



LIETUVOS RESPUBLIKOS KONKURENCIJOS TARYBA

NUTARIMAS DĖL PAAIŠKINIMŲ DĖL ATITINKAMOS RINKOS APIBRĖŽIMO PATVIRTINIMO

2024 m. gruodžio 13 d. Nr. 1S-126 (2024)
Vilnius

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 18 straipsnio 1 dalies 2 punktu bei atsižvelgdama į atnaujintą 2024 m. vasario 22 d. Europos Komisijos pranešimą „Dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams“ (C/2024/1645, Europos Sąjungos Teisingumo Teismo, Lietuvos Respublikos nacionalinių teismų, Europos Komisijos ir kitų šalių praktiką bei sukauptą savo patirtį taikant Konkurencijos įstatymo ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo nuostatas, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba **n u t a r i a**:

1. Patvirtinti Paaiškinimus dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo (pridedama).
2. Pripažinti netekusiu galios Konkurencijos tarybos 2019 m. gruodžio 3 d. nutarimą Nr. 1S-150 (2019) „Dėl paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo patvirtinimo“.
3. Nustatyti, kad šis nutarimas įsigalioja 2025 m. sausio 1 d.

Pirmininkė

Jolanta Ivanauskienė

PATVIRTINTA

Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos

2024 m. gruodžio 13 d. nutarimu Nr. 1S-126 (2024)

PAAIŠKINIMAI DĖL ATITINKAMOS RINKOS APIBRĖŽIMO

I SKYRIUS
BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarybos paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo (toliau – Paaiškinimai) tikslas – pateikti pagrindinius principus ir kriterijus, kuriais vadovaudamasi Konkurencijos taryba apibrėžia atitinkamą rinką, taikydamasi Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymą ir Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (toliau – Sutartis) 101 bei 102 straipsnį, įskaitant teisės normas, reglamentuojančias draudžiamus susitarimus, piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi ir koncentracijų priežiūrą.

2. Konkurencijos taryba, siekdama užtikrinti didesnę aiškumą ir skaidrumą pateikia atnaujintus Paaiškinimus, kurie padidins nuspėjamumą bei teisinį tikrumą ūkio subjektams bei jų konsultantams. Ūkio subjektai galės geriau įvertinti atitinkamų rinkų apimtį ir tikimybę, kad tam tikrais atvejais gali būti nustatytos konkurencijos problemos. Į šiuos veiksmus jie galės atsižvelgti priimdami sprendimus dėl ūkio subjekto veiklos, pavyzdžiui, ketindami įsigyti kitus ūkio subjektus, kurti bendrąsias įmones, sudaryti tam tikrus susitarimus arba vienašališkai imtis tam tikrų veiksmų. Šiame pranešime pateiktos gairės taip pat padės ūkio subjektams numatyti, kokios rūšies informaciją Konkurencijos taryba laiko svarbia rinkos apibrėžimo tikslais.

3. Paaiškinimai parengti vadovaujantis atnaujintu 2024 m. vasario 22 d. Europos Komisijos (toliau – Komisijos) pranešimu „Dėl Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Sąjungos konkurencijos teisės tikslams“ (C/2024/1645), taip pat atsižvelgiant į Europos Sąjungos Teisingumo Teismo, Lietuvos Respublikos teismų, Komisijos ir kitų šalių praktiką bei Konkurencijos tarybos sukauptą patirtį taikant Konkurencijos įstatymo ir Sutarties nuostatas.

4. Paprastai atitinkama rinka yra apibrėžiama tais atvejais, kai svarbu nustatyti santykinį ūkio subjektų konkurencinį pajėgumą tam tikroje teritorijoje.

5. Konkurencijos įstatymo 3 straipsnyje naudojamos sąvokos¹:

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. **Konkurencijos sąlygos** – visokie pirkimo ar pardavimo ekonominiai parametrai, iš kurių svarbiausiais laikomi kainos, nuolaidos, antkainiai ar kitokie mokėjimai bei juos įtakojojantys veiksniai (ūkinės veiklos teisiniai ribojimai, valstybės valdymo ir savivaldos institucijų teikiama pagalba, gamybos technologijos ir kaštai, prekių naudojimo ar vartojimo ypatybės, transportavimo galimybės ir pan.).

5.4. **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.

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

5.6. **Ūkio subjektas** – įmonės, jų junginiai (asociacijos, susivienijimai, konsorciumai ir pan.), įstaigos ar organizacijos arba kiti juridiniai ar fiziniai asmenys, kurie vykdo ar gali vykdyti ūkinę

¹ Kitos Paaiškinimuose vartojamos sąvokos suprantamos taip, kaip jos apibrėžtos Konkurencijos įstatyme.

veiklą Lietuvos Respublikoje arba kurių veiksmai daro įtaką ar ketinimai, jeigu būtų įgyvendinti, galėtų daryti įtaką ūkinei veiklai Lietuvos Respublikoje. Lietuvos Respublikos viešojo administravimo subjektai laikomi ūkio subjektais, jeigu jie vykdo ūkinę veiklą.

6. Kitos Paaiškinimuose naudojamos sąvokos:

6.1. **Antrinė prekė** – pirminės prekės papildinys, vartojamas tik kartu su pirmine preke. Pavyzdžiui, atsarginės dalys automobiliui yra antrinė prekė, jei automobilį laikysime pirmine preke.

6.2. **Neatgaunami kaštai** – 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.

6.3. **Pakeičiamumo grandinė** – atvejis, kai dvi prekės (teritorijos) nėra tiesiogiai pakeičiamos tarpusavyje, tačiau kiekviena iš jų gali būti keičiama ta pačia trečia preke (teritorija). Pakeičiamumo grandinę gali sudaryti daugiau nei trys prekės (teritorijos).

6.4. **Paklausos pakeičiamumas** – vartotojų galimybė reaguojant į nagrinėjamos prekės kainos padidėjimą arba kokybės sumažėjimą šią prekę pakeisti kita preke arba ją įsigyti kitoje negu nagrinėjama teritorijoje.

6.5. **Pasiūlos pakeičiamumas** – tiekėjų, kurie netiekia nagrinėjamos prekės nagrinėjamoje teritorijoje, galimybė reaguojant į tos prekės kainos padidėjimą arba kokybės sumažėjimą pradėti tiekti šią prekę nagrinėjamoje teritorijoje.

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

6.7. **Prekės kryžminis paklausos elastingumas** – santykis tarp įsigyjamą prekės kiekio (paklausos) procentinio pokyčio ir kitos prekės kainos procentinio pokyčio. Šis dydis parodo, kaip vienos prekės pardavimų pokyčiai priklauso nuo kitos prekės kainos ir kiek artimi pakaitalai yra nagrinėjamos prekės.

6.8. **Prekės paklausos elastingumas** – santykis tarp įsigyjamą prekės kiekio (paklausos) procentinio pokyčio ir prekės kainos procentinio pokyčio. Šis dydis parodo, kaip jautriai pirkėjai reaguoja į nagrinėjamos prekės kainų pokyčius.

6.9. **Priešrovinė ir pasrovinė rinkos** – sąvokos, apibūdinančios įmonių (galimus) tarpusavio komercinius ryšius. Dažniausiai tai yra tokie komerciniai ryšiai, kai pasrovinėje rinkoje veikianti įmonė perka žaliavas ar produkciją iš priešrovinėje rinkoje veikiančios įmonės ir naudoja ją kaip išteklius savo produkcijai, kurią vėliau parduoda savo klientams, gaminti.

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

6.11. **Tiekimo grandinė** – veikėjų ir procesų tinklas, kurio pagalba gaminami ir platinami produktai. Įprastai tiekimo grandinę sudaro skirtingi lygiai, pavyzdžiui, gamyba, didmeninė prekyba ir mažmeninė prekyba.

PIRMASIS SKIRSNIS RINKOS APIBRĖŽIMO VAIDMUO

7. Rinkos apibrėžimas yra priemonė, kurią Konkurencijos taryba naudoja siekdama nustatyti ir apibrėžti ūkio subjektų konkurencijos ribas. Pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas – sistemingai nustatyti veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo susiduria vertinamas (-i) ūkio subjektas (-ai)² siūlydamas (-i) tam tikras prekes tam tikroje teritorijoje. Rinkos apibrėžimas padeda nustatyti atitinkamus vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) konkurentus siūlant tas prekes, taip

² Šiame dokumente vertinami ūkio subjektai yra: koncentracijos atveju – koncentracijoje dalyvaujantys ūkio subjektai, įtariamo konkurenciją ribojančio susitarimo atveju – susitarimo dalyviai, įtariamo piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi atveju – įtariamas piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi ūkio subjektas, Konkurencijos įstatymo 4 straipsnio reikalavimų pažeidimų tyrimų atvejais – nagrinėjamo viešojo administravimo subjekto teisės aktų (sprendimų) veikiami ūkio subjektai. Tai gali būti ir skundo pateikėjas konkurencijos byloje, ūkio subjektas, veikiantis priešrovinėje ar pasrovinėje rinkose, arba bet kuris kitas su konkurencijos byla susijęs ūkio subjektas, priklausomai nuo faktinių nagrinėjamos bylos aplinkybių.

pat atitinkamus pirkėjus (bei vartotojus, jei prekės „vartojimas“ yra nemokamas).³ Tik tos prekės, kurios daro tiesioginį konkurencinį spaudimą (arba galėtų pradėti daryti per trumpą laikotarpį), priklauso tai pačiai atitinkamai rinkai kaip ir vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ių) prekės, o kitas spaudimas (ne toks veiksmingas arba tik potencialus) analizuojamas konkurencijos vertinimo dalyje.

8. Tos pačios nuostatos taikomos ir apibrėžiant atitinkamas tam tikrų prekių pirkimo rinkas tam tikroje teritorijoje (toliau – pirkimo rinkos)⁴. Tokiu atveju pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas – sistemingai nustatyti veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo vertinamas (-i) ūkio subjektas (-ai) susiduria pirkdamas (-i) tas prekes⁵. Taigi, apibrėžiant rinką nustatomi vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų), perkančio tas prekes, atitinkami konkurentai ir atitinkami tiekėjai.⁶

9. Konkurencijos taryba paprastai naudoja rinkos apibrėžimą, kai reikia įvertinti santykinį ūkio subjektų konkurencinį pajėgumą atliekant konkurencijos vertinimą⁷ ir, visų pirma, siekiant nustatyti, ar ūkio subjektai turi rinkos galią⁸. Taigi, rinkos apibrėžimas yra tarpinė priemonė, padedanti atitinkamais atvejais struktūrizuoti ir palengvinti konkurencijos vertinimą, ir nėra privalomas žingsnis atliekant visus vertinimus pagal konkurencijos teisę. Antra, atlikdama konkurencijos vertinimą ir analizuodama rinkos galią, Konkurencijos taryba atlieka bendrą viso atitinkamo spaudimo, kylančio vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) atitinkamose prekių ir geografinėse rinkose, vertinimą, kuris gali apimti patekimo į rinką ar plėtros kliūčių vertinimą, masto ekonomijos poveikį (kuris gali būti susijęs su už rinkos ribų vykdoma veikla) arba tinklo efektą, galimybę naudotis konkrečiu turtu ir žaliavomis, taip pat prekių diferencijavimą⁹. Kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą, vertinimas taip pat gali apimti pakankamai numatomus tokio spaudimo pokyčius. Kaip išsamiau paaiškinta 15 punkte, rinkos apibrėžimas, kaip tarpinis bendro vertinimo proceso etapas, turi būti aktualus vertinamam elgesiui bei laikotarpiui ir turi būti pagrįstas faktais.

10. Konkurencijos tarybos naudojamas rinkos apibrėžimas yra glaudžiai susijęs su tikslais¹⁰, kurių siekiama įvairiomis konkurencijos teisės priemonėmis:

10.1. atliekant vertinimus pagal Konkurencijos įstatymo 7 straipsnį ir Sutarties 102 straipsnį, paprastai yra apibrėžiama atitinkama rinkas, kai vertinama, ar esama dominuojančios padėties¹¹;

³ Žr., pavyzdžiui, LVAT 2013 m. sausio 21 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁰²-801/2013 (išplėstinė kolegija), AB „Orlen Lietuva“ prieš Konkurencijos tarybą; LVAT 2016 m. vasario 15 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-496-662/2016, *Lietuviškų degalinių sąjunga prieš Konkurencijos tarybą*; Lietuvos Aukščiausio Teismo 2021 m. vasario 12 d. nutartis civ. byloje Nr. 3K-3-186-403/2021, UAB „flyLAL-Lithuanian Airlines“ prieš „Air Baltic Corporation A/S“ ir Valstybinę akcinę bendrovę Starptautikā lidosta „Rīga“.

⁴ Žr., pavyzdžiui, bylų M.10201 Ahold Delhaize / Deen Assets 20–25 punktus, M.9847 Aldi / FPLPH Assets 19–22 punktus ir M.9409 Aurubis / Metallo 7.1 skirsnį. Komisijos ar Konkurencijos tarybos pozicija dėl rinkos apibrėžimo bet kuriuo iš šiųose paaiškinimuose nurodytų sprendimų nelemia jos rinkos apibrėžimo vertinimų rezultatų būsimose bylose, kaip paaiškinta 15 punkte.

⁵ Tai, ar yra analizuojamas santykinis ūkio subjekto (-ų) konkurencinis pajėgumas perkant tam tikras prekes tam tikroje teritorijoje, priklauso nuo bylos ir galimų žalos teorijų. Daugiau informacijos apie tokias žalos teorijas galima rasti Komisijos gairėse, žr., pavyzdžiui, Komisijos Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio taikymo horizontaliesiems bendradarbiavimo susitarimams gairių (OL C 259, 2023 7 21, p. 1, toliau – Horizontaliųjų bendradarbiavimo susitarimų vertinimo gairės) 273–309 punktus ir Komisijos gairių dėl horizontaliųjų susijungimų vertinimo pagal Tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės (OL C 31, 2004 2 5, p. 5, toliau – Horizontaliųjų susijungimų gairės) 61–63 punktus. Žr., pavyzdžiui, bylos M.9409 Aurubis / Metallo 376 ir 397–398 punktus.

⁶ Likusioje šio pranešimo dalyje pirkimo rinkos nebus išsamiau aptariamos, tačiau šiame pranešime pateikiamos gairės taikomos ir pirkimo rinkoms, atsižvelgiant į jų ypatumus ir faktines nagrinėjamos bylos aplinkybes. Pavyzdžiui, pirkimo rinkose atliekant pakeičiamumo vertinimą daugiausia dėmesio skiriama tiekėjams, o ne pirkėjams prieinamoms alternatyvoms.

⁷ Šiame pranešime sąvoka „konkurencijos vertinimas“ apima tas Konkurencijos tarybos atliekamo konkurencijos teisės klausimo vertinimo dalis, kurios nėra susijusios su rinkos apibrėžimu. Tai, apima vertinimą, ar esama dominuojančios padėties (kur aktualu), ir vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) elgesio arba koncentracijos galimo poveikio konkurencijai vertinimą.

⁸ Pagal Horizontaliųjų bendradarbiavimo susitarimų vertinimo gairių 40 išnašą „rinkos galia – tai gebėjimas tam tikrą laiką pelningai išlaikyti didesnes nei konkurencinio lygio kainas arba tam tikrą laiką pelningai išlaikyti mažesnę nei konkurencinio lygio gamybos apimtį, t. y. produktų kiekį, kokybę ir įvairovę ar naujoves“.

⁹ Daugiau paaiškinimų galima rasti Komisijos gairėse dėl esminių vertinimų konkurencijos bylose, žr., pavyzdžiui, Horizontaliųjų susijungimų gairių III ir IV skirsnius. Taip pat žr. Horizontaliųjų bendradarbiavimo susitarimų vertinimo gairių, pavyzdžiui, 236 punktą.

¹⁰ LVAT 2013 m. sausio 21 d. nutartis adm. byloje Nr. A⁵⁰²-801/2013 (išplėstinė kolegija), AB „Orlen Lietuva“ prieš Konkurencijos tarybą.

¹¹ 1973 m. vasario 21 d. Sprendimas Europemballage ir Continental Can / Komisija, C-6/72, EU:C:1973:22, 32 punktus.

10.2. atliekant koncentracijų priežiūrą, dažniausiai yra apibrėžiamos atitinkamos rinkos vertinant koncentracijos poveikį konkurencijai¹²;

10.3. atliekant vertinimus pagal Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį ir Sutarties 101 straipsnį, rinkos apibrėžimas yra naudojamas siekiant nustatyti, ar esama reikšmingo konkurencijos ribojimo, arba ar tenkinama Konkurencijos įstatymo 6 straipsnio ir Sutarties 101 straipsnio 3 dalies b punkto sąlyga, siekiant taikyti išimtį iš Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio ir Sutarties 101 straipsnio 1 dalyje įtvirtintos nuostatos¹³. Praktikoje rinkos apibrėžimai yra naudojami vertinant susitarimus¹⁴, kurių poveikis yra kelio konkurencijai užkirtimas, ribojimas arba iškraipymas. Priešingai, atitinkama rinka paprastai nėra tiksliai apibrėžiama, kai vertinami susitarimai, kurių tikslas yra konkurencijos ribojimas, pavyzdžiui, konkurentų susitarimai dėl kainų fiksavimo.¹⁵¹⁶

10.4. Nagrinėjant galimą Konkurencijos įstatymo 4 straipsnio reikalavimų pažeidimą, rinkos apibrėžimui yra taikomi specifiniai, minimalūs reikalavimai.¹⁷ Plačiau dėl šių reikalavimų – 22.2 pastraipoje.

11. Apibrėžus rinką galima apskaičiuoti rinkos dalis, kurias, be kitų elementų, Konkurencijos taryba gali naudoti konkurencijos vertinimo tikslais siekiant įvertinti ūkio subjekto konkurencinį pajėgumą. Analizuodama rinkos galią, Konkurencijos taryba taip pat gali atsižvelgti į tendencijas, kurios greičiausiai tęsis, arba numatomus pokyčius, susijusius su tokiomis rinkos dalimis, taip pat į spaudimą, kurio vertinant tik rinkos dalis nustatyti negalima, kaip išsamiau paaiškinta 119 ir 126 punktuose. Konkurencijos taryba taip pat gali naudoti rinkos dalis kaip pradinį kriterijų, kad įvertintų, ar gali kilti konkurencijos problemų. Rinkos dalies ribos yra vienas iš parametrų, pagal kuriuos nustatoma bendrosios išimties reglamentų taikymo sritis, kai tam tikrų kategorijų susitarimams taikoma Konkurencijos įstatymo 5 straipsnio 3 dalis bei Sutarties 101 straipsnio 3 dalis¹⁸; pagal Konkurencijos įstatymo 5 ir 7 straipsnius bei Sutarties 101 ir 102 straipsnius vertinama, ar gali būti daromas poveikis prekybai¹⁹, ir nustatomos koncentracijos, kurios nuo pat

¹² 1973 m. vasario 21 d. Sprendimas Europemballage ir Continental Can / Komisija, C-6/72, EU:C:1973:22, 32 punktas; 1998 m. kovo 31 d. Sprendimas Prancūzija ir kt. / Komisija („Kali & Salz“), sujungtos bylos C-68/94 ir C-30/95, EU:C:1998:148, 143 punktas; 2002 m. birželio 6 d. Sprendimas Airtours / Komisija, T-342/99, EU:T:2002:146, 19 punktas; 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimas NVV ir kt. / Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, 51 punktas. Tam tikrais atvejais, vertinant koncentracijos poveikį konkurencijai gali būti vertinami potencialūs efektyvumai dėl koncentracijos, pavyzdžiui, dėl padidėjusio masto ekonomijos sutaupti kaštai. Visų pirma vertinama tai, ar efektyvumai sukurtų naudą pirkėjams tose atitinkamose rinkose, kuriose, tikėtina, kitu atveju kiltų konkurencijos problemų (Horizontaliųjų susijungimų gairių 79 punktas, Nehorizontaliųjų susijungimų gairių 53 ir 115 punktai).

¹³ Pavyzdžiui, šiuo atžvilgiu Europos Sąjungos teismai yra nusprendę, kad Komisija taikydamą Sutarties 101 str. turi apibrėžti rinką, kai be tokio apibrėžimo neįmanoma nustatyti, ar nagrinėjamas elgesio poveikis arba tikslas yra konkurencijos trukdymas, ribojimas arba iškreipimas bendrojoje rinkoje (2000 m. liepos 6 d. Sprendimo Volkswagen / Komisija, T-62/98, EU:T:2000:180, 230 punktas; 2004 m. liepos 8 d. Sprendimo Mannesmannröhren-Werke / Komisija, T 44/00, EU:T:2004:218, 132 punktas). Dėl kitų pavyzdžių, kai rinkos apibrėžimas pagal Sutarties 101 straipsnį būtų svarbus, taip pat žr. 10 punktą.

¹⁴ Jei nenurodyta kitaip, šiame pranešime nuorodos į susitarimus pagal Konkurencijos įstatymo 5 straipsnį ir Sutarties 101 straipsnį apima ir suderintus veiksmus bei ūkio subjektų asociacijų sprendimus.

¹⁵ LVAT 2020 m. birželio 3 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-161-552/2020, AB „PANEVĖŽIO STATYBOS TRESTAS“ ir BUAB „Active Construction Management“ prieš Konkurencijos tarybą.

¹⁶ 2004 m. liepos 8 d. Sprendimas Mannesmannröhren-Werke / Komisija, T-44/00, EU:T:2004:218, 132 punktas; 2016 m. birželio 28 d. Sprendimas Telefónica / Komisija, T-216/13, EU:T:2016:369, 214 punktas.

¹⁷ LVAT 2012 m. gegužės 30 d. sprendimas adm. byloje Nr. A⁸⁵⁸-1484/2012, Trakų rajono savivaldybės administracija ir UAB „Komunalinių įmonių kombinatas“ prieš Konkurencijos tarybą.

