą pabrėžiančio ir tam tikrais elementais pasižyminčio dizaino el. parduotuvėje).



Reikalavimas, kad platintojas turėtų vieną ar daugiau **fizinių parduotuvių ar salonų**, pavyzdžiui, tokia sąlyga keliama, kad platintojas galėtų tapti tiekėjo pasirinktinio platinimo sistemos nariu.



Reikalavimas, kad platintojas parduotų **minimalią absoliučią sutartyje nurodytų prekių ar paslaugų dalį**[5] (pagal vertę ar apimtį, bet ne pagal viso pardavimo dalį) ne internetu, kad būtų užtikrintas veiksmingas jo fizinės parduotuvės darbas.



Dvigubos didmeninės kainodaros taikymas, t. y. tiekėjui leidžiama taikyti platintojams didmeninę kainą, kuri skiriasi atsižvelgiant į tai, ar pardavimai bus vykdomi internetu, ar fizinėse parduotuvėse. Taip gali būti skatinamos arba atlyginamos investicijos į internetinio ar neinternetinio pardavimo kanalus. Tačiau svarbu, kad didmeninės kainos skirtumas būtų pagrįstai susijęs su investicijų ir išlaidų, kurias platintojas patiria vykdydamas pardavimą kiekviename kanale, proporcijomis, ir dviguba kainodara nebūtų siekiama riboti pardavimų tam tikrose teritorijose ar tam tikriems klientams[6].

SVARBU

Išvardinti reikalavimai negali būti Konkurencijos įstatymo (arba konkurencijos teisės) draudžiamų veiksmų priedanga. Jei reikalavimas savo turiniu atitinka draudžiamą ribojimą, t. y. juo siekiama užkirsti kelią platintojams veiksmingai naudotis internetu sutartyje nurodytoms prekėms ar paslaugoms parduoti, jis yra laikomas neteisėtu. Vertinimas priklauso nuo konkrečios situacijos.

Pavyzdžiui, tiekėjas neriboja platintojo galimybės steigti el. parduotuvę prekėms parduoti, tačiau kelia tam tikras sąlygas jos dizainui ir reikalauja parduoti fizinėje parduotuvėje prekių už tokią sumą, kuri kelis kartus viršija platintojo pajamas. Nors tiekėjas gali kelti tam tikrus reikalavimus platintojo vykdomai el. prekybai, tačiau jei šie yra pertekliniai, neobjektyvūs ir praktiškai itin sunkiai įgyvendinami, tokie reikalavimai gali būti prilyginami veiksams, savaimė ribojantiems platintojo galimybes veiksmingai vykdyti prekybą internetu.

[4] Yra išimčių. Pavyzdžiui, jei tiekėjo ar platintojo rinkos dalis viršija 30 proc. arba jei ribojimus nustato hibridinė el. prekyvietė, būtina įsivertinti ribojimų poveikį konkurencijai (žr. [V skyrių](#)).

[5] Angl. *minimum absolute volume of sales offline*.

[6] Pavyzdžiui, kai dėl kainų skirtumo el. prekyba yra nepelninga arba siekiama sumažinti produktų, prieinamų internetu, kiekį.



