



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

I. Jvadas

1. Pagrindinė Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos (toliau – Konkurencijos taryba) 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 sukuria 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 sukuria naudą vartotojams.
2. Šis dokumentas yra trečiasis iš eilės Konkurencijos tarybos veiklos poveikio metinis vertinimas, kuriuo visuomenei pristatoma Konkurencijos tarybos veikla sukuriamą naudą. Jis yra išorinės atskaitomybės dalis, kurio pagrindu visuomenė gali vertinti institucijos veiklą ir vartotojams sukuriamą naudą. Be to, Konkurencijos taryba, vykdydama savo veiklą, atsižvelgia į žemiau išdėstytus principus ir galimą naudą, kai sprendžia, turėdama siekį atlikti prioritetinius tyrimus¹, sukuriančius kuo daugiau naudos vartotojams, ar tikslinga pradėti vieną ar kitą tyrimą.
3. Poveikio vertinimas apima tiek tiesioginę ekonominę naudą vartotojams, tiek ir netiesioginę naudą, tokią kaip paskirtos (surinktos) baudos bei nauda, atsiradusi dėl Konkurencijos tarybos veiklos atgrasomojo poveikio.
4. Vertindama savo veiklos, prižiūrint Konkurencijos įstatymą, poveikį Konkurencijos taryba ir toliau vadovavosi Jungtinės Karalystės sąžiningos prekybos tarnybos (toliau – *Office of Fair Trading, OFT*) sukurta metodika², kuria gaunami konservatyvūs naudos įvertinimai³.
5. Šiais metais Konkurencijos taryba pirmą kartą atliko ir Konkurencijos tarybos veiklos, prižiūrint Reklamos įstatymą, poveikio vertinimą. Pažymėtina, kad šiam vertinimui atlikti Konkurencijos taryba neturėjo galimybių pasinaudoti jau sukurtais ir naudojamomis kitose šalyse metodikomis. Analizė parodė, kad skirtingai nuo naudos vertinimų įgyvendinant konkurencijos įstatymus, kur nemažai šalių tokius vertinimus atlieka periodiškai jau eilę metų, naudos vertinimai, išreiškiant naudą pinigine forma, klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejais praktiškai nevykdomi⁴. Išimtis yra Jungtinė Karalystė. *OFT* skaičiuoja naudą pinigine

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 Žr. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://www.of.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/of1250.pdf.

³ *OFT* metodikos tinkamumą *OFT* veiklos poveikio vertinimui ir jos konservatyvumą patvirtino metodiką vertinęs profesorius S. Davies. Žr. Stephen Davies, *A Review of OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, January 2010, OFT1164, http://www.of.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/of1164.pdf.

⁴ Nepaisant to, kai kurios šalys visgi naudoja tam tikrus vertinimus. Pvz., JAV Federalinė prekybos komisija (*FTC*) parodo bendrą skundų, gautų pagal vartotojų teisių įstatymus, skaičių ir procentą skundų, pagal kuriuos *FTC* ėmėsi

išraiška vartotojų teisių pažeidimo atvejais, kurie apima ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejus⁵, tačiau pasinaudoti *OFT* naudojamos metodikos principais Lietuvoje nėra galimybių dėl informacijos, naudojamos skaičiavimuose, specifikos⁶. Todėl Konkurencijos taryba sukūrė savo naudos vertinimo metodiką, kurios esminiai principai aprašyti žemiau.

II. Veiklos poveikio vertinimo metodika

Poveikio analizės apimtis ir prielaidos

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

- būsimos žalos vartotojams, kuri būtų padaryta, jei Konkurencijos taryba nebūtų nutraukusi antikonkurencinių veiksmų arba klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo, išvengimas;
- konkurenciją ribojančių ar iškraipiančių veiksmų nutraukimas, taip pat klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo nutraukimas bei atitinkamų baudų skyrimas, siekiant individualaus bei bendrojo atgrasomojo poveikio;
- Konkurencijos tarybos vykdomų veiksmų (išaiškintų pažeidimų, paskirtų baudų, įspėjimų, kt.) atgrasomasis poveikis;
- išaugęs visuomenės informuotumas dėl Konkurencijos tarybos vykdomo informavimo bei konsultavimo konkurencijos teisės ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos klausimais;
- dėl sustiprėjusios konkurencijos atsiradęs teigiamas poveikis ekonominiam augimui ir technologinei pažangai.

7. Toliau dokumente analizuojami tik pirmieji trys iš aukščiau išvardintų aspektų. Pirmiausia Konkurencijos taryba vertina ir daugiausia dėmesio skiria tiesioginei ekonominei naudai vartotojams⁷, atsiradusiai dėl Konkurencijos tarybos priimtų sprendimų⁸. Toliau vertinama

veiksmų ginant vartotojų teises. Pvz., 2012 metais tikslas buvo pasiekti 70%, o faktiškai įvykdyta buvo 90,4% - žr. *Federal Trade Commission performance & accountability report, fiscal year 2012*, page 52 (<http://www.ftc.gov/opp/gpra/2012parreport.pdf>). Kai kurios kitos šalys naudoja apklausas, kuriomis įvertinamas vartotojų pasitenkinimo laipsnis vartotojų teises ginančių institucijų veiksmais – žr. *ASSESSMENT OF THE IMPACT OF COMPETITION AUTHORITIES' ACTIVITIES*, DAF/COMP/WP2(2013)1, 13-Feb-2013, Working Party No. 2 on Competition and Regulation, 25 February 2013, Note by Prof. Stephen Davies, point 27 (žr. [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2\(2013\)1&docLanguage=En](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2(2013)1&docLanguage=En)).