¹⁸ Rinkos dalies ribos riboja bendrąją išimtį numatytos apsaugos taisyklės taikymą susitarimams tarp ūkio subjektų, kurių dalis atitinkamoje (-ose) rinkoje (-ose) neviršija reglamentuose nustatytų ribų. Žr., pavyzdžiui, 2022 m. gegužės 10 d. Komisijos reglamento (ES) 2022/720 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams, C/2022/3015 (OL L 134, 2022 5 11, p. 4), 3 straipsnį, 2023 m. birželio 1 d. Komisijos reglamento (ES) 2023/1066 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių mokslinių tyrimų ir technologijų plėtros susitarimams (OL L 143, 2023 6 2, p. 9) 6 straipsnį, 2023 m. birželio 1 d. Komisijos reglamento (ES) 2023/1067 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių specializacijos susitarimams (OL L 143, 2023 6 2, p. 20) 3 straipsnį.

¹⁹ Komisijos pranešimo „Gairės dėl Sutarties 81 ir 82 straipsniuose pateiktos poveikio prekybai sąvokos“ (toliau – Gairės dėl poveikio prekybai) (OL C 101, 2004 4 27, p. 81) 2.4 skirsnis. Kad įvertintų, ar gali būti daromas poveikis prekybai, gali būti naudojamos rinkos dalimis, tačiau atliekant tokį vertinimą nebūtina apibrėžti atitinkamų rinkų ir apskaičiuoti rinkos dalių (žr. Gairių dėl poveikio prekybai 48 punktą) ir to daryti nėra privaloma.

pradžių laikomos nekeliančiomis konkurencijos problemų pagal Susijungimų reglamentą bet kurioje rinkoje arba tam tikrose rinkose²⁰.

ANTRASIS SKIRSNIS BENDRIEJI RINKOS APIBRĖŽIMO PRINCIPAI

12. Siekiant užtikrinti Konkurencijos įstatymo vykdymą, apibrėždama atitinkamas rinkas, Konkurencijos taryba taiko keletą principų. Šie principai išdėstyti žemiau.

13. Pirma, pagal Konkurencijos įstatymo nuostatas, Teisingumo Teismo ir Europos Sąjungos Bendrojo Teismo ir Komisijos praktiką atitinkama rinka, kurioje yra vertinama konkurencijos dinamika, paprastai apima prekės ir geografinį aspektus²¹:

13.1. Pagal Konkurencijos įstatymą prekės rinka – visuma prekių, kurios, pirkėjų požiūriu, yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas. Atliekant atitinkamos prekės rinkos vertinimą svarbu atsižvelgti į konkurencijos sąlygas ir paklausos bei pasiūlos struktūrą rinkoje²².

13.2. Pagal Konkurencijos įstatymą 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. Atliekant atitinkamos geografinės rinkos vertinimą svarbu atsižvelgti į tai, kad geografinė rinka apima geografinę teritoriją, kurioje vertinami ūkio subjektai tiekia arba perka atitinkamas prekes; kurioje konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos, kad būtų galima įvertinti tiriamo elgesio ar koncentracijos poveikį, ir kurią galima atskirti nuo kitų geografinių teritorijų, visų pirma dėl to, kad konkurencijos sąlygos tose teritorijose reikšmingai skiriasi²³.

14. Tam tikrais atvejais apibrėžiant atitinkamą rinką taip pat gali būti svarbūs laiko aspektai, pavyzdžiui, kai tokie veiksniai, kaip sezoniškumas (pavyzdžiui, vasaros ir žiemos sezonai) arba piko ir ne piko metas (pavyzdžiui, transporto ar šilumos ar elektros energijos tiekimo sektoriuose), daro didelę įtaką pirkėjų prioritetams arba pasiūlos struktūrai²⁴. Tai gali būti svarbu, kai vartotojai negali prekės įsigijimo vienu laikotarpiu pakeisti prekės įsigijimu kitu laikotarpiu (pavyzdžiui, jeigu vartotojai kelionės piko metu negali pakeisti kelione ne piko metu) ir tiekėjai negali prekės pardavimo vienu laikotarpiu pakeisti prekės pardavimu kitu laikotarpiu (pavyzdžiui, daržovių auginimo pajėgumai skiriasi priklausomai nuo sezono, o jų galiojimo terminas yra ribotas). Paprastai laiko dimensija nagrinėjama apibrėžiant prekės rinką, t. y. prekės rinka gali būti apibrėžiama kaip tam tikros prekės pardavimas tam tikru laiku²⁵.

²⁰ Šiuo atžvilgiu žr. paveiktų rinkų ir rinkų, kuriose sandoris, apie kurį pranešama, gali turėti didelį poveikį, apibrėžimą, pateiktą 2023 m. balandžio 20 d. Komisijos įgyvendinimo reglamento (ES) 2023/914, kuriuo įgyvendinamas Susijungimų reglamentas (Susijungimų įgyvendinimo reglamentas) (OL L 119, 2023 5 5, p. 22) 25 punkto g papunktyje ir I priedo 6.3 skirsnyje, ir Komisijos pranešimo dėl supaprastinto tam tikrų koncentracijų nagrinėjimo pagal Susijungimų reglamentą (OL C 160, 2023 5 5, p. 1) 5 ir 8 punktus.

²¹ 1978 m. vasario 14 d. Sprendimas *United Brands / Komisija*, C-27/76, ECLI:EU:C:1978:22, 10 ir 11 punktai.

²² 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK) ir kt.*, C-307/18, EU:C:2020:52, 129 punktas ir 1979 m. vasario 13 d. Sprendimo *Hoffmann-La Roche / Komisija*, C-85/76 P, EU:C:1979:36, 51 punktas. Taip pat žr. Susijungimų įgyvendinimo reglamento I priedo 25 punkto b papunktį.

²³ 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Cableuropa ir kt. / Komisija*, T-346/02 ir T-347/02, EU:T:2003:256, 115 punktas; 2009 m. gegužės 7 straipsnis d. Sprendimo *NVV ir kt. / Komisija*, T-151/05, EU:T:2009:144, 52 punktas ir 1978 m. vasario 14 d. Sprendimo *United Brands / Komisija*, C-27/76, ECLI:EU:C:1978:22, 11 punktas. Taip pat žr. Susijungimų reglamento 9 straipsnio 7 dalį ir Susijungimų įgyvendinimo reglamento I priedo 25 dalies c punktą.

²⁴ Pavyzdžiui, laiko aspektai buvo svarbūs apibrėžiant rinką byloje M.5467 RWE / Essent (žr. 32 punktą), kurioje Komisija išskyrė piko ir ne piko valandas elektros energijos gamybos ir didmeninio tiekimo srityje, ir byloje M.8869 Ryanair / Laudamotion (žr. 96 ir 97 punktus), kurioje ji išskyrė vasaros ir žiemos sezoną keleivinio oro transporto srityje.

²⁵ Žr., pavyzdžiui, Konkurencijos tarybos nutarimą dėl leidimo vykdyti koncentraciją UAB Gren Lietuva įsigyjant 100 proc. UAB „Šiluma miestams“ akcijų ir netiesiogiai per UAB „Šiluma miestams“ įgyjant UAB „Kirtimų katilinė“, UAB „Karlų katilinė“, uždarnosios akcinės bendrovės „Akmenės energija“, UAB „Šilo katilinė“ ir UAB „Trakų energija“ kontrolę pagal Konkurencijos tarybos nustatytas koncentracijos vykdymo sąlygas ir įpareigojimus: „atsižvelgiant į skirtingais šilumos gamybos laikotarpiais egzistuojančią skirtingą konkurencinę aplinką, šios koncentracijos nagrinėjimo tikslais šilumos gamybos prekės rinka yra brėžiama siauriau, kaip apimanti šilumos gamybą ne šildymo laikotarpiu (gegužės–rugsėjo mėn.)“. Plačiau – 23–31 punktai.

15. Antra, rinka apibrėžiama remiantis faktinėmis bylos aplinkybėmis²⁶. Atitinkamos rinkos skiriasi įvairiuose sektoriuose, įvairiuose tiekimo grandinės lygmenyse ir kartais gali skirtis įvairiose geografinėse teritorijose. Jei yra ankstesnių Konkurencijos tarybos, Komisijos ar kitų valstybių sprendimų dėl konkrečios rinkos, Konkurencijos taryba gali remtis šių institucijų atlikta analize ir patikrinti, ar atitinkamos rinkos apibrėžimas, pateiktas ankstesniuose sprendimuose, gali būti taikomas nagrinėjamoje byloje. Konkurencijos taryba neprivalo ankstesniuose sprendimuose pateikto atitinkamos rinkos apibrėžimo taikyti vėlesnėse bylose²⁷ ir atkreips dėmesį į galimus pokyčius, kuriuos lemia platesnio masto tendencijos, pavyzdžiui, skaitmenizavimas, vertės grandinių ar pirkėjų vykdomo įsigijimo pokyčiai arba komercinių mainų globalizacijos lygio pokyčiai.

16. Trečia, apibrėždama atitinkamą rinką, Konkurencijos taryba atsižvelgia į įvairius konkurencijos parametrus, kuriuos pirkėjai laiko svarbiais vertinamoje teritorijoje ir vertinamu laikotarpiu. Tie parametrai gali apimti ne tik prekės kainą, bet ir jos inovatyvumą bei įvairius kokybės aspektus, pavyzdžiui, prekės tvarumą, efektyvų išteklių naudojimą, patvarumą, vertę ir naudojimo būdų įvairovę, galimybę integruoti prekę kartu su kitomis prekėmis, perteikiamą įvaizdį arba užtikrinamą saugumą ir privatumo apsaugą, taip pat jos prieinamumą, įskaitant pateikimo laiką, tiekimo grandinių atsparumą, tiekimo patikimumą ir transportavimo kaštus. Santykinė šių parametru svarba pirkėjams laikui bėgant gali keistis.

17. Ketvirta, rinkos apibrėžimas, kai jis reikalingas, yra tik vienas iš vertinimo etapų. Todėl atliekant vertinimą rinkos apibrėžimas yra tarpinis etapas ir vien tik rinkos apibrėžimas neturi lemiamos įtakos atliekamo vertinimo rezultatams, kadangi tik atlikus konkurencijos vertinimą yra nusprendžiama, ar yra konkurencijos problemų²⁸.

18. Penkta, rinkos apibrėžimas leidžia atskirti konkurencinį spaudimą, daromą rinkoje ir už jos ribų, įtraukiant tik veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą atitinkamoje rinkoje. Tačiau atlikdama konkurencijos vertinimą Konkurencijos taryba, kai aktualu, atsižvelgia į visą konkurencinį spaudimą, turėdama omenyje tai, kad už atitinkamos rinkos ribų kylantis spaudimas vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) yra mažesnis. Daugiau informacijos apie santykį su konkurencijos vertinimu taip pat pateikta 9 punkte.

19. Šešta, apibrėžtos rinkos dažnai yra vienodos įvairiose bylose ir vertinimuose, kai kalbama apie tą pačią ekonominę veiklą prekių ir geografinės vietovės atžvilgiu²⁹. Apibrėžiant rinką siekiama nustatyti veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą, kuris aktualus vertinant konkurenciją konkretaus elgesio ar koncentracijos atveju, todėl rinkos apibrėžimo rezultatai gali skirtis priklausomai nuo:

19.1. *vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ių)*. Kadangi vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) veikla lemia pakeičiamumo analizės pradžios tašką, rinkos gali būti apibrėžiamos skirtingai, priklausomai

²⁶ 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 173 punktas: „rinka turi būti apibrėžiama kiekvienu konkrečiu atveju“.

²⁷ Šį klausimą Bendrasis Teismas išaiškino 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimo NVV ir kt. / Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, 136 punkte: „Visų pirma ieškovo negali turėti tokių lūkesčių dėl aplinkybės, kad kuriame nors ankstesniame sprendime Komisija kaip nors ypatingai apibrėžė rinkas, nes tokiam sprendime padarytos išvados nesaisto nei jos, nei juo labiau Pirmosios instancijos teismo“; taip pat žr. 2005 m. gruodžio 14 d. Sprendimo General Electric / Komisija, T-210/01, EU:T:2005:456, 120 punktą; 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimo Wieland-Werke / Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, 79 punktą; 2015 m. gegužės 13 d. Sprendimo Niki Luftfahrt / Komisija, T-162/10, EU:T:2015:283, 144 punktą; 2015 m. kovo 25 d. Sprendimo Slovenská pošta / Komisija, T-556/08, EU:T:2015:189, 197 punktą; 2019 m. gegužės 23 d. Sprendimo KPN / Komisija, T-370/17, EU:T:2019:354, 79 punktą. Taip pat žr. 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 97 punktą.

²⁸ Žr. 7 išnašą.

²⁹ Pavyzdžiui, oro transporto sektoriuje atitinkama keleivinio oro transporto paslaugų prekės rinka buvo apibrėžta remiantis išvykimo ir atvykimo vietos metodu (angl. *point of origin/point of destination (O&D) pair approach*). Šis metodas ilgą laiką taikomas įvairiose bylose. Žr., pavyzdžiui, susijungimo bylų M.3280 Air France / KLM 9 ir 16 punktus; M.3770 Lufthansa / Swiss 12 ir tolesnius punktus; M.6447 IAG /bmi 31 punktą; M.7333 Alitalia / Etihad 63 punktą; M.7541 IAG / Aer Lingus 14 punktą; antimonopolines bylas AT.36201 PO / Lufthansa+SAS+United (85 straipsnis); AT.39596 British Airways / American Airlines / Iberia ir 1989 m. balandžio 11 d. Sprendimo Ahmed Saeed Flugreisen ir kt. / Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, C-66/86, EU:C:1989:140, 40 punktą; 1994 m. gegužės 19 d. Sprendimo Air France / Komisija, T-2/93, EU:T:1994:55, 84 punktą; 2006 m. liepos 4 d. Sprendimo easyJet / Komisija, T-177/04, EU:T:2006:187, 56 punktą. Dar vienas pavyzdys yra internetinės reklamos paslaugos, kai atitinkama prekės rinka įvairiose bylose apibrėžiama kaip internetinės reklamos ploto teikimo rinka, atskirta nuo neinternetinės reklamos ploto, o atitinkama geografinė rinka įvairiose bylose apibrėžiama kaip nacionalinė rinka arba atitinkanti lingvistines ribas Europos ekonominėje erdvėje (EEE); žr., pavyzdžiui, bylų M.4731 Google / DoubleClick 56 ir 83–84 punktus; M.5727 Microsoft/Yahoo! Search Business, 61 ir 91–93 punktus; M.7217 Facebook / Whatsapp, 79 ir 81 83 punktus.

nuo vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų). Taip gali atsitikti, pavyzdžiui, kai konkurencinis spaudimas, kurį ūkio subjektai daro vienas kitam, yra asimetriškas, t. y. tam tikras ūkio subjektas gali daryti spaudimą kitam ūkio subjektui, tačiau tas kitas ūkio subjektas spaudimo nedaro³⁰. Tokiu atveju, pakeičiamumo analizės pradžios taškais imant skirtingas ūkio subjektų prekes, pavyzdžiui, dėl to, kad koncentracijos šalys yra skirtingos, arba dėl to, kad tiriamas kito ūkio subjekto elgesys, gali būti gauti skirtingi rinkos apibrėžimo rezultatai.

19.2. *nagrinėjamojo laikotarpio*. Konkurencijos taryba atsižvelgia į vertinamo elgesio ar koncentracijos metu buvusias konkurencijos sąlygas (kurios gali apimti pakankamai numatomus pokyčius, kai byloje reikia atlikti perspektyvinį vertinimą, kaip nurodyta 23 punkte). Todėl, jei keičiasi konkurencijos dinamika, rinkos apibrėžimo rezultatai ilgainiui gali skirtis. Taip gali būti, pavyzdžiui, kai konkurencijos sąlygos atskirose geografinėse teritorijose ilgainiui susilygina ir tampa pakankamai vienodos, todėl teritorijos, kurios iš pradžių buvo priskiriamos atskiroms geografinėms rinkoms, vėliau įtraukiamos į tą pačią geografinę rinką³¹, arba kai įvyksta prognozuojami rinkos pokyčiai, kurie anksčiau buvo laikomi tolimalais arba neaiškiais.

19.3. *svarstomų konkurencijos problemų*. Atitinkamas veiksmingas ir tiesioginis konkurencinis spaudimas konkrečiu atveju gali priklausyti nuo svarstomų konkurencijos problemų. Pavyzdžiui, toks spaudimas gali priklausyti nuo to, ar nagrinėjama problema yra susijusi su esamų prekių kainos padidėjimu dėl susijungimo arba su investicijų į prekių kūrimą sumažėjimu dėl to paties susijungimo³². Be to, gali reikėti adaptuoti įprastą požiūrį į rinkos apibrėžimą, kai esama rinkos galia gali iškreipti analizę (pavyzdžiui, žalos teorijos pagal Konkurencijos įstatymo 7 straipsnį ir Sutarties 102 straipsnį atveju)³³.

20. Septinta, sąvoka „atitinkama rinka“ konkurencijos teisėje gali skirtis nuo sąvokos „rinka“, vartojamos kitame kontekste, ypač verslo srityje. Ūkio subjektai sąvoką „rinka“ dažnai vartoja nurodydami teritoriją ar vietą, kurioje jie parduoda savo prekes, arba apskritai pramonės šaką ar sektorių, kuriam jie priklauso. Pavyzdžiui, ūkio subjektai gali teigti, kad jie veikia pasaulinėje rinkoje, jei mano, kad jie konkuruoja dėl pajamų visame pasaulyje su ūkio subjektais iš visų žemynų. Tačiau tai nereiškia, kad visų pasauliniu mastu veikiančių ūkio subjektų prekės yra pakeičiamos pirkėjams Lietuvoje arba pirkėjai susiduria su pakankamai vienodomis konkurencijos sąlygomis visame pasaulyje, kas yra tinkama perspektyva rinkos apibrėžimui nustatyti, kaip išsamiau paaiškinta II ir III skyriuose. Platesnio masto dinamika, nepatenkanti į apibrėžtas atitinkamas rinkas konkurencijos teisės tikslais, pavyzdžiui, diferencijuota masto ekonomija, kuria pasinaudoja skirtingi ūkio subjektai, vykdydami pasaulinę veiklą keliose prekių ar geografinėse rinkose, neturi reikšmės tarpiniam etapui, kuriuo rinkos apibrėžiamos konkurencijos teisės tikslais, tačiau ji gali būti svarbi

³⁰ Žr., pavyzdžiui, bylas M.6497 Hutchison 3G Austria / Orange Austria ir M.8808 T-Mobile Austria / UPC Austria. Pirmoje byloje Komisija pradėjo nuo numatomos rinkos, kurią sudarė judriojo ryšio duomenų paslaugos, ir nustatė, kad judriojo ryšio duomenų paslaugų pakeičiamumas fiksuotojo interneto ryšio prieigos paslaugomis yra ribotas (57 punktus). Antroje byloje Komisija vertino, ar judriojo interneto ryšio prieigos paslaugos gali būti naudojamos prieigai prie interneto namuose taip pat, kaip ir fiksuotojo ryšio paslaugos, ir padarė išvadą, kad atitinkama prekės rinka apima ir fiksuotojo, ir judriojo ryšio technologijas, kiek tai susiję su namų ūkių klientais (39 punktus). Taip pat žr. 2007 m. sausio 30 d. Sprendimo France Télécom / Komisija, T-340/03, EU:T:2007:22, 88–89 punktus; 2010 m. liepos 1 d. Sprendimo AstraZeneca / Komisija, T-321/05, EU:T:2010:266, 97 punktą ir 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 117 punktą.

³¹ Žr., pavyzdžiui, 2001 m. bylą M.2033 Metso / Svedala (114 punktus), kurioje Komisija apibrėžė, kad kasybos įrangos – smulkintuvų – geografinė rinka apima visą EEE. Vėlesnėje 2020 m. byloje M.9585 Outotec / Metso (mineralinių išteklių veikla) (žr. 258–261 punktus) Komisija padarė išvadą, kad atitinkama geografinė kasybos įrangos, t. y. malimo, flotacijos, filtravimo, geležies rūdos granuliuojimo įrangos, tiekimo rinka yra pasaulinio masto. Panašiai, 1995 m. byloje M.580 ABB / Daimler-Benz (22–41 punktai) Komisija padarė išvadą, kad geležinkelio technologijų rinkoje esama nacionalinių arba regioninių specifikacijų, kurios yra kliūtys patekti į rinką eksportuotojams iš kitų regionų, o pirkėjai pirmenybę teikia tame pačiame regione arba toje pačioje valstybėje narėje įsisteigusiems tiekėjams. Tačiau vėliau 2010 m. byloje M.5754 Alstom Holdings / Areva T&D (35 punktus) Komisija padarė išvadą, kad atitinkama rinka buvo bent jau EEE masto.

³² Byloje M.7932 Dow / DuPont Komisija, siekdama įvertinti prekių ir kainų konkurenciją, pirmiausia apibrėžė nacionalines augalų apsaugos prekių rinkas (319 ir 332 punktai). Atlikdama vertinimą, Komisija rėmėsi rinkos dalimis, apskaičiuotomis pagal pasėlių ir kenkėjų kombinacijas nacionaliniu lygmeniu, tačiau taip pat naudojo pasėlių ir kenkėjų kombinacijų grupių rinkos dalis EEE lygmeniu, nes iš jų buvo matyti rinkos dalyvių pajėgumas jų veikliųjų medžiagų portfelio lygmeniu, taip pat MTP tiekėjų pasaulinės rinkos dalis, nes iš jų buvo matyti tiekėjų, pateikiančių rinkai naujas veikliąsias medžiagas, santykinis pajėgumas (362 punktus). Antra, siekdama įvertinti, kaip agrochemijos bendrovės konkuruoja atradamos ir kurdamos naujas veikliąsias medžiagas, Komisija išanalizavo inovacijų konkurenciją visoje pramonės šakoje ir inovacijų erdvėse, kurias sudaro pasėlių ir kenkėjų derinių grupės pasauliniu arba bent jau EEE lygmeniu (352 ir 361 punktai).