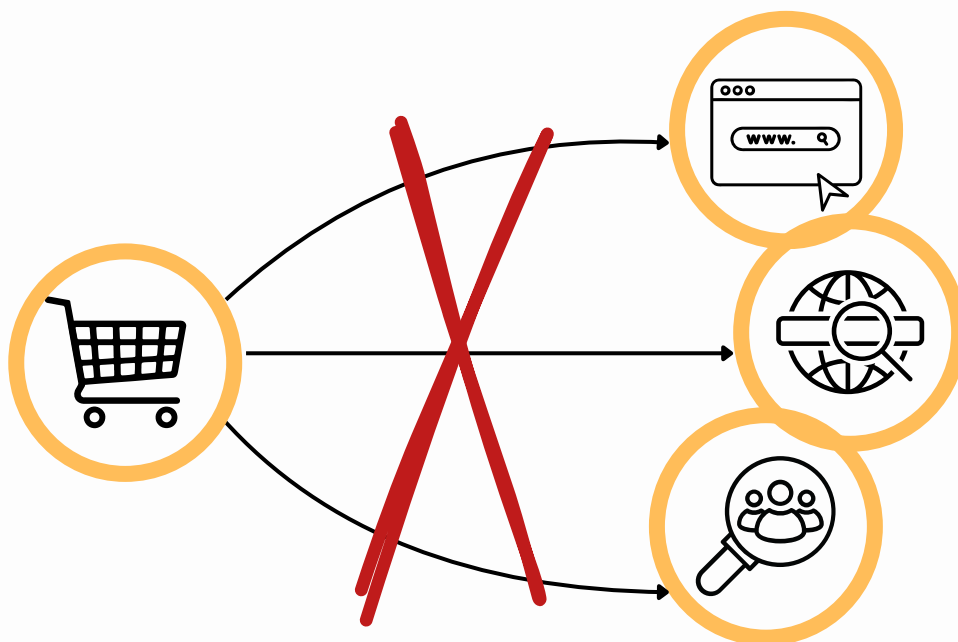
TIEKĖJŲ KELIAMI REIKALAVIMAI PLATINTOJŲ INTERNETINEI REKLAMAI



Platintojams reklama internete yra vienas iš efektyviausių būdų pritraukti vartotojus ir jiems siūlyti savo prekes bei paslaugas. Platintojai turėtų patys pasirinkti internetinės reklamos kanalus – internetinės paieškos sistemas ir kainų palyginimo svetaines. Tiekėjai platintojams negali kelti reikalavimų, kuriais panaikinamos platintojų galimybės reklamuotis internete, tačiau gali būti nustatytos tam tikros sąlygos jų reklamos kanalams.

1. Ar tiekėjas gali visiškai uždrausti platintojui naudoti interneto paieškos sistemas ir kainų palyginimo svetaines?

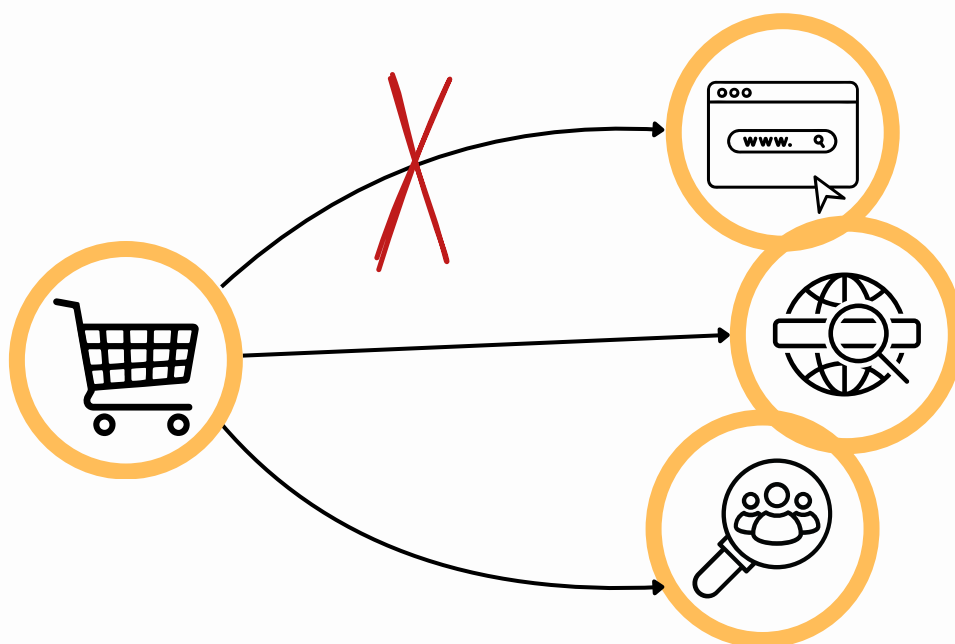
Tiekėjas **negali uždrausti** platintojui naudotis **visomis interneto paieškos sistemomis ar kainų palyginimo paslaugomis** (pavyzdžiui, drausti naudoti bet kokias paieškos sistemas, tiekėjo prekių ženklus ar jų pavadinimus siūlant nuorodas paieškos sistemose arba teikti su kainomis susijusią informaciją kainų palyginimo paslaugų teikėjams). Tokiais draudimais ribojamos platintojo galimybės pasiekti klientus už jo fizinės prekybos zonos ribų, informuoti juos apie pasiūlymus ir pritraukti į savo el. parduotuvę ar kitus pardavimo kanalus.



Pavyzdžiui, tiekėjo ir platintojo sudarytoje platinimo sutartyje įtvirtinta sąlyga, kad platintojui nėra leidžiama teikti informacijos apie platinamas prekes kainų palyginimo svetainėms. Kadangi sutartyje įtvirtintas besąlyginis draudimas naudotis visu reklamos kanalu (visomis kainų palyginimo svetainėmis), toks ribojimas būtų draudžiamas.