Tačiau visi šie metodai neskaičiuoja naudos pinigine išraiška.

⁵ *A guide to OFT's Impact Estimation methods*, Office of Fair Trading, July 2010, Chapter 6 CONSUMER PROTECTION ENFORCEMENT, pages 32-38.

⁶ *OFT* palygina skundų skaičiaus pokytį (skundų prieš konkrečią įmonę ir bendrai atitinkamame sektoriuje sumažėjimą) 12 mėn. prieš *OFT* įsikišimą ir 12 mėn. po jo; skundų skaičiaus pokytis transformuojamas į finansinę žalą, kurios vartotojai išvengė. Lietuvoje nėra galimybių nustatyti skundų skaičiaus pokyčio, nes, pirma, tokios statistikos niekas nerenka ir, antra, kadangi Lietuva maža šalis, vargu ar iš viso būtų galima surinkti pakankamai duomenų apie skundų skaičiaus pasikeitimus iki Konkurencijos tarybos įsikišimo ir po jo.

⁷ Šis vertinimas apima kainų sumažėjimo mastą, bet neapima pinigine išraiška išreikšto prekių ir paslaugų kokybės pagerėjimo bei sutaupyto laiko, taip pat išaugusio prekių ar paslaugų pasirinkimo.

⁸ Preziumuojama, jog teismine tvarka nepanaikinti Konkurencijos tarybos sprendimai yra pagrįsti ir galiojantys. Jei, paskelbus dokumentą, Konkurencijos tarybos sprendimas būtų panaikintas ar pakeistas teismo tvarka, dokumente pateikti rezultatai bus atitinkamai perskaiciuoti 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.

netiesioginė nauda, kuri parodoma per nagrinėjamą laikotarpį paskirtomis baudomis ir Konkurencijos tarybos veiksmų atgrasumuojančiu poveikiu, išreikštu pinigine išraiška.

8. Šiame dokumente visa apimtimi vertinama Konkurencijos tarybos veiklos vartotojams sukuriama nauda šiose institucijos veiklos srityse:

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

9. Taigi, šis Konkurencijos tarybos veiklos poveikio vertinimo dokumentas neapima visos Konkurencijos tarybos veiklos. Jame nėra apskaičiuojama tiesioginė nauda vartotojui, kuri atsiranda:

- dėl konkurenciją ribojančių viešojo administravimo subjektų veiksmų draudimo įgyvendinimo;
- dėl Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo⁹ bei kitų Konkurencijos tarybos kompetencijai priskirtų įstatymų taikymo priežiūros;
- dėl konkurencijos kultūros sklaidos tarp verslo atstovų ir valdžios institucijų.

Dėl šių priežasčių šiame dokumente pateikiamas naudos galutiniams vartotojams vertinimas, kiek tai susiję su Konkurencijos tarybos veiklos apimtimi, yra laikytinas konservatyviu¹⁰.

10. Visos šiame dokumente naudojamos bendrosios ir su konkrečia byla susijusios prielaidos taip pat yra konservatyvios. Taigi šiuo dokumentu nėra siekiama tiksliai įvertinti Konkurencijos tarybos veiklos poveikio naudą, tačiau, atsižvelgiant į tai, kad naudos vertinimo metodika yra pagrįsta turimais įrodymais ir/arba konservatyviomis prielaidomis, tai lemia, jog apskaičiuota naudos apimtis vargu ar gali būti mažesnė, nei šiame dokumente pateikiamas rezultatas.

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

12. Be to, užtikrindami, kad svyravimai, galintys atsirasti dėl skirtingo Konkurencijos tarybos vykdomų tyrimų masto bei trukmės, nedarytų įtakos vertinimo rezultatams, pateikiame trijų metų vidutinius rezultatus. Tuo tikslu naudos skaičiavimui pasirinktas paskutinių trejų kalendorinių metų laikotarpis – 2011–2013 m. Tai padės išsamiau įvertinti Konkurencijos tarybos sukurtą naudą vartotojams per ilgesnį laikotarpį, tuo pačiu išvengiant rodiklių svyravimų atskirais metais.

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

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

¹⁰ Šiame dokumente „konservatyvus“ reiškia atsargų požiūrį, kuris užtikrina, kad gauti rezultatai yra žemutinės įvertinimo ribos, nes apskaičiuojami taikant nuosaikias taisykles.

14. Šiame dokumente aprašyta Konkurencijos tarybos veiklos, vykdančios Konkurencijos įstatymo priežiūrą, poveikio vertinimo metodiką, kurios pagrindą sudaro *OFT* naudojama metodika, buvo vertinama ir tobulinama išorinių ekonomikos ekspertų. Tuo tikslu buvo konsultuotasi su poveikio vertinimo specialistais, ekonomistais iš *OFT* bei Kauno technologijos universiteto docentais: Ekonomikos ir vadybos fakulteto Įmonių ekonomikos katedros docente dr. Jurgita Bruneckiene ir Finansų katedros docentu dr. Ryčiu Krušinsku. Taip pat gautas LR Vidaus reikalų ministerijos viešojo valdymo politikos departamento pritarimas šiam poveikio vertinimui. Poveikio vertinimo klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejais metodika, sukurta Konkurencijos tarybos, buvo vertinama Jungtinės Karalystės Redingo universiteto profesoriaus Ioannis Kokkoris.
15. Siekiant kiekybine išraiška įvertinti Konkurencijos tarybos tyrimų poveikį (nepriklausomai nuo to, ar vadovaujantis konkurencijos teisės taisyklėmis konkrečiau pažeidimo konstatavimui buvo būtina įvertinti poveikį rinkai¹¹) šiame dokumente yra remiamasi tyrimo metu surinkta informacija. Tais atvejais, kai tyrimo metu surinkti duomenys nėra tinkami kiekybiškai įvertinti Konkurencijos tarybos veiklos poveikį, vadovujamasi konservatyviomis prielaidomis bei taisyklėmis, kurios yra pagrįstos akademiniais tyrimų išvadomis ir kitų nacionalinių konkurencijos institucijų bei Europos Komisijos praktika.
16. Būsimo 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 norma¹².
17. Tais atvejais, kai tyrimo objektu esanti problema yra priešrovinėje rinkoje¹³ ir poveikį tiesiogiai jaučia pasrovinėje rinkoje¹⁴ veikiantys ūkio subjektai (pvz., mažmeninė 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 prielaidų paneigiančių įrodymų. Priešingu atveju konkrečios naudos, tenkančios galutiniam vartotojui, apskaičiavimas reikalautų papildomo tyrimo, kurio sąnaudos būtų neadekvačiai didelės. Taigi, pavyzdžiui, sustiprėjus konkurencijai tarp didmeninė prekyba užsiimančių ūkio subjektų, laikoma, kad žemesnės didmeninės kainos lemia ir žemesnes mažmenines kainas, ir todėl tai yra laikoma tiesiogine nauda galutiniams vartotojams.

Tiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

Karteliniai susitarimai

¹¹Tai, jog Konkurencijos tarybos veiklos naudai apskaičiuoti naudojama ir informacija apie bylas, kurios buvo pripažintos pažeidusios Konkurencijos įstatymo 5 str. (ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 str.) pagal savo tikslą, neturi būti suprantama kaip formalus poveikio tokioje byloje konstatavimas.

¹²Socialinė 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 nustatytos socialinės diskonto normos valstybės lygmeniu, žr.

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf;

http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidiny_1.pdf, p. 55.

¹³Rinka, esanti ankstesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių gamyba ir didmeninis platinimas yra priešrovinės rinkos automobilių mažmeninio pardavimo galutiniam vartotojui rinkos atžvilgiu.

¹⁴Rinka, esanti vėlesniame produkto gamybos/distribucijos grandinės etape. Pvz., automobilių mažmeninis pardavimas galutiniam vartotojui yra pasrovinė rinka automobilių gaminimo rinkos atžvilgiu.

18. Siekdama išlaikyti konkurenciją rinkoje ir taip užtikrinti vartotojams galimybę rinktis iš įvairesnių, kokybiškesnių ir pigesnių prekių, Konkurencijos taryba, vadovaudamasi Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio nuostata, išaiškina ir įpareigoja nutraukti konkurenciją ribojančius susitarimus tarp ūkio subjektų, ypač kartelinius susitarimus. Pastarieji yra dažniausiai slapti susitarimai tarp konkuruojančių ūkio subjektų, kurie tarpusavyje derina veiksmus, siekdami nustatyti aukštesnes kainas, riboti gamybos apimtį ar pasidalinti rinkas ar vartotojus. Konkurencijos tarybos tyrimo objektas taip pat yra susitarimai tarp skirtinguose rinkos lygmenyse veikiančių ūkio subjektų (vertikalūs susitarimai) dėl perpardavimo kainų palaikymo ir kitokių konkurencijos ribojimų.
19. 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.
20. Vadovaujantis *OFT* suformuluotomis taisyklėmis, metinis kartelio poveikis vartotojui (litas) (a) apskaičiuojamas padauginus ūkio subjektų apyvartą (pajamas) (t), kuriai įtaką turėjo nagrinėjamas kartelinis susitarimas, iš tokio pažeidimo nulemtu kainų padidėjimo masto (procentais) (p):

$$a = t \cdot p \quad (1).$$

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

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

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.

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

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

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

Apyvarta (pajamos)

23. Apskaičiuojant kartelio poveikį laikoma, kad kartelis paveikia tik susitarime dalyvaujančių įmonių apyvartas, t.y. nukenčia tik tie vartotojai, 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. Visgi, atsižvelgiant į siekį pateikti konservatyvų Konkurencijos

tarybos veikla sukuriama naudos vartotojui vertinimą, kartelyje nedalyvavusių ūkio subjektų tarybos veikla sukuriama naudos vartotojui vertinimą, kartelyje nedalyvavusių ūkio subjektų apyvartos vertinamos nebus. Išimtis bus taikoma tais atvejais, kada yra aiškūs įrodymai, jog pakilo bendras kainų lygis.

24. Be to, apskaičiuojant kartelio poveikį, kur įmanoma, naudojamosi 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

25. 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 tarptautinę gerą praktiką ir akademinę analizę, yra vadovujamasi 10 proc. kainų padidėjimo taisykle.
26. Toks kainų padidėjimo mastas yra pasirinktas atsižvelgiant į nacionalinių konkurencijos institucijų bei Europos Komisijos praktiką (žr. Lentelę Nr. 1).

Lentelė Nr. 1. Analizuotų konkurencijos priežiūros institucijų veiklos vertinimui naudojama kainų padidėjimo masto procentinė išraiška

| Konkurencijos priežiūros institucija | Kainų pakėlimo mastas (proc.) |
|--|-------------------------------|
| 1. OFT ¹⁵ | 15 |
| 2. Nyderlandų konkurencijos priežiūros institucija (NMa) ¹⁶ | 10 |
| 3. Europos Komisija ¹⁷ | 10 |
| 4. JAV Teisingumo Departamentas (DOJ) ¹⁸ | 10 |

27. Atkreiptinas dėmesys, jog šios procentinės išraiškos yra žymiai mažesnės, nei akademinuose šaltiniuose apskaičiuotas tirtų kartelių poveikis (žr. Lentelę Nr. 2)¹⁹. Taigi vadovaujantis 10 proc. dydžiu yra išlaikomas konservatyvus Konkurencijos tarybos veiklos vertinimo metodas.