³³ Žr. 33 punktus ir 58 išnašą, kurioje išsamiau paaiškinami pagrindiniai argumentai, susiję su „celofano paradoksu“.

konkurencijos vertinimui ir, jei taip, į ją šiame kontekste bus tinkamai atsižvelgta. Be to, „rinkos“ sąvoka ar apibrėžimas, vartojama ne konkurencijos teisės, o kitose teisės srityse, pavyzdžiui, elektroninių ryšių³⁴, taikant konkurencijos teisę lemiamos įtakos neturi.

21. Aštunta, Konkurencijos taryba nėra įpareigota daryti galutinės išvados dėl galutinio rinkos apibrėžimo, jei taikant skirtingus tikėtinus rinkos apibrėžimus vertinimo rezultatai nepasikeistų. Rinkos apibrėžimas gali būti paliktas atviru³⁵ tiek tais atvejais, kai konkurencijos problemų kyla nepriklausomai nuo taikomo rinkos apibrėžimo³⁶, tiek tais atvejais, kai konkurencijos problemų nekyla nepriklausomai nuo taikomo rinkos apibrėžimo³⁷. Kai rinka nėra galutinai apibrėžiama, paprastai yra atliekama visų galimų alternatyvių rinkos apibrėžimų konkurencijos vertinimas, tačiau jų atliekamas konkurencijos analizės išsamumas vertinamose alternatyviose tikėtinosiose rinkose gali skirtis³⁸.

22. Tam tikrais atvejais rinkos apibrėžimui yra taikomi specifiniai reikalavimai:

22.1. Pavyzdžiui, nagrinėjant horizontalaus pobūdžio susitarimą teikiant pasiūlymus viešuosiuose pirkimuose, pasireiškiantį kainų derinimu, pakanka nustatyti, kad ūkio subjektai yra konkurentai, kadangi toks susitarimas tarp konkurentų savaime laikomas pažeidimu³⁹. Tikslus rinkos apibrėžimas tam nėra reikalingas ir užtenka nustatyti, kad viešuosiuose pirkimuose ūkio subjektai siūlė perkančiosios organizacijos pageidaujama prekę⁴⁰.

22.2. Konkurencijos įstatymo 4 straipsnio pažeidimui konstatuoti pakanka nustatyti, jog ūkio subjektai konkuruoja ar galėtų konkuruoti nesant diskriminacinių ir sąžiningos konkurencijos sąlygų neatitinkančių ribojimų; nėra būtinas itin detalus atitinkamos rinkos apibrėžimas⁴¹.

23. Devinta, kai konkrečiu atveju reikia atlikti perspektyvinį vertinimą, Konkurencijos taryba gali atsižvelgti į numatomus rinkos struktūros pokyčius. Struktūriniai rinkos pokyčiai skiriasi nuo vertinimo aspektų, susijusių su potencialių konkurentų įėjimu į rinką (potencialia konkurencija)⁴², nes struktūriniai pokyčiai daro poveikį bendrai pasiūlos ir paklausos dinamikai

³⁴ Žr. 2020 m. gruodžio 18 d. Komisijos rekomendaciją (ES) 2020/2245 dėl elektroninių ryšių sektoriaus atitinkamų prekių ir paslaugų rinkų, kurioms gali būti taikomas *ex ante* reguliavimas pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2018/1972, kuria nustatomas Europos elektroninių ryšių kodeksas (pranešta dokumentu Nr. C/2020/8750), (OL L 439, 2020 12 29, p. 23).

³⁵ Diferencijuotų prekių rinkų atvejais taikant bendros atitinkamos rinkos apibrėžimą neatmetama galimybė nustatyti skirtingą konkurencijos dinamiką kai kuriuose rinkos segmentuose, tiksliai nenustatant segmento ribų. Atlikus koncentracijos konkurencijos analizę gali būti nustatyta, kad koncentracija nevienodai varžo konkurenciją visose atitinkamos rinkos dalyse, tačiau tai neturi įtakos tos rinkos apibrėžimui ir nekelia abejonių dėl jo; žr. 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimo Wieland-Werke / Komisija, T-251/ 19, EU:T:2022:296, 40–41, 64 ir tolesnius punktus.

³⁶ Žr., pavyzdžiui, bylą M.10078 Cargotec / Konecranes (126 ir 376 punktai), kurioje Komisija neapibrėžė nei apžarginių ir šaudyklinių transporterių atitinkamos prekės rinkos (kuri gali būti apibrėžiama bendrai arba skirstant į apžarginių ir šaudyklinių transporterių segmentus), nei atitinkamos geografinės rinkos (EEE masto arba pasaulinės), nes sandoris kėlė problemų pagal bet kurią iš šių galimų rinkos apibrėžimų.

Be to, atlikdama vertinimą pagal Susijungimų reglamentą, Komisija gali neapibrėžti rinkos, jei po pradinio tyrimo kyla didelių abejonių tik dėl vienos iš kelių galimų atitinkamų rinkų, tačiau vertinami ūkio subjektai siūlo įsipareigojimus, tinkamus tam, kad koncentracija būtų suderinama su vidaus rinka. Žr., pavyzdžiui, bylos M.8785 The Walt Disney Company / Twenty-First Century Fox 85 punktą. Sprendimuose dėl įsipareigojimų pagal Reglamento (EB) Nr. 1/2003 9 straipsnį Komisija taip pat gali neapibrėžti rinkos, jei po pradinio tyrimo vertinami ūkio subjektai siūlo įsipareigojimus, kurių pakanka pradinėms problemoms išspręsti. Žr., pavyzdžiui, bylos AT.37966 Distrigaz 11 punktą ir bylos AT.40153 Didžiausio palankumo statuso suteikimo e. knygoms sąlygos ir susiję klausimai (Amazon) 48 punktą.

³⁷ Žr., pavyzdžiui, 2017 m. spalio 26 d. Sprendimo KPN / Komisija, T-394/15, EU:T:2017:756, 60 punktą ir 2003 m. liepos 8 d. Sprendimo Verband der freien Rohrwerke ir kt. / Komisija, T 374/00, EU:T:2003:188, 107 ir 110 punktus. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylą M.9695 LVMH / Tiffany (25, 31, 46, 52, 57, 58 ir 72 punktai), kurioje Komisija nepateikė tikslaus prekės ir geografinės rinkos apibrėžimo įvairių prabangos prekių kategorijų atžvilgiu, nes, nepriklausomai nuo tikslios atitinkamos prekės ir geografinės rinkos apibrėžimo, jokių konkurencijos problemų nekilo.

³⁸ Pavyzdžiui, vertinant konkurenciją koncentracijų, susijusių su horizontaliais persidengimais, atvejais, dėmesys gali būti sutelktas į tas atitinkamas rinkas, kuriose vertinamų ūkio subjektų persidengimai yra didžiausi ir kuriose yra mažiau veiksmingo ir tiesioginio konkurencinio spaudimo iš rinkos. Tuomet gali būti padaryta išvada, kad, jei persidengimai nekelia konkurencijos problemų tose atitinkamose rinkose, jie jų nekelia ir alternatyviose atitinkamose rinkose. Žr., pavyzdžiui, bylą M.10339 KKR / Landal (23 ir tolesni punktai), kurioje Komisija, atlikdama vertinimą, daugiausia dėmesio skyrė siauriausiai alternatyviai prekės rinkai, apibrėžtai kaip atostogų parkai, kurioje šalių veikla persidengė labiausiai.

³⁹ LVAT 2012 m. balandžio 18 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A858-1704/2012, AB „Autoūkis“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁴⁰ LVAT 2012 m. birželio 21 d. nutartis administracinėje byloje Nr. A552-2016/2012, UAB „Eksortus“, UAB „Specialus montažas – NTP“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁴¹ LVAT 2012 m. gruodžio 12 d. nutartis adm. byloje Nr. A858-2825/2012, Lietuvos Respublikos Seimo narys N. P. prieš Klaipėdos miesto savivaldybės tarybą.

⁴² Žr. 25 punktą.

rinkoje, taigi ir bendrai reakcijai į santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius. Tokius struktūrinius rinkos pokyčius reikėtų skirti nuo pokyčių, turinčių įtakos tik atskiriems ūkio subjektams ar pirkėjams, siūlantiems prekes ar įsigyjantiems jas atitinkamose rinkose. Struktūriniai rinkos pokyčiai gali turėti įtakos atitinkamos prekės rinkos apibrėžimui, pavyzdžiui, kai yra pakankama tikimybė, kad rinkoje atsiras naujų prekių rūšių⁴³, arba atitinkamos geografinės rinkos apibrėžimui, pavyzdžiui, kai artėja technologiniai arba reguliavimo sistemos pokyčiai⁴⁴. Konkurencijos taryba atsižvelgia į numatomus trumpojo ar vidutinio laikotarpio struktūrinius rinkos pokyčius, jei dėl jų per vertinimui svarbų laikotarpį pasikeistų bendra pasiūlos ir paklausos dinamika⁴⁵. Kad Konkurencijos taryba galėtų tai padaryti, turi būti patikimų įrodymų⁴⁶, kad numatomi struktūriniai pokyčiai yra pakankamai tikėtini. Tokie įrodymai turi neapsiriboti vien prielaidomis, kad stebimos tendencijos išliks arba kad tam tikri ūkio subjektai pakeis savo elgesį.

II SKYRIUS BENDROJI METODIKA

24. Kaip paaiškinta I skyriaus pirmajame skirsnyje, pagrindinis rinkos apibrėžimo tikslas yra sukurti sistemą, kuri padėtų struktūrizuoti konkurencijos vertinimą ir jį palengvintų, sistemingai nustatant veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą, su kuriuo susiduria vertinamas (-i) ūkio subjektas (-ai), siūlydamas (-i) pirkėjams tam tikras prekes tam tikroje teritorijoje. Praktikoje atitinkamos rinkos apibrėžimas paprastai apima keletą etapų: pirmiausia apibrėžiama prekės rinka, nustatant prekes, kurios yra ar gali būti pakeičiamos viena kita, po to apibrėžiama geografinė rinka, nustatant teritoriją, kurioje tas pakeičiamumas vyksta ar gali vykti⁴⁷.

25. Ūkio subjektai susiduria su konkurenciniu spaudimu, kurio pagrindiniai šaltiniai yra trys: paklausos pakeičiamumas, pasiūlos pakeičiamumas ir potenciali konkurencija:

25.1. Paklausos pakeičiamumas yra tiesioginė ir veiksmingiausia tam tikros prekės tiekėjų drausminanti jėga⁴⁸. Ūkio subjekto įtaka vyraujančioms pardavimo sąlygoms, pavyzdžiui, kainoms, inovatyvumui ar siūlomai kokybei, priklauso nuo to, kaip lengvai jo pirkėjai gali pereiti prie prieinamų prekių, kurias pirkėjai laiko pakaitalais⁴⁹. Todėl apibrėžiant atitinkamą prekės rinką pagrindinis veiksnys yra paklausos pakeičiamumas.

25.2. Tam tikrais atvejais apibrėžiant atitinkamą rinką taip pat gali būti svarbus pasiūlos pakeičiamumas, t. y. kai jis yra toks pat greitas ir veiksmingas kaip paklausos pakeičiamumas ir kai

⁴³ Pavyzdžiui, vertinant vaistus, atitinkama prekės rinka gali būti išplėsta įtraukiant į ją vystomus vaistus, kurių klinikiniai tyrimai atliekami šiuo metu, kaip išsamiau paaiškinta 91 punkte; arba ji gali būti susiaurinta ir apimti tik konkrečią molekulę, atsižvelgiant į artėjantį originalaus vaisto generinės versijos pateikimą į rinką; žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimo *Generics (UK)* ir kt., C-307/18, EU:C:2020:52, 131 punktą.

⁴⁴ Žr. pavyzdžiui, bylą M.2478 *IBM / Italia / Business Solutions / JV* (25 punktas), kurioje Komisija pažymėjo, kad anksčiau ji laikėsi nuomonės, jog IT paslaugos buvo teikiamos nacionaliniu lygmeniu, kaip antai byloje M.2195 *Cap Gemini / Vodafone*. Tačiau ji pastebėjo, kad IT paslaugoms būdinga paklausos ir pasiūlos tarptautinimo tendencija, kurią iš dalies skatino naudojimas internetu, leidžiančiu teikti paslaugas nuotoliniu būdu. Ši tarptautinimo tendencija buvo patvirtinta vėlesnėje byloje M.6237 *Computer Sciences Corporation / iSOFT Group* (17 ir 18 punktai), kurioje Komisija pažymėjo, kad pagrindiniai IT paslaugų teikėjai veikė pasauliniu mastu, o jų klientai dažnai skelbdavo pasaulinius ir (arba) EEE masto konkursus. Šiose bylose geografinės rinkos apibrėžimas buvo paliktas atviras.

⁴⁵ Žr. 2020 m. sausio 30 d. Sprendimą *Generics (UK)* ir kt., C-307/18, EU:C:2020:52, (134–135 punktai), kuriame Teisingumo Teismas nustatė, kad rinka gali būti susiaurinta ir apimti tik konkrečią molekulę, atsižvelgiant į artėjantį originalaus vaisto generinės versijos pateikimą į rinką, nes „*generinių vaistų gamintojai [galėjo] tuoj pat arba netrukus patekti į rinką, ypač kai jie [buvo] susiformavę ankstesnę veiksmingą įėjimo į rinką strategiją, ėmėsi tam pasiekti reikalingų veiksmų, t. y. pavyzdžiui, pateikė arba gavo paraišką [dėl rinkodaros leidimo] arba sudarė tiekimo sutartis su trečiosios šalies platintojais“ ir buvo „originalių vaistų gamintojo suvokiamos grėsmės, kad generinių vaistų gamintojai nedelsiant įeis į rinką, įrodymų“.*

⁴⁶ Daugiau informacijos apie tai, kaip Konkurencijos taryba renka ir vertina įrodymus rinkos apibrėžimo tikslais, pateikiama III skyriaus ketvirtajame skirsnyje.

⁴⁷ Kai kuriais atvejais atitinkamą rinką yra tikslinga apibrėžti ir trečia dimensija – laiku (pavyzdžiui, piko ir ne piko metas. Plačiau – 14 punkte).

⁴⁸ 2006 m. liepos 4 d. Sprendimo *easyJet / Komisija*, T-177/04, EU:T:2006:187, 99 punktas.

⁴⁹ Tam tikrose rinkose paklausą gali lemti ne galutinis prekės vartotojas (arba ne vien tik jis), bet kitos suinteresuotosios šalys, kurių interesai nebūtinai sutampa su galutinio vartotojo interesais. Pavyzdžiui, farmacijos rinkose galutiniai vaistų vartotojai yra pacientai, gydytojai parenka receptinį vaistą arba gali patarti pacientams, kokį nereceptinį vaistą vartoti, o draudimo schemas lėšomis paprastai padengiamos visos skirto vaisto išlaidos arba jų dalis. Apibrėždama atitinkamą rinką, Komisija atsižvelgia į šiuos ypatumus.

dėl to susidaro panašios visų atitinkamų prekių konkurencijos sąlygos. Konkurencijos tarybos patirtis rodo, kad pasiūlos pakeičiamumas apibrėžiant rinką yra svarbus tik tam tikrais atvejais.

25.3. Tačiau potenciali konkurencija apima ne tokį greitą ir veiksmingą ir labiau sąlyginį konkurencinį spaudimą, kuris neatitinka pakeičiamumo veiksmingumo ir tiesioginio ryšio kriterijų⁵⁰. Todėl potenciali konkurencija nėra svarbi apibrėžiant atitinkamą rinką, o į atitinkamą prekės rinką netikslinga įtraukti dabartinių potencialaus konkurento prekių pardavimo duomenų, kadangi šios prekės pirkėjų požiūriu negali pakeisti vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekės (-ių)⁵¹, arba išplėsti geografinę rinką įtraukiant teritorijas, kuriose potencialus konkurentas savo prekėmis jau prekiauja⁵². Norint nustatyti, ar egzistuoja potenciali konkurencija, būtina išnagrinėti papildomus veiksnius, įskaitant tokio įėjimo į rinką tikimybę, laikotarpį ir mastą. Vertinant potencialios konkurencijos poveikį reikia išanalizuoti, kaip tai paveiktų arba galėtų paveikti vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) elgesį. Tai analizuojama konkurencijos vertinimo etape.

26. Paklausos ir pasiūlos pakeičiamumo vertinimas padeda nustatyti atitinkamoje rinkoje esančias prekes, taigi ir šioje rinkoje veikiančius tiekėjus. Kad konkurencijos vertinimas būtų naudingas, apibrėžiant atitinkamą rinką taip pat gali būti svarbu nustatyti pirkėjus, kurie gali susidurti su panašiu nagrinėjamo elgesio ar koncentracijos poveikiu. Atsižvelgdama į tai, Konkurencijos taryba vertina, ar pirkėjai susiduria su panašiomis arba skirtingomis konkurencijos sąlygomis. Toks vertinimas dažnai yra svarbus apibrėžiant atitinkamą prekės ir geografinę rinką, kai tiekėjai derasi su atskirais pirkėjais arba kai jie gali diskriminuoti pirkėjus ar pirkėjų grupes⁵³.

PIRMASIS SKIRSNIS BENDROJI PREKĖS RINKŲ APIBRĖŽIMO METODIKA

Pirmasis poskyris

Paklausos pakeičiamumas

27. Kaip nurodyta 25 punkte, pagrindinis metodas, kurį Konkurencijos taryba taiko apibrėždama atitinkamą prekės rinką, yra prekių pakeičiamumo vertinimas pirkėjo požiūriu (paklausos pakeičiamumas). Pakankamai stiprus paklausos pakeičiamumas atsiranda tada, kai pirkėjai gali lengvai pereiti prie prieinamų vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) alternatyvių prekių. Konkurencijos taryba įtraukia tas prekes į tą pačią atitinkamą prekės rinką, nes jie sudaro veiksmingą ir tiesioginį konkurencinį spaudimą.

28. Nagrinėdama įvairius įrodymus, Konkurencijos taryba nustato prekes, kurias vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pirkėjai laiko veiksmingais pakaitalais jo prekėms bei šio pakeičiamumo laipsnį. Tokie įrodymai, atsižvelgiant į kiekvieno atvejo reikalavimus ir ypatumus, apima rodiklius, rodančius priežastis, dėl kurių pirkėjai keistų ar nekeistų vienos prekės kita, pavyzdžiui, pirkėjų prioritetus, susijusius su prekės savybėmis, kainomis, funkcijomis, numatomu panaudojimu ir kliūtėmis norint pakeisti prekę kita bei tokio keitimo kaštus. Jie apima ir tiesioginius pakeičiamumo rodiklius, pavyzdžiui, buvusio ar hipotetinio pakeičiamumo įrodymus. Išsamesnė informacija apie įrodymus, kuriais Konkurencijos taryba remiasi vertindama paklausos pakeičiamumą, pateikiama III skyriaus antrajame skirsnyje.

⁵⁰Bendrasis Teismas yra išaiškines, kad „Nors potenciali konkurencija ir pasiūlos pakeičiamumas yra konceptualiai skirtingi klausimai, <...>, šie klausimai iš dalies sutampa, nes skirtumas visų pirma yra tas, ar konkurencijos ribojimas yra tiesioginis, ar ne“, 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimas Atlantic Container Line ir kt. / Komisija, sujungtos bylos T-191/98, T-212/98-T-214/98, EU:T:2003:245, 834 punktą.

⁵¹Žr., pavyzdžiui, bylą M.7555 Staples / Office Depot (372–374 punktai), kurioje Komisija svarstė, ar „Amazon“ buvo potencialus biuro reikmenų tiekėjas verslo klientams, ir į rinkos dalies skaičiavimus neįtraukė „Amazon“ pardavimo kitose prekės rinkose, pavyzdžiui, mažmeninės prekybos biuro reikmenimis kanale, duomenų.

⁵²Žr., pavyzdžiui, bylą M.8677 Siemens / Alstom (485–533 punktai), kurioje Komisija, atlikdama konkurencijos vertinimą, įvertino spaudimą, susijusį su tuo, kad Azijos greitųjų ir labai greitų traukinių tiekėjai gali patekti į EEE, ir į rinkos dalies skaičiavimus neįtraukė Azijos tiekėjų greitųjų ir labai greitų traukinių pardavimų už atitinkamos geografinės rinkos ribų.

⁵³Daugiau informacijos apie tai, kaip Konkurencijos taryba apibrėžia rinką esant pirkėjų ar pirkėjų grupių diskriminacijai, pateikta IV skyriaus pirmajame skirsnyje.

29. Pagrindinis klausimas, į kurį reikia atsakyti nagrinėjant šiuos įrodymus, yra tai, kokių mastu ir prie kokių lengvai prieinamų pakaitinių prekių (jei tokių yra) vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pirkėjai pereitų, pablogėjus vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekių pasiūlos sąlygoms, palyginti su kitomis prekėmis⁵⁴. Operatyvumo ir praktiniais tikslais šiame vertinime paprastai daugiausia dėmesio skiriama reakcijai į kainų padidėjimą, tačiau taip pat galima atsižvelgti į kitų konkurencijos parametrų, pavyzdžiui, prekės kokybės ar inovatyvumo, pokyčius, kaip nurodyta 16 punkte.

30. Konceptualiai šis metodas reiškia, kad yra pradeda nuo preliminarios rinkos, į kurią iš pradžių yra įtraukiama vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekė (-s) arba prekių rūšis, kurios (-ių) atžvilgiu yra atliekamas konkurencijos vertinimas. Toliau į tą rinką įtraukiamos lengvai prieinamos pakaitinės prekės (jei tokių yra), kol nustatytos prekės sudarys atitinkamą prekės rinką. Tokios alternatyvios prekės-pakaitalai yra įtraukiami atsižvelgiant į tai, kokia apimtimi pirkėjai juos vertina kaip pakaitalus vertinamo ūkio subjekto prekėms (įprastai – mažėjančia tvarka, t. y. pradėdant nuo geriausių pakaitalų).