2. Ar tiekėjas gali riboti tam tikrų reklamos kanalų ar kainų palyginimo paslaugų pasirinkimą?

Įpareigojimas naudotis **tik tam tikromis kainų palyginimo paslaugomis arba paieškos sistemomis paprastai nėra savaimė draudžiamas**, nes platintojui nėra visiškai uždraudžiama naudotis internetinės reklamos paslaugomis [7]. Tiekėjas platintojui gali kelti tam tikrus reikalavimus internetinei reklamai, pavyzdžiui: i) kad ji atitiktų tam tikrus kokybės standartus arba apimtų konkretų turinį ar informaciją; ii) kad platintojas nesinaudotų internetinės reklamos teikėjų paslaugomis, neatitinkančiomis tam tikrų kokybės standartų; iii) kad platintojas savo el. parduotuvės domeno pavadinime nenaudotų tiekėjo prekių ženklo.



Pavyzdžiui, tiekėjas platinimo sutartyje įtvirtina sąlygą, pagal kurią platintojui yra leidžiama reklamuoti savo paties el. parduotuvę paieškos sistemose (t. y. siūlyti savo el. parduotuvės nuorodą paieškos sistemose, didinti jos matomumą, dalyvaujant aukcionuose), tačiau išskiriamos kelios konkrečios nedidelės paieškos sistemos, kuriose reklama nėra leidžiama. Kadangi visas reklamos kanalas nėra apribojamas, toks reikalavimas būtų leistinas.

SVARBU

Draudimas naudotis **plačiausiai paplitusiomis** atitinkamo internetinės reklamos kanalo paslaugomis gali reikšti **savaimė draudžiamą apribojimą**, kuriuo sumažinamos platintojų galimybės veiksmingai vykdyti prekybą internetu, jei likusios to reklamos kanalo paslaugos praktiškai nėra pajėgios pritraukti klientų į platintojų el. parduotuvę.

[7] Taisyklė turi išimčių. Pavyzdžiui, jei tiekėjo ar platintojo rinkos dalis viršija 30 proc. arba jei ribojimus nustato hibridinė el. prekyvietė, būtina įsivertinti ribojimų poveikį konkurencijai (žr. [V skyrių](#)).

3. Ar tiekėjas gali riboti platintojo skleidžiamos reklamos tikslinę auditoriją?

Galimų ribojimų apimtis priklauso nuo reklamos pobūdžio, t. y. ar tiekėjas siekia riboti platintojo reklamą kaip **aktyvaus ar pasyvaus** pardavimo būdą.

Tikslinė reklama, kuri yra nukreipta į konkrečių vartotojų grupes ar teritorijas, yra **aktyvaus pardavimo būdas**. Tiekėjas gali riboti aktyvius platintojo pardavimus **tik išimtinio ar pasirinktinio platinimo sistemose**, kai prekių tiekėjas platintojams paskiria **konkrečias teritorijas ar klientų grupes**.



Internetinės reklamos paslaugos (pavyzdžiui, reklama paieškos sistemose, interneto svetainėse, taikomųjų programų parduotuvėse, socialiniuose tinkluose) dažnai leidžia platintojui pasirinkti teritorijas, kuriose bus rodoma internetinė reklama, arba klientus, kuriems ji bus rodoma, pagal konkrečias ypatybes, įskaitant geografinę padėtį arba asmeninį profilį. Tuo atveju, jei kažkurioje teritorijoje tiekėjas yra paskyręs išimtinį platintoją, toks tiekėjas gali uždrausti kitose teritorijose veikiantiems platintojams aktyviai siūlyti ar reklamuoti prekes paskirtojo išimtinio platintojo aptarnaujamoje teritorijoje esantiems asmenims[8].

Pavyzdžiui, jeigu Latvijoje tiekėjas turi paskirtą išimtinį platintoją, jis gali uždrausti kitam įgaliotam platintojui, veikiančiam Lietuvoje, aktyviai siūlyti ir reklamuoti prekes Latvijoje esantiems asmenims (skambinti klientams Latvijoje, talpinti reklamines juostas Latvijos interneto portaluose ir pan.).

Kai platintojas adresuoja reklamą internetu savo teritorijoje ar savo klientų grupei, tačiau tą reklamą gali matyti ir kitose teritorijose esantys klientai ar kitos klientų grupės, tai yra pasyvaus pardavimo būdas. **Pasyvūs pardavimai paprastai negali būti ribojami**[9].

Tokios reklamos pavyzdžiai: vietos ar nacionalinio laikraščio svetainėje esantis remiamas turinys, kurį gali pasiekti bet kuris tos svetainės lankytojas, nepriklausomai nuo gyvenamosios vietos; kainų palyginimo svetainių, kurių domenų vardai yra bendriniai, o ne skirti konkrečiai valstybei, naudojimas.