Lentelė Nr. 2. Ekonominių tyrimų dėl kartelių įtakos kainai apibendrinimas

¹⁵Žr. http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf, p. 17.

¹⁶NMa Working Papers „Outcome of NMa activities – A description of the calculation method“, Kemp, R., Mulder, M. Van Sinderen, J. No. 1 October 2010, p. 21.

¹⁷Žr. http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2010_en.pdf, p. 21.

¹⁸[http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2\(2013\)1&docLanguage=En](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2(2013)1&docLanguage=En), p. 6.

¹⁹Connor, J. „Price Fixing Overcharges: revised Edition“, rankraštis, Purdue University, 2009 liepa. Šiame darbe, kuriame pateikiama 250 tarptautinių studijų, vertinančių kartelių poveikį, apžvalga, ištirtų 1517 kartelių atveju gautas kainų pakilimo dėl kartelinių susitarimų vidurkis yra 17-30 proc., o tik 20 proc. kartelių kainas pakelia 10 proc. ir mažiau.

| Šaltinis | Tirtų kartelių skaičius | Nustatytas kainos pakėlimas | |
|--|-------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| | | Vidurkis | Mediana ²⁰ |
| 1. Cohen ir Scheffman (1989 m.) ²¹ | 5-7 | 7,7-10,8 | 14 |
| 2. Werden (2003 m.) ²² | 13 | 21 | 18 |
| 3. Posner (2001 m.) ²³ | 12 | 49 | 38 |
| 4. Levenstein ir Suslow (2002 m.) ²⁴ | 22 | 43 | 44,5 |
| 5. Griffin (1989 m.), tik privatūs karteliai ²⁵ | 38 | 53,2 | 38,9 |
| 6. EBPO (2003 m.) ²⁶ | 13 | 21,6 | 14 |
| Paprastas vidurkis | 103-105 | 30,7 | 28,1 |
| Svertinis vidurkis | 103-105 | 36,7 | 34,6 |

28. Konkurencijos taryba 10 proc. kainų pakėlimo taisyklę taiko ir viešuosiuose pirkimuose nustatytiems konkurentų susitarimams²⁷.
29. Tokia pati taisyklė taikoma ir susitarimams, tiesiogiai nesusijusiems su kainų fiksavimu, rinkų pasidalinimu ar konkursinių pasiūlymų derinimu.

Trukmė

30. Pažeidimo trukmė nustatoma vadovaujantis tyrimo metu gauta informacija. Konkurencija ribojančių susitarimų atvejais, kai tyrimo metu nebuvo konkrečiai įvertinta tikėtina pažeidimo trukmė, vadovaujantis įprasta tarptautine praktika yra laikoma, kad be įsikišimo toks draudžiamas susitarimas būtų trukęs dar šešerius metus.

Piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi

31. 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.
32. Vadovaujantis *OFT* suformuluotomis taisyklėmis, metinis piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejo poveikis vartotojui (litas) ir visa nauda (litas) dėl tolimesnio pažeidimo sustabdymo apskaičiuojama analogiškai kaip ir kartelių atvejais pagal aukščiau nurodytas (1) ir (2) formules, į jas įrašant atitinkamas reikšmes (žr. 33-35 punktus).

Apyvarta (pajamos)

²⁰ Mediana – tai požymio reikšmė, kuri dalija variacinę eilutę, populiaciją ar tikimybinį pasiskirstymą į dvi lygias dalis. Lygiai pusė populiacijos turi reikšmes, mažesnes ar lygias medianai, pusė populiacijos turi reikšmes, didesnes ar lygias medianai.

²¹ Cohen, M.A., Scheffman, D.T. "The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?". Journal of Criminal Law 27 (1989 m.).

²² 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, sausis, 2003.

²³ Posner, R.A. "Antitrust Law". 2nd ed. University of Chicago Press, 2001.

²⁴ Levenstein, M., Suslow, V. "What Determines Cartel Success? Darbo dokumentas 02- 001. Mičigano verslo mokyklos universitetas, sausis, 2002.

²⁵ Griffin, J. "Previous Cartel Experience: Any Lesson for OPEC?, Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach", 1989.

²⁶ Summary of Cartel Cases Described by Invitees (CCNM/GF/COMP(2001)4). Paryžius: EBPO, spalio, 2001.

²⁷ Verta paminėti, kad Singapūro konkurencijos komisija teigia, kad tokių susitarimų atvejais kainos padidėjimas gali siekti net 35 proc.

33. Apskaičiuojant piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi poveikį, kur įmanoma, naudojamosi tiesiogiai ar netiesiogiai su pažeidimu 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, kai pažeidimo dalyku esanti ūkio subjekto veikla nelaikoma pagrindine šio ūkio subjekto veikla.

Kainų padidėjimo mastas

34. Piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejais tarptautinėje praktikoje naudojama pažeidimo nulemtos kainų padidėjimo procentinė išraiška lygi 10 proc.²⁸, tačiau, atsižvelgiant į tokio pobūdžio pažeidimų įvairiapusiškumą, ypatingas dėmesys skiriamas tyrimo metu gautiems duomenims.

Trukmė

35. Piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejais, vadovaujantis Europos Komisijos praktika, padidėjusios kainos efektas trunka vienerius metus. Visgi kiekvienu konkrečiu atveju yra atsižvelgiama į tyrėjų, atlikusių tyrimą, vertinimą ir kiekvieno tyrimo specifiką.

Koncentracijos

36. 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 dėl inovacijų. Kainų padidėjimas yra lengviausiai išmatuojamas koncentracijų poveikio elementas, todėl būtent jis yra laikomas indikatoriumi Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui apskaičiuoti.

37. Koncentracijų priežiūros nauda apskaičiuojama vertinant bylas, kuomet koncentracija yra uždraudžiama, arba siekiant užtikrinti, kad nebūtų sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar itin apribota konkurencija rinkoje, ūkio subjektams yra nustatomos sąlygos ir įpareigojimai, pvz., įpareigojimas parduoti dalį turto. Koncentracijų priežiūros sukuriamą naudą taip pat skaičiuojama ir vertinant atvejus, kai ūkio subjektai atsiėmė pranešimą apie koncentraciją ir tokios koncentracijos atsisakė Konkurencijos tarybai pateikus jiems prieštaravimus dėl to, kad įgyvendinus koncentraciją galimai būtų sukurta ar sustiprinta dominuojanti padėtis, ar žymiai apribota konkurencija atitinkamoje rinkoje.

38. Šiuo metu, vertindami koncentracijų priežiūros sukuriamą naudą, mes naudojames tarptautine gera praktika suformuotomis kainų padidėjimo masto taisyklėmis bei tyrimo metu surinkta informacija. Remiantis kitų šalių konkurencijos priežiūros institucijų taikytais kainų pakėlimų vidurkiais bei akademinė tyrimų rezultatais²⁹ (JAV Teisingumo departamentas – 6 proc., Portugalijos konkurencijos taryba – 5,7 proc., Europos Komisija – 10 proc.), laikome, kad neleistinos koncentracijos kainų pakėlimas yra lygus 5 proc. Siekdami konservatyvaus vertinimo laikome, kad šis kainų pakėlimas pasireikštų tik koncentracijos dalyvių, o ne visos rinkos mastu, t.y. vertinimui imame tik koncentracijos dalyvių apyvartą koncentracijos veikiamoje rinkoje. Remdamiesi tarptautine praktika bei akademiniais tyrimais, laikome, kad be įsikišimo neigiamas koncentracijos poveikis truktų dar bent 2 metus. Šios reikšmės įrašomos į aukščiau nurodytas (1) ir (2) formules.

²⁸Tokį prieraugį savo metodikoje naudoja ir Europos Komisija.

²⁹Pvz. prof. M. Weinberg ištyrė 15 JAV susijungimų ir nustatė, kad kainos pakilimo vidurkis buvo 7,6 proc., o mediana 4,8 proc. Detaliau: "The Price Effects of Horizontal Mergers", Journal of Competition Law and Economics, 4. pp. 733–447.

39. Yra ir kiti koncentracijų priežiūra sukuriamos naudos vertinimo būdai. Vienas tokių yra susijungimų pasekmių modeliavimas³⁰. Tais atvejais, kai modeliavimas yra laikomas netinkamu būdu vertinti koncentracijos poveikį arba nėra pakankamai informacijos, *OFT* laiko, kad vartotojai sutaupo tokią pat dalį lėšų, kaip ir kitų, per paskutinius 3 finansinius metus modeliuotų susijungimų vidurkis. Tam naudojama toliau pateikta formulė:

$$f_j = t_j \times \frac{\sum_{i=1}^n \frac{f_i}{t_i}}{n} \quad (4)$$

kur f_j – vartotojų sutaupytos lėšos iš įmonės, kuri nebuvo modeliuota;

t_j – įmonės, kuri nebuvo modeliuota, susijusi apyvarta;

n – modeliuotų įmonių skaičius;

f_i – vartotojų nauda iš i-tosios modeliuotos įmonės ;

t_i – i-tosios modeliuotos įmonės susijusi apyvarta.

Klaidinanti ir neleistina lyginamoji reklama

40. 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.
41. Vertinama tik finansinė ekonomija vartotojams, bet nėra vertinama kita nefinansinė nauda (pvz., psichologinės žalos ir streso, susijusio su klaidinančia ar neleistina lyginamoji reklama, sumažėjimas) bei kiti netiesioginių kaštų, susijusių su pirkiniu, ekonomija (pvz., papildomi transportavimo kaštai, susiję su 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.
42. Tiesioginę naudą vartotojams sudaro išvengta žala dėl Konkurencijos tarybos atlikto tyrimo ir tolesnio reklamos skleidimo nutraukimo. Ši žala vartotojams būtų atsiradusi, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi. Taigi dėl to, kad Konkurencijos taryba atliko tyrimą ir nutraukė įstatymą pažeidžiančius veiksmus, vartotojai nebepatiria žalos dėl tolesnio klaidinimo ir didesnių kainų mokėjimo.
43. Žala, kurios vartotojai išvengė ateityje, vertinama remiantis konkrečiais bylos duomenimis, siekiant nustatyti, kiek sudaro „permokėjimas“ už reklamuotą prekę³¹ ir kiek „permokėtų“

³⁰Pasekmių modeliavimas atliekamas specialiai pritaikytais ekonominiais modeliais, kurių pagalba, pasinaudojant su byla susijusia informacija, yra apskaičiuojamas galimas užblokuoto susijungimo poveikis rinkai. Detaliau: Budzinski, O., Ruhmer, I. „Merger Simulation in Competition Policy: a Survey“, Joint Discussion Paper Series in Economics, Nr. 07-2008.

³¹ 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. 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., jeigu žemiausia reklamuota kaina buvo 10 Lt, o žinomų konkurentų vidutinė prekės kaina yra 8 Lt, tai žala viename prekės vienete sudarys 2 Lt. Jei 15 Lt kainuojanti prekė buvo reklamuota kaip gydanti, tačiau iš tikrųjų Konkurencijos tarybai atlikus tyrimą nustatyta, kad gydomojo poveikio prekė neturi, tai žalą sudarys visa prekės kaina (15 Lt). O jeigu prekė

prekių būtų įsigiję vartotojai per numatomą reklamos skleidimo laikotarpį ateityje, jei Konkurencijos taryba nebūtų įsikišusi ir reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas³². Šie duomenys leidžia įvertinti žalą, kurios išvengė vartotojai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo, o kartu ir naudą, kurią sukūrė Konkurencijos tarybos veiksmai. Išvengtos žalos dydis (D_f^i) apskaičiuojamas, dauginant žalą, esančią viename reklamuotos i -prekės vienetu (D_{1f}^i) („permokėtą“ sumą), iš i -prekės vienetų skaičiaus (N_f^i), kurie, tikėtina, būtų buvę parduoti, jei Konkurencijos taryba nebūtų pradėjusi tyrimo ir klaidinanti ar neleistina lyginamoji reklama nebūtų buvusi nutraukta:

$$D_f^i = D_{1f}^i * N_f^i \quad (5)$$

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

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

45. Jeigu konkrečios bylos duomenų nepakanka „permokėjimo“ dydžiui ir atitinkamų prekių vienetų skaičiui nustatyti, šių parametrų įvertinimui remiamasi priklausomybėmis (ekonometriniais modeliais), sudarytomis Konkurencijos tarybos praeities reklamos bylų duomenų pagrindu³³:

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

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

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

čia N – vidutinis prekės vienetų, nuperkamų esant klaidinančios ar neleistinos lyginamosios trukmei T ³⁴ ir M ³⁵, skaičius; T – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatoma trukmė, jei KT nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas; M – klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos numatomas mastas, jei Konkurencijos taryba nebūtų pradėjusi tyrimo ir tolesnis reklamos skleidimas nebūtų nutrauktas³⁶.

nėra visiškai nenaudinga, nors ji ir neturi gydomojo poveikio, tai žalą sudarys prekės kainos dalis, pvz., 7 Lt (8 Lt čia yra panašios, tačiau negydančios, prekės, parduodamos konkurentų, kaina).

³² Nesant kitų įrodymų laikoma, kad visi prekės vienetai, parduodami klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos skleidimo laikotarpiu, turi savyje tam tikrą „permokėtą“ vertę (žalą vartotojams).

³³ Ekonometriniai modeliai buvo sudaryti išanalizavus ir statistiškai apdorojus duomenis apie prekių mokėjimo vertes, žalą, vartotojui įsigijus vieną reklamuotos prekės vienetą, Konkurencijos tarybos bylose dėl Reklamos įstatymo pažeidimų 2010-2013 metais (40 bylų).

³⁴ 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.

³⁵ 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, $M=5$.

³⁶ (7) formulė gali būti naudojama, kada siekiama paskaičiuoti bet kurios i -prekės žalą, esančią viename reklamuotos i -prekės vienetu (D_{1f}^i) („permokėtą“ sumą), žinant i -prekės mokėjimo vertę (P). (8) formulė gali būti naudojama, kai siekiama paskaičiuoti bet kurios i -prekės vienetų skaičių (N_f^i), kurie vidutiniškai nuperkami (parduodami) žinant klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos trukmę T ir mastą M .

46. 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 nesukuria, nes tolesnis klaidinimas nebevyksta. Kita vertus, tokio atvejo tyrimas sukuria netiesioginę naudą - reklamos pripažinimas klaidinančia ar neleistina lyginamąja ir baudos paskyrimas atgraso kitus ūkio subjektus nuo panašių reklamų skleidimo ateityje (žr. žemiau).

Netiesioginis Konkurencijos tarybos veiklos poveikis vartotojams

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

Baudos

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

Atgrasomasis poveikis

Atgrasymas konkurencijos pažeidimų atvejais

49. Atgrasomajam Konkurencijos tarybos veiklos poveikiui yra priskiriami tie atvejai, kai dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo tam tikru konkurenciją ribojančios veikos atveju, kitus konkurenciją ribojančius veiksmus vykdantys arba juos vykdyti besiruošiantys ūkio subjektai juos nutraukia arba iš esmės pakeičia. Nors atgrasomasis poveikis negali būti vertinamas kaip tiesioginė ekonominė nauda vartotojams, yra plačiai priimta, kad atgrasomasis poveikis yra „galbūt svarbiausias konkurencijos priežiūros rezultatas“³⁷, todėl šiame poveikio vertinime yra įtraukiama ir netiesioginė nauda vartotojams, sukurta konkurencijos priežiūros atgrasomojo poveikio.
50. Pasaulinė audito kompanija *Deloitte OFT* užsakymu atliko apklausas, kuriose bendrovių teisės ir ekonomikos konsultantai bei pačių bendrovių atstovai atsakė į klausimus,³⁸ siekiant įvertinti konkurencijos priežiūros institucijos veiklos atgrasomąjį poveikį.
51. Apklausti teisės ir ekonomikos konsultantai išreiškė nuomonę, jog kiekvienas išaiškintas konkurencijos teisės pažeidimas sumažina paskatas nusižengti 4–7 kartus priklausomai nuo

³⁷ „The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT“, OFT962, November 2007, www.of.gov.uk/shared_of/reports/Evaluating-OFTs-work/of962.pdf.