31. Teorinis kriterijus, dažnai naudojamas įvertinti, ar preliminari rinka yra atitinkama prekės rinka, yra tas, ar hipotetinis monopolistas preliminarioje rinkoje galėtų pasinaudoti rinkos galia.⁵⁵ Šį klausimą galima įvertinti paklausus, ar hipotetiniam monopolistui numatomoje rinkoje būtų pelninga įgyvendinti mažą, bet reikšmingą ilgalaikį santykinį kainos padidinimą (angl. *small but significant non-transitory increase in price*, toliau – MARIKP testas)⁵⁶. MARIKP testo praktinio pritaikymo pavyzdžiu galėtų būti dviejų skirtingų prekių priklausomybės tai pačiai rinkai tyrimas. Jeigu pakankamai daug pirkėjų, reaguodami į prekės A MARIKP, nebepirktų šios prekės, o pirktų prekę B, ir dėl to prekės A kainos padidinimas būtų nenaudingas tiekėjui, būtų galima teigti, kad nagrinėjama rinka susideda iš prekių A ir B. Tada šis testas būtų taikomas ir kitų galimų šių prekių pakaitalų atžvilgiu tol, kol būtų nustatytas rinkinys prekių, kurių kainų padidinimas nesukeltų pakankamo paklausos pakeičiamumo.

32. Svarbu atkreipti dėmesį, kad atliekant MARIKP testą, kai kuriais atvejais neužtenka nustatyti skirtingų prekių kainų skirtumo ir palyginti tą skirtumą su minimumu 5–10 proc. dydžiu. Prekės rinkos apibrėžimo atveju, ypač kai prekės nėra homogeniškos arba kaina nėra lemiantis veiksnys pasirenkant prekę, faktas, kad skirtingų prekių kainos skiriasi daugiau negu 5–10 proc., savaime nereiškia, kad šios prekės nepatenka į tą pačią rinką, ir atvirkščiai, patenka, jeigu kainų skirtumas yra mažesnis negu 5–10 proc. Pavyzdžiui, jeigu aukštesnės kokybės prekė yra 11 proc. brangesnė, žemesnės kokybės prekės kainai padidėjus 10 proc., sumažėjęs kainų skirtumas gali paskatinti žemesnės kokybės prekės pirkėjus ją pakeisti aukštesnės kokybės.

33. Kai ūkio subjektai konkuruoja kitais parametrais nei kainomis, pavyzdžiui, kokybe ar inovacijomis, MARIKP testą taikyti sudėtinga, ypač nulinės piniginių kainos prekių⁵⁷ ir labai

⁵⁴ Su pirkimo rinkomis susijusiais atvejais atskaitos taškas, nuo kurio pradėdamos analizuoti pakeitimo reakcijos, būtų tiekėjas, o testas skirtas alternatyvioms tiekėjo prekių platinimo kanalams ar pardavimo vietoms nustatyti.

⁵⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2021 m. vasario 12 d. nutartis civ. byloje Nr. 3K-3-186-403/2021, *UAB „flyLAL-Lithuanian Airlines“ prieš „Air Baltic Corporation A/S“ ir Valstybinę akcinę bendrovę Starptautiką lidosta „Rīga“*; LVAT 2013 m. sausio 21 d. nutartis adm. byloje Nr. A502-801/2013 (išplėstinė kolegija), *AB „Orlen Lietuva“ prieš Konkurencijos tarybą*; LVAT 2017 m. spalio 3 d. sprendimas adm. byloje Nr. A-1377-552/2017, *Viking Malt Oy prieš Konkurencijos tarybą*.

⁵⁶ Paprastai MARIKP laikomas 5–10 proc. kainos padidinimas, taikomas vienai ar kelioms numatomos rinkos prekėms, įskaitant bent vieną vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekę. Tačiau taikomas kainos padidinimo mastas ir jo taikymo būdas gali priklausyti nuo konkretaus nagrinėjamo atvejo. Pavyzdžiui, kai vertinami ūkio subjektai tiekimo grandinėje sukuria palyginti nedidelę pridėtinę vertę (nes žaliavos ar įsigijami komponentai sudaro didelę visos kainos procentinę dalį), klausimą, ar hipotetinis monopolistas gali naudotis rinkos galia, galima geriau vertinti atsižvelgiant į jo poveikį šiai pridėtinei vertei. Todėl tokiais atvejais galima taikyti MARIKP pridėtinei vertei, o ne pardavimo kainai. Komisija šią koncepciją taikė ir daugiausia dėmesio skyrė pridėtinei vertei (arba regioniniams priedams) byloje M.6541 Glencore / Xstrata (135–140 ir 144 punktai), vertindama importo ir cinko kainų bei maržų pokyčių skirtinguose regionuose įrodymus.

⁵⁷ Byloje AT.40099 Google Android (284–305 punktai) Komisija vertino, ar gamintojai, naudotojai ir programėlių kūrėjai pereitų iš „Android“ programėlių parduotuvių į kitų licencijuojamų išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų programėlių parduotuves dėl mažo, bet reikšmingo ilgalaikio santykinio kokybės sumažėjimo (toliau – MARIKS, angl. *significant non-transitory decrease of quality*, SSNDQ). Apskritai MARIKS taikomas kaip konceptualus metodas, skirtas paklausos pakeičiamumui kokybiškai įvertinti. Komisija paprastai nevertina, ar toks MARIKS būtų pelningas hipotetiniam monopolininkui. Be to, MARIKS testą taikant kiekybiškai, kyla tam tikrų sunkumų, įskaitant kiekybinį kokybės įvertinimą. 2022 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo Google ir Alphabet / Komisija, T-604/18, EU:T:2022:541, 177 ir 180 punktuose Bendrasis Teismas patvirtino, kad „MARIKS testas <...> buvo svarbus įrodymas apibrėžiant atitinkamą rinką“, kartu nurodydamas, kad „Galiausiai tikslinio produkto tikslaus kiekybinio kokybės pablogėjimo standarto apibrėžimas negali būti būtina MARIKS testo atlikimo sąlyga. <...> Svarbu tik tai, kad kokybės pablogėjimas būtų nedidelis, bet reikšmingas ir ne laikinas“.

novatoriškų pramonės šakų atveju. Priklausomai nuo analizuojamos žalos teorijos, kyla papildomų sunkumų. Kai vertinant daugiausia dėmesio skiriama vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) rinkos galios pokyčiui, pavyzdžiui, analizuojant, ar horizontalusis susijungimas turėtų nekoordinuotą poveikį, MRIKP testas paprastai gali būti taikomas pagal vyraujančią rinkos kainą. Kitaip gali būti tuo atveju, kai atliekamas vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) esamos rinkos galios vertinimas, pavyzdžiui, apibrėžiant rinkas siekiant įvertinti, ar esama dominavimo pagal Konkurencijos įstatymo 7 ir Sutarties 102 straipsnius⁵⁸. Be to, apibrėžiant atitinkamą prekę rinką gali būti sunku empiriškai taikyti MRIKP testą konkrečiais atvejais dėl praktinių apribojimų. Pavyzdžiui, gali būti neįmanoma surinkti patikimos informacijos apie praradimų, kuriuos hipotetinis monopolistas patirtų įgyvendindamas MRIKP, dydį. Be to, kai kuriais atvejais šis testas nėra tinkamas, pavyzdžiui, jei prekių įsigijimo kaštai tenka ne tiems pirkėjams, kurie formuoja paklausą. Hipotetinio monopolisto testas taip pat yra sunkiai pritaikomas tais atvejais, kai prekės yra išgyjamos konkurso būdu, o pirkėjų ir tiekėjų bei pačių konkursų skaičius yra mažas, kai rinką veikia staigūs pokyčiai ir inovacijos.⁵⁹

34. Modifikuotas hipotetinio monopolisto testas gali būti taikomas ir pirkėjo galios vertinimui, kai atskaitos tašku laikomas tiekėjas ir jo galimybės pakeisti pirkėją. Kadangi šis testas reikalingas alternatyviems to tiekėjo prekių platinimo kanalams nustatyti, testui naudojamas ne kainos padidėjimas, o sumažėjimas.

35. Nors vertinant atitinkamą rinką, galima remtis MRIKP testo principais, nėra privaloma MRIKP testo taikyti empiriškai, o rinkos apibrėžimui pagrįsti vienodai tinka ir kitų rūšių įrodymai, kaip aprašyta III skyriuje⁶⁰. Iš tikrųjų daugeliu atvejų MRIKP testas yra tik konceptuali sistema turimiems įrodymams interpretuoti.

36. Prekės dažniausiai galutinius vartotojus pasiekia per tiekimo grandinę, kurią sudaro skirtingi lygiai, pavyzdžiui, gamyba, didmeninė prekyba ir mažmeninė prekyba. Dažniausiai šie lygmenys pirkėjams ir tiekėjams nėra tarpusavyje pakeičiami. Dėl to svarbu užtikrinti, kad skirtingi tiekimo grandinės lygmenys nebūtų klaidingai įtraukti į tą pačią rinką, jeigu hipotetinis nagrinėjamo tiekimo grandinės lygmens monopolistas galėtų pelningai pritaikyti MRIKP. Tokiu atveju skirtingus tiekimo lygmenis reikia vertinti atsižvelgiant į paklausos ir pasiūlos pakeičiamumą kaip ir skirtingų prekių atveju.

Antrasis poskyris Pasiūlos pakeičiamumas

⁵⁸ Apskritai, kai numatoma rinką (iš esmės) sudaro vieno ūkio subjekto prekė (-s), MRIKP testas, taikomas pagal vyraujančią rinkos kainą, visada rodyd, kad atitinkama rinką turi būti platesnė nei numatoma rinką, nes pilną maksimizuojančiam ūkio subjektui iš esmės neapsimoka kelti kainos virš vyraujančios (pilną maksimizuojančios) kainos.

Dėl to gali atsirasti vadinamoji celofano klaida, kurios pavadinimas kilo iš JAV Aukščiausiojo Teismo rinkos apibrėžimo, susijusio su celofanu ir kitais pakavimo produktais (Jungtinės Valstijos / E. I. du Pont de Nemours & Co., 351 U.S. 377 (1956)). Tai reiškia, kad atlikus MRIKP testą pagal vyraujančią kainą daroma klaidinga išvada, kad atitinkama rinką turi būti platesnė nei dominuojančio ūkio subjekto prekė(-s) (žr. šios sąvokos paaiškinimus bylos AT.39523 Slovak Telekom 158–171 punktuose). Celofano klaida taip pat gali atsirasti, kai dėl bendro įmonių grupės kainų maksimizavimo kainos viršija konkurencingos rinkos kainas.

Todėl, kai rinką apibrėžiama nagrinėjant konkretų atvejį, kurio kontekste reikia įvertinti esamos rinkos galios lygį, pavyzdžiui, vertinant dominavimą byloje pagal Konkurencijos įstatymo 7 ir Sutarties 102 straipsnius, reikia atsižvelgti į tai, kad vyraujanti kainą jau viršija konkurencingos rinkos kainą. Tokiais atvejais, siekiant apibrėžti atitinkamą rinką, galima taikyti MRIKP testą, pradedant nuo kontrafaktinio scenarijaus kainos, kuri vyrautų esant (labiau) veiksmingai konkurencijai, arba galima remtis kitais įrodymais.

Priešingai, byloje, kuriose daugiausia dėmesio skiriama rinkos galios pokyčiui įvertinti, ypač rinkos galios pokyčiui, atsirandančiam dėl konkurencijos tarp su horizontaliais persidengimais susijusios koncentracijos šalių panaikinimo, preliminari rinką apima bent jau atitinkamas susijungiančių šalių prekes arba prekių rūšis, o MRIKP testas paprastai gali būti taikomas pagal vyraujančią kainą. Todėl rinkos apibrėžimas ne visada gali duoti tokių pačių rezultatų tais atvejais, kai vertinamas rinkos galios pokytis, kaip ir tais atvejais, kai vertinama esama rinkos galia rinkoje.

⁵⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2021 m. vasario 12 d. nutartis civ. byloje Nr. 3K-3-186-403/2021, *UAB „flyLAL-Lithuanian Airlines“ prieš „Air Baltic Corporation A/S“ ir Valstybinę akcinę bendrovę Starptautikā lidosta „Rīga“*.

⁶⁰ 2017 m. sausio 11 d. Sprendimo Topps Europe / Komisija, T-699/14, EU:T:2017:2, 82 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „Komisija nepadarė <...> akivaizdžios vertinimo klaidos savo išvada dėl atitinkamos rinkos grįsdama surinktu įrodymų vertinimu ir neatlikdama MRIKP testo“. Panašiai, kiek tai susiję su geografinės rinkos apibrėžimu, Bendrasis Teismas 2020 m. spalio 5 d. Sprendimo HeidelbergCement ir Schwenk Zement / Komisija, T-380/17, EU:T:2020:471, 331 punkte pažymėjo, kad: „Kaip Komisija teisingai pažymėjo atsiliepimo į ieškinį 143 punkte, MRIKP testas nėra vienintelis galimas metodas apibrėžiant atitinkamas geografines rinkas“. Taip pat žr. 2022 m. birželio 22 d. Bendrojo Teismo Sprendimo thyssenkrupp / Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, 76 ir 155 punktus ir 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 95 punktą.

37. Prekių pakeičiamumas tiekėjų požiūriu (pasiūlos pakeičiamumas) gali būti svarbus apibrėžiant rinką, kai tiekėjai naudoja tą patį turtą ir taiko tuos pačius procesus susijusioms prekėms (kurios nėra pakaitalai pirkėjams) gaminti ir kai dėl to susidaro panašios konkurencijos sąlygos kiekvienos tokių susijusių prekių atveju. Tokiais atvejais gali būti tikslinga susijusias prekes įtraukti į atitinkamą prekės rinką, jeigu pasiūlos pakeičiamumo varžantis poveikis, kurį sukelia minėtos prekės, yra lygiavertis paklausos pakeičiamumo poveikiui veiksmingumo ir greitumo prasme.

38. Būtinios sąlygos, kad rinka būtų išplėsta remiantis pasiūlos pakeičiamumu – dauguma tiekėjų (jei ne visi) turi galimybę keisti vienos susijusių prekių asortimentą sudarančios prekės gamybą⁶¹ kitos prekės gamyba⁶²; keisdami gamybą tiekėjai turi patirti tik nereikšmingus papildomus neatgaunamus kaštus ar su tuo susijusią riziką; tiekėjai taip pat turi turėti paskatų tai daryti (ir faktiškai tai darytų) pasikeitus santykinėms kainų ar paklausos sąlygoms, be to, jie turi galėti veiksmingai pasiūlyti visas asortimento prekes trumpuoju laikotarpiu⁶³.

39. Pakankamai stipraus pasiūlos pakeičiamumo atvejai paprastai gali atsirasti tada, kai ūkio subjektai parduoda skirtingos kokybės ar klasės tas pačias prekes. Pavyzdžiui, byloje, susijusioje su nerūdijančio plieno gamyba⁶⁴, buvo nustatyta, kad paklausos požiūriu pirkėjai negalėjo naudoti skirtingų nerūdijančio plieno klasių ar klasių grupių prekių tam pačiam tikslui pasiekti. Tačiau vertinamų prekių gamintojai per trumpą laiką ir naudodami tą pačią įrangą galėjo pereiti nuo vienos klasės nerūdijančio plieno gamybos prie kitos, o dėl to patiriami papildomi kaštai buvo nedideli. Kadangi ypatingų sunkumų platinant minėtą produkciją nebuvo, nerūdijančio plieno gamintojai galėjo konkuruoti dėl įvairių klasių užsakymų. Todėl įvairios nerūdijančio plieno klasės buvo įtrauktos į tą pačią atitinkamą rinką.

40. Pasiūlos pakeičiamumas taip pat gali būti svarbus apibrėžiant rinką, kai pirkėjai perka prekes pagal užsakymą arba konkurso būdu, pavyzdžiui, kai pirkėjai skelbia statybos projektų arba traukinių ar dujų turbinų pirkimo konkursus. Tokiais atvejais skirtingiems pirkėjams skirtų prekių pagal užsakymą paklausos pakeičiamumo gali nebūti arba jis gali būti nedidelis. Paklausos pakeičiamumo požiūriu kiekviena tokia prekė pagal užsakymą galėtų būti apibrėžiama kaip atskira atitinkama rinka. Tačiau kai konkurencinis spaudimas vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) atsiranda dėl to, kad kiti tiekėjai gali gaminti konkrečią prekę pagal užsakymą, konkurencijos sąlygos vis dėlto skirtingiems pirkėjams gali būti panašios. Todėl tais atvejais, kai tie patys tiekėjai gali pateikti ir paprastai pateikia pasiūlymus, atitinkančius skirtingų pirkėjų specifikacijas, pavyzdžiui, skirtinguose konkursuose, skirtingos prekės, perkamos pagal užsakymą arba konkurso būdu, gali būti įtrauktos į tą pačią atitinkamą prekės rinką. Pastebėtina, kad tų pačių ūkio subjektų dalyvavimas konkursuose savaime nereiškia, kad visos šių tiekėjų siūlomos prekės (šiuo atveju – skirtingos prekės) sudaro vieną atitinkamą rinką, kadangi turi būti įvertinta, ar visi ūkio subjektai turi galimybę pateikti konkurencingus pasiūlymus.

41. Jei keisti gamybą ir per trumpą laiką veiksmingai pasiūlyti prekes gali ir yra suinteresuoti tik kai kurie tiekėjai (ir net jei jie tą padarytų), prekių asortimento į tą pačią atitinkamą rinką įtraukti nereikėtų⁶⁵. Atliekant konkurencijos vertinimą, yra atsižvelgiama į konkurencinį spaudimą, kurį daro sąlygas atitinkantys tiekėjai, be kita ko, į tai, ar tikėtina, kad jie ateityje išplės atitinkamų prekių pardavimo apimtį, kai konkrečiu atveju reikia atlikti perspektyvinį vertinimą. Pavyzdžiui, Komisija atliko metalu dengto plieno rinkos vertinimą⁶⁶ ir darė išvadą, kad alavotojo ir elektrolitiniu būdu chromu padengto plieno pasiūlos pakeičiamumo sąlygos nebuvo įvykdytos, nes tik vienas konkuruojantis tiekėjas galėjo gaminti šias prekes toje pačioje gamybos linijoje, o abiejų prekių gamyba „pakaitinėse linijose“, kurias galima sukeisti, rinkoje esminio vaidmens neturėjo.

⁶¹ Sąvoka „gamyba“ apima ir tiekimą, paslaugų teikimą bei technologijų licencijavimą ar vystymą.

⁶² 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 160 punktas.

⁶³ T. y. gamintojas turi galėti parduoti prekę pirkėjui per laikotarpį, kuris nėra daug ilgesnis nei laikotarpis, per kurį pirkėjas pereina prie kitos (-ų) pakeičiamos (-ų) prekės (-ių) numatomoje rinkoje. Toks vertinimas priklauso nuo vertinamų prekių.

⁶⁴ Žr. Sprendimo Outokumpu / INOXUM byloje COMP/M.6471 120 ir 121 punktus.

⁶⁵ Žr. 2010 m. balandžio 28 d. Sprendimo Amann & Söhne ir Cousin Filterie / Komisija, T-446/05, EU:T:2010:165 79 punktas ir 2022 m. gegužės 5 d. ELPA teismo sprendimo Telenor ir Telenor Norge / ELPA priežiūros institucija, E-12/20, 160 punktas. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.5046 Friesland Foods / Campina 159 punktą.

⁶⁶ Žr. bylos M.8713 Tata Steel / ThyssenKrupp / JV 276–278 ir 1287–1293 punktus dėl alavotojo plieno vertinimo.

Tačiau atliekant konkurencinį vertinimą buvo atsižvelgta į tiekėjo, galinčio gaminti alavuotąjį ir elektrolitiniu būdu chromu padengtą plieną „pakaitinose linijose“, daromą konkurencinį spaudimą.

42. Panašiai, kai dėl pasiūlos pakeičiamumo tiekėjams reikėtų reikšmingai pertvarkyti turimą materialųjį ir nematerialųjį turtą nukrypstant nuo įprastų veiklos sąlygų, patirti daugiau nei nereikšmingas papildomas investicijas, neatgaunamus kaštus ar riziką, priimti ilgalaikio pobūdžio strateginius sprendimus arba patirti vėlavimus, Konkurencijos taryba, remdamasi pasiūlos pakeičiamumu, atitinkamos rinkos neišplečia. Tai, kad gamintojai jau gamina įvairias susijusias prekes, savaime nereiškia, kad atitinkama rinka turi būti išplėsta remiantis pasiūlos pakeičiamumu. Pavyzdžiui, nors kai kurie sūrio gamintojai gali gaminti skirtingų rūšių sūrį, gali būti, kad vienos rūšies sūrio gamintojas, norėdamas keisti gamybą ir pradėti pardavinėti kitos rūšies sūrį, patirtų didelių išlaidų ir tai ilgai užtruktų⁶⁷. Tokiais atvejais Konkurencijos taryba, atlikdama konkurencijos vertinimą, nagrinėja tokio pakeitimo poveikį kaip potencialios konkurencijos spaudimą.

ANTRASIS SKIRSNIS

BENDROJI GEOGRAFINIŲ RINKŲ APIBRĖŽIMO METODIKA

43. Geografinės rinkos gali būti įvairios – nuo lokalių iki pasaulinių, priklausomai nuo faktinių bylos aplinkybių. Kaip nurodyta 13.2 punkte, Konkurencijos taryba atlieka konkurencijos sąlygų vertinimą apibrėždama atitinkamą geografinę rinką. Įprastas vertinimo pradžios taškas – nustatyti teritorijas, kuriose atitinkamas elgesys ar koncentracija gali turėti poveikį, nustatant vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) ir jo pirkėjų buvimo vietą. Paskui yra nagrinėjama, ar konkurencijos sąlygos tam tikroje teritorijoje yra pakankamai vienodos⁶⁸, kad būtų galima įvertinti elgesio ar koncentracijos poveikį, ir ar tą teritoriją galima atskirti nuo kitų teritorijų, nes konkurencijos sąlygos jose reikšmingai skiriasi.

44. Konkurencijos taryba konkurencijos sąlygas vertina nagrinėdama įvairius įrodymus. Tokie įrodymai, atsižvelgiant į kiekvienos bylos reikalavimus ir ypatumus, apima: tų pačių arba skirtingų tiekėjų buvimą skirtingose geografinėse teritorijose; jų rinkos dalių ir kainų panašumus arba skirtumus; pirkėjų prioritetų ir pirkimo elgsenos bei įpročių panašumus arba skirtumus; kliūtis ir išlaidas, susijusias su tiekimu pirkėjams kitoje teritorijoje; su atstumu susijusius veiksnius, turinčius įtakos išlaidoms, prieinamiems kiekiams arba tiekimo patikimumui, prekybos srautams ir transportavimo tendencijoms (pasiskirstymui). Išsamesnė informacija apie įrodymus, kuriais yra remiamasi vertinant geografines rinkas, pateikiama III skyriaus trečiajame skirsnyje.

45. Be to, Konkurencijos taryba paprastai nagrinėja paklausos pakeičiamumą tarp tiekėjų, esančių skirtingose geografinėse vietovėse ar teritorijose. Tai ypač svarbu tais atvejais, kai pirkėjo buvimo vieta pati savaime neturi įtakos sąlygoms, kuriomis siūlomos prekės, t. y. kai tiekėjai nesidera su atskirais pirkėjais arba nediskriminuoja pagal pirkėjo buvimo vietą ar geografinę teritoriją. Tokiu atveju atitinkama geografinė rinka paprastai apibrėžiama pagal tiekėjo buvimo vietą⁶⁹, ir

⁶⁷ Žr., pavyzdžiui, bylą M.9413 Lactalis / Nuova Castelli (47 ir 48 punktai), kurioje teigiama, kad rinkos tyrimas parodė, jog mocarelą gaminantys tiekėjai negalėjo pradėti gaminti rikotos, nepatirdami didelių išlaidų ir per trumpą laiką, ir analogiškai rikotos gamintojai negalėjo nedelsiant ir nepatirdami didelių išlaidų pradėti gaminti ir parduoti maskarponės.

⁶⁸ Europos Sąjungos teismų praktikoje nuosekliai nurodoma, kad atitinkamos geografinės rinkos apibrėžimo kriterijus yra ne identiškos, o pakankamai vienodos konkurencijos sąlygos. Žr. 1978 m. vasario 14 d. Sprendimo United Brands / Komisija, C-27/76, EU:C:1978:22, 11 ir 44 punktus; 2003 m. liepos 8 d. Sprendimo Verband der freien Rohrwerke ir kt. / Komisija, T-374/00, EU:T:2003:188, 141 punktą; 2003 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo Cableuropa ir kt. / Komisija, sujungtos bylos T-346/02 ir T-347/02, EU:T:2003:256, 115 punktą; 2009 m. gegužės 7 d. Sprendimo NVV ir kt. / Komisija, T-151/05, EU:T:2009:144, 52 punktą; 2020 m. spalio 5 d. Sprendimo HeidelbergCement ir Schwenk Zement / Komisija, T-380/17, U:T:2020:471, 294 punktą. Taip pat LVAT 2020 m. birželio 3 d. nutartis adm. byloje Nr. eA-161-552/2020, AB „PANEVĖŽIO STATYBOS TRESTAS“ ir BUAB „Active Construction Management“ prieš Konkurencijos tarybą.

⁶⁹ Tuomet atitinkama geografinė rinka būtų apibrėžiama kaip teritorija, kurioje yra tokių tiekėjų, kurie pirkėjams tiekia pakeičiamas prekes. Žr., pavyzdžiui, bylą M.1628 TotalFina / Elf (222 ir tolesni punktai), kurioje Komisija atitinkamą rinką apibrėžė kaip orlaivijų pildymo reaktyviniais degalais konkrečiuose oro uostuose rinką, ir ypač 228 punktą, kuriame kalbama apie kliūtis, trukdančias pereiti prie alternatyvių tiekėjų kitame oro uoste. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.9014 PKN Orlen / Grupa Lotos 1045–1052 punktus. Be to, bylose, susijusiose su mažmenine prekyba kasdienio vartojimo prekėmis, Komisija paklausos pakeičiamumo sumetimais atitinkamą geografinę rinką apibrėžė kaip lokalią teritoriją, nustatomą pagal maksimalią pirkėjų važiavimo trukmę (žr., pavyzdžiui, bylos M.8468 Norgesgruppen / Axfood / Eurocash 24 ir tolesnius punktus), ir į tą atitinkamą rinką įtraukė visas toje teritorijoje esančias mažmeninės prekybos vietas.

Konkurencijos taryba, laikydama II skyriaus pirmojo skirsnio pirmajame poskyryje nustatytos metodikos, gali ypač daug dėmesio skirti tam, kad būtų nustatyta, kuriose teritorijose ir kurie tiekėjai yra artimi vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pakaitalai. Pavyzdžiui, oro transporto sektoriuje anksčiau atitinkamos keleivinio oro transporto paslaugų rinkos buvo apibrėžiamos vadovaujantis atskiro oro uosto metodu. Tokioje analizėje daugiausia dėmesio skiriama tam, ar vertinant iš keleivių perspektyvos kai kurie atitinkami oro uostai gali būti pakeičiami kitais oro uostais⁷⁰.

46. Tais atvejais, kai tiekėjai derasi su atskirais pirkėjais arba gali diskriminuoti pagal pirkėjo buvimo vietą ar geografinę teritoriją, paprastai atitinkama geografinė rinka yra apibrėžiama pagal pirkėjo buvimo vietą⁷¹. Paklausos pakeičiamumas skirtingose geografinėse teritorijose, pavyzdžiui, pereinant prie papildomo importo, taip pat gali būti svarbus veiksnys tokiems atvejais. Kai pirkėjai dviejose teritorijose alternatyvomis laiko iš esmės tuos pačius tiekėjus ir gali lengvai keisti pirkimo iš tų tiekėjų apimtį, tai kartu su kitais veiksniais gali reikšti, jog konkurencijos sąlygos abiejose teritorijose yra pakankamai vienodos ir elgesio ar koncentracijos poveikis būtų pakankamai panašus, kad abi teritorijos galėtų priklausyti tai pačiai atitinkamai geografinei rinkai. Priešingai, kai pirkėjai dviejose teritorijose alternatyvomis laiko ne tuos pačius tiekėjus arba kai apimtis, kurią tarp tų tiekėjų gali pakeisti ir kuri yra pakeičiama, yra ribota, pavyzdžiui, dėl pirkėjų prioritetų arba dėl galimo importo apimties apribojimų, tai rodo, kad konkurencijos sąlygos dviejose teritorijose nėra pakankamai vienodos⁷².

47. Tai, kad tam tikroje geografinėje teritorijoje esama importo arba jis yra galimas, nereiškia, kad reikia išplėsti geografinės rinkos aprėptį įtraukiant teritoriją, iš kurios prekės buvo arba galėjo būti eksportuotos. Teritorijoje, iš kurios prekės buvo arba galėjo būti eksportuotos, esantys pirkėjai gali susidurti su kitokiomis konkurencijos sąlygomis nei pirkėjai, esantys teritorijoje, į kurią importuojama. Prekybos srautų kryptis atliekant vertinimą yra ypač svarbi. Geografinės rinkos aprėptis nebūtinai plečiama, jei prekių tiekimas vyksta ir į kitą teritoriją. Pavyzdžiui, jeigu Lietuvoje esantis nagrinėjamos prekės tiekėjas dėl didelių tos prekės kainų užsienyje ją pelningai eksportuoja į kitą šalį, vien dėl šios aplinkybės tos šalys neturėtų patekti į geografinę rinką, nes Lietuvoje esantiems pirkėjams brangesnės prekės tose šalyse gali nebūti tinkamas pakaitalas pigesnei Lietuvoje tiekiamai prekei net jai pritaikius MRIKP. Tokiomis aplinkybėmis, jei geografinės rinkos būtų apibrėžtos plačiau, siekiant apimti eksporto teritorijas ir importuojamų prekių pristatymą, į atitinkamų rinkų teritorijas gali būti klaidingai įtraukti pirkėjai, kuriems atitinkamas elgesys ar koncentracija greičiausiai turėtų kitokį poveikį. Tai trukdytų, o ne palengvintų konkurencijos vertinimą.

48. Tai, kad konkursuose pasiūlymus gali teikti ūkio subjektai iš skirtingų teritorijų (tarp jų – ir iš skirtingų valstybių), savaime nereiškia, kad geografinė rinka turi būti plečiama įtraukiant minėtas teritorijas. Yra būtina atsižvelgti į tai, ar konkursų pasiūlymai yra konkurencingi⁷³, bei į tai, ar dėl tokios pirkimo procedūros konkurencinės sąlygos tarp skirtingų teritorijų tampa itin panašios.

49. Todėl tais atvejais, kai importas yra didelis, tačiau prekyba tarp tam tikrų geografinių teritorijų arba kiti pasiūlos ir paklausos veiksniai yra nepakankami, kad lemtų pakankamai vienodas konkurencijos sąlygas, Konkurencijos taryba neišplečia atitinkamos geografinės rinkos, kad ji apimtų teritoriją, iš kurios prekės buvo eksportuotos. Tačiau atlikdama konkurencijos vertinimą ir kai

⁷⁰ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo M.8633 Lufthansa / Certain Air Berlin Assets 59 ir tolesnius punktus; M.8672 Easyjet / Certain Air Berlin Assets 53 ir tolesnius punktus ir M.8869 Ryanair / Laudamotion 223 ir tolesnius punktus. Apibrėžiant rinką buvo svarstoma, ar į atitinkamą rinką turėtų būti įtrauktas vienas ar daugiau oro uostų. Todėl atitinkama rinka buvo apibrėžta pagal tiekėjų, o ne pirkėjų buvimo vietą.

⁷¹ Šis požiūris dažnai taikomas pramonės gaminiams, pavyzdžiui, įvairiose su plieno gaminiams susijusiose bylose; žr. bylos M.6471 Outokumpu / Inoxum 244–260 punktus, bylą M.8444 ArcelorMittal / Ilva arba M.8713 Tata Steel / ThyssenKrupp / JV.

⁷² Žr., pavyzdžiui, bylą M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) (162–191 punktai), kurioje Komisija didelės galios dujų turbinų (50 Hz) rinką apibrėžė kaip pasaulinę, išskyrus Kiniją ir Iraną, nes kai kurie pasauliniai tiekėjai susidūrė su kliūtimis tiekti produkciją pirkėjams šiose teritorijose. Taip pat žr. bylą AT.40099 Google Android (406–410 punktai), kurioje Komisija apibrėžė išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų licencijavimo ir „Android“ programėlių parduotuvių rinką kaip pasaulinę, išskyrus Kiniją, nes ūkio subjekto veikla Kinijoje buvo ribojama teisės aktais.

⁷³ Žr., pavyzdžiui, Konkurencijos tarybos nutarimas atsisakyti duoti leidimą vykdyti koncentraciją Lit Egg, UAB įsigyjant uždarosios akcinės bendrovės Girelės paukštynas vištų kiaušinių gavybos verslą ir tokiu būdu įgyjant vienvaldę šio verslo kontrolę, taip pat įsigyjant žemės ūkio bendrovės „Nematekas“ nekilnojamoji turta, reikalingą siekiamam įsigyti verslui vykdyti ir administruoti: „<...> Lenkijos tiekėjai ypatingai retai dalyvauja konkursuose ir dar rečiau teikia konkurencingus pasiūlymus (rečiau nei UAB Girelės paukštynas), įprastai nepatenkant į TOP-3 geriausių pasiūlymą pateikusiu ūkio subjektų“ (plačiau – 199 punktus).

geografinės rinkos apibrėžiamos pagal pirkėjų buvimo vietą, Konkurencijos taryba rinkos dalis apskaičiuoja remdamasi visais pardavimo pirkėjams atitinkamoje geografinėje rinkoje duomenimis, įskaitant ir vietos tiekėjų, ir importuotojų pardavimo duomenis. Atliekant konkurencijos vertinimą yra atsižvelgiama į importo atitinkamoje rinkoje kitais būdais daromą konkurencinį spaudimą, pavyzdžiui, nagrinėjant, ar tikėtina, kad importas ateityje didės, kai konkrečiu atveju reikia atlikti perspektyvinį vertinimą⁷⁴.

50. Vienas iš pavyzdžių, kaip yra atsižvelgiama į prekybos srautus apibrėžiant atitinkamą geografinę rinką ir atliekant konkurencijos vertinimą, yra Komisijos atlikto gatavų plokščių anglinio plieno gaminių rinkos vertinimas⁷⁵. Tuo atveju buvo padaryta išvada, kad kelių rūšių gatavų plokščių anglinio plieno gaminių atitinkamos geografinės rinkos nėra platesnės nei EEE, nes rinkos struktūros įvairiuose pasaulio regionuose skyrėsi, tiekimas regioniniu lygmeniu vyko labai dideliu mastu, o prekių kainos įvairiuose pasaulio regionuose labai skyrėsi. Vis dėlto atliekant konkurencijos vertinimą buvo išsamiai įvertintas importo daromas konkurencinis spaudimas.

III SKYRIUS RINKŲ APIBRĖŽIMO PROCESAS

PIRMASIS SKIRSNIS BENDRAS POŽIŪRIS Į RINKOS APIBRĖŽIMĄ PRAKTIKOJE

51. Praktikoje Konkurencijos taryba dažniausiai gali preliminariai nustatyti labiausiai tikėtinas atitinkamas prekių ir geografines rinkas, kuriose turėtų būti vertinamas konkretus elgesys ar koncentracija. Tai gali būti paremta lengvai prieinama informacija, atitinkamomis rinkomis, apibrėžtomis ankstesniuose Konkurencijos tarybos arba Komisijos bei kitų valstybių sprendimuose tose pačiose ar panašiose pramonės šakose, arba vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pateikta informacija. Dažnai tokių tikėtinų alternatyvių atitinkamų rinkų skaičius yra ribotas. Preliminarus Konkurencijos tarybos atitinkamos prekės ir geografinės rinkos vertinimas arba pradinės darbinės hipotezės gali būti koreguojamos atsižvelgiant į tyrimo metu surinktą medžiagą. Daugeliu atvejų Konkurencijos tarybos sprendime pateikiamam konkurencijos vertinimui struktūrizuoti ir palengvinti pakanka preliminariai išnagrinėti galimus alternatyvius rinkos apibrėžimus, todėl nebūtina atlikti išsamios analizės, kad būtų padaryta galutinė išvada dėl kiekvienos atitinkamos rinkos apibrėžimo. Priklausomai nuo konkretaus atvejo specifikos, Konkurencijos taryba savo sprendimuose gali išdėstyti ir įvertinti alternatyvius rinkos apibrėžimus, pradėdama nuo galimų platesnių arba siauresnių rinkų.

52. Antrajame ir trečiajame šio skyriaus skirsniuose aprašyti įvairūs veiksniai, kurie gali būti svarbūs apibrėžiant atitinkamas prekių ir geografines rinkas, o ketvirtajame skirsnyje aprašyta, kaip yra renkami ir vertinami šių skirtingų veiksnių įrodymai. Tai nereiškia, kad kiekvienoje konkrečioje byloje Konkurencijos taryba turi gauti visų minėtų veiksnių įrodymus ir juos įvertinti. Praktikoje dažnai pakanka įrodymų, susijusių su tam tikru šių veiksnių rinkiniu, kad Konkurencijos taryba galėtų padaryti išvadą dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo.

ANTRASIS SKIRSNIS

⁷⁴ Žr., pavyzdžiui, bylą M.9592 Freudenberg / L&B (50–53 punktai), kurioje Komisija padarė išvadą, kad neaustinių ir kitų audinių rinkos apima bent jau visą EEE, ir leido vykdyti koncentraciją, nes Azijos konkurentai ir toliau darytų pakankamą konkurencinį spaudimą vertinamiems ūkio subjektams (žr. 98–137 punktus dėl neaustinių pirminių kiliminių dangų, skirtų naudoti statyboje, ir 152–180 punktus dėl neaustinių pirminių kiliminių dangų, skirtų naudoti automobiliuose).

⁷⁵ Žr. bylos M.8444 ArcelorMittal / Ilva 7.2.4 skirsnį (320–326 punktai) dėl geografinės rinkos apibrėžimo ir 9.4.5.2–9.4.5.9 skirsnius (637–750 punktai) dėl konkurencijos vertinimo, susijusio su importo daromu spaudimu. Atlikdama konkurencijos vertinimą Komisija atliko išsamią importo daromo konkurencinio spaudimo analizę ir, be kita ko, nustatė, kad didelė importo apimtis pati savaime nėra pakankamo spaudimo kainoms rodiklis, kadangi importas, palyginti su vidaus prekėmis, yra mažiau patikimas tiekimo EEE pirkėjams šaltinis, ir kad empiriniai įrodymai rodo, jog importo reakcija į kainų padidėjimą greičiausiai nepakankama, kad būtų išvengta kainų padidinimo.

APIBRĖŽIANT PREKĖS RINKAS NAUDOJAMI ĮRODYMAI

53. Vadovaudamasi II skyriaus antrajame skirsnyje nurodytais principais, Konkurencijos taryba, apibrėždama atitinkamą prekės rinką, pirmiausia dėmesį skiria įrodymams, susijusiems su paklausos pakeičiamumu, tačiau ji taip pat gali atsižvelgti į įrodymus, susijusius su pasiūlos pakeičiamumu, jei tenkinamos atitinkamos dalies antrajame poskirsnyje nurodytos sąlygos. III skyriaus antrojo skirsnio poskyriuose išvardytos įrodymų kategorijos gali būti svarbios vertinant paklausos ir pasiūlos pakeičiamumą siekiant apibrėžti atitinkamą prekės rinką.

Pirmasis poskyris

Paklausos pakeičiamumui svarbūs įrodymai

Pirmasis poskirsnis

Prekių savybės, kainos, numatoma paskirtis ir bendrieji pirkėjų prioritetai

54. Įrodymai, susiję su tokiais veiksniais kaip prekės savybės (įskaitant ir prekės kokybę ar inovatyvumą), kainos, funkcijos ir numatomas panaudojimas, kurie dažnai yra lengvai prieinami, paprastai yra naudingi nustatant galimų pakaitalų, kurie yra prieinami vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pirkėjams, asortimentą.

55. Tačiau įvertinimo, ar prekės yra panašios pagal stebimas savybes, ar jų kainos ir kainų modeliai yra panašūs⁷⁶, ar prekės yra naudojamos pagal tą pačią numatomą paskirtį⁷⁷, gali nepakakti siekiant nustatyti, ar prekės yra pakaitalai paklausos požiūriu. Ir atvirkščiai, prekės savybių, kainų ir numatomo naudojimo paskirties skirtumai ne visada gali būti pakankami siekiant nustatyti, kad prekės priklauso skirtingoms atitinkamoms prekių rinkoms⁷⁸. Taip yra todėl, kad tokie svarstymai gali tiksliai neatspindėti, kaip pirkėjai vertina skirtingas prekės savybes ir kaip pirkėjai reaguotų į santykinį pasiūlos sąlygų pokyčius, pavyzdžiui, kainos padidinimą.

56. Todėl Konkurencijos taryba vertina pagrindines priežastis, dėl kurių pirkėjai vieną prekę pakeistų arba nepakeistų kita, siekdama nustatyti parametrus, kurie pirkėjams renkantys yra svarbiausi. Pirkėjų pasirinkimą gali lemti ne tik prekės kaina, bet ir įvairūs kiti parametrai, pavyzdžiui, inovatyvumas arba įvairūs kokybės aspektai, kaip nurodyta 16 punkte. Pavyzdžiui, pirkėjai gali atsižvelgti į tai, ar prekė pagaminta naudojant tvarią technologiją⁷⁹. Taip pat gali būti svarbūs platinimo kanalų, įskaitant internetinius ir neinternetinius kanalus⁸⁰, skirtumai arba reguliavimas⁸¹. Be to, pirkėjų pasirinkimas gali priklausyti nuo elgsenos tendencingumo, pavyzdžiui, tendencijos pasirinkti pateiktą numatytąjį pasirinkimą. Nustačiusi parametrus, kurie yra svarbiausi

⁷⁶ Kalbant apie kainų pokyčių laikui bėgant įrodymus, svarbu pastebėti, kad kainų kitimą kartu gali lemti daug įvairių veiksnių, nesusijusių su paklausos pakeičiamumu. Kita vertus, jei nėra kainų kitimą kartu arba yra didėjančių kainų skirtumų, tai paprastai rodo, kad prekės greičiausiai nėra paklausos pakaitalai. Todėl kainų kitimo kartu analizė, įskaitant kiekybinius metodus (kainų koreliacijos ar stacionarumo analizė), iš esmės yra informatyvesnė, kai rodo, kad dvi prekės nėra toje pačioje atitinkamoje rinkoje.

⁷⁷ Pavyzdžiui, Komisija anksčiau yra apibrėžusi atskiras tam tikrų maisto prekių rinkas nepaisant to, kad jų numatoma paskirtis žmogaus mitybos atžvilgiu yra tokia pati. Žr., pavyzdžiui, Sprendimą M.7220 Chiquita Brands International / Fyffes (29–34 punktai), kuriame Komisija bananus apibrėžė kaip atskirą nuo kitų šviežių vaisių prekės rinką.

⁷⁸ Žr., pavyzdžiui, bylą AT.38477 British Airways / SN Brussels (18–21 ir 23 punktai), kurioje nepaisant to, kad geležinkelių ir oro transporto paslaugos maršrutu Briuselis–Londonas skiriasi pagal prekės savybes, turimi įrodymai rodė, kad tarp šių paslaugų esama įvairiarišės konkurencijos, todėl Komisija padarė išvadą, kad atitinkama rinka yra platesnė nei tiesioginės oro transporto paslaugos, ir įtraukė geležinkelių transportą.

⁷⁹ Žr., pavyzdžiui, bylą M.10702 KPS Capital Partners / Real Alloy Europe (59–61 punktai), kurioje Komisija įvertino druskų šlako perdirbimo rinką, atsižvelgdama į gamyboje naudojamą technologiją, t. y. beatliekio ir atliekinio perdirbimo technologiją. Taip pat žr. bylą M.10658 Norsk Hydro / Alumetal (132–137 punktai), kurioje Komisija įvertino, ar mažo anglies dioksido pėdsako pažangūs aliuminio liejyklų lydiniai sudaro prekės rinką, kuri skiriasi nuo kitų pažangių aliuminio liejyklų lydinių, ir galiausiai šiuo atžvilgiu prekės rinkos apibrėžimą paliko atviru.

⁸⁰ Siekiant nustatyti, ar internetiniai ir neinternetiniai pardavimo kanalai priklauso ar nepriklauso tai pačiai prekės rinkai, galima įvertinti, ar klientai mano, kad šie kanalai pasižymi skirtingomis savybėmis, pavyzdžiui, kainų lygiu, klientų aptarnavimo kokybe, pristatymo laiku ir logistikos išlaidomis, darbo laiku, poreikiu prieš perkant išbandyti prekę ir abiejų kanalų siūlomų prekių asortimento skirtumais. Žr., pavyzdžiui, bylą M.8394 Essilor / Luxottica (83–89 ir 139 punktai), kurioje Komisija vertino, ar mažmeninės prekybos optikos prekėmis rinka turėtų būti suskirstyta į internetinių ir neinternetinių kanalų segmentus.

⁸¹ Pavyzdžiui, reguliavimo sistemoje gali būti nustatyta, kad išduodami vaistus vaistininkai tam tikromis sąlygomis turi automatiškai pakeisti originalią vaisto versiją pigesne generine versija.

pirkėjų (bei vartotojų) pasirinkimui, Konkurencijos taryba gali palyginti prekes pagal šiuos parametrus, o tai yra informatyvu siekiant įvertinti jų pakeičiamumą.

Antrasis poskirsnis Ankstesnio pakeičiamumo įrodymai

57. Tam tikrais atvejais gali būti skirtingų prekių pakeičiamumo, kuris vyko praityje po struktūrinių pokyčių, įvykių ar sukrėtimų rinkoje, įrodymų. Tokie įrodymai gali suteikti daug informacijos apie paklausos pakeičiamumą, ypač kai pakeitimą lemia išorinis⁸² vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekių santykinų pasiūlos sąlygų pokytis – netikėtas kainų šuolis ar kitas panašus įvykis. Naujų prekių pateikimas į rinką taip pat gali suteikti naudingos informacijos, kai galima tiksliai išanalizuoti, kurių prekių pardavimas sumažėjo dėl naujos prekės⁸³. Be to, informacijos apie pakeičiamumo modelius gali suteikti kiekių pokyčiai, susiję su reakcija į tiekėjo pasitraukimą iš rinkos arba tam tikrų prekių (laikinu) neprieinamumu (pavyzdžiui, dėl gamybos sustabdymo ar nutraukimo arba tiekimo grandinės sutrikimų)⁸⁴. Vis dėlto reakcija į reikšmingą pokytį, pavyzdžiui, visišką prekės neprieinamumą ar naujos prekės pateikimą, ne visada gali rodyti, kaip pirkėjai reaguotų į mažesnius santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius.

58. Kai kuriais atvejais įprastinės veiklos metu ūkio subjektai taip pat gali rinkti aktualią informaciją apie savo prekių pakaitalus. Pavyzdžiui, ūkio subjektas gali turėti duomenų apie įgytus ir prarastus pirkėjus ir žinoti, kurie konkurentai tuos pirkėjus prarado (įgijo). Priešingai, įrodymai, kad pirkėjai prekės atsisako dėl veiksmų, nesusijusių su santykinų pasiūlos sąlygų pokyčiais (pavyzdžiui, ilgainiui pasikeičia prioritetai ar vartojimo įpročiai bei modeliai), informacijos apie paklausos pakeičiamumą suteikia mažiau⁸⁵.

59. Jei yra pakankamai duomenų apie ankstesnį pakeičiamumą, gali būti įmanoma apskaičiuoti kiekybinius įvairių prekių pakeičiamumo rodiklius. Pavyzdžiui, prekių, kurios galėtų būti pakaitalais, nukreipimo koeficientus. Šiais rodikliais įvertinama prarasta nagrinėjamos prekės pardavimo apimties dalis, kuri reaguojant į santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius perorientuojama prie kiekvienos prekės, kuri galėtų būti tinkamas pakaitalas. Be to, taikant ekonometrinius metodus, gali būti įmanoma įvertinti prekės paklausos elastingumą savo kainos atžvilgiu⁸⁶ ir jo paklausos elastingumą kitos prekės kainos atžvilgiu (kryžminį elastingumą)⁸⁷ ⁸⁸. Kad tokiais kiekybiniais įrodymais būtų galima pasikliauti, jie turi būti pakankamai patikimi.

Trečiasis poskirsnis Hipotetinio pakeičiamumo įrodymai

⁸² Išorinį pasiūlos sąlygų pokytį arba sukrėtimą sukelia netikėti, tiesioginio poveikio paklausai neturintys įvykiai.

⁸³ Žr., pavyzdžiui, bylos M.5335 Lufthansa / SN Airholding 96, 100 ir 101 punktus. Komisija vertino, ar Antverpeno oro uostas gali pakeisti Briuselio oro uostą. Šioje byloje ji laikėsi nuomonės, kad ūkio subjektui „VLM Airlines“ pradėjus vykdyti skrydžius maršrutu Antverpenas–Mančesteris būtų konkuruojama su ūkio subjekto SN skrydžiais maršrutu Briuselis–Mančesteris.

⁸⁴ Žr., pavyzdžiui, bylos M.6576 Munksjö / Ahlstrom 189 punktą. Komisija, vertindama atitinkamą impregnuotojo popieriaus prekės rinką, atsižvelgė į tai, kad konkurentas nutraukė impregnuotojo popieriaus gamybą, ir įvertino, kurie konkurentai perėmė jo pirkėjus.

⁸⁵ Žr., pavyzdžiui, bylos M.6576 Munksjö / Ahlstrom 248 punktą. Komisija nustatė, kad nustatytą standartinio dekoratyvinio popieriaus pakeitimą impregnuotoju popieriumi baldų pramonėje daugiausia lėmė strateginiai stambaus pirkėjo, esančio tolimesnėje vertės grandinės dalyje, investiciniai sprendimai, todėl trumpalaikiai santykinų impregnuotojo popieriaus kainų pokyčiai pakeitimo nelėmė ir nesustiprino.

⁸⁶ Prekės A paklausos elastingumas savo kainos atžvilgiu – tai prekės A paklausos reakcijos (t. y. numatomo procentinio paklausos kiekio pokyčio) į prekės A kainos pokytį vienu procentu rodiklis. Prekių A ir B kryžminis elastingumas kainos atžvilgiu – tai prekės A paklausos reakcija į prekės B kainos pokytį vienu procentu.

⁸⁷ Žr., pavyzdžiui, bylą M.5658 Unilever / Sara Lee. Komisija naudojo ekonometrinius paklausos elastingumo įverčius, apskaičiuotus panaudojus iš skenerių gautus duomenis, kad atliktų MARIK testą ir nustatytų, ar vyrams ir ne vyrams skirti dezodorantai priklauso tai pačiai atitinkamai prekės rinkai.

Komisija gali naudoti ankstesnio pakeičiamumo įrodymus ne tik rinkoms apibrėžti, bet ir konkurencijos vertinimui atlikti, ypač siekdama nustatyti, ar vertinamas (-i) ūkio subjektas (-ai) artimai konkuruoja tarpusavyje, arba atlikdama kiekybinį galimo poveikio konkurencijai vertinimą. Žr., pavyzdžiui, bylos M.8792 T-Mobile NL / Tele2 NL 704–720 ir 798–823 punktus.

⁸⁸ Nukreipimo koeficientai arba (kryžminio) paklausos elastingumo įrodymai gali būti svarbūs nustatant pakaitalus, kuriuos būtų galima įtraukti į numatomą prekės rinką bei taikant MARIK testą.

60. Konkurencijos taryba taip pat gali remtis informacija apie tai, kaip pirkėjai gali reaguoti į hipotetinius santykinų pasiūlos sąlygų pokyčius (hipotetinis pakeičiamumas). Remiantis pagrįstais pirkėjų ir konkurentų atsakymais į klausimus apie tokį hipotetinį pakeičiamumą, galima gauti informacijos prekėms-pakaitalams nustatyti. Kai kuriais atvejais hipotetinio pakeičiamumo įrodymų taip pat galima gauti iš reprezentatyviosios imties pirkėjų apklausų. Hipotetinio pakeičiamumo įrodymai gali būti vieninteliai turimi tiesioginiai (kiekybiniai) paklausos pakeičiamumo įrodymai ir suteikti informacijos vertinimui atlikti. Vis dėlto hipotetinio pakeičiamumo įrodymai gali būti mažiau patikimi nei faktinio pakeičiamumo įrodymai, nes hipotetinis paklausos pakeičiamumas nedaro faktinio poveikio pirkėjams arba jei yra kitų elgsenos tendencingumų. Rinkos dalyvių nuomonė apie hipotetinį alternatyvios prekės tikėtiną naudojimą arba naudojimo mastą gali būti nepakankamai patikima, išsami ar tiksli, kad būtų galima įvertinti paklausos elastingumą. Tačiau tai vertinama kiekvienu konkrečiu atveju atskirai ir priklauso nuo turimų įrodymų patikimumo.

61. Sparčiai besivystančiose pramonės šakose, ypač tose, kuriose būdinga sparti technologinė pažanga (pavyzdžiui, skaitmeniniame sektoriuje), naujų ar naujai sukurtų prekių arba procesų pateikimas ir technologiniai ar reguliavimo pokyčiai gali lemti struktūrinius rinkos pokyčius, veikiančius esamą konkurencijos dinamiką ir bendrą reakciją į santykinę pasiūlos sąlygas. Tokiais atvejais Konkurencijos taryba, laikydama 23 punkte nustatytų sąlygų, gali atsižvelgti į numatomus pakeičiamumo galimybių pokyčius, atsirandančius dėl konkurencinės dinamikos pokyčių.

Ketvirtasis poskirsnis

Pramonės atstovų nuomone pagrįsti konkurencinio spaudimo įrodymai

62. Ūkio subjektai paprastai stebi konkurenciją rinkoje. Ją taip pat gali stebėti pramonės asociacijos arba ekspertai. Nors tokia pramonės atstovų nuomonė apie rinkos ribas nebūtinai atitinka atitinkamos rinkos sąvoką pagal konkurencijos teisę, informacija apie tai, kurie ūkio subjektai laiko vienas kitą (artimais) konkurentais, taip pat kitų rinkos dalyvių ir pramonės ekspertų nuomonė apie konkurencinį spaudimą gali būti naudinga paklausos pakeičiamumui įvertinti. Tai ypač taikytina tais atvejais, kai nuomonės, kad tam tikri ūkio subjektai yra (artimi) konkurentai, atitinka Konkurencijos tarybos taikomus rinkos apibrėžimo principus, t. y. kai pirkėjai minėtų ūkio subjektų prekes laiko pakaitalais.

Penktasis poskirsnis

Su paklausos nukreipimu galimais pakaitalams susijusios kliūtys ir kaštai

63. Yra įvairių galimų pakeičiamumo kliūčių ir keitimo kaštų. Šios kliūtys ir kaštai gali būti įvairios kilmės, pavyzdžiui, sutartiniai įsipareigojimai, alternatyvių prekių paieškos kaštai, netikrumas dėl alternatyvių prekių kokybės ir reputacijos, mokymosi naudotis kitomis prekėmis arba savo gamybos procesų pritaikymo kaštai, prekės ženklo atpažįstamumas, reguliavimo kliūtys arba kitos valstybės intervencijos formos, tinklo efekto buvimas⁸⁹, duomenų perkeliavimo kaštai, sąveikumo⁹⁰ su kitomis prekėmis mastas arba kitų tipų priklausomybė, susijusi su duomenimis, prekių integravimu ar naudojimo papildomumu.

64. Kliūčių keisti prekę taip pat gali atsirasti, jei pirkėjai vieno pardavimo kanalo negali pakeisti kitu. Pavyzdžiui, konkurencinis spaudimas tiekiant automobilių dalis originalios įrangos rinkai gali skirtis nuo konkurencinio spaudimo jas tiekiant kaip atsargines dalis, taigi pirkėjai, šias dalis perkantys kaip atsargines, negali jų gauti originalios įrangos gamintojams siūlomomis sąlygomis. Dėl to gali būti apibrėžtos dvi atskiros atitinkamos prekės rinkos.

Šeštasis poskirsnis

MRIKP testo taikymas

⁸⁹ Tinklo efektas yra tada, kai prekės A vertė svyruoja (tiesiogiai arba atvirkščiai) kintant tos prekės vartotojų skaičiui.

⁹⁰ Taip būtų, pavyzdžiui, tuo atveju, kai prekių pogrupis neveikia kartu su kita preke, todėl keisdami prekę pirkėjai patiria papildomų kaštų.

65. Kai kuriais atvejais atitinkamos rinkos ribas taip pat galima nustatyti kiekybiškai įvertinus, ar MRIKP būtų pelningas hipotetiniam monopolistui⁹¹. MRIKP testo taikymo pavyzdys yra kritinių praradimų analizė⁹². Atliekant kritinių praradimų analizę paprastai nustatoma, kiek daugiausia gali sumažėti pardavimo apimtis, kad hipotetiniam monopolistui būtų pelninga atlikti MRIKP. Tada kritiniai praradimai lyginami su tikėtino faktinio pardavimo apimties sumažėjimo dėl MRIKP įverčiu. Jei kritiniai praradimai yra didesni už tikėtiną faktinį apimties sumažėjimą, MRIKP būtų pelningas, o tai rodo, kad prekės numatomoje rinkoje sudaro atitinkamą prekės rinką. Pagal priešingą scenarijų gali tekti išplėsti numatomą rinką. Atliktinos analizės ypatumai priklauso nuo konkrečių kiekvieno atvejo aplinkybių. Atliekant kritinių praradimų analizę, taip pat yra atsižvelgiama į tai, kad nustatyta didelė procentinė pelno marža reiškia ne tik nedidelio masto kritinius praradimus, bet ir gali reikšti mažą faktinį paklausos elastingumą (taigi ir nedidelio masto faktinį apimties sumažėjimą), ir atvirkščiai⁹³.

Antrasis poskyris

Pasiūlos pakeičiamumui svarbūs įrodymai

Pirmasis poskirsnis

Ankstesnio pakeičiamumo įrodymai

66. Vertindama pasiūlos pakeičiamumą, Konkurencijos taryba gali atsižvelgti į ūkio subjektų pateiktus perteklinių pajėgumų, gebėjimo perkelti gamybą ir pasiūlą trumpuoju laikotarpiu ir turimų paskatų tai padaryti, įrodymus. Ypač svarbūs yra ankstesnio atitinkamų prekių gamybos ar pasiūlos perkėlimo, reaguojant į išorinius pasiūlos ar paklausos sąlygų pokyčius (pavyzdžiui, įprastinės veiklos metu gaminamos skirtingos kokybės ar klasės prekės), įrodymai. Priešingai, nesant ankstesnio pasiūlos pakeičiamumo įrodymų, Konkurencijos taryba gali manyti, kad mažiau tikėtina, jog tokio pakeičiamumo poveikis būtų lygiavertis paklausos pakeičiamumo poveikiui veiksmingumo ir staigumo atžvilgiu.

Antrasis poskirsnis

Su pasiūlos keitimu susijusios kliūtys ir kaštai

67. Konkurencijos taryba, vertindama galimybę išplėsti rinką pasiūlos pakeičiamumo pagrindu, atsižvelgia į įvairias kliūtis ir kaštus. Pavyzdžiui, ji atsižvelgia į tai, ar norėdami keisti gamybą arba tiekimą ūkio subjektai turi skirti konkrečių kapitalo investicijų arba konkrečių investicijų į gamybos procesus, mokymąsi ir žmogiškąjį kapitalą, prekės ženklo sukūrimą ar pavadinimo žinomumo užtikrinimą, prieigą prie duomenų, gamybos priemonių pertvarkymo kaštus, arba kitų investicijų. Be to, gali būti svarbi informacija apie esamas teisineis ar administracines kliūtis, pavyzdžiui, būtinybę turėti tam tikrą licenciją, arba strateginio pobūdžio kliūtis, galinčias daryti poveikį gamybos ar tiekimo keitimui, pavyzdžiui, sutartinius ryšius ar išimtinumo susitarimus. Taip pat yra analizuojamos ūkio subjektų turimos paskatos keisti gamybą arba tiekimą, įskaitant tai, ar dėl tokio keitimo sumažėtų kitų prekių pardavimai, ir jų noras keisti gamybą arba tiekimą. Net esant galimybei gaminti naują prekę, ūkio subjektai gali nebūti suinteresuoti to daryti, jeigu pirkėjai yra lojalūs nagrinėjamioms prekėms arba nevertina naujos prekės kaip tinkamos alternatyvos. Kaip paašškinta 42 punkte, kai tokios kliūtys ar kaštai nėra nereikšmingi, Konkurencijos taryba atlikdama

⁹¹ Komisija pritaikė MRIKP testą, pavyzdžiui, byloje M.5658 Unilever / Sara Lee (92–94 punktai ir Techninio priedo 5.3 skirsnis). Taip pat LVAT 2016 m. gegužės 2 d. sprendimas adm. byloje Nr. A-97-858/2016, *UAB „Eturas“ ir kt. prieš Konkurencijos tarybą*.

⁹² Žr., pavyzdžiui, bylos M.9076 Novelis / Aleris I priedo 2.1.2 skirsni. Be to, Komisija kritinių praradimų analizę taikė byloje M.4734 Ineos / Kerling (95–105 punktai), tačiau galiausiai nustatė, kad rezultatai buvo neįtikinami.

⁹³ Kai nustatyta, kad procentinės pelno maržos yra didelės, tai sumažėjus apimčiai prarandama santykinai didelė pelno dalis. Tai reiškia, kad hipotetiniam monopolistui nepelninga didinti kainų net ir tuo atveju, kai kritiniai parduodamo kiekio praradimai yra nedideli. Kita vertus, nustatytos didelės pelno maržos gali reikšti, kad tikėtinas faktinis apimties sumažėjimas taip pat yra santykinai nedidelio masto, nes kitaip ūkio subjektas nebūtų padidinęs kainų iki stebimo lygio ir jam būtų buvę pelninga jas mažinti.

konkurencijos vertinimą veikiau atsižvelgia į tokių ūkio subjektų daromą konkurencinį spaudimą (jei jis yra), o ne išplečia atitinkamą rinką.

TREČIASIS SKIRSNIS

ĮRODYMAI, NAUDOJAMI APIBRĖŽIANT GEOGRAFINES RINKAS

68. Konkurencijos taryba paprastai gali preliminariai nuspręsti, ar numatoma geografinė rinką yra lokali, nacionalinė, regioninė, visa EEE, platesnė nei EEE ar pasaulinė, remdamasi preliminaria informacija apie atitinkamų prekių pirkėjų pirkimo elgseną ir prioritetus. Paskui yra tiriama, ar visoje numatomoje rinkoje konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos, kad būtų galima įvertinti elgesio arba koncentracijos poveikį, ir ar numatomą rinką galima atskirti nuo kitų teritorijų, nes jose konkurencijos sąlygos reikšmingai skiriasi.

69. Tie patys kiekybiniai testai, taikomi apibrėžiant prekės rinką, gali būti naudojami taip pat ir geografinės rinkos apibrėžimui, atsižvelgiant į tokius veiksnius kaip valiutų kursų pokyčiai, apmokestinimas, prekių diferencijavimas ir teisinis reguliavimas.

70. Žemiau nurodytos įrodymų kategorijos gali būti svarbios apibrėžiant atitinkamą geografinę rinką.

Pirmasis poskyris

Atitinkamos geografinės rinkos apibrėžimui svarbių įrodymų kategorijos

Pirmasis poskirsnis

Esami tiekėjai, rinkos dalys ir kainos

71. Kai skirtingose geografinėse teritorijose pirkėjai turi prieigą prie tų pačių faktinių ir potencialių tiekėjų ir kai tų tiekėjų rinkos dalys skirtingose teritorijose yra panašios, tai paprastai yra pirmas požymis, kad konkurencijos sąlygos yra pakankamai vienodos ir tas teritorijas galima priskirti tai pačiai atitinkamai geografinėi rinkai. Priešingai, kai šių tiekėjų rinkos dalys skirtingose geografinėse teritorijose labai skiriasi, tai paprastai rodo, kad konkurencijos sąlygos šiose teritorijose nėra pakankamai vienodos.

72. Naudingų įrodymų gali suteikti preliminari kainodaros ir kainų skirtumų analizė. Tam tikrais atvejais gali būti įrodymų apie kainų pokyčius skirtingose teritorijose ir pirkėjų reakciją į šiuos pasikeitimus. Dažniausiai galima tikėtis, kad vienodos konkurencijos sąlygos skirtingose teritorijose lems tų pačių prekių panašias kainas. Toks panašumas taip pat gali būti arbitražo skirtingose teritorijose rezultatas, t. y. proceso, kurio metu didesnės kainos vienoje teritorijoje gali paskatinti arbitražo dalyvius pirkti mažų kainų teritorijoje ir perparduoti didelių kainų teritorijoje, kol kainos susilygina tiek, kad toks arbitražas tampa nepelningas. Konkurencijos taryba taip pat gali įvertinti, ar tiekėjai skirtingose vietose esantiems pirkėjams siūlo nevienodas tiekimo sąlygas, nes tai gali daryti poveikį tam, ar rinką galima apibrėžti pagal tiekėjų buvimo vietą⁹⁴.

73. Vis dėlto, apibrėžiant geografinę rinką, rinkos dalių ir kainų analizės duomenys savaime nėra lemiamas veiksnys⁹⁵. Todėl paprastai yra tiriamos priežastys, dėl kurių susiklostė tam tikra rinkos dalių ar kainų konfigūracija, taip pat vertinami kiti rodikliai.

Antrasis poskirsnis

Pirkėjų prioritetai ir pirkimo elgsena

⁹⁴ Žr. 45–46 punktus. Taip pat žr. 80 punktą.

⁹⁵ Apibrėžiant geografinę rinką lemiamo poveikio savaime nedaro ir kiekybiniai kainų kitimo kartu pokyčių vertinimo metodai, pavyzdžiui, kainų koreliacijos ar stacionarumo analizė. Kaip nurodyta 76 išnašoje, bendrus kainų pokyčius gali lemti ne tik esamas arbitražas, bet ir daug įvairių veiksnių. Todėl tokie bendri kainų pokyčiai gali klaidingai rodyti, kad dvi teritorijos priklauso tai pačiai atitinkamai geografinėi rinkai, nors konkurencijos sąlygos šiose teritorijose nėra pakankamai vienodos. Kita vertus, bendrų kainų pokyčių nebuvimas paprastai rodo, kad konkurencijos sąlygos nėra pakankamai vienodos. Todėl bendrų kainų pokyčių analizė iš esmės yra informatyvesnė, jei ji rodo, kad skirtingos teritorijos nepriklauso tai pačiai rinkai.

74. Kultūros, kalbos, gyvenimo būdo, demografijos ar socialinės ir ekonominės padėties skirtumai gali lemti vietinius, nacionalinius ar regioninius prioritetus tam tikroms prekėms ar prekės ženklams⁹⁶. Tai gali paveikti skirtingų ūkio subjektų konkurencinę padėtį skirtingose teritorijose. Tikėtina, kad skirtingose teritorijose esančių pirkėjų prioritetų skirtumai gali lemti nevienodą pirkimo elgseną, taigi, turi didelį potencialą apriboti geografinę rinkos aprėptį.

75. Konkrečiai, kai prekių, kurias pirkėjai laiko vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) prekių pakaitalais, rinkiniai skiriasi įvairiose geografinėse teritorijose, dažniausiai yra stiprus požymis, kad konkurencijos sąlygos nėra pakankamai vienodos, kad tos teritorijos priklausytų tai pačiai geografinei rinkai.

76. Įrodymai apie netolimoje praeityje vykusį užsakymų nukreipimą į kitas teritorijas taip pat gali būti naudojami geografinės rinkos apibrėžimui.

77. Pirkėjų dabartinio pirkimo geografijos tyrimas gali suteikti naudingų įžvalgų, iš kurių matyti pirkėjų prioritetų ir konkurencijos sąlygų panašumus ar skirtumus. Pavyzdžiui, kai pirkėjai tų pačių tiekėjų paslaugomis (panašiomis sąlygomis) gali naudotis visoje Lietuvoje, o pateikti konkurencingus pasiūlymus gali ūkio subjektai iš visos Lietuvos (ir faktiškai pateikia juos), tai tokiu atveju geografinė rinka Konkurencijos taryba paprastai laikys visą Lietuvos Respublikos teritoriją; jei nėra kitų tokiai išvadai prieštaraujančių veiksnių. Analogiškai, kai pirkėjai tų pačių tiekėjų paslaugomis (panašiomis sąlygomis) gali naudotis platesnėje teritorijoje, geografinė rinka greičiausiai bus apibrėžta plačiau, jei nėra kitų tokiai išvadai prieštaraujančių veiksnių^{97 98}. Rinka taip pat gali būti apibrėžiama plačiau neįtraukiant tam tikrų teritorijų⁹⁹, pavyzdžiui, jei yra didelių patekimo į rinką kliūčių arba kitų kliūčių, trukdančių pirkėjams vykdyti įsigijimą platesniu mastu. Tokiais atvejais (ir kai geografinės rinkos apibrėžiamos pagal pirkėjų buvimo vietą) bet koks importas iš neįtrauktų teritorijų į apibrėžtą geografinę rinką būtų įtraukiamas apskaičiuojant rinkos dalis¹⁰⁰, o atliekant konkurencijos vertinimą turėtų būti analizuojama, ar toks importas galėtų daryti spaudimą vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) atitinkamoje rinkoje.

Trečiasis poskirsnis

Su tiekimu skirtingose teritorijose esantiems pirkėjams susijusios kliūtys ir kaštai

78. Konkurencijos taryba vertina, ar tiekėjai gali ir nori siūlyti prekes konkurencingomis sąlygomis visoje numatomoje rinkoje, ar yra kliūčių arba kaštų, dėl kurių tiekėjas negali arba jam nėra patrauklu aptarnauti pirkėjus konkurencingomis sąlygomis tose teritorijose, kuriose jis šiuo metu neaptarnauja. Atliekant šį vertinimą, be kita ko, tiriama, ar pirkėjų prioritetų patenkinimui tiekėjams

⁹⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos AT.39740 Google search (Shopping) 253–254 punktus. Komisija bendrosios paieškos rinką kaip nacionalinę apibrėžė dėl kalbos prioritetų, nors šiomis paslaugomis vartotojai gali naudotis bet kurioje pasaulio vietoje. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.7220 Chiquita / Fyffes 119–131 punktus. Komisija pripažino, kad bananai daugiausia buvo tiekiami iš EEE nepriklausančių šalių, bet atsižvelgdama į nacionalinius prioritetus rinką apibrėžė nacionaliniu lygmeniu. Iš šio pavyzdžio taip pat matyti, kad vieno tiekėjo ar tų pačių tiekėjų veikimas EEE arba visame pasaulyje gali atitikti nacionaliniu lygmeniu apibrėžtas geografines rinkas.

⁹⁷ Tokių pavyzdžių yra pagrindinių metalo prekių (pavyzdžiui, aliuminio ar plieno) gamybos ir tiekimo rinkose. Žr., pavyzdžiui, bylą M.9076 Novelis / Aleris. Atlikusi tyrimą Komisija patvirtino, kad pirkėjai prioritetą teikė automobilių kėbulų aliuminio lakštų įsigijimui iš EEE įsikūrusių tiekėjų, todėl apibrėžta atitinkama geografinė rinka – visa EEE. Dėl panašių priežasčių byloje M.6471 Outokumpu / Inoxum plokščių nerūdijančiojo plieno gaminių rinkose atitinkama šaltai valcuoto nerūdijančiojo plieno ir baltų karštojo valcavimo nerūdijančiojo plieno juostų geografinė rinka apibrėžta kaip ne platesnė nei EEE (241–243 ir 244–260 punktai). Ugniai atsparių prekių rinka taip pat buvo apibrėžta kaip visos EEE, be kita ko, dėl to, kad pirkėjai didelį prioritetą teikė įsigijimui iš EEE įsikūrusių tiekėjų (žr. bylos M.8286 RHI / Magnesita Refratarios 55–57 ir 61 punktus).

⁹⁸ Pavyzdžiui, civilinių orlaivių ir erdvėlaivių prekių rinkose pirkėjai įsigyja originalią orlaivių įrangą ir orlaivių ir erdvėlaivių sistemas bei komponentus iš tų pačių tiekėjų visame pasaulyje, todėl Komisija nustatė, kad atitinkama geografinė šių prekių rinka buvo pasaulinė rinka. Žr., pavyzdžiui, bylą M.8658 UTC / Rockwell Collins 204, 205 ir 207 punktus, M.8425 Safran / Zodiac Aerospace 298 punktą, M.8948 Spirit / Asco, 37–38 punktus.

⁹⁹ Komisija taip pat gali apibrėžti pasaulinę rinką, bet į ją neįtraukti tik tam tikrų teritorijų, kuriose konkurencijos sąlygos skiriasi, pavyzdžiui, bylos M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) 162–191 punktai (žr. šio pranešimo 67 išnašą). Panašiai, pavyzdžiui, bylos M. 8677 Siemens / Alstom 133 punkte, Komisija nustatė, kad atitinkama geografinė greitųjų ir labai greitų traukinių rinka galėtų būti pasaulinė rinka, išskyrus Kiniją, Pietų Korėją ir Japoniją, nes šiose trijose šalyse užsienio tiekėjams buvo neveikiamų kliūčių patekti į rinką. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.6541 Glencore / Xstrata 43–45 punktus. Komisija vertino galimas geografines rinkas, apibrėžtas kaip pasaulinės rinkos, išskyrus Kiniją, nes eksportas iš Kinijos buvo nedidelis, pramonės analitikai duomenis apie Kiniją ir likusias pasaulio šalis teikė atskirai, o dalis rinkos dalyvių pritarė tokiam geografiniam skirstymui.

¹⁰⁰ Žr. 122 punktą.

būtina turėti vietos padalinį arba prieigą prie platinimo tinklo ar atitinkamų platinimo kanalų tam, kad galėtų parduoti visoje numatomoje rinkoje. Taip pat tiriama reguliavimo sistema, t. y. valstybės veiksmais sukurtos bet kokio pobūdžio kliūtys, kurios gali paveikti tiekėjus iš kitų teritorijų. Tokios kliūtys gali būti, pavyzdžiui, viešųjų pirkimų taisyklės, valstybės subsidijos, kainų reguliavimas, prekybą ar gamybą ribojančios kvotos ir tarifai, techniniai standartai, kalbos reikalavimai, teisinės monopolijos, įsisteigimo laisvės apribojimai, administracinių leidimų reikalavimai (pavyzdžiui, licencijos ir leidimai) arba kitas konkrečių sektorių reguliavimas. Tokios kliūtys gali reikšmingai apriboti konkurencinį spaudimą, kurį tam tikroje teritorijoje esantiems tiekėjams daro už jos ribų esantys tiekėjai, ir taip lemia skirtingas konkurencijos sąlygas. Tos pačios kliūtys taip pat gali trukdyti pirkėjams pirkti iš kitose teritorijose esančių tiekėjų.

79. Ir atvirkščiai, reguliavimo sistema, ypač reguliavimo harmonizavimas (pavyzdžiui, Europos Sąjungos arba pasauliniu lygiu), gali sumažinti prekybos kliūčių ir rodyti, kad geografinės rinkos yra platesnės arba gali tapti platesnės ateityje. Kai reguliavimo kliūtys pašalinamos, Konkurencijos taryba įvertina atitinkamus įrodymus, iš kurių matyti struktūriniai rinkos pokyčiai (pavyzdžiui, su kainomis, rinkos dalimis arba prekybos modeliais susijusius įrodymus).

Ketvirtasis poskirsnis

Su atstumu susiję veiksniai, transporto kaštai ir pasiekiamumo zonos

80. Kai kuriose rinkose tiekėjų konkurencinė padėtis gali priklausyti nuo atstumo tarp kiekvieno tiekėjo ir pirkėjo. Pavyzdžiui, transporto kaštai gali sudaryti svarbią tam tikrų prekių įsigijimo išlaidų dalį, todėl tiekėjai, esantys didesniu atstumu nuo pirkėjo, gali atsidurti labai nepalankioje konkurencinėje padėtyje, palyginti su arčiau pirkėjo esančiais tiekėjais. Panašų poveikį gali daryti ir kiti veiksniai, pavyzdžiui, tiekimo saugumas, tvarumo aspektai¹⁰¹, prekių galiojimo laikas ar prieinamumas. Be to, aplink pirkėjus apibrėžtose rinkose svarbus veiksnys gali būti kelionės atstumas arba kelionės trukmė iki tiekėjo. Tai paprastai aktualu, pavyzdžiui, oro uostų, prekybos centrų ar degalinių atveju.

81. Tokiomis aplinkybėmis tikėtina, kad rinkos gali būti geografiškai diferencijuotos, nes konkurencijos sąlygų kitimas priklauso nuo atstumo tarp kiekvieno tiekėjo ir pirkėjo¹⁰². Tokiais atvejais Konkurencijos taryba gali apibrėžti geografinę rinką remdamasi pasiekiamumo zonomis (angl. *catchment areas*). Jos gali būti nustatomos pagal pirkėjų arba tiekėjų buvimo vietą, atsižvelgiant į konkretaus atvejo ypatybes ir į tai, ar tiekėjų nustatytų sąlygų, kuriomis jie siūlo prekes, skirtumai priklauso nuo pirkėjo geografinės teritorijos arba buvimo vietos. Jei tokios diskriminacijos nėra, pasiekiamumo zonos dažnai nustatomos aplink tiekėjų buvimo vietas. Rinkose, kuriose kainos nustatomos konkretiems pirkėjams, paprastai pageidautina įvertinti konkurencijos sąlygas įvairiose pirkėjų buvimo vietose ir pasiekiamumo zonas nustatyti aplink tas vietas¹⁰³. Kai to padaryti neįmanoma, nes, pavyzdžiui, pirkėjų yra daug ir jie išsisklaidę arba nėra informacijos apie konkurentų pirkėjų buvimo vietą, Konkurencijos taryba pasiekiamumo zonas gali nustatyti aplink tiekėjų buvimo vietas.

82. Vertinant pasiekiamumo zonas dažniausiai skaičiuojamas pirkėjų kelionės atstumas ar kelionės laikas (tokiu atveju jos vadinamos izochronomis) arba pristatymo atstumas ar pristatymo laikas visoje vietovėje, kurioje atliekama tam tikra pardavimų dalis. Nustatytos pasiekiamumo zonos paprastai turi atspindėti daugumos pirkėjų pirkimo modelius/įpročius¹⁰⁴. Pasiekiamumo zonas galima nustatyti pagal faktinį pristatymo, kelionės atstumą ar laiką ir (arba) jie gali būti grindžiami rinkos dalyvių nuomone. Tuo remiantis paprastai yra laikoma, kad pasiekiamumo zonos turi apimti 80 proc.

¹⁰¹ Žr., pavyzdžiui, bylos M.10047 Schwarz Group / Suez Waste management companies 56–58 punktus. Komisija, apibrėždama geografinę lengvųjų pakuočių rūšiavimo rinką, atsižvelgė į ekologinius kaštus kaip į vieną iš svarbių veiksnių.

¹⁰² Taip pat žr. IV skyriaus pirmąjį skirsnį „Rinkos apibrėžimas esant reikšminga diferenciacijai“.

¹⁰³ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7408 Cargill / ADM Chocolate Business, susijusios su pramoninio šokolado rinką, 99–102 ir 113–114 punktus. Komisija išanalizavo bendras rinkos dalis pasiekiamumo zonose, nustatytose aplink atskirų pirkėjų buvimo vietas. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.7567 Ball / Rexam, susijusios su gėrimų skardinių rinką, 642–644 ir 663–670 punktus. Komisija kiekvienoje pasiekiamumo zonoje, nustatytoje pagal pirkėjų buvimo vietas, įvertino pajėgumus ir pardavimo apimties dalis.

¹⁰⁴ Jei būtų nustatomos visų pirkėjų pirkimo modelius atspindinčios pasiekiamumo zonos, jos dėl nustatytų išskirčių dažnai būtų neįtikėtina didelės.

pardavimų apimties arba pirkėjų skaičiaus¹⁰⁵. Atsižvelgiant į konkrečias rinkos aplinkybes galima remtis ir alternatyviais intervalais. Pavyzdžiui, praktikoje geografinės rinkos buvo apibrėžtos pagal pasiekiamumo zonas, apimančias 70 proc. ir (arba) 90 proc. pardavimų apimties¹⁰⁶.

83. Pasirinkimas, ar geografinės rinkos apibrėžimui naudoti atstumą ar laiką, priklauso nuo konkrečios situacijos ir veiksnių, lemiančių tiekėjų arba pirkėjų pasirinkimą transportuoti arba keliauti. Pavyzdžiui, žvyro transportavimo kaštai priklauso nuo transportavimo atstumo, taigi ir rinka turėtų būti apibrėžiama transportavimo atstumu. Priešingai, mažmeninės prekybos kasdienio vartojimo prekėmis rinkoje pirkėjai, keliaujantys automobiliu, parduotuvę gali rinktis atsižvelgdami į keliavimo laiką, ir tokiu atveju gali būti tikslingiau naudoti laiką.

84. Minėtu būdu geografinė rinka gali būti apibrėžiama skirtingu tikslumu (pavyzdžiui, atstumą matuojant tiesia linija arba keliais, atsižvelgiant į greičio apribojimus ir eismą). Mažiau tikslus apibrėžimas turėtų būti pasirenkamas tais atvejais, kai yra mažai tikėtina, jog dėl mažesnio tikslumo pasikeis vertinimo rezultatai.

Penktasis skirsnis Prekybos srautai ir vežimo tendencijos

85. Analizuojant vežimo ir prekybos srautų tendencijas bei raidą ir tokius srautus lemiančius veiksnus, galima nustatyti, ar yra su tuo susijusių barjerų. Iš to, kaip tokie srautai reaguoja į santykinių pasiūlos sąlygų pokyčius, taip pat galima nustatyti, kokio dydžio konkurencinį spaudimą vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) daro tiekėjai, esantys už numatomos geografinės rinkos ribų. Kai kuriais atvejais ši spaudimą gali būti įmanoma įvertinti kiekybiškai, pavyzdžiui, ekonometriškai įvertinus importo elastingumą arba atlikus įvykių tyrimus, kuriais parodoma, kaip importas reaguoja į kainų pokyčius¹⁰⁷. Tačiau vien prekybos srautų buvimas ar jų reakcija į santykinių pasiūlos sąlygų pokyčius nebūtinai reiškia, kad konkurencijos sąlygos teritorijoje, iš kurios prasideda prekybos srautai, ir numatomos geografinės rinkos sąlygos yra pakankamai vienodos, kad būtų galima pagrįstai išplėsti atitinkamą geografinę rinką. Kitais atvejais, kaip paaiškinta 49 punkte, atlikdama konkurencijos vertinimą Konkurencijos taryba ne plečia atitinkamą geografinę rinką, o atsižvelgia į importuotojų konkurencinį spaudimą (jei jis yra) vertinamam (-iems) ūkio subjektui (-ams) (įskaitant rinkos dalis ir galimą plėtrą ateityje).

KETVIRTASIS SKIRSNIS ĮRODYMŲ RINKIMAS IR VERTINIMAS

86. Apibrėždama atitinkamą rinką Konkurencijos taryba naudoja įvairius informacijos šaltinius ir įrodymų kategorijas, taip pat gali remtis tiek kokybine, tiek kiekybine informacija. Tam tikrų rūšių įrodymai gali būti lemiami vienu atveju, tačiau mažai svarbūs arba visai nesvarbūs kitais atvejais, susijusiais su kita pramonės šaka, preke arba aplinkybėmis. Dažniausiai, ypač kai reikia atlikti išsamų vertinimą, Konkurencijos taryba savo sprendimus grindžia daugelio veiksnių analize (žr. III skyriaus antrąjį ir trečiąjį skirsnius) ir įvairiais šaltiniais. Siekiant veiksmingai panaudoti visą turimą informaciją, kuri gali būti svarbi atskirais atvejais, yra laikomasi atviro požiūrio į empirinius

¹⁰⁵ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7408 Cargill / ADM Chocolate Business, susijusios su pramoninio šokolado rinka, 63–78 punktus ir bylos M.7567 Ball / Rexam, susijusios su gėrimų skardinių rinka, 248 punktą.

¹⁰⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7878 Heidelberg Cement / Schwenk / Cemex Hungary / Cemex Croatia 182, 189 ir 190 punktus. Komisija nustatė, kad apskritimo formos pasiekiamumo zonos, apimančios 90 proc. pristatymų aplink šalių gamyklas, yra tinkamesnės nei 70 proc. pristatymų apimančios pasiekiamumo zonos, tačiau taip pat apsvartė patikslintas pasiekiamumo zonas, nustatytas pagal atstumą keliais ir įvertino pristatymo modelius. Bet kuriuo atveju atliekant konkurencijos vertinimą taip pat galima įvertinti, kaip keičiasi rinkos dalys keičiant pasiekiamumo zonos ribines reikšmes.

¹⁰⁷ Žr., pavyzdžiui, bylos M.6541 Glencore / Xstrata 141–148 punktus. Komisija vertino importo reakciją į santykinis cinko metalo kainų pokyčius EEE.

įrodymus ir jais remiantis atliekamą bendrą vertinimą¹⁰⁸. Konkurencijos taryba netaiko griežtos skirtingų informacijos šaltinių ar įrodymų rūšių hierarchijos¹⁰⁹.

87. Įrodymai, kuriais naudojantis apibrėžiamos rinkos, turėtų būti patikimi¹¹⁰. Tikėtina, kad taip bus, pavyzdžiui, tada, kai įrodymai gaunami iš valdžios institucijų arba juos patvirtina keli šaltiniai, įskaitant priešingų interesų turinčius rinkos dalyvius, pavyzdžiui, tiekėjus ir jų tiesioginius pirkėjus. Be to, kiek įmanoma, Konkurencijos taryba naudoja naujausius su tiriamuoju laikotarpiu susijusius įrodymus, ypač vertindama besikeičiančios pramonės šakos rinkas. Kai konkrečiu atveju reikia atlikti perspektyvinį vertinimą ir rinkos apibrėžimas grindžiamas vertinamu laikotarpiu vykstančiais konkurencijos dinamikos pokyčiais, tokie pokyčiai turi būti pagrįsti patikimais įrodymais, pakankama tikimybe rodančiais, kad numatomi pokyčiai iš tikrųjų įvyks. Atliekant tokius perspektyvinius vertinimus, kai kurių kategorijų ar šaltinių įrodymai gali būti mažiau patikimi arba jų gali iš viso nebūti. Pavyzdžiui, vertinant naujas kuriamas prekes gali nebūti ankstesnio pakeičiamumo įrodymų. O štai atliekant perspektyvinį vertinimą, rinkos dalyvių įprastinės veiklos metu parengti vidaus dokumentai arba nepriklausomos pramonės šakos ataskaitos, kuriose pateikiamos patikimos prognozės, gali būti ypač svarbūs.

88. Įrodymai turi didesnę įrodomąją galią, jei galima nustatyti, kad įrodymams negalėjo turėti įtakos Konkurencijos tarybos tyrimas, pavyzdžiui, kai įrodymai atsirado anksčiau nei diskusijos apie koncentraciją ar elgesį. Jei įrodymai priešaringi, Konkurencijos taryba prireikus tiria atitinkamus pareiškimus arba duomenis, pavyzdžiui, patikrina, ar yra nepriklausomų ir patikimų šaltinių. Jei tokių šaltinių nėra, yra įvertinama, kurie įrodymai turi didesnę įrodomąją galią, atsižvelgiant į informacijos šaltinius, informacijos surinkimo ar pateikimo Konkurencijos tarybai aplinkybes ir į tai, kada ji buvo pateikta.

89. Konkurencijos taryba remiasi vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pateikta informacija ir prireikus renka įrodymus teikdama rinkos dalyviams, įskaitant vertinamus ūkio subjektus, rašytinius prašymus pateikti informaciją ir (arba) rengdama pokalbius su jais. Taip ji siekia gauti faktinių įrodymų iš pagrindinių konkurentų ir pirkėjų sektoriuje ir sužinoti jų nuomonę apie prekės bei geografinės rinkos ribas. Jei reaguojant į prašymus pateikti informaciją pateikiama klaidinančių ar neteisingų atsakymų, gali būti skiriamos baudos, kas padeda užtikrinti, kad būtų pateikiama tiksli informacija. Konkurencijos taryba taip pat gali susisiekti su atitinkamomis tiekėjų, prekybos ar pirkėjų asociacijomis, ūkio subjektais, veikiančiais priešrosvinėse ar susijusiose rinkose, ir kitomis suinteresuotosiomis šalimis, įskaitant vietines, nacionalines ar tarptautines valdžios institucijas ir įstaigas arba nevyriausybinės organizacijas.

90. Siekdama apibrėžti atitinkamą rinką, Konkurencijos taryba taip pat gali prašyti atitinkamų subjektų, visų pirma vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų), vidaus dokumentų. Tokie dokumentai yra ypač svarbūs, jei buvo parengti įprastinės veiklos metu, o ne rengiantis Konkurencijos tarybos tyrimui ar jam vykstant, nes jie gali geriau atspindėti šių ūkio subjektų požiūrį į rinką. Tai, be kita ko, gali būti rinkodaros tyrimai, kuriuos ūkio subjektai užsakė anksčiau, kad jais remdamiesi galėtų priimti sprendimus, pavyzdžiui, dėl savo prekių kainų nustatymo arba rinkodaros veiksmų. Nustatant, ar ekonomiškai svarbi pirkėjų dalis dvi prekes laiko pakeičiamomis, gali būti atsižvelgiama į pirkėjų apklausas apie prekių naudojimo tendencijas ir požiūrį, duomenis apie pirkėjų pirkimo pasiskirstymą, tiekėjų išsakytą nuomonę ir vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) ir konkurentų pateiktus rinkos tyrimus. Įrodymai, iš kurių matyti, kad ūkio subjektas stebi tam tikrų konkurentų elgesį, arba

¹⁰⁸ 2010 m. liepos 6 d. Sprendimo Ryanair / Komisija, T-342/07, EU:T:2010:280, 136 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „Komisija privalo bendrai įvertinti visus faktorius, panaudotus vertinant konkurencinę situaciją. Šiuo atžvilgiu gali atsitikti, kad tam tikriems įrodymams bus suteikta pirmenybė, o kiti bus atmesti.“ Tie patys argumentai *mutatis mutandis* taikomi ir rinkos apibrėžimui.

¹⁰⁹ 2017 m. sausio 11 d. Sprendimo Topps Europe / Komisija, T-699/14, EU:T:2017:2, 82 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „apibrėžiant atitinkamą rinką nereikalaujama, kad Komisija vadovautųsi griežta informacijos šaltinių ar įrodymų rūšių hierarchija“. Tai buvo patvirtinta 2022 m. birželio 22 d. Bendrojo Teismo sprendimo thyssenkrupp / Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, 78 ir 156 punktuose.

¹¹⁰ Kalbant apie įvairių įrodymų įrodomąją galią, vertinant pateiktus įrodymus vienintelis svarbus kriterijus yra jų patikimumas (žr., pavyzdžiui, 2013 m. rugsėjo 13 d. Sprendimo Total Raffinage Marketing / Komisija, T-566/08, EU:T:2013:423, 43 punktą). Šiuo atžvilgiu yra svarbus konkrečios procedūros pobūdis. Susijungimų kontrolės srityje Europos Sąjungos teismų praktikoje nustatyta, kad, atsižvelgiant į skubos reikalavimą ir griežtus terminus, kurių privalo laikytis Komisija, nesant požymių, kad pateikta informacija yra netiksli, Komisija negali būti įpareigota patikrinti visą gaunamą informaciją. Žr. 2021 m. spalio 20 d. Sprendimo Polskie Linie Lotnicze LOT / Komisija, T-240/18, EU:T:2021:723, 87 ir 88 punktus ir nurodytą teismo praktiką.

strateginiai dokumentai, kuriais remiasi ūkio subjektas priimdamas pagrįstus verslo sprendimus (pavyzdžiui, verslo planai arba stiprybių, silpnųjų, galimybių ar grėsmių įvertinimai), taip pat gali parodyti, kokio stiprumo konkurencinį spaudimą daro įvairūs konkuruojantys ūkio subjektai¹¹¹. Vertinant atskirų dokumentų svarbą, reikėtų atsižvelgti į veiksnius, susijusius su jų kontekstu. Tokie veiksniai, be kita ko, yra dokumentų data, autoriai ir galimi adresatai (pavyzdžiui, jų pareigos, kompetencija ir (arba) darbo stažas) ir dokumentų paskirtis.

91. Kai kuriais atvejais naudingos informacijos apie atitinkamą rinką galima gauti tyrimo tikslais atlikus *ad hoc* apklausas, apimančias reprezentatyviąją pirkėjų ar tiekėjų imtį¹¹². Konkurencijos taryba gali nuspręsti atlikti apklausą konkrečiu atveju, atsižvelgdama į nagrinėjamą klausimą, remdamasi iš kitų šaltinių gautais įrodymais ir atsižvelgdama į administracinius apribojimus, pavyzdžiui, tyrimo trukmę. Tyrimai turi būti kruopščiai suplanuoti, kad iš tirtinos visumos būtų gauti reprezentatyvūs atsakymai¹¹³.

92. Be to, Konkurencijos taryba gali remtis viešai skelbiama informacija, rinkos ar sektoriaus ataskaitomis, finansų analitikų ataskaitomis, rinkos statistiniais duomenimis ar ekonominiais tyrimais, įskaitant išorės konsultantų atliktus tyrimus¹¹⁴. Su reguliuojamomis rinkomis, įskaitant, pavyzdžiui, telekomunikacijų, energetikos ar sveikatos priežiūros sektorius, susijusiais atvejais Konkurencijos taryba gali prašyti ir konkretaus sektoriaus reguliavimo institucijų pateikti duomenis ir nuomonę.

93. Prireikus Konkurencijos taryba taip pat gali rengti neformalius vizitus arba atlikti patikrinimus vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų), jo pirkėjų ar konkurentų patalpose, siekdama geriau suprasti, kaip gaminamos arba tiekiamos prekės.

IV SKYRIUS RINKOS APIBRĖŽIMAS ESANT SPECIFINĖMS APLINKYBĖMIS

94. Šiame skyriuje aptariami tam tikri rinkos apibrėžimo aspektai, būdingi konkrečioms pramonės šakoms, sektoriams ar rinkų tipams. Jei šiame skyriuje nenurodyta kitaip, jame minimoms konkrečioms pramonės šakoms, sektoriams ar rinkų tipams taip pat taikomi šiame pranešime nustatyti bendrieji prekės ir geografinės rinkos apibrėžimo principai.

PIRMASIS SKIRSNIS RINKOS APIBRĖŽIMAS ESANT REIKŠMINGA DIFERENCIACIJAI

95. Prekės gali būti ypač diferencijuotos, t. y. vienos prekės yra artimesni tam tikros prekės pakaitalai, nei kitos. Diferenciacija gali būti prekės arba geografiniu lygmeniu. Prekių diferenciacija egzistuoja tada, kai pirkėjo pasirinkimą lemia prekių savybės¹¹⁵, įskaitant dizainą, prekės ženklo

¹¹¹ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7902 Marriott International / Starwood Hotels & Resorts Worldwide 28 punktą. Nustatydamas, kad šie tiekėjai veikia toje pačioje rinkoje, Komisija rėmėsi tuo, kad susijungiančios šalys save lygino ir su tinkliniais, ir su nepriklausomais viešbučiais. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.6663 Ryanair / Aer Lingus III 98–103 punktus. Siekdama nustatyti, ar skirtingi tų pačių miestų oro uostai yra pakaitalai, Komisija kaip įrodymą vertino ūkio subjektų „Ryanair“ ir „Aer Lingus“ kainų stebėseną keleivių vežimo oro transportu maršrutais.

¹¹² Žr., pavyzdžiui, bylos M.4439 Ryanair / Aer Lingus 36 bei 94 punktus, 99 punkto 9 dalį ir I priedą. Komisija rėmėsi Dublino oro uosto klientų apklausa, kurią pavedė atlikti nepriklausomam konsultantui. Šios apklausos rezultatus Komisija naudojo kaip netiesioginius įrodymus, kad įvertintų, ar klientams tam tikri oro uostai yra pakeičiami.

¹¹³ Pavyzdžiui, iš principo pirmenybė teikiama klausimams apie nesenai priimtus, o ne apie hipotetinius sprendimus; klausimai turėtų būti aiškūs ir neturėtų skatinti rinktis tam tikros srities atsakymų, o pateiktų atsakymo galimybių pasirinkimas turėtų būti pakankamai visapusiškas.

¹¹⁴ Taip pat svarbu yra šaltinis ir tokių tyrimų rengimo aplinkybės. Itin kruopščiai bus tikrinami tyrimai, kurie parengti nagrinėjant konkrečią bylą, nes įrodymas turi mažesnę įrodomąją galią, jei jam įtakos turėjo Konkurencijos tarybos tyrimas.

¹¹⁵ Žr., pavyzdžiui, 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimą Wieland-Werke / Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, valcavimo produktų iš vario ir vario lydinių rinkoje, kurio 39 punkte Bendrasis Teismas pažymėjo, kad: „<...> ieškovė ginčija ne tai, kad valcavimo produktai yra ne homogeniški produktai, o tai, kad šie produktai diferencijuojami pagal daugybę kriterijų (sudėtį, apdailą, galutinę paskirtį ir pan.). Kiekvienas iš šių kriterijų leidžia visą valcavimo produktų rinką suskirstyti į segmentus, tačiau nė vienas iš jų *a priori* nėra esminis ir neleidžia nustatyti atskirų produkto rinkų.“

įvaizdį, technines specifikacijas, ilgaamžiškumą, (paslaugos) kokybę ar kitą ypatingą požymį¹¹⁶. Geografinė diferenciacija atsiranda tada, kai atskiro pirkėjo pasirinkimą lemia jo ir konkretaus tiekėjo buvimo vieta¹¹⁷.

96. Atlikdama pirkėjams faktiškai prieinamų pakaitalų analizę, Konkurencijos taryba gali nustatyti atskiras atitinkamas rinkas diferencijuotų prekių kontinuumė. Kitais atvejais galima apibrėžti santykinai plačią atitinkamą rinką, apimančią diferencijuotas prekes¹¹⁸.

97. Tam tikrais atvejais, atsižvelgiant į esamas pakeičiamumo grandines¹¹⁹, galima apibrėžti atitinkamas rinkas, kurių kraštutiniuose taškuose esančios prekės ar teritorijos nėra tiesioginiai pakaitalai¹²⁰. Pavyzdžiui, jeigu prekės transportavimo kaštai yra dideli, jos vežimas gali apsiriboti tam tikro dydžio teritorija aplink kiekvieną tiekėją, ir tokia teritorija iš esmės galėtų sudaryti atitinkamą geografinę rinką. Tačiau jeigu tiekėjai yra išsidėstę taip, kad šios teritorijos aplink kiekvieną tiekėją žymiai persidengia, tai gali būti, kad šių prekių kainodarai varžančios įtakos turi pakeičiamumo grandinės efektas, ir tuomet geografinė rinką gali būti apibrėžiama plačiau. Vis dėlto ankstesnėse bylose išnagrinėjus faktus tokie platesni pakeičiamumo grandinėmis grindžiami rinkos apibrėžimai¹²¹ dažniausiai buvo atmesti.

98. Bendrai laikoma, kad kuo toliau pakeičiamumo grandine nuo nagrinėjamų prekių ar teritorijų yra nutolusios kitos prekės ar teritorijos, tuo mažesnis yra jų sudaromas konkurencinis spaudimas ir tuo mažiau tikėtina, kad jos pateks į tą pačią rinką.

99. Svarbu atkreipti dėmesį, kad egzistuoja ženklūs netiesioginių pakaitalų įtraukimo į atitinkamą rinką apribojimai:

99.1. Pakeičiamumo grandinėse dažnai egzistuoja trūkiai, dėl kurių prekės ar teritorijos skirtingose trūkio pusėse nėra artimi pakaitalai (pavyzdžiui, keliavimo kliūtys).

99.2. Plečiantis pakeičiamumo grandinei, vartotojų, kurie tolimesnes grandinės grandis laiko tinkamais pakaitalais (ribinių vartotojų), dalis bendrame vartotojų skaičiuje mažėja. Taigi tam tikrame pakeičiamumo grandinės etape hipotetinis monopolistas galėtų pelningai taikyti MRIKP. Pavyzdžiui, jeigu pakeičiamumo grandinę jau sudaro 10 prekių, o 11-tą prekę kaip pakaitalą mato tik 10-tą prekę

¹¹⁶ Pavyzdžiui, telekomunikacijų sektoriuje skirtingų tipų pirkėjai gali turėti skirtingus vartojimo įpročius, kurie daro jiems įtaką renkantis tiekėją. Žr., pavyzdžiui, bylą M.8792 T-Mobile NL / Tele2 NL, kurioje Komisija nusprendė rinką apibrėžti plačiai, o prekes diferencijuoti pagal pirkėjų grupes, nes skiriasi mėnesio išlaidos, sutarties sudarymo ir vykdymo aplinkybės, sutarties trukmė ir pirkėjų poreikiai. Šioje konkrečioje byloje Komisija nusprendė, kad yra bendra mažmeninė judriojo ryšio paslaugų teikimo visiems galutiniams vartotojams rinką, bet, nepaisant to, ji nustatė, kad mažmeninių judriojo ryšio paslaugų teikimo srityje galima išskirti dvi atskiras pirkėjų grupes: privačius klientus ir verslo klientus.

¹¹⁷ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7155 SSAB / Rautaruukki 102 punktą. Komisija laikėsi nuomonės, kad dėl didelių plokščių plieno gaminių geografinės diferenciacijos, kurią patvirtina Šiaurės šalių, žemyninės Europos dalies ir Jungtinės Karalystės kainų skirtumų analizė, būtina įvertinti koncentracijos poveikį daugiausia dėmesio skiriant Šiaurės šalims. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.7878 Heidelberg Cement /Schwenk / Cemex Hungary / Cemex Croatia 174–176 ir 229–239 punktus. Komisija paaiškino, kad net atitinkamoje geografinėje rinkoje, kuri apibrėžiama kaip pakankamai vienodų konkurencijos sąlygų teritorija, tokios sąlygos vienoje vietovėse, palyginti su kitomis, gali laipsniškai keistis ir kad į tokius skirtumus gali reikėti atsižvelgti atliekant konkurencijos vertinimą. Šis požiūris patvirtintas 2020 m. spalio 5 d. Bendrojo Teismo sprendimo HeidelbergCement and Schwenk Zement / Komisija, T 380/17, EU:T:2020:471, 325 punkte. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylas M.8444 ArcelorMittal / Ilva ir M.8713 Tata Steel / ThyssenKrupp / JV, kuriose atitinkama geografinė gatavų plokščių anglinio plieno gaminių rinką nustatyta visa EEE, o EEE viduje nustatytas geografinė diferenciacija (toks požiūris byloje Tata Steel / ThyssenKrupp / JV patvirtintas 2022 m. birželio 22 d. Sprendimo thyssenkrupp / Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, 145–258 punktuose).

¹¹⁸ Tokiais atvejais atliekant vertinimą galima atsižvelgti į konkurencijos dinamiką konkrečiuose rinkos segmentuose. Žr. 2022 m. gegužės 18 d. Sprendimą Wieland-Werke / Komisija, T-251/19, EU:T:2022:296, valcavimo produktų iš vario ir vario lydinių rinkoje, kurio 40 punkte Bendrasis Teismas paaiškino: „Be to, reikia nepamiršti, kad vertinant diferencijuotų produktų rinkas bendros rinkos buvimas nedaro įtakos galimybei nustatyti skirtingą konkurencijos dinamiką kai kuriuose rinkos segmentuose.“

¹¹⁹ Pavyzdžiui, nors prekės A pirkėjai prekės C gali nelaikyti alternatyva, gali egzistuoti pakeičiamumo grandinė, kai prekės A pirkėjai pakaitalu laiko prekę B, o prekės B pirkėjai – prekę C. Tokiu atveju per tokią pakeičiamumo grandinę prekei A gali būti daromas netiesioginis konkurencijos spaudimas dėl prekės C.

¹²⁰ Žr., pavyzdžiui, bylos M.9413 Lactalis / Nuova Castelli 89 punktą. Komisija nustatė, kad yra gamintojo ir privačios etiketės prekių ženklų sūrių pakeičiamumo grandinės įrodymų ir kad jie konkuruoja tarpusavyje, tačiau negalėjo atmesti galimybės, kad gamintojo prekės ženklą prekės gali konkuruoti kitoje rinkoje, ir rinkos apibrėžimą paliko atvirą.

¹²¹ Žr., pavyzdžiui, bylos M.5335 Lufthansa / SN Airholding 33 punktą. Komisija atmetė teiginį, kad yra skirtingų rūšių bilietų pakeičiamumo grandinė, nes to nepatvirtino įrodymai. Iš Komisijos atliktos kainų analizės matyti, kad tariamos pakeičiamumo grandinės kraštutiniuose taškuose kainos labai skirtingos ir tarpusavyje nesusijusios. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.6905 Ineos / Solvay / JV 260–262 ir 338 punktus. Komisija nesutiko, kad sutampa pagrindinių S-PVC tiekėjų, sudarančių pakeičiamumo grandinę visoje EEE, vežimo teritorijos, remdamasi kiekybine analize, iš kurios matyti, kad nėra arbitražo ir skiriasi kainodaros tendencijos įvairiose iš dalies persidengiančiose pasiekiamumo zonos.

perkantys pirkėjai, ši pirkėjų dalis gali būti nepakankama, kad atgrasytų hipotetinį monopolistą nuo kainos padidinimo.

99.3. Atitinkamos rinkos apibrėžimas neturėtų būti plečiamas, jeigu pakeičiamumo grandinę sudaranti grandis nėra pakankamai didelė, kad suvaržytų nagrinėjamos prekės tiekėją. Tai ypač aktualu, jeigu į pakeičiamumo grandinę patenka nišinė prekė. Pavyzdžiui, jeigu dvi didelės prekių grupės, kurios tiesiogiai tarpusavyje nėra pakeičiamos, jungia maža nišinė rinka, tokios prekių grupės neturėtų patekti į tą pačią rinką.

99.4. Jeigu egzistuoja skirtingų kainų ar tiekimo sąlygų taikymo galimybė, atitinkamą rinką gali sudaryti ir viena pakeičiamumo grandinės grandis. Tais atvejais, kai gamintojas gali identifikuoti pirkėjus, kurie tolimesnes pakeičiamumo grandinės grandis laiko tinkamais pakaitalais, ir taikyti jiems specialias kainas, pakeičiamumo grandinių poveikis konkurenciniam spaudimui yra neutralizuojamas. Geografinės rinkos atveju tai gali rodyti šios aplinkybės: vyksta dvišalės derybos, nėra viešų nacionalinių kainoraščių, kainos reikšmingai skiriasi priklausomai nuo individualių prekių specifikacijų, tiekėjai žino pirkėjų buvimo vietą ir t.t.

99.5. Labai svarbu pabrėžti, jog atitinkamos rinkos ribos dėl pakeičiamumo grandinės gali būti praplečiamos, jeigu grandininis pakeičiamumas yra paremtas faktiniais duomenimis, tokiais kaip pakeičiamumo grandinės kraštuose esančių prekių kainų tarpusavio priklausomybė, kainų lygių pakeičiamumo grandinės kraštuose panašumas.

ANTRASIS SKIRSNIS

RINKOS APIBRĖŽIMAS ESANT PIRKĖJŲ AR PIRKĖJŲ GRUPIŲ DISKRIMINACIJAI

100. Pirkėjai arba pirkėjų grupės diskriminuojami, kai jiems dėl priežasčių, nesusijusių su kaštais, siūlomos skirtingos tos pačios prekės tiekimo sąlygos (pavyzdžiui, skiriasi kaina ar kokybė)¹²². Dėl to gali susidaryti atskira atitinkamos prekės pirkėjų grupė, sudaranti siauresnę atskirą rinką. Paprastai taip yra tuo atveju, kai tenkinamos visos trys žemiau nurodