



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

**NUTARIMAS
DĖL PAAIŠKINIMŲ DĖL DOMINUOJANČIOS PADĖTIES NUSTATYMO
PATVIRTINIMO**

2020 m. sausio x d. Nr. 1S-xx (2020)
Vilnius

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 18 straipsnio 1 dalies 2 punktu, 2 dalies 2 punktu Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba n u t a r i a :

1. Pripažinti netekusiu galios Konkurencijos tarybos 2000 m. gegužės 17 d. nutarimą Nr. 52 „Dėl Konkurencijos tarybos paaiškinimų dėl dominuojančios padėties nustatymo“ su visais pakeitimais ir papildymais.
2. Patvirtinti Paaiškinimus dėl dominuojančios padėties nustatymo (pridedama).
3. Nustatyti, kad šis nutarimas įsigalioja 2020 m. xx d.

Pirmininkas

PATVIRTINTA

Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos

2020 m. sausio x d. nutarimu Nr. 1S- xx (2020)

PAAIŠKINIMAI DĖL DOMINUOJANČIOS PADĖTIES NUSTATYMO**I SKYRIUS
BENDROSIOS NUOSTATOS**

1. Paaškinimų dėl dominuojančios padėties nustatymo (toliau – Paaškinimai) tikslas – pateikti pagrindinius principus ir kriterijus, kuriais vadovaudamasi Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba nustato ūkio subjektų dominuojančią padėtį bei ūkio subjektų galią (įtaką) atitinkamoje rinkoje, vykdydama valstybinę konkurencijos politiką ir taikydama Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymą ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo nuostatas, įskaitant teisės normas, reglamentuojančias piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi ir koncentracijos priežiūrą. Paaškinimais gali vadovautis ir ūkio subjektai nustatydami savo padėtį atitinkamoje rinkoje.

2. Koncentracijų priežiūros tikslais, vertinant tai, ar bus sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar bus itin apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje, t. y. reikšmingą konkurencijos ribojimą, remiamasi ir šiuose Paaškinimuose nurodytais kriterijais.

3. Nustatydama ūkio subjektų dominuojančią padėtį bei ūkio subjektų įtaką atitinkamoje rinkoje, įskaitant ir reikšmingą konkurencijos ribojimą, Konkurencijos taryba remiasi savo, Lietuvos Respublikos teismų, taip pat Europos Komisijos ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktika bei išaiškinimais, įskaitant Europos Komisijos dokumentus. Šie Paaškinimai taip pat parengti atsižvelgiant į Konkurencijos tarybos sukaupą Konkurencijos įstatymo įgyvendinimo praktiką, Lietuvos Respublikos teismų, Europos Komisijos ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktiką bei išaiškinimus.

4. Vertinant dominuojančios padėties buvimo galimybę, pirmiausia apibrėžiama atitinkama rinka ir nustatomi joje veikiantys ūkio subjektai bei kitos rinkos sąlygos. Atitinkamos rinkos apibrėžimo principai ir kriterijai detalizuojami Paaškinimuose dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo, patvirtintuose Konkurencijos tarybos nutarimu, bei Europos Komisijos pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo konkurencijos teisės tikslams.

5. Paaškinimuose vartojamos sąvokos atitinka Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatyme ir kituose konkurencijos priežiūros reikalavimus nustatančiuose nacionaliniuose ir Europos Sąjungos teisės aktuose vartojamas sąvokas. Pagrindinės Paaškinimuose vartojamos sąvokos:

5.1. **Atitinkama rinka** – tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje;

5.2. **Geografinė teritorija (geografinė rinka)** – 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;

5.3. **Konkurentai** – ūkio subjektai, kurie toje pačioje atitinkamoje rinkoje susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija;

5.4. **Pirkėjas** – asmuo, kuris perka ar kitu būdu įsigyja prekes perpardavimui arba kitokio pobūdžio naudojimui (vartojimui);

5.5. **Potencialus konkurentas** – ūkio subjektas, kuris turi realių ir konkrečių galimybių per protingą laikotarpį patekti į atitinkamą rinką ir konkuruoti su joje veikiančiais ūkio subjektais¹;

¹ Sąvoka potencialus konkurentas yra platesnė nei pasiūlos pakeičiamumas. Pasiūlos pakeičiamumas yra vertinamas atitinkamos rinkos apibrėžimo tikslais, t. y. kai pasiūlos pakeičiamumas įvyksta per trumpą laikotarpį nepatiriant žymių papildomų išlaidų ar rizikos. Tuo atveju, kai ūkio subjektams gali reikėti daugiau laiko įeiti į rinką ir (ar) patiriami didesni įėjimo į rinką kaštai, t. y. įėjimas į rinką pareikalautų didelio materialaus ir nematerialaus turto pertvarkymo, papildomų investicijų, strateginių sprendimų ar laiko, toks pasiūlos pakeičiamumas vertinamas kaip potenciali konkurencija toje analizės stadijoje, kai šiuose Paaškinimuose numatytais tikslais nustatoma dominuojanti padėtis.

5.6. **Prekė** – kiekvienas pirkimo ar pardavimo objektas, įskaitant visų rūšių paslaugas, darbus, teises ar vertybinius popierius. Pirkimu ar pardavimu laikomas prekės perleidimas ar įsigijimas pagal pirkimo-pardavimo, tiekimo, rangos sutartis ar kitus sandorius. Prekei prilyginami daiktai (turtas), perduodami pagal nuomos ar panaudos sutartis;

5.7. **Prekės rinka** – visuma prekių, kurios, pirkėjų požiūriu, yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas;

5.8. **Rinkos dalis** – ūkio subjekto ar susijusių ūkio subjektų grupės perkamo ar parduodamo prekių kiekio procentinis santykis su bendru perkamu ar parduodamu prekių kiekiu atitinkamoje rinkoje. Jeigu neįmanoma gauti patikimų duomenų apie perkamą ar parduodamą prekių kiekį, nustatant rinkos dalį galima vadovautis ir kita objektyvia informacija apie atitinkamą rinką, įskaitant prekių pirkimų ar pardavimų vertę;

5.9. **Tiekėjas** – ūkio subjektas, kuris parduoda ar perparduoda ar kitais būdais tiekia prekes.

6. Paaiškinimuose Konkurencijos taryba dominuojančios padėties nustatymo kriterijus ir tvarką pateikia tiekėjo atžvilgiu. Pirkėjo dominuojanti padėtis nustatoma vadovaujantis tais pačiais kriterijais ir tvarka kaip ir tiekėjo, tačiau atsižvelgiant į pirkėjo ir tiekėjo padėties skirtumų tiekimo grandinėje įtaką dominuojančios padėties įvertinimui.

II SKYRIUS

DOMINUOJANČIOS PADĖTIES SAMPRATA IR RŪŠYS

7. Konkurencijos įstatymas dominuojančią padėtį apibrėžia kaip vieno ar daugiau ūkio subjektų padėtį atitinkamoje rinkoje, kai tiesiogiai nesusiduriama su konkurencija arba kuri sudaro galimybę daryti vienpusę lemiamą įtaką atitinkamoje rinkoje veiksmingai ribojant konkurenciją. Aiškinant ir taikant šį dominuojančios padėties apibrėžimą yra vadovujamasi nacionalinių ir Europos Sąjungos teismų praktika, kurioje išplėtotą dominuojančios padėties sąvoka ir jos nustatymo kriterijai.

8. Dominuojanti padėtis suprantama kaip ūkio subjekto ekonominio pajėgumo pozicija, suteikianti galimybę veikti atitinkamoje rinkoje pakankamai nepriklausomai nuo konkurentų, tiekėjų ar pirkėjų ir galiausiai nuo vartotojų, darant poveikį prekių kainoms², įėjimo į rinką galimybėms ar kitoms veiklos sąlygoms, dėl ko veiksmingai ribojama konkurencija toje rinkoje³. Ūkio subjekto nepriklausomumo sąvoka yra susijusi su jo patiriamo konkurencinio spaudimo stiprumu. Ūkio subjektas nepatiria pakankamai veiksmingo konkurencinio spaudimo, kai jis turi reikšmingą rinkos galią (įtaką rinkoje) tam tikrą laiką. Dominuojančios padėties apibrėžimo elementai (galimybė daryti vienpusę lemiamą įtaką ar tai, kad tiesiogiai nesusiduriama su konkurencija) yra susiję su rinkos galia (įtaka rinkoje), kuri įvertinama vadovaujantis šiuose Paaiškinimuose nurodytais kriterijais.

9. Dominuojančią padėtį gali užimti ne tik vienas ūkio subjektas, t. y. individuali dominuojanti padėtis, bet ir keletas nepriklausomų ūkio subjektų, t. y. kolektyvinė (bendra) dominuojanti padėtis.

10. Paaiškinimuose Konkurencijos taryba dominuojančios padėties nustatymo principus ir kriterijus pateikia individualios dominuojančios padėties atžvilgiu. Kolektyvinė dominuojanti

Taigi, pasiūlos pakeičiamumas ir potenciali konkurencija reiškia skirtingą konkurencinį spaudimą: pasiūlos pakeičiamumas paprastai yra neatidėliotinas suvaržymas, o potencialių konkurentų galimybė varžyti dominuojančio ūkio subjekto elgesį yra nutolusi ir priklauso nuo to, kaip lengvai jie gali įeiti į atitinkamą rinką.

² Šiuose Paaiškinimuose vartojama kainų pakėlimo sąvoka suprantama kaip apimanti ir kitas galimybes veikti konkurencijos parametrus, pavyzdžiui, tiekimo apimtis, naujovės, prekių ir paslaugų įvairovė bei kokybė, sukeltą žalą vartotojams.

³ Teisingumo Teismo 1978 m. vasario 14 d. sprendimas byloje Nr. 27/76, *United Brands Company ir United Brands Continentaal prieš Europos Komisiją*, 65 pastraipa; 1979 m. vasario 13 d. sprendimas byloje Nr. 85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG prieš Europos Komisiją*, 38 pastraipa; Europos Komisijos komunikatas Komisijos — Įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, OJ C 45, 24.2.2009, 10 punktas.

padėtis nustatoma vadovaujantis iš esmės tais pačiais kriterijais ir tvarka kaip ir individualios dominuojančios padėties bei kaip detaliau aprašyta šių Paaiškinimų VI skyriuje.

III SKYRIUS

KRITERIJAI, KURIAIS REMIANTIS NUSTATOMA DOMINUOJANTI PADĖTIS

11. Vertindama, ar ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį, Konkurencijos taryba atsižvelgia į ūkio subjekto užimamą rinkos dalį, šiame Paaiškinimų skyriuje nurodytus ir kitus kriterijus, kurie sudarytų sąlygas ūkio subjektui veikti atitinkamoje rinkoje pakankamai nepriklausomai nuo konkurentų, tiekėjų ar pirkėjų ir galiausiai nuo vartotojų, darant poveikį prekių kainoms, įėjimo į rinką galimybėms ar kitoms veiklos sąlygoms, dėl ko veiksmingai ribojama konkurencija toje rinkoje.

12. Konkurencijos taryba, nustatydamą ūkio subjekto dominuojančią padėtį, šiuos kriterijus bei jų reikšmingumą vertina kiekvienu konkrečiu atveju atskirai. Šių kriterijų svarba gali skirtis atsižvelgiant į nagrinėjamą atitinkamą rinką ar sektorių, prekių savybes ir kitas reikšmingas aplinkybes.

13. Siekiant nustatyti dominuojančios padėties egzistavimą nėra būtinas detalus įvertinimas pagal visus kriterijus kiekvienu atveju. Analizė pagal keletą kriterijų, kurie atskirai vertinant, nebūtinai yra lemiami, gali būti pakankama siekiant pagrįstai nustatyti, ar ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį⁴.

I SKIRSNIS

RINKOS DALIS

14. Rinkos dalies dydis yra vienas svarbiausių kriterijų nustatant ūkio subjekto dominuojančią padėtį. Rinkos dalis yra pirmasis ūkio subjekto padėties rinkoje požymis, kuris parodo rinkos struktūrą ir įvairių rinkoje veikiančių ūkio subjektų santykinę svarbą⁵. Tačiau rinkos dalies, kaip įrodymo, kad egzistuoja dominuojanti padėtis, svarba įvairiose rinkose skiriasi atsižvelgiant į šių rinkų struktūrą bei sąlygas, ypač gamybą, pasiūlą ir paklausą⁶. Išvada dėl ūkio subjekto dominuojančios padėties paprastai neturėtų būti paremta tik didelės rinkos dalies nustatymu. Vis dėlto, labai didelė rinkos dalis, nesant išskirtinių aplinkybių, gali būti savaime svarus įrodymas, kad ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį⁷.

15. Rinkos dalys paprastai nustatomos pagal pardavimų apimtis. Pardavimų apimtys gali būti matuojamos verte arba kiekiu. Jeigu prekė yra heterogeninė⁸, gali būti tikslingiau rinkos dalis nustatyti atsižvelgiant į pardavimų piniginę vertę, o jei prekė homogeninė⁹ – pardavimų kiekius, ypač kai homogeninės prekės yra matuojamos standartiniais vienetais, pavyzdžiui, tonomis. Rinkos dalys taip pat gali būti apskaičiuojamos remiantis kitais matais, pavyzdžiui, rezervais, gamybos pajėgumais. Matas pasirenkamas atsižvelgiant į prekių ar nagrinėjamos šakos specifiką, tam, kad būtų galima atlikti tinkamą rinkoje veikiančių ūkio subjektų rinkos dalių palyginimą.

16. Tikėtina, kad ūkio subjektai neturės didelės įtakos rinkoje ir bus varžomi konkurentų veiksmų, jeigu rinkoje nėra ūkio subjekto, užimančio didelę rinkos dalį. Didelė rinkos dalis paprastai reiškia, kad vartotojai gali turėti mažai alternatyvų, iš kurių pasirinkti, jeigu tokią rinkos

⁴ Teisingumo Teismo 1978 m. vasario 14 d. sprendimas byloje Nr. 27/76, *United Brands Company ir United Brands Continentaal prieš Europos Komisiją*, 65-66 pastraipos.

⁵ Europos Komisijos komunikatas Komisijos — Įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, OJ C 45, 24.2.2009, 13 punktas.

⁶ Teisingumo Teismo 1979 m. vasario 13 d. sprendimo byloje Nr. 85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG prieš Europos Komisiją*, 40 pastraipa.

⁷ Teisingumo Teismas AKZO byloje pripažino, kad labai didelė rinkos dalis savaime yra dominavimo įrodymas, išskyrus tik išimtines aplinkybes. Tokia situacija yra kai egzistuoja 50 proc. rinkos dalis. Teisingumo Teismo 1991 m. liepos 3 d. sprendimo byloje Nr. C-62/86, *AKZO Chemie BV prieš Europos Komisiją*, 60 pastraipa.

⁸ Heterogeninės prekės suprantamos kaip pakeičiamos (konkuruojančios) prekės, kurios yra diferencijuotos. t. y. – prekė, kuri savo savybėmis skiriasi nuo panašių prekių.

⁹ Homogeninės prekės suprantamos kaip pakeičiamos (konkuruojančios) prekės, kurios savo esminėmis savybėmis yra vienodos arba labai panašios.

dalį užimantis ūkio subjektas pakeltų kainas, ir kad jo konkurentai negalėtų veiksmingai varžyti pastangų pakelti kainas.

17. Jeigu neįrodoma priešingai, pasiekus Konkurencijos įstatyme numatytą atitinkamos rinkos dalies ribą, laikoma, kad ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, t. y. ūkio subjektas laikomas užimančiu dominuojančią padėtį, jeigu:

17.1. ūkio subjekto, išskyrus mažmeninę prekybą besiverčiantį ūkio subjektą, rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 40 proc. atitinkamos rinkos;

17.2. mažmeninė prekyba besiverčiančio ūkio subjekto rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 30 proc. atitinkamos rinkos.

18. Jeigu neįrodoma priešingai, pasiekus Konkurencijos įstatyme numatytą rinkos dalies ribą, laikoma, kad du ar daugiau ūkio subjektų užima kolektyvinę dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, t. y. ūkio subjektai laikomi užimančiais kolektyvinę dominuojančią padėtį, jeigu:

18.1. kiekvieno iš trijų ar mažesnio skaičiaus ūkio subjektų, išskyrus mažmeninę prekybą besiverčiančius ūkio subjektus, kuriems tenka didžiausios atitinkamos rinkos dalys, kartu sudaro 70 proc. ar didesnę atitinkamos rinkos dalį;

18.2. kiekvieno iš trijų ar mažesnio skaičiaus mažmeninę prekybą besiverčiančių ūkio subjektų, kuriems tenka didžiausios atitinkamos rinkos dalys, kartu sudaro 55 proc. ar didesnę atitinkamos rinkos dalį.

19. Paminėtina, kad aukščiau nurodytos prezumpcijos, kada ūkio subjektas ar ūkio subjektų grupė užima atitinkamai dominuojančią ar kolektyvinę dominuojančią padėtį, taikomos tik jeigu ūkio subjektas ar ūkio subjektai stabiliai išlaiko ne mažesnę rinkos dalį nei nurodyta Konkurencijos įstatyme.

20. Jeigu ūkio subjektas turi mažesnę rinkos dalį nei nurodyta Konkurencijos įstatyme, ar stabiliai neišlaiko Konkurencijos įstatyme nurodytų rinkos dalių ribų, mažesnė tikimybė, kad ūkio subjektas ar ūkio subjektų grupė būtų pripažinti užimantys dominuojančią ar kolektyvinę dominuojančią padėtį. Vis dėlto, net ir esant mažesnei rinkos daliai nei nurodyta Konkurencijos įstatyme, kiti šiuose Paaiškinimuose nurodyti kriterijai ir aplinkybės gali lemti išvadą dėl dominuojančios ar kolektyvinės dominuojančios padėties buvimo.

21. Dominuojančios padėties nustatymui yra reikšmingos ir su rinkos dalimis susijusios aplinkybės, pavyzdžiui:

21.1. Rinkos dalių pasiskirstymas. Net ir turėdamas didesnę rinkos dalį nei nurodyta Konkurencijos įstatyme, ūkio subjektas gali neužimti dominuojančios padėties, jeigu rinkoje veikia dar vienas ar daugiau ūkio subjektų, turinčių santykinai didelę rinkos dalį ir galinčių veiksmingai riboti rinkos galią. Kita vertus, jeigu atitinkamoje rinkoje vienas santykinai didesnę rinkos dalį užimantis ūkio subjektas susiduria su daug mažas rinkos dalis užimančių ūkio subjektų, jis gali būti pripažintas turinčiu reikšmingą rinkos galią.

21.2. Rinkos dalių kaita (tendencijos) per tam tikrą praeities laikotarpį. Paprastai dinamiškesnės rinkos, t. y. kuriose pastebima galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto ar rinkos dalies kaita, sėkmingas naujų ūkio subjektų įėjimas į rinką ar smulkesnių ūkio subjektų rinkos dalies reikšmingas didėjimas, pasižymi ir veiksmingesne konkurencija, todėl mažiau tikėtina, kad tokioje rinkoje ūkio subjektas gali užimti dominuojančią padėtį. Vis dėlto, nuosekliai didelė rinkos dalis pakankamai reikšmingą laikotarpį gali patvirtinti dominuojančios padėties egzistavimą ir tai, kad įėjimas į rinką gali būti sudėtingas. Laikotarpis, per kurį vertinamas rinkos dalių kitimas priklauso nuo konkrečios situacijos aplinkybių, pavyzdžiui, rinkose, kurioms būdingos stambios, ilgalaikės, nereguliarios sutartys, gali būti nagrinėjamas ilgesnis, t. y. kelerių metų, laikotarpis, o kitose rinkose galėtų pakakti santykinai trumpesnio laikotarpio duomenų analizės.

21.3. Tikėtini rinkos struktūros pokyčiai. Gali būti vertinamos galimybės ateityje atitinkamoje rinkoje jau veikiantiems ūkio subjektams didinti savo rinkos dalį ir konkurencinę įtaką ar galimybės potencialiems konkurentams įeiti į rinką ir perimti rinkos dalį iš jau esamų rinkos dalyvių, dėl ko galimai dominuojančią padėtį užimantis ūkio subjektas būtų atgrasytas nuo bet kokių pastangų kelti

kainas. Šios galimybės priklauso nuo įėjimo į rinką kliūčių, kurios vertinamos vadovaujantis šių Paaškinimų III skyriaus II skirsnyje numatytais reikalavimais.

21.4. Rinkos brandumas. Ūkio subjektai, kurie prisideda prie naujos rinkos sukūrimo arba tampa jos dalyviais ankstyvoje stadijoje, pavyzdžiui, naujų technologijų rinkos, gali įgyti pirmojo patekusio į rinką pranašumą, kuris leidžia įgyti reikšmingą rinkos dalį per gana trumpą laikotarpį. Vis dėlto didelės rinkos dalys tokiose rinkose gali būti neilgalai ir nebūtinai rodyti turimą rinkos galią, ypač jeigu į rinką buvo neseniai įeiti arba tikimasi įėjimo į rinką.

II SKIRSNIS ĮEJIMO Į RINKĄ KLIŪTYS

22. Įėjimo į rinką¹⁰ kliūtys yra svarbūs kriterijai nustatant ūkio subjekto dominuojančią padėtį. Įėjimo į rinką kliūtys lemia, kad įėjimas į atitinkamą rinką ir veiksmingas konkuravimas su joje veikiančiais ūkio subjektais yra mažai tikėtinas arba nepelningas taip sudarant sąlygas rinkoje galimai dominuojančią padėtį užimančiam ūkio subjektui pasinaudoti rinkos galia ir nustatyti kainas virš konkurencingo lygio.

23. Jeigu nėra įėjimo į rinką kliūčių arba jos yra mažos, tuomet net ir turėdamas didelę atitinkamos rinkos dalį ūkio subjektas gali neužimti dominuojančios padėties. Tokiu atveju ūkio subjektas paprastai bus suvaržytas ir nustatys kainas konkurencingame lygyje tam, kad kiti ūkio subjektai nebandytų įeiti į rinką. Jeigu įėjimo į rinką kliūtys didelės, galimai dominuojančią padėtį užimantis ūkio subjektas gali būti apsaugotas nuo kitų ūkio subjektų konkurencijos bei gali turėti reikšmingą rinkos galią net ir tuo atveju, kai jo rinkos dalis nėra santykinai didelė, bet vis dėlto yra daug didesnė už konkurentų.

24. Kliūčių įeiti į atitinkamą rinką konkrečiu atveju gali būti ne viena. Be to, atsižvelgiant į tai, kad įėjimo į rinką kliūtys gali sustiprinti viena kitos poveikį, jos gali būti vertinamos kartu. Taigi, nustatomos ne tik konkrečios kliūtys, bet ir įvertinamas šių kliūčių reikšmingumas, jų pagrindu įgyjamas galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto pranašumas prieš konkurentus ir potencialius konkurentus bei kliūčių bendras poveikis įėjimo į rinką tikimybei.

25. Įėjimo į rinką kliūtys laikomos mažomis tuo atveju, jeigu joms esant, įėjimas į rinką, kaip atsakas į galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto naudojimąsi rinkos galia, būtų tiek greitas ir veiksmingas, t. y. tikėtinas, savalaikis ir pakankamas, kad atgrasytų ar suvaržytų rinkos galios panaudojimą. Tam tikrų kliūčių buvimas savaime nereiškia, jog nėra veiksmingos įėjimo į rinką galimybės. Įėjimo į rinką veiksmingumas vertinamas atsižvelgiant į daugelį aplinkybių, pavyzdžiui¹¹:

25.1. Tai, ar yra galimybė greitai ir (ar) reikšmingai daryti įtaką prekės kainai. Šiuo aspektu gali būti vertinama, ar ūkio subjektai, kurie tiekia panašias prekes ir (ar) veikia susijusiose teritorijose¹², galėtų įeiti į rinką pakankamai greitai, pavyzdžiui, atitinkamai pritaikę jau turimą įrangą naujos prekės tiekimui. Paprastai įėjimas, kai ūkio subjektas jau tiekia panašias prekes ar veikia susijusiose teritorijose yra greitesnis nei visiškai naujas įėjimas, pavyzdžiui, ūkio subjektas jau gali turėti reikalingus leidimus ar licencijas, patalpas, įrangą, darbuotojus, platinimo kanalus.

25.2. Tai, ar yra galimybė iš esamų rinkos dalyvių sėkmingai perimti reikšmingą pardavimų dalį. Pavyzdžiui, ūkio subjektas, svarstantis galimybes įeiti į rinką, lygina įėjus į rinką laukiamas pajamas, su įėjimo į rinką kaštais, įskaitant neatgaunamus kaštus.

25.3. Tai, ar rinka yra auganti. Įėjimo į rinką sėkmę gali lemti rinkos augimo perspektyvos. Naujiems rinkos dalyviams patrauklesnės augančios, o ne statiškos arba besitraukiančios rinkos. Įsitvirtinti rinkoje lengviau, kai nėra staigių kainų ir pelno kritimų.

¹⁰ Šiuose Paaškinimuose vertinimas atliekamas įėjimo į rinką atžvilgiu. Vertinant plėtimosi rinkoje galimybes vadovaujamasi analogiškais kriterijais ir atliekama panaši analizė.

¹¹ Europos Komisijos komunikatas Komisijos — Įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, OJ C 45, 24.2.2009, 16 punktas.

¹² Pavyzdžiui, vienoje lokalioje Lietuvos Respublikos teritorijoje veikiančiam ūkio subjektui gali būti lengviau įeiti į kitą lokaliją Lietuvos Respublikos teritoriją.

25.4. Tai, ar rinka yra didelė ir (ar) atvira prekybai. Įėjimas į rinką gali būti mažiau patrauklus, jeigu rinkos apimtis yra nedidelė ir (ar) rinka nėra atvira prekybos ryšiams, nes tai gali riboti ūkio subjektų, kurie galėtų sėkmingai veikti rinkoje, skaičių.

25.5. Tai, ar su turimais pajėgumais gali būti įeinama į rinką tokiu mastu, kad būtų apribota galimai dominuojančio ūkio subjekto galimybė panaudoti rinkos galią.

26. Vertinant įėjimo į rinką galimybes remiamasi buvusio sėkmingo ar nesėkmingo įėjimo į rinką faktais, pavyzdžiui, įėjimo ar išėjimo iš atitinkamos ar su ja susijusios rinkos atvejais, įėjimo į rinką trukme ar būdais, taip pat žinomais planais įeiti į rinką. Aplinkybė, kad pastaraisiais metais rinkoje nebuvo sėkmingo įėjimo ar jis buvo nepakankamas, leidžia daryti išvadą, kad įėjimas į rinką mažai tikėtinas. Kita vertus, naujų rinkos dalyvių nebuvimas nebūtinai reiškia, kad įėjimas į rinką yra sunkus, pavyzdžiui, tuo atveju, jeigu rinka yra labai konkurencinga ir esamos maržos yra nepakankamos, kad skatintų naujų ūkio subjektų įėjimą į rinką.

27. Analizuojant įėjimo į rinką atvejus gali būti reikšminga ir tai, ar įėjimas į rinką iš tikrųjų suvaržė rinkoje galimai dominuojančią padėtį užimantį ūkio subjektą, pavyzdžiui, į rinką atėjęs ūkio subjektas perėmė reikšmingą šio ūkio subjekto rinkoje turimą pardavimų dalį; ar įėjimas buvo pakankamai greitas; ar įėjimas buvo išlaikytas atitinkamą laikotarpį; ar buvo įeita įsigyjant rinkoje jau veikusį ūkio subjektą; ar tai buvo ūkio subjekto, gaminusio panašius produktus, įėjimas į rinką; ar buvo įeita investuojant į naujus pajėgumus; taip pat gali būti reikšmingos nepavykusio įėjimo priežastys. Be to, gali būti atsižvelgiama į tai, ar ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį tiekdamas susijusias prekes ar veikdamas susijusios teritorijose ir tokia padėtis sustiprina atitinkamoje rinkoje galimai dominuojančio ūkio subjekto turimą rinkos galią.

28. Pagrindinės įėjimo į rinką kliūčių kategorijos 1) teisinio reglamentavimo įėjimo į rinką kliūtys; 2) struktūrinės įėjimo į rinką kliūtys, t. y. kliūtys, susijusios su rinkos savybėmis, pavyzdžiui, paklausia, pasiūla; 3) strateginės įėjimo į rinką kliūtys, t. y. kliūtys, susijusios ūkio subjektų veiksmis (elgesiu) rinkoje¹³, pavyzdžiui, vertikali integracija.

29. Pažymėtina, kad šiuose Paaškinimuose nėra pateikiamas išsamus ir baigtinis galimų įėjimo į rinką kliūčių sąrašas. Žemiau nurodytų įėjimą į rinką kliūčių pavyzdžiai skirti parodyti, į kokius aspektus ir veiksnius atsižvelgiama vertinant įėjimo į rinką kliūtis:

29.1. Teisinis reguliavimas. Įstatymai ir kiti teisės aktai gali tiesiogiai ar netiesiogiai suteikti ūkio subjektui monopolį tam tikroje rinkoje¹⁴. Šiuo aspektu taip pat gali būti atsižvelgiama ir į tai, kad ūkio subjektas prieš tam tikros rinkos liberalizavimą turėjo monopolį, pavyzdžiui, geležinkelių, elektros ir telekomunikacijų sektoriuose, ir toliau gauna naudos iš anksčiau valstybės atliktų investicijų ir turėtos specialios (monopolinės) padėties. Įstatymai ir kiti teisės aktai gali tiesiogiai ar netiesiogiai apriboti konkurentų skaičių atitinkamoje rinkoje. Tokia situacija gali susidaryti, kai veiklai vykdyti reikalingi leidimai ar licencijos yra išduodamos tik ribotam skaičiui ūkio subjektų. Be to, ir išlaidos, susijusios su teisės aktų reikalavimų laikymusi gali būti laikomos įėjimo į rinką kliūtimi. Įėjimą į rinką sunkesniu taip pat gali padaryti tam tikrų reikalavimų ar standartų nustatymas, pavyzdžiui, susijusių su sveikata, saugumu, aplinkos apsauga, nors ir taikomų visiems rinkoje veikiantiems ūkio subjektams, ypač jeigu jie nustatomi esamų rinkos dalyvių iniciatyva ar reikalavimu.

29.2. Tarifai ir kvotos. Tam tikrose rinkose tarifų ar kvotų nustatymas gali būti reikšmingas vertinant ūkio subjekto padėtį rinkoje, pavyzdžiui, protekcionistiniai tarifai ar kvotos gali tiesiogiai ar netiesiogiai apsaugoti tam tikrą subjektą nuo konkurencijos rinkoje.

29.3. Išimtinė teisė naudotis svarbiomis žaliavomis, gamtiniais ištekliais ar turtu. Įėjimo į rinką kliūtys gali susidaryti, kai galimai dominuojančio ūkio subjekto žinioje ar nuosavybėje yra esminis gamybos išteklius, kuris yra būtinas konkrečiai prekei gaminti ir (ar) parduoti, pavyzdžiui, tam tikras turtas, įranga, uostas ar jo dalis, o kiti ūkio subjektai neturi teisės ar galimybės šiuo

¹³ Ūkio subjekto veiksmai (elgesys) vertinami tuo aspektu, ar jie sukuria kliūtis įeiti į rinką, nepriklausomai nuo to, ar šie veiksmai galėtų būti vertinami kaip piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi.

¹⁴ Pavyzdžiui, Teisingumo Teismo 1991 m. gruodžio 10 d. sprendimas byloje Nr. C-179/90, *Merci convenzionali porto di Genova SpA prieš Siderurgica Gabrielli SpA*, 14 pastraipa.

ištekliumi naudotis ar naudojimasis yra apribotas ir patiems įgyti tokį gamybos išteklių yra neįmanoma, labai brangu arba netikslinga.

29.4. Intelektinės nuosavybės teisės. Intelektinės nuosavybės teisių poveikis priklauso nuo intelektinės nuosavybės teisės pobūdžio ir jos suteikiamos teisinės apsaugos stiprumo. Tam tikrų intelektinės nuosavybės teisių turėjimas savaime dar nereiškia, kad jas turintis ūkio subjektas laikytinas užimančiu dominuojančią padėtį ar turinčiu didelę rinkos galią. Patentai, prekių ženklai, praktinė patirtis (angl. *know-how*), autorių teisės ir kitos intelektinės nuosavybės teisės taip pat gali suteikti jų turėtojų pranašumą prieš kitus ūkio subjektus ir sukliudyti įėjimą į rinką, pavyzdžiui, kai kiti ūkio subjektai gali neturėti teisės gaminti ir (ar) parduoti prekes, panaudodami kitiems subjektams priklausančių patentų¹⁵. Vis dėlto, vertinant tokį pranašumą, atsižvelgiama, ar yra pakaitalų, kuriuos gali gaminti ir (ar) parduoti kiti ūkio subjektai. Ūkio subjektas, turintis teisę naudotis intelektinės nuosavybės teisėmis, kurios gina pažangiausią ir efektyviausią technologinį procesą, leidžiantį gaminti mažesniais kaštais, negu kiti ūkio subjektai, taip pat įgauna pranašumą prieš juos.

29.5. Neatgaunami kaštai. Neatgaunami kaštai yra įėjimo į rinką kaštų dalis, kurios ūkio subjektas nebegali atgauti išeidamas iš rinkos ir parduodamas šiai veiklos rūšiai būtinus gamybos išteklius, juos išnuomodamas arba kitaip panaudodamas, t. y. dėl šių kaštų padidėja rizika, kad investicijos siekiant įeiti į rinką neatsipirks. Kaštai, kuriuos galima atgauti pardavus ar pertvarkius patalpas ar turtą, nelaikomi neatgaunamais kaštais. Neatgaunamais kaštais gali būti išlaidos reklamai, personalui, specialiai įrangai, teisės aktų laikymuisi, tyrimams ir plėtrai, taip pat ir investicijos į prekę ženklą, vardą, reputaciją ir pan. Neatgaunamų kaštų dydį gali lemti ūkio šakos technologija, itin siaura specializacija, pavyzdžiui, ūkio subjektas gali gaminti prekę tik nusipirkęs gamyklą arba įrenginius, kuriuos po to parduoti arba panaudoti kitų prekių gamybai neįmanoma, ar esamų rinkos dalyvių elgesys, pavyzdžiui, išlaidos reklamai, produkto dizainui, mokslo tyrimo darbams, vartotojų tyrimams, kurios reikalingos siekiant padidinti produkcijos paklausą. Galimai dominuojančią padėtį užimantis ūkio subjektas didindamas neatgaunamus kaštus, pavyzdžiui, investuodamas į savo prekių reklamą, gali padidinti įėjimo į rinką riziką ir užsitikrinti geresnes konkuravimo su kitais ūkio subjektais galimybes.

29.6. Masto ir apimties ekonomija¹⁶. Masto ir apimties ekonomija reiškia, jog didinant produkcijos apimtį vidutiniai gamybos kaštai mažėja. Masto ekonomija atsiranda, kai gaminant ir (ar) platinant daugiau tų pačių prekių vidutiniai jų pagaminimo kaštai mažėja. Apimties ekonomija gali atsirasti dėl to, kad gaminama ir (ar) platinama skirtingų prekių, t. y. kai mažiau kainuoja pagaminti skirtingas prekes kartu nei kiekvieną iš jų atskirai. Jeigu ūkinės veiklos rūšiai yra būdinga masto ir apimties ekonomija, į rinką ketinantis įeiti ūkio subjektas norėdamas veiksmingai konkuruoti turi pasiekti tam tikrą gamybos ar tiekimo mastą ir arba gaminti kelias prekes. Tokiu atveju ūkio subjektui reikia daugiau išteklių, investicijų, ar pritraukti didelę rinkoje įsitvirtinusio ūkio subjekto klientų dalį ir pan., o tai nulemia ir didesnę įėjimo į rinką riziką.

29.7. Finansavimo galimybės ir kapitalo išlaidos. Finansavimo gavimo kaštai, pavyzdžiui, skolinantis ar išleidžiant vertybinius popierius, net jeigu jie nėra neatgaunami kaštai, gali įėjimą į rinką padaryti sunkesnį. Galimai dominuojančią padėtį užimantis ūkio subjektas gali turėti geresnes finansavimo galimybes negu į ją ketinantis įeiti ūkio subjektas. Paprastai jau rinkoje veikiančio ūkio subjekto reputacija sumažina investavimo į jį riziką, leidžia gauti geresnes finansavimo sąlygas. Rinkoje lyderio pozicijas užimantis ūkio subjektas taip pat gali turėti daugiau informacijos apie rinką, todėl parengti geresnį verslo planą. Finansavimo galimybės gali nebūti įėjimo į rinką kliūtimi, jeigu į rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas yra santykinai didelis ar gamina platų prekių asortimentą, turi galimybes paskirstyti riziką kitoms verslo sritims, ar, jeigu įmanoma, reikalingą įrangą išsinuomoti. Paprastai kuo į rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas yra mažesnis, tuo jam tenka santykinai didesnė kaštų, susijusių su įėjimo į rinką finansavimu, našta.

¹⁵ Pavyzdžiui, Teisingumo Teismo 1991 m. gruodžio 12 d. sprendimas byloje Nr. T-30/89, *Hilti AG prieš Europos Komisiją*, 19 pastraipa.

¹⁶ Pavyzdžiui, Teisingumo Teismo 1978 m. vasario 14 d. sprendimas byloje Nr. 27/76, *United Brands Company ir United Brands Contineental prieš Europos Komisiją*, 122 pastraipa.

29.8. Informacijos ar technologijų stoka. Šis veiksnys gali būti įėjimo į rinką kliūtimi tais atvejais, kai gamybos technologija yra sudėtinga ar siekiant veiksmingai įeiti ir veikti rinkoje reikalingas didelis tam tikros vertingos informacijos (duomenų) kiekis, o informacijos surinkimas yra susijęs su dideliais neatgaunamais kaštais. Rinkoje jau veikiantis ūkio subjektas paprastai turi daugiau informacijos apie rinkos situaciją ir ūkinės veiklos ypatumus, pavyzdžiui, esamus gamybos kaštus, nei į rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas, ir tai gali įėjimą į rinką padaryti sunkesnį.

29.9. Laiko sąnaudos. Laikas, reikalingas siekiant veiksmingai įeiti į rinką, pavyzdžiui, atitinkamai informacijai rinkti, kapitalui pritraukti, gamybinėms patalpoms statyti ar įrangai montuoti, reputacijai įgyti, prekės ženklui ar įmonės vardui populiarinti, išplėtotai platinimo sistemai sukurti gali būti veiksnium, sunkinančiu įėjimą į rinką.

29.10. Nepanaudoti pajėgumai. Galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto pajėgumų perteklius gali atgrasyti įėjimą į rinką, jei pastarojo ūkio subjekto atsakas į įėjimą į rinką galėtų būti pardavimo kiekių padidėjimas, taip padarant įėjimą nepelningu. Įėjimas į rinką ir galimybės didinti savo rinkos dalį šiuo atveju priklauso nuo to, ar esami rinkos dalyviai turi didelių nepanaudotų gamybinių pajėgumų, ar pajėgumai gali būti greitai padidinti, ar pajėgumai, panaudojami tiekimams į vieną rinką, gali būti greitai transformuoti tiekimams į kitą rinką.

29.11. Tinklo poveikis. Tinklo poveikis reiškia, kad prekės vertė ir patrauklumas didėja, jeigu didėja jos vartotojų skaičius, ji yra plačiai naudojama ir pripažinta, pavyzdžiui, socialinių tinklų platformos. Tinklo poveikis gali būti įėjimo į rinką kliūtimi, jeigu galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto siūlomos prekės privalumas yra reikšmingas tinklo poveikis, o į rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas jo neturi ir tai sumažina pastarojo ūkio subjekto siūlomos prekės vertę, nebent jis galėtų pakeisti rinkoje įsitvirtinusio ūkio subjekto tinklo poveikį. Tinklo poveikis yra didesnis tuo atveju, jeigu jis yra savaime stiprėjantis dėl didėjančio vartotojų skaičiaus ir nėra susijęs su prekės esminėmis ypatybėmis.

29.12. Lojalumas ūkio subjektui ir (ar) prekei bei ūkio subjekto reputacija. Įėjimo į rinką sunkumai šiuo atveju gali kilti dėl to, kad vartotojai ir (ar) ūkio subjekto klientai gali vertinti ūkio subjekto ir (ar) prekės reputaciją, pavyzdžiui, klientai gali būti lojalūs tam tikro prekės ženklo prekei. Šiuo atveju siekiant įtikinti juos pereiti prie į rinką siekiančio įeiti ūkio subjekto prekių, gali būti reikalinga skirti daug išlaidų reklamai ir daug laiko siekiant sukurti panašią reputaciją, įgauti lojalumą prekės ženklui.

29.13. Keitimo išlaidos. Vartotojų ir (ar) klientų patiriamos didelės prekės ar paslaugos keitimo sąnaudos, įskaitant ir sąnaudas pinigine išraiška, gali būti įėjimo į rinką kliūtis, pavyzdžiui, kai keičiant paslaugos tiekėją yra prarandami iš to tiekėjo įsigyjant paslaugą gauti privalumai.

29.14. Distribucijos (platinimo) ir pardavimų tinklai¹⁷. Galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto suformuoti platinimo ir pardavimų tinklai gali būti vertinami kaip įėjimo į rinką kliūtis, ypač rinkose, kuriose sukurti išplėtotą platinimo ar pardavimo tinklą yra sudėtinga, nes, pavyzdžiui, reikalingas specialias žinias turintis pardavimų personalas.

29.15. Ilgalaikės sutartys turinčios pastebimą išstūmimo iš rinkos poveikį (angl. *foreclosure effect*). Įėjimo į rinką suvaržymus gali lemti tam tikri apribojimai sutartyse, net jei gamybos atžvilgiu jokių kliūčių nėra. Pavyzdžiui, dėl kumuliatyvaus išimtinio pirkimo susitarimų tarp rinkoje veikiančių ūkio subjektų su distributoriais ar mažmenininkais poveikio į rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas neturi galimybės parduoti savo prekių, ar dėl žaliavų tiekėjų išimtinio pardavimo susitarimų su rinkoje veikiančiais ūkio subjektais, naujam gamintojui sudėtinga pradėti gaminti prekę.

29.16. Vertikali integracija. Aplinkybė, kad ūkio subjektas kontroliuoja keletą prekės gamybos ir (ar) pardavimo etapų gali prisidėti prie jo padėties rinkoje stiprinimo, pavyzdžiui, vertikaliai integruotam ūkio subjektui gali priklausyti riboti ištekliai ar reikšmingas platinimo tinklas, kuriuos gauti į rinką ketinantiems įeiti subjektams gali būti sudėtinga. Vertikali integracija gali būti kliūtis įeiti į rinką tuo atveju, jeigu, siekiant varžytis su rinkoje įsitvirtinusi ūkio subjektu, į

¹⁷ Pavyzdžiui, Teisingumo Teismo 1979 m. vasario 13 d. sprendimo byloje Nr. 85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG prieš Europos Komisiją*, 48 pastraipa; 1978 m. vasario 14 d. sprendimas byloje Nr. 27/76, *United Brands Company ir United Brands Continentaal prieš Europos Komisiją*, 69-93 pastraipos.

rinką siekiantis įeiti ūkio subjektas yra priverstas įeiti į dvi ar daugiau rinkų tuo pačiu metu, dėl ko gali sustiprėti kitų įėjimo į rinką kliūčių poveikis, pavyzdžiui, neatgaunamų kaštų, laiko sąnaudų.

29.17. Agresyvūs veiksmai. Galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto agresyvi reakcija (veiksmai) į įėjimą į rinką gali padaryti šį įėjimą nepatraukliu ir prisidėti prie ūkio subjekto rinkos galios stiprinimo. Agresyvūs veiksmai gali pasireikšti rinkos struktūriniais pokyčiais, pavyzdžiui, ūkio subjektui įvykdžius reikšmingas investicijas, kurios prilygsta naujų rinkos dalyvių ar konkurentų investicijoms¹⁸. Be to, agresyvaus ūkio subjekto reputacija, nors jis nebūtinai konkrečiu atveju įgyvendina šiuos agresyvius veiksmus, taip pat gali trukdyti pateikti į rinką.

IV SKIRSNIS KOMPENSUOJANTI PIRKĖJŲ GALIA

30. Galimai dominuojančią padėtį užimančią ūkio subjektą gali varžyti, t. y. riboti galimybę pasinaudoti rinkos galia ir užimti dominuojančią padėtį, ne tik esantys ar potencialūs konkurentai, tačiau ir stiprūs pirkėjai. Net ūkio subjektas, kuriam priklauso didelė rinkos dalis, gali neturėti galimybių veikti ganėtinai nepriklausomai ir pasinaudoti rinkos galia, jeigu tokio ūkio subjekto pirkėjai pasižymi didele derybine galia.

31. Pirkėjo galia¹⁹ gali būti laikoma pakankamai veiksmingu suvaržymu ir atgrasyti galimai dominuojančią padėtį užimančią ūkio subjektą nuo pelningo kainų kėlimo atsižvelgiant į daugelį aplinkybių:

31.1. Pirkėjo absoliutaus ar santykinio dydžio palyginus su tiekėju, pirkėjo komercinės svarbos tiekėjui. Jeigu pirkėjas įsigyja reikšmingą tiekėjo produkcijos dalį ir tiekėjas neturi kitų tinkamų alternatyvų, pirkėjo atsisakymas pirkti gali atgrasyti nuo galimo naudojimosi rinkos galia.

31.2. Pirkėjo galimybių greitai ir nepatiriant didelių neatgaunamų kaštų pasinaudoti alternatyviais tiekimo šaltiniais. Alternatyvūs tiekimo šaltiniai turi būti tikėtini ir prie jų pereinama laiku tam, kad šie šaltiniai galėtų būti laikomi pakankamai patikimais pirkėjo galios įrodymais.

31.3. Tiekėjo rinkos galia gali būti apribota ir tuo atveju, jeigu pirkėjas gali paskatinti ir padėti įeiti į rinką naujiems dalyviams, gali vertikalčiai integruotis ar turi reikalingas gamybos priemones būsimiems vidaus pardavimams.

31.4. Pirkėjo patiriamas tiekėjo keitimo išlaidas. Didelės tiekėjo keitimo išlaidos gali padaryti keitimą nepelningu ir dėl to iš esmės paneigti galimybę pasinaudoti alternatyviais tiekimo šaltiniais.

31.5. Pirkimo įpročiai ir procedūros. Tais atvejais, kai pirkėjai renkasi tiekėjus aukcionų ar kitų panašaus pobūdžio konkurencingų procedūrų būdu, konkurencija gali būti intensyvi net jeigu egzistuoja tik keli tiekėjai ir jie veiksmingai konkuruoja tokiose konkurencingose procedūrose.

31.6. Pirkėjo patirtis su nagrinėjama preke, jo žinios apie nagrinėjamą rinką ir galimybę pasinaudoti rinkos savybėmis, pavyzdžiui, tinklo poveikiu, ir kitos aplinkybės.

32. Įvertinus aukščiau nurodytus aspektus, išvada, kad pirkėjas turi derybinę galią ir gali daryti reikšmingą įtaką perkamos prekės kainai, kokybei arba tiekimo sąlygoms, jeigu, pavyzdžiui, jis superka didžiąją dalį rinkoje parduodamų prekių, yra gerai informuotas apie alternatyvius tiekimo šaltinius bei gali juos keisti greitai ir su nedideliais kaštais, arba gali pats sau imti tiekti atitinkamą prekę.

33. Tam, kad pirkėjo galia būtų laikoma pakankamai varžančiu veiksmu, ji neturėtų būti trumpalaikė ar egzistuoti tik ypatingomis aplinkybėmis. Pirkėjo galia negali būti laikoma pakankamai veiksmingu spaudimu, jei ji užtikrina tik tam tikros ribotos klientų dalies apsaugą nuo galimai dominuojančią padėtį užimančio ūkio subjekto įtakos rinkoje. Be to, net didelę derybinę galią turinčio pirkėjo egzistavimas nereiškia, kad tiekėjas negali būti pripažintas užimančiu dominuojančią padėtį, jeigu pirkėjas neturi kitos išeities kaip tik bendradarbiauti su galimai dominuojančią padėtį užimančiu tiekėju. Pirkėjo galia, taip pat gali būti pašalinta stiprių tiekėjo

¹⁸ Teisingumo Teismo 1978 m. vasario 14 d. sprendimas byloje Nr. 27/76, *United Brands Company ir United Brands Continentaal prieš Europos Komisiją*, 91 pastraipa.

¹⁹ Pirkėjo galia gali būti suprantama kaip pirkėjo galimybė daryti įtaką sąlygoms, kuriomis jis įsigyja prekes.

prekės ženklų, pavyzdžiui, mažmeninės prekybos įmonė savo asortimente turi turėti tam tikrą svarbią prekę.

V SKYRIUS

DOMINUOJANTI PADĖTIS DAUGIAPUSĖSE RINKOSE

34. Daugiapusėmis rinkomis laikomos tokios rinkos, kurios aptarnauja dvi ar daugiau vartotojų grupių ir kuriose tinklo poveikis didėja kai prie bet kurios iš grupių prisijungia daugiau vartotojų, pavyzdžiui, prekių pardavimo internetu, socialinių tinklų, interneto paieškos, viešbučių užsakymo internetu ir kitos platformos. Rinkų, kuriose stiprus tinklo poveikis, atveju kyla rizika, kad jos gali tapti vieno ūkio subjekto užimamomis rinkomis.

35. Dominuojančios padėties nustatymas daugiapusėse rinkose gali būti sudėtingesnis nei įrastos vienpusės rinkos atveju. Priklausomai nuo atliekamo vertinimo tikslo, dominuojančios padėties ir (ar) rinkos galios nustatymas gali būti atliekamas vienoje daugiapusės rinkos pusėje, kitais atvejais – visose ar keliose rinkos pusėse, taip pat įvertinamas skirtingų rinkos pusių tarpusavio ryšys. Skirtingos daugiapusės rinkos pusės gali turėti skirtingas savybes, todėl vertinant dominuojančios padėties egzistavimą šiuo atveju gali būti reikalinga įvertinti daugiau veiksnių. Be to, tam tikri veiksniai gali būti sunkiai nustatomi, pavyzdžiui, rinkos dalių nustatymas pagal pardavimų pajamas nėra įmanomas, jeigu prekė yra teikiama neatlygintinai, todėl gali būti reikalingas kitų veiksnių vertinimas ar kitų vertinimo matų parinkimas nei vienpusės rinkos atveju. Atitinkamai, vertinimui tinkamiausi veiksniai ir jų nustatymo būdas priklauso nuo nagrinėjamos situacijos aplinkybių.

36. Paprastai vertinant ūkio subjekto padėtį daugiapusėse rinkose atsižvelgiama į tiesioginį ir (ar) netiesioginį tinklo poveikį, dėl tinklo poveikio atsiradusią masto ekonomiją, vartotojų patiriamas prekių keitimo išlaidas ir tai, ar lygiagrečiai naudojamos skirtingų tiekėjų prekės (kitos platformos), prieigą prie vertingos informacijos (duomenų), diegiamų naujovių ir (ar) konkurentų bei potencialių konkurentų sukuriamą konkurencinį spaudimą.

37. Su daugiapusėmis rinkomis, ypač interneto platformomis, susiję ypatumai gali lemti, kad ūkio subjekto užimama rinkos dalis ar ūkio subjekto dydis gali būti mažiau reikšmingi, jei nagrinėjama rinka yra dinamiška, joje greitai diegiamos naujos ir atsiranda naujų rinkos dalyvių. Kita vertus, esant tinklo poveikiui, tai, kad savo veiklos pradžioje ūkio subjektas turi nedidelį pelną ar nuostolius, nebūtinai reiškia, kad ūkio subjektas neturi rinkos galios.

38. Ūkio subjekto sukaupta vertingos informacijos kiekis gali suteikti konkurencinį pranašumą ir patvirtinti rinkos galios turėjimą. Dominuojančios padėties daugiapusėse rinkose nustatymui gali būti svarbu įvertinti tinklo poveikį, kuris ne tik padeda įsitvirtinti rinkoje, kai papildomi vartotojai pritraukia daugiau vartotojų, tačiau taip pat gali lemti ir padėties rinkoje menkėjimą, jeigu kiekvienas prarastas vartotojas skatina kitus vartotojus pasitraukti.

VI SKYRIUS

KOLEKTYVINĖ DOMINUOJANTI PADĖTIS

39. Kolektyvinė dominuojanti padėtis suprantama kaip situacija, kai du ar daugiau nepriklausomų ūkio subjektų yra susiję tokiais ryšiais,²⁰ kad rinkoje veikia bendrai, t. y. jie seka vienas kitu, veikdami tuo pačiu būdu ir vengdami tarpusavio konkurencijos²¹, ir kaip visuma turi reikšmingą rinkos galią bei gali veiksmingai riboti konkurenciją. Tokia galimybė atsiranda, pirma, jeigu nėra veiksmingos konkurencijos rinkoje tarp galimai kolektyvinę dominuojančią padėtį

²⁰ Ryšiai gali kilti iš sutarties, taip pat kitų teisinių, struktūrinių ar ekonominių ir kitokių ryšių, dėl kurių ūkio subjektai rinkoje elgiasi bendrai. Teisingumo Teismo 2000 m. kovo 16 d. sprendimas sujungtose bylose Nr. C-395/96 P ir C-396/96 P, *Compagnie Maritime Belge Transports SA ir kiti prieš Europos Komisiją*, 45 pastraipa.

²¹ Teisingumo Teismo 1992 m. kovo 10 d. sprendimas sujungtose bylose Nr. T-68/89, T-77/89 ir T-78/89, *Società Italiana Vetro SpA, Fabbrica Pisana SpA and PPG Vernante Pennitalia SpA prieš Europos Komisiją*, 358 pastraipa.

užimančio ūkio subjektų grupės kaip visumos ir už šios grupės ribų esančių ūkio subjektų, ir, antra, jeigu šios grupės nariai tarpusavyje veiksmingai nekonkuruoja.

40. Nustatant kolektyvinę dominuojančią padėtį atitinkamai turi būti įvertinama, kokią konkurencinį spaudimą patiria galimai kolektyvinę dominuojančią padėtį užimančių ūkio subjektų grupė kaip visuma ir, ar už šios grupės ribų esantys ūkio subjektai galėtų paveikti grupei priklausančių ūkio subjektų kainų pakėlimo virš konkurencinio lygio pelningumą. Jeigu konkurencinis spaudimas iš šiai grupei nepriklausančių rinkos dalyvių yra nepakankamas, tokiu atveju vertinamas konkurencijos veiksmingumas tarp galimai dominuojančią padėtį užimančių grupės narių, t. y. ar galimai dominuojančių ūkio subjektų grupę sudarantys ūkio subjektai tarpusavyje veiksmingai konkuruoja.

41. Vertinant, ar yra veiksminga konkurencija tarp galimai kolektyvinę padėtį užimančios ūkio subjektų grupės kaip visumos ir už šios grupės ribų esančių ūkio subjektų, atliekama analogiško pobūdžio analizė bei vertinami analogiški kriterijai, kaip ir individualios dominuojančios padėties atveju, iš esmės, atsižvelgiant į tai, kad galimai kolektyvinę dominuojančią padėtį užima ūkio subjektų grupė kaip visuma.

42. Vertinant, ar yra veiksminga konkurencija tarp galimai kolektyvinę padėtį užimančios ūkio subjektų grupės narių, siekiama nustatyti, ar šią grupę sudarantys ūkio subjektai veikia bendrai ir keletas ūkio subjektų gali būti pripažinti užimantys kolektyvinę dominuojančią padėtį, jeigu:

42.1. skaidrumas rinkoje yra pakankamas, kad kiekvienas kolektyvinę dominuojančią padėtį užimančios grupės narys turi galimybę tiksliai ir greitai sužinoti apie kitų narių elgesio rinkoje pokyčius, kad galėtų įsitikinti, ar jie elgiasi lygiagrečiai (paraleliai);

42.2. tylus koordinavimas tarp kolektyvinę dominuojančią padėtį užimančios grupės narių yra tęstinis, t. y. egzistuoja paskatos nenukrypti nuo bendro elgesio rinkoje. Be to, egzistuoja atsakomųjų veiksmų galimybė bendro elgesio modelio nesilaikymo atveju;

42.3. numanomas esamų ir potencialių konkurentų ir vartotojų elgesys nesukels pavojaus laukiamiems bendro elgesio rezultatams²².

43. Vertinant aukščiau nurodytus kolektyvinės dominuojančios padėties nustatymo kriterijus, analizuojami įvairūs veiksniai, kurių reikšmingumas kiekvienu konkrečiu atveju gali būti skirtingas, pavyzdžiui:

43.1. Lygiagretus elgesys mažai tikėtinas kai lyderio pozicijas užimantys ūkio subjektai yra asimetriški, t. y. kai rinkos dalių pasiskirstymas tarp jų yra netolygus, ar kai jie turi skirtingas sąlygas, skirtingą vertikalios integracijos laipsnį, pajėgumų panaudojimą, kaštų struktūrą ir pan. Ūkio subjektai tokiu atveju gali turėti skirtingus siekius, pavyzdžiui, mažesnę rinkos dalį ar blogesnes veiklos sąlygas turintis ūkio subjektas gali siekti pataisyti savo padėtį konkurentų sąskaita.

43.2. Lygiagretus elgesys labiau tikėtinas kai parduodamos homogeninės prekės. Homogeninių prekių kainų palyginamumas palengvina lygiagrečios kainodaros galimybę, o dėl heterogeninių prekių sunkiau priimti lygiagrečius kainodaros sprendimus. Be to, kuo sparčiau prekės yra atnaujinamos, tuo sunkiau nuspėti galimus pokyčius rinkoje, nes dėl naujų patobulinimų įgytas pranašumas gali greitai pakeisti užimamas pozicijas rinkoje.

43.3. Lygiagretus elgesys mažai tikėtinas, jeigu rinka neskaidri ir veiksminga tarpusavio stebėseną negalima. Skaidri rinka sudaro palankias sąlygas ūkio subjektams stebėti vienas kito veiksmus ir elgtis lygiagrečiai, vengiant tarpusavio konkurencijos, taip pat nustatyti, ar konkurentai nesiekia individualiais agresyviais veiksmais padidinti savo pardavimų kitų sąskaita, ignoruodami bendrus kolektyvinę dominuojančią padėtį užimančios grupės interesus. Lygiagretus elgesys nebus tvarus, kai kiekvienas ūkio subjektas sieks savo individualių tikslų vienašališkai. Rinkos skaidrumas gali būti nustatomas vertinant, koku mastu ūkio subjektams yra prieinama informacija apie konkurentų prekių kainas ir pardavimų apimtį, t. y. ar pagrindinę informaciją apie individualius sandorius, įskaitant kainą ar produkcijos apimtį, yra ją sudėtinga gauti, ar ji yra lengvai prieinama, pavyzdžiui, viešai skelbiama.

²² Teisingumo Teismo 2002 m. birželio 6 d. sprendimas byloje Nr. T- 342/99, *Airtours plc prieš Europos Komisiją*, 62 pastraipa.

43.4. Lygiagretų elgesį gali palengvinti įvairios ūkio subjektų tarpusavio sąsajos. Tokia situacija gali susidaryti, pavyzdžiui, jeigu ūkio subjektai yra sudarę susitarimus, įkūrę bendrą įmonę prekių platinimui, arba vieno ūkio subjekto veikloje dalyvaujantys asmenys dalyvauja ir kito ūkio subjekto veikloje, pavyzdžiui, vieno ūkio subjekto stebėtojų tarybos ar valdybos nariai yra kito ūkio subjekto stebėtojų tarybos ar valdybos nariai, kas jiems leistų lengviau stebėti vieni kitų veiklą, pavyzdžiui, gamybos planus, komercinę politiką, kainodarą.

43.5. Lygiagretaus elgesio galimybėms įtaką gali daryti ir kiti veiksniai, pavyzdžiui, stiprus pirkėjas gali kliudyti elgtis lygiagrečiai, nes siekiant pritraukti stiprų pirkėją, ūkio subjektai gali būti verčiami konkuruoti tarpusavyje, arba, siekį elgtis lygiagrečiai gali didinti tai, kad prekės paklausa nedidėja, o ūkio subjektas gali padidinti savo pardavimų apimtį tik konkurentų sąskaita.

VII SKYRIUS

INFORMACIJA, NAUDOJAMA DOMINUOJANČIAI PADĖČIAI NUSTATYTI

44. Siekiant tinkamai įvertinti, ar ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį, gali būti analizuojama įvairaus pobūdžio informacija.

45. Konkurencijos taryba, siekdama įvertinti šiuose Paaiškinimuose nurodytus kriterijus ir kitas dominuojančios padėties nustatymui reikšmingas aplinkybes, naudos visą prieinamą informaciją, kuri gali būti svarbi konkrečiu atveju, nesivadovaudama skirtingų informacijos šaltinių griežtos hierarchijos principu.

46. Nustatant ūkio subjekto dominuojančią padėtį gali būti remiamasi tiek tiesioginiais, tiek ir netiesioginiais dominuojančios padėties nustatymo įrodymais. Tiesioginiai įrodymai yra paprastai susiję su ūkio subjekto veiklos rezultatais rinkoje, pavyzdžiui, kainodara, pelningumu. Atsižvelgiant į tai, kad tiesioginius įrodymus gali būti sudėtinga gauti ar nustatyti, paprastai remiamasi netiesioginiais įrodymais, kurie yra dažniausiai susiję su rinkos struktūra, pavyzdžiui, rinkos dalys, įėjimo į rinką sąlygos.

47. Informacija, reikalinga dominuojančios padėties nustatymui, gali būti gaunama iš privačių ir viešų šaltinių.

48. Konkurencijos taryba turi teisę prašyti dominuojančios padėties nustatymui reikalingos ir reikšmingos informacijos iš visų ūkio ir viešojo administravimo subjektų.

48.1. Galimai dominuojančią padėtį užimantis ūkio subjektas, koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai ir kiti asmenys, pavyzdžiui, rinkos dalyviai, potencialūs konkurentai, pirkėjai ir pardavėjai, kiti ūkio subjektai, gaminantys susijusias prekes ar veikiantys susijusiose teritorijose rinkose paprastai turi reikšmingos informacijos apie rinką, jos savybes ir ypatybes, bei joje veikiančių subjektų padėtį, kurią įvardija savo verslo dokumentuose. Reikalingą informaciją gali sudaryti šių ūkio subjektų turimi ar parengti dokumentai, pavyzdžiui, pardavimų, pajėgumų duomenys, verslo planai, rinkos analizės, strategijos. Konkurencijos taryba taip pat gali prašyti šių subjektų pateikti nuomonę apie įvairius dominuojančios padėties nustatymui reikalingus kriterijus, pavyzdžiui, pareikšti savo nuomonę apie įėjimo kliūtis ir galimybes, įvertinti įėjimo trukmę, kaštus ir pan.

48.2. Kiti ūkio subjektai ir viešojo administravimo subjektai taip pat gali turėti dominuojančios padėties nustatymui reikalingos informacijos, pavyzdžiui, viešojo administravimo institucijos, priežiūros institucijos, kurių Konkurencijos taryba turi teisę prašyti pateikti turimą informaciją.

49. Konkurencijos taryba turi teisę remtis iš viešų šaltinių prieinama informacija, pavyzdžiui, kitų konkurencijos priežiūros institucijų atliktais rinkos ar konkurencijos teisės pažeidimų tyrimais (sprendimais), teismuose nagrinėtų bylų sprendimais, akademine literatūra, privačių asmenų atliktomis studijomis.

50. Siekiant nustatyti ūkio subjekto dominuojančią padėtį, gali būti atliekamos vartotojų apklausos.

51. Buvusi Konkurencijos tarybos praktika, susijusi su galimai dominuojančią padėtį ūkio subjektu, ir (ar) rinka, kurioje veikia šis ūkio subjektas, gali būti reikšminga dominuojančios

padėties vertinimui. Be to, gali būti reikšminga ir nagrinėjamos rinkos situacija per pastaruosius kelerius metus, pavyzdžiui, istoriniai duomenys apie plėtimąsi rinkoje arba įėjimą į rinką. Vis dėlto, tam, kad istoriniai duomenys būtų reikšmingi atliekamam vertinimui, svarbu atsižvelgti į tai, ar rinkos sąlygos praėjusiu laikotarpiu ir vertinimo metu reikšmingai nepasikeitė, pavyzdžiui, buvęs įėjimas į rinką nesukėlė pajėgumų pertekliaus, dėl ko kito subjekto įėjimas į rinką būtų rizikingesnis.