³⁸ *Ten pat.*

pažeidimo pobūdžio. Kartelių bei nepraneštų ir įvykdytų konkurenciją ribojančių koncentracijų atvejais vienas išaiškintas kartelis ar paskirta bauda už tokią konkurenciją ribojančią neteisėtą koncentraciją atgraso nuo 5 kitų kartelių ar konkurenciją ribojančių įmonių susijungimų sudarymo, o kiekvienas išaiškintas piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejis atgraso nuo 4 kitų konkurenciją ribojančių dominuojančia padėti užimančių ūkio subjektų veiksmų. Pačių ūkio subjektų apklausos duomenimis šis santykis yra daug didesnis. Pavyzdžiui, kartelių atvejais apklausos duomenimis, vienas konkurencijos priežiūros institucijos išaiškintas konkurenciją ribojantis konkurentų susitarimas dėl tyrimo grėsmės atgraso nuo 16 kitų kartelių sudarymo / palaikymo³⁹.

52. Pasirinktų atgrasymo poveikio įvertinimų konservatyvumą patvirtina ir *OFT* užsakymu 2011 m. pasaulinės konsultacinės kompanijos „London Economics“ atliktas tyrimas, kuris parodė, kad atgrasomasis efektas yra ženkliai didesnis: nuo 12 kartų piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi iki 28 kartų kartelinių susitarimų atvejais⁴⁰.
53. Kadangi Lietuvoje tokio pobūdžio apklausa nebuvo daryta, konkretaus Lietuvai taikomo santykio tarp ištirtų konkurencijos įstatymo pažeidimo atvejų ir atgrasytų pažeidimo atvejų nustatyti šiuo metu nėra įmanoma. Dėl šios priežasties toliau atlikti skaičiavimai yra pagrįsti Jungtinės Karalystės konkurencijos priežiūros institucijos užsakytos analizės konservatyviais duomenimis.
54. Netiesioginė nauda vartotojams dėl atgrasomojo poveikio skaičiuojama, tiesioginę naudą f padauginus iš atitinkamo atgrasymo koeficiento k (žr. 50 punktą):

$$F = f * k \quad (9)$$

Atgrasymas klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejais

55. Netiesioginė nauda dėl atgrasomojo poveikio (B_{indir}^i) skaičiuojama kaip visa žala vartotojams ($D_p^i + D_f^i$), padauginta iš atgrasymo koeficiento k reklamos byloje (žr. 55 punktą):

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

čia B_{indir}^i yra netiesioginė nauda vartotojams dėl atgrasomojo Konkurencijos tarybos sprendimo poveikio i -prekės atžvilgiu, D_f^i yra išvengtos žalos ateityje dydis dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo, D_p^i yra žala, vartotojų patirta iki Konkurencijos tarybos įsikišimo (tyrimo pradėjimo)⁴¹, k yra atgrasymo koeficientas.

56. Pagrindinių reklamos agentūrų apklausa parodė, kad Konkurencijos tarybos sprendimai turi tiesioginę įtaką būsimų reklamų formai, turiniui ir pateikimo būdai. Asociacijų nuomone,

³⁹ Konkurencijos taryba laikosi nuomonės, kad koncentracijų atveju atgrasymo poveikio „probleminių“ koncentracijų (t.y. kurioms Konkurencijos taryba nedavė leidimo arba kurioms leidimas buvo duotas su sąlygomis ir įpareigojimais, arba kurios buvo atsiimtoms po to, kai Konkurencijos taryba išsiuntė koncentracijos dalyviams pranešimą apie „probleminį“ koncentracijos pobūdį) atvejais nėra, nes laikoma, kad, esant privalomai išankstinio pranešimo apie koncentracijas sistemai, visos koncentracijos (įskaitant „problemines“) bus išnagrinėtos Konkurencijos tarybos ir priimtas atitinkamas sprendimas, neleidžiantis sumažėti konkurencijai ir padidėti kainoms.

⁴⁰ http://www.oft.gov.uk/shared_oftr/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1391.pdf.

⁴¹ Žala, vartotojų patirta iki Konkurencijos tarybos įsikišimo (tyrimo pradėjimo) (D_p^i), nustatoma analogiškai kaip ir išvengta žala ateityje dėl Konkurencijos tarybos įsikišimo (D_f^i) (žr. (5), (7), (8) formules aukščiau), atitinkamai įvertinus žalą, esančią viename reklamuotos i -prekės vienete (D_{ip}^i) („permokėtą“ sumą iki Konkurencijos tarybos nutarimo pradėti tyrimą), ir i -prekės vienetų skaičių, kurie buvo parduoti iki Konkurencijos tarybos tyrimo pradėjimo dėl klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos (N_p^i).

vienas Konkurencijos tarybos nutarimas dėl klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos atgraso nuo 3 panašių reklamų ateityje ($k=3$). Todėl, nustatydamas atgrasymo poveikį, Konkurencijos taryba paskaičiuotą žalą vartotojams konkrečioje klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos byloje daugina iš 3. Tai parodo bendrą Konkurencijos tarybos sprendimo atgrasymo poveikį (naudą vartotojams dėl atgrasymo nuo panašių veiksmų ateityje).

III. Naudos skaičiavimas 2011-2013 m.

Tiesioginė nauda

57. Aprašytos metodikos pagrindu atliktais skaičiavimais, 2011 – 2013 m. laikotarpiu visa tiesioginė ekonominė nauda, kurią gavo vartotojai dėl Konkurencijos tarybos veiklos tiriant ir išaiškinant ūkio subjektų kartelius ir kitokio pobūdžio konkurenciją ribojančius veiksmus, taip pat išaiškinant klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejus, yra lygi **123,8 mln. Lt**, t.y. vidutiniškai **41,3 mln. Lt** kiekvienais iš analizuotų metų.
58. Iš jų tiesioginė nauda vartotojams, kurią Konkurencijos tarybos veikla sukūrė draudžiamų susitarimų srityje, per 2011-2013 m. sudarė **105,9 mln. Lt**, t.y. vidutiniškai **35,3 mln. Lt** per metus.
59. Vertinant Konkurencijos tarybos poveikį dėl tyrimų piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi, koncentracijų priežiūros ir klaidinančios bei lyginamosios reklamos atvejais⁴², per 2011-2013 m. laikotarpį vartotojams buvo sutaupyta **17,9 mln. Lt**, o vidutiniškai per metus – beveik po **6 mln. Lt**.

Baudos

60. Nagrinėjamu laikotarpiu Konkurencijos tarybos nutarimais dėl konkurenciją ribojančių ūkio subjektų susitarimų, piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atvejų, neteisėtų nepraneštų koncentracijų bei klaidinančios ar neleistinos lyginamosios reklamos ūkio subjektams buvo iš viso paskirta **80,2 mln. Lt** baudų, arba **26,7 mln. Lt** vidutiniškai per metus.

Netiesioginė nauda dėl atgrasymo

61. Netiesioginė nauda, paskaičiuota (žr. 48-54 punktus aukščiau) dėl Konkurencijos tarybos sprendimų atgrasomojo poveikio konkurenciją ribojančių susitarimų, piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi ir klaidinančios bei neleistinos lyginamosios reklamos atvejais per 2011-2013 m. sudarė **557,4 mln. Lt**, arba **185,8 mln. Lt** vidutiniškai per metus.

IV. Išvados

62. Šiame dokumente vertinama Konkurencijos tarybos sukurta tiesioginė ir netiesioginė nauda vartotojams per trejus Konkurencijos tarybos veiklos metus - nuo 2011 iki 2013 metų. Skaičiuojant naudą buvo remtasi konservatyviomis taisyklėmis bei prielaidomis. Rezultatai rodo, jog bendra Konkurencijos tarybos vidutiniškai per metus sukurta nauda vartotojams yra nuo **41,3 mln. Lt**, jei vertiname tik tiesioginę ekonominę naudą, ir **253,8 mln. Lt**, jei vertiname ir baudas bei atgrasomąjį Konkurencijos tarybos veiklos poveikį.

⁴² Nauda vartotojams klaidinančios ir neleistinos lyginamosios reklamos atvejais skaičiuojama tik nuo 2013 metų.

63. Palyginus šias sumas su Konkurencijos tarybos vidutiniu 2011–2013 m. biudžetu – **4,1 mln. Lt**, matyti, kad vien tiesioginė Konkurencijos tarybos veikla sukuriama nauda vartotojams viršija Konkurencijos tarybos metinį biudžetą **10 kartų**.
64. Jei šį santykį skaičiuotume įtraukę ir tiesioginę naudą, ir baudas bei atgrasomąjį poveikį, jis padidėtų 6 kartus.
65. Šie skaičiai rodo, jog Konkurencijos tarybos vykdoma veikla sukuria tiek tiesioginę, tiek ir netiesioginę naudą vartotojams, o šios naudos, apskaičiuotos naudojant konservatyvią vertinimo metodiką, apimtis nuo dešimties iki keliasdešimties kartų viršija Konkurencijos tarybos metinį biudžetą.

Bibliografija

1. *A guide to OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, July 2010, OFT1250, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1250.pdf.
2. *Assessment of the Impact of Competition Authorities' Activities*, Note by Prof. Stephen Davies, OECD, DAF/COMP/WP2(2013)1, [http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2\(2013\)1&docLanguage=En](http://search.oecd.org/officialdocuments/displaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2(2013)1&docLanguage=En)
3. Cohen, M. A., Scheffman, D. T. "The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?". *Journal of Criminal Law* 27 (1989 m.).
4. Connor, J. „Price Fixing Overcharges: revised Edition“, rankraštis, Purdue University, 2009 liepa.
5. Davies, Steven, *A Review of OFT's Impact Estimation Methods*, Office of Fair Trading, January 2010, OFT1164, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1164.pdf.
6. *DG Competition Management Plan 2010*, 12 May 2010, žr. http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2010_en.pdf.
7. Griffin, J. "Previous Cartel Experience: Any Lesson for OPEC?", *Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach*, 1989.
8. *Guide to Cost – Benefit Analysis of investment projects*, European Commission, Directorate General Regional Policy, 2008, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/cost/guide2008_en.pdf.
9. *Investicijų projektų, kuriems siekiama gauti finansavimą iš ES struktūrinių fondų ir valstybės biudžeto lėšų, rengimo metodika*, Centrinė projektų valdymo agentūra, 2011, http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/cpva/failai/Leidiniai/CPVA_metodinis_leidiny_s_1.pdf.
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, sausis, 2002.
12. LR Konkurencijos tarybos veiklos ataskaitos, <http://kt.gov.lt/index.php?show=ataskaitos>.
13. *Positive Impact 09/10. Consumer benefits from the OFT's work*, Office of Fair Trading, OFT1251, July 2010, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1251.pdf.
14. Posner, R.A., "Antitrust Law". 2nd ed. University of Chicago Press, 2001.
15. Summary of Cartel Cases Described by Invitees (CCNM/GF/COMP(2001)4). Paryžius: EBPO, spalio, 2001.

16. *The Deterrent effect of competition enforcement by the OFT*, OFT962, November 2007, www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft962.pdf.
17. *The impact of competition interventions on compliance and deterrence. Final Report*, Office of Fair Trading, OFT1391, December 2011, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/Evaluating-OFTs-work/oft1391.pdf.
18. 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.