Taigi išimtiniam platintojui negali būti uždrausta skleisti reklamą, kuri, nors ir tikslingai adresuota jam paskirtoje teritorijoje, gali būti matoma ir kitose teritorijose. Atitinkamai, pardavimai tokiems vartotojams, kurie patys kreipiasi į kitoje teritorijoje nei jie patys esantį platintoją ir prašo parduoti prekę, negali būti ribojami.

Pavyzdžiui, tiekėjas neturėtų drausti Lietuvoje veikiančiam platintojui skleisti bendro pobūdžio reklamą, kuri gali pasiekti ir pirkėjus Latvijoje (Lietuvoje veikiančiam platintojui neturėtų būti draudžiama talpinti reklamą savo interneto svetainėje anglų kalba, net jei tokią reklamą pamatytų Latvijoje esantys asmenys).

[8] Taisyklė turi išimčių. Pavyzdžiui, jei tiekėjo ar platintojo rinkos dalis viršija 30 proc. arba jei ribojimus nustato hibridinė el. prekyvietė, būtina įsivertinti ribojimų poveikį konkurencijai (žr. [V skyrių](#)).

[9] Ribojimai leidžiami tik išimtiniais atvejais, pavyzdžiui, pasirinktinio platinimo sistemoje neįgaliotiems platintojams.

IV.

PAPILDOMI REIKALAVIMAI EL. PREKYVIETĖMS

El. prekyvietės yra dažniausiai naudojamas el. prekybos kanalas[10]. Tiek el. prekyvietėms, tiek platintojams, besinaudojantiems el. prekyviečių paslaugomis, būtina atkreipti dėmesį į papildomus šiam prekybos kanalui taikomus konkurencijos teisės reikalavimus.

1. Ar el. prekyvietė gali platintojui nustatyti sąlygas, kokiomis jis turi prekiauti kituose prekybos kanaluose?

El. prekyvietės reikalavimas platintojui prekes ar paslaugas el. prekyvietėje siūlyti vartotojams ne mažiau palankiomis sąlygomis, nei jis siūlo kitiems ūkio subjektams arba kitais kanalais, yra vadinamas pariteto sąlyga[11]. Pariteto sąlygos gali būti susijusios su kainomis, asortimentu, atsargomis, prieinamumu ar kitomis pasiūlymo arba pardavimo sąlygomis.

Pavyzdžiui, el. prekyvietė reikalauja, kad platintojai per ją parduodamų prekių niekur kitur nepardavinėtų mažesnėmis kainomis ir nesiūlytų platesnio asortimento. Kadangi toks reikalavimas nustato ne mažiau palankias sąlygas, kuriomis platintojai gali pardavinėti prekes kituose pardavimo kanaluose, tokios sąlygos yra laikomos pariteto sąlygomis.



El. prekyvietė gali pasitelkti pariteto sąlygas dėl to, kad platintojai negalėtų pasinaudoti jų atliekamomis investicijomis, pavyzdžiui, į funkcionalumą, į vartotojams patogią paiešką ir palyginimo funkcijų bei saugių mokėjimo paslaugų kūrimą, išsamios informacijos apie siūlomas prekes pateikimą. Tokios investicijos neatsipirktų, jeigu el. prekyvietė sudomintų daug vartotojų, tačiau šie siūlomų prekių neįsigytų, o jas užsakytų individualiose platintojų el. parduotuvėse.

Nors pariteto sąlygomis siekiama apsaugoti el. prekyvietės ekonominius interesus, jos gali turėti ir neigiamą poveikį. Pariteto sąlygos gali trukdyti naujoms ar mažesnėms el. prekyvietėms patekti į rinką ar plėstis joje, ribodamos jų galimybę siūlyti platintojams ir galutiniams vartotojams geresnes kainas ar paslaugas, taip pat riboti platintojų galimybes vykdyti prekybą tiesioginiais pardavimo kanalais.

[10] 2023 m. liepos 19 d. Konkurencijos tarybos elektroninių prekyviečių veiklos stebėsenos [išvados](#).

[11] Kitaip dar vadinama palankiausios šalies sąlyga (anglų k. *most-favored nation clause*).

Pariteto sąlygų teisėtumo vertinimas priklauso nuo jų tipo.

SIAURASIS AR PLATUSIS?



SIAURASIS



Siaurojo tipo pariteto sąlygos susijusios su sąlygomis, kuriomis platintojai siūlo prekes ar paslaugas **savo pardavimo kanaluose** (pavyzdžiui, savo el. parduotuvėje).



PLATUSIS

Plačiojo tipo pariteto sąlygos susijusios su sąlygomis, kuriomis platintojai siūlo prekes ar paslaugas **kituose nei paties platintojo pardavimo kanaluose** (pavyzdžiui, trečiųjų asmenų valdomose el. prekyvietėse).

< 30%

Susitarimams tarp el. prekyvietės ir platintojo, kai kiekvienos iš susitarimo šalių rinkos dalis **neviršija 30 proc. ribos**, taikoma **teisėtumo prezumpcija**^[12].

Pavyzdžiui, neseniai įsikūrusi el. prekyvietė A siekia užsitikrinti, kad joje prekiaujantys platintojai savo el. parduotuvėse negalėtų pasiūlyti tos pačios produkcijos palankesnėmis kainomis. El. prekyvietė A užima apie 15 proc. rinkos, o platintojai yra mažą rinkos dalį turinčios įmonės (jų bendra rinkos dalis neviršija 10 proc.). Šioje situacijoje, nesant kitų apribojimų, el. prekyvietės A susitarimams su platintojais dėl pariteto sąlygų taikoma teisėtumo prezumpcija, nes el. prekyvietė siekia nustatyti pariteto sąlygas tik platintojo pardavimo kanalui (siaurojo tipo paritetas), nėra viena iš susitarimo šalių (net ir įvertinus visus el. prekyvietėje veikiančius platintojus) neužima daugiau nei 30 proc. rinkos dalies.

> 30%

Jeigu bent vienos iš susitarimo šalių rinkos dalis **viršija 30 proc. ribą** arba tokius susitarimus sudaro hibridinės el. prekyvietės, pariteto sąlygos savaime nėra laikomos neteisėtomis, tačiau **būtina įvertinti jų poveikį konkurencijai** kiekvienu atveju individualiai (žr. V skyrių).

Pavyzdžiui, el. prekyvietė B, užimanti 45 proc. rinkos, reikalauja, kad visi platintojai nesiūlytų vartotojams produkcijos per savo el. parduotuves žemesnėmis kainomis nei el. prekyvietėje B. Nors pastaroji siekia nustatyti siaurojo tipo pariteto sąlygas, tačiau šios el. prekyvietės rinkos dalis viršija 30 proc., todėl būtina detalai įvertinti sąlygų poveikį konkurencijai.

Plačiojo tipo mažmeninių pariteto sąlygų poveikis konkurencijai **turi būti vertinamas kiekvienu atveju individualiai** (žr. V skyrių).

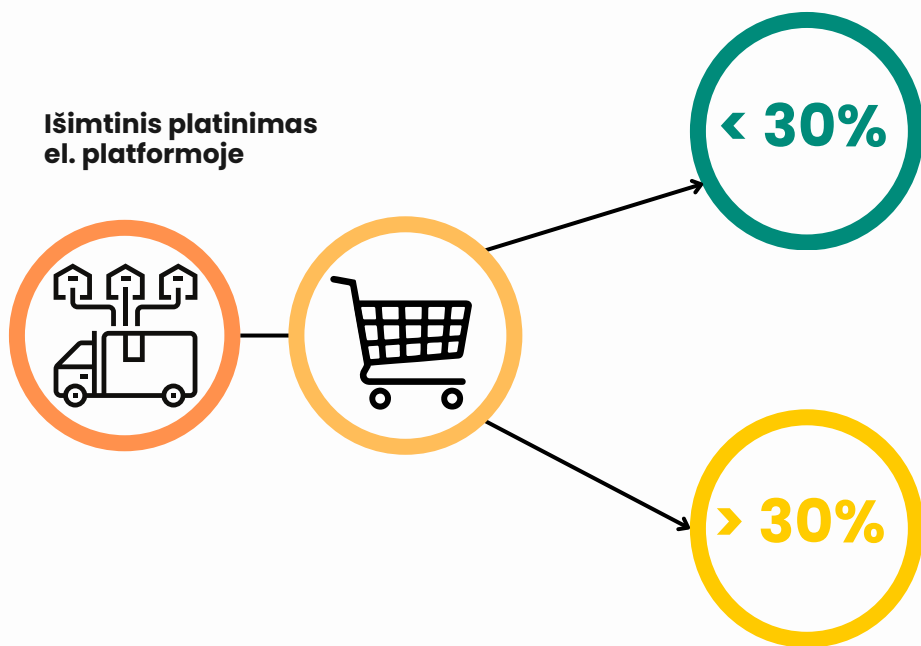
Pavyzdžiui, el. prekyvietė C užima 20 proc. rinkos. Jos paslaugomis besinaudojančių platintojų rinkos dalis sudaro 15 proc. El. prekyvietė C reikalauja, kad visi platintojai nesiūlytų vartotojams savo produkcijos per konkuruojančią el. prekyvietę B palankesnėmis kainomis. El. prekyvietė siekia platintojams nustatyti plačiojo tipo pariteto sąlygas, todėl, nepaisant žemesnių rinkos dalių ribų, būtina detalai įvertinti pariteto sąlygų poveikį konkurencijai.

[12] Susitarimai laikomi teisėtais, kol neįrodoma kitaip.

2. Ar el. prekyvietė gali su platintoju sudaryti išimtinio platinimo susitarimus ir jį įpareigoti prekiauti tik šioje el. prekyvietėje (t. y. uždrausti platintojui prekiauti kituose prekybos kanaluose)?

Išimtinumo susitarimai gali turėti panašų poveikį kaip ir pariteto sąlygos. Dėl sudarytų išimtinio platinimo susitarimų apribojamos konkuruojančių prekybos kanalų, įskaitant kitų el. prekyviečių, galimybės konkuruoti ir pasiūlyti vartotojams platintojo prekes ir paslaugas.

Išimtinis platinimas
el. platformoje



Jei susitarimo šalys **neužima reikšmingos rinkos dalies** (kiekviena iš jų neviršija 30 proc. ribos) ir jei tokio susitarimo nesudaro hibridinė el. prekyvietė, tokiam ribojimui taikoma **teisėtumo prezumpcija**.

Jeigu bent vienos iš susitarimo šalių rinkos dalis **viršija 30 proc. ribą** arba tokius susitarimus sudaro hibridinės el. prekyvietės, išimtinio platinimo susitarimai savaime nėra laikomi neteisėtais, tačiau **būtina įvertinti jų poveikį konkurencijai kiekvienu atveju individualiai** (žr. V skyrių).

Pavyzdžiui: el. prekyvietė, užimanti 40 proc. rinkos, draudžia jos paslaugomis besinaudojantiems platintojams naudotis konkuruojančių el. prekyviečių paslaugomis. Nors savaime išimtinio platinimo (nekonkuravimo) susitarimai nėra draudžiami, tačiau kadangi el. prekyvietė užima daugiau nei 30 proc. rinkos, susitarimą sudarančios šalys turi atlikti išsamią susitarimo poveikio konkurencijai analizę ir įvertinti, ar toks elgesys neriboja konkurencijos atitinkamoje rinkoje (žr. V skyrių).





3. Ką papildomai turi įsivertinti hibridinė el. prekyvietė?

Hibridinė el. prekyvietė platintojams ne tik suteikia galimybę savo valdomoje el. prekyvietėje siūlyti prekes ir paslaugas klientams (veikia kaip internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai), tačiau ir pati vykdo prekybą savo valdomoje el. prekyvietėje (veikia kaip prekių ar paslaugų platintojai). Jei pati el. prekyvietė prekiauja tokiomis pačiomis prekėmis kaip ir ja besinaudojantys platintojai, el. prekyvietė konkuruoja su platintojais. Todėl hibridinei el. prekyvietei svarbu atidžiau vertinti, kokius ribojimus nustato platintojams.

Hibridinė el. prekyvietė visuomet privalo vertinti platintojams keliamų reikalavimų poveikį konkurencijai, nepriklausomai nuo užimamų rinkos dalių (žr. [V skyrių](#)). Pavyzdžiui, el. prekyvietė, kuri tik suteikia tarpininkavimo paslaugą, bet pati nevykdo prekių platinimo per savo valdomą el. prekyvietę, ir nei ji, nei platintojas neužima reikšmingos rinkos dalies (viršijančios 30 proc.), saurosiosms pariteto sąlygoms bus taikoma teisėtumo prezumpcija.



Tačiau, jei tokias pačias sąlygas nustatytų hibridinė el. prekyvietė, jai visuomet reikėtų įsivertinti, kokias pasekmes rinkai gali sukelti pariteto sąlygų taikymas, nepriklausomai nuo jos ar platintojo užimamos rinkos dalies.

Komerčiškai jautrios informacijos mainai tarp hibridinės el. prekyvietės ir platintojų gali riboti konkurenciją. Atsižvelgiant į informacijos ir rinkos savybių bei mainų pobūdį, keitimasis komerčiškai jautria informacija gali būti laikomas ribojančiu konkurenciją.

Detalesnė informacija, kaip vertinami informacijos mainai tarp dviejų ar daugiau įmonių, pateikiama Konkurencijos tarybos [atmintinėje](#).

4. Ką papildomai turi įsivertinti dominuojanti el. prekyvietė?

Jei el. prekyvietė dominuoja rinkoje, jai **draudžiama piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi**, pavyzdžiui, suteikiant pranašumą savo prekėms ar naudojantis viešai neprieinama informacija apie platintojų pardavimus.

El. prekyvietė bus laikoma dominuojančia, jei ji tiesiogiai nesusiduria su konkurencija arba turi galimybę daryti vienpusę lemiamą įtaką atitinkamoje rinkoje veiksmingai ribojant konkurenciją. Jeigu užimama rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 40 proc., dominavimas gali būti pripažįstamas, nebent įrodoma kitaip. Tokiu atveju prekyvietei draudžiama imtis veiksmų, kurie riboja ar gali riboti konkurenciją, nepagrįstai varžo kitų ūkio subjektų galimybes veikti rinkoje arba pažeidžia vartotojų interesus.

Piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi gali būti pripažįstami ne tik veiksmai, kurių imasi įmonė, siekdama sustiprinti savo padėtį, bet ir tokie veiksmai, kuriais siekiama išplėsti šią padėtį į gretimą, bet atskirą rinką, ribojant konkurenciją. Taigi dominavimas, piktnaudžiavimas ir piktnaudžiavimo pasekmės gali būti ir ne toje pačioje rinkoje.

Šis draudimas ypač aktualus **dominuojančiai hibridinei el. prekyviete**, kuri turi galimybę pasinaudoti savo dvigubo statuso privalumais (tuo, kad ir pati platina prekes ar paslaugas, ir sudaro galimybę kitiems platintojams vykdyti prekybą savo platformoje). Kyla rizika, kad tokia el. prekyvietė, siekdama gerinti savo prekių ar paslaugų pardavimus, gali:

- **suteikti geresnę poziciją, matomumą ar palankesnę reitingą** savo siūlomiems produktams ar paslaugoms, ar



- **panaudoti duomenis, kuriuos sugeneruoja jos prekyviete besinaudojantys platintojai** (pavyzdžiui, pardavimų duomenys, spustelėjimų, paieškų, peržiūrų skaičius)[13].



Abiem atvejais gali kilti konkurencijos ribojimo rizika, nes el. prekyvietė tokiais veiksmais silpnina konkurentų galimybes varžytis siūlant savo prekes ir paslaugas, stiprina savo poziciją rinkoje, o vartotojams dėl to gali sumažėti pasirinkimas, didėti kainos, prastėti prekių kokybė.

Pavyzdžiui, dominuojanti hibridinė el. prekyvietė į rekomenduojamų prekių sąrašą visuomet įtraukia tik savo platinamą produkciją. Kadangi el. prekyvietė tokiais veiksmais gali riboti konkuruojančių platintojų galimybę pritraukti papildomų klientų, didinti jų pardavimus ir plėtrą rinkoje, kyla rizika pažeisti Konkurencijos įstatymą.

Nustatyti, ar el. prekyvietė piktnaudžiauja savo dominuojančia padėtimi, galima tik atlikus detalią visų aplinkybių analizę ir įvertinus, ar dėl nagrinėjamų veiksmų platintojai atsiduria mažiau palankioje padėtyje, ir taip el. prekyvietė sukuria ar stiprina savo dominuojančią padėtį, apribodama konkurenciją.

[13] Jei komerciškai jautria informacija keičiasi dvi ar daugiau savarankiškų įmonių tarpusavyje suderintų valių, kyla konkurenciją ribojančio susitarimo sudarymo rizika. Detalesnė informacija, kaip vertinami informacijos mainai tarp dviejų ar daugiau įmonių, pateikiama Konkurencijos tarybos [atmintinėje](#).

V.

KOKIAIS ATVEJAIS IR KAIP ATLIKTI DETALESNĘ SUSITARIMO POVEIKIO KONKURENCIJAI ANALIZĘ

Susitarimą sudarančioms šalims tenka pareiga išsamiai įsivertinti susitarimu nustatomų ribojimų poveikį konkurencijai, jei bent viena iš šalių viršija 30 proc. rinkos dalies ribą arba jei ribojimus taiko hibridinės el. prekyvietės.

Detalesnę analizę būtina atlikti, nes nurodytais atvejais gali kilti konkurencijos ribojimo rizika. Jei susitarimą sudaro įmonės, kurios turi reikšmingas rinkos dalis, gali būti ribojamos konkuruojančių tiekėjų ar platintojų galimybės patekti į rinką ir plėstis joje. Apribojus konkurenciją nukentėtų vartotojai, nes negalėtų gauti geresnės kainos, kokybės ar platesnio pasirinkimo prekių ir paslaugų. Hibridinės platformos, tiesiogiai konkuruodamos su tiekėjais ir nustatydamos jiems veiklos ribojimus, taip pat gali apriboti konkurenciją rinkoje.

Svarbiausi vertinimo, ar susitarimas riboja konkurenciją, **veiksniai** yra:

- susitarimo pobūdis,
- šalių padėtis rinkoje,
- konkurentų padėtis rinkoje (tiek tiekimo, tiek platinimo lygmenyje),
- sutartyje nurodytų prekių ar paslaugų platintojų padėtis rinkoje,
- patekimo į rinką kliūtys,
- gamybos ar platinimo grandinės, kuriai daromas poveikis, lygis,
- produkto pobūdis,
- rinkos dinamika.



Pavyzdžiui, kuo stipresnė tiekėjo ir platintojo rinkos padėtis ir kuo ilgesnė apribojimų trukmė, tuo didesnė tikimybė, kad toks susitarimas kels konkurencijos ribojimo riziką. Užimamos reikšmingos ir stabilios rinkos dalys, konkurencinio spaudimo iš kitų rinkos dalyvių nebuvimas bei dideli įėjimo į rinką barjerai gali rodyti stiprią atitinkamai tiekėjo ar platintojo padėtį. Ir atvirkščiai, kuo silpnesnė tiekėjo ir platintojo rinkos padėtis, tuo mažesnė rizika, kad tiekėjas sugebės pasinaudoti įtaka rinkoje ir riboti konkurenciją.

Kiekvieno nurodyto veiksnio svarba gali skirtis priklausomai nuo konkrečios situacijos.

Ne bet kokia įtaka vykdomai ūkinei veiklai prilygsta konkurencijos ribojimui. Kad susitarimai tarp tiekėjo ir platintojo būtų pripažinti ribojančiais konkurenciją, jie turi neigiamai veikti kainas, gamybos apimtį, naujovių diegimą, prekių ar paslaugų asortimentą arba kokybę.

Jei tiekėjai nustato tam tikrus reikalavimus prekybai internete ne vienam, o keliems platintojams, būtina įvertinti ir bendrą tokių reikalavimų poveikį konkurencijai.

Detalesnė informacija, kaip atliekamas poveikio konkurencijai vertinimas, pateikiama Europos Komisijos Vertikaliųjų apribojimų gairėse[14]. Jei tiekėjo ir platintojo sudaromiems susitarimams reikalinga išsami situacijos analizė, siūlome pasikonsultuoti su konkurencijos teisės ekspertais.

[14] [Vertikaliųjų apribojimų gairių](#) 8.1.1 dalis.

UŽ NELEISTINUS SUSITARIMUS GRESIA BAUDOS

Konkurenciją ribojančius susitarimus draudžia Konkurencijos įstatymo 5 straipsnis. Susitarimus sudariusiems ūkio subjektams gresia bauda iki 10 proc. metinių pasaulinių pajamų.

Ūkio subjekto vadovui už prisidėjimą prie sudaryto draudžiamo konkurentų susitarimo gali būti taikoma asmeninė atsakomybė – apribojama teisė iki penkerių metų eiti vadovaujančias pareigas bei papildomai gali būti skiriama piniginė bauda iki 14 481 EUR.

KUR IEŠKOTI DETALESNĖS INFORMACIJOS?

Pasikonsultuoti su Konkurencijos tarybos ekspertais bendrais konkurencijos teisės taikymo klausimais galima el. paštu: praneskmums@kt.gov.lt arba tel.: +370 5 212 6641; +370 5 260 8879.

Daugiau informacijos apie konkurencijos teisės reikalavimus rasite svetainėje kt.gov.lt.

AKTUALŪS TEISĖS AKTAI IR GAIRĖS:

- Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas;
- Europos Komisijos Bendrosios išimties reglamentas [15]: nustato, kad jei nei tiekėjo rinkos dalis, nei platintojo rinkos dalis neviršija 30 proc. atitinkamos rinkos, kurioje kiekvienas iš jų parduoda sutartyje nurodytas prekes ar paslaugas, susitarimų teisėtumas preziumuojamas;
- Siekdama padėti įmonėms įsivertinti susitarimus, Europos Komisija patvirtino **Vertikaliųjų apribojimų gaires** [16]. Gairėse apibrėžiamos pagrindinės vertikaliųjų susitarimų vertinimo taisyklės pagal atskiras susitarimų rūšis. Į jas atsižvelgia ir Konkurencijos taryba;
- Konkurencijos tarybos atmintinė „Informacijos mainų grėsmės“.

[15] 2022 m. gegužės 10 d. Komisijos reglamentas (ES) 2022/720 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams, OL L 134, 2022 5 11, p. 4–13.

[16] Komisijos Komunikatas. Komisijos pranešimas. Vertikaliųjų apribojimų gairės, OL C 248, 2022 6 30, p. 1–85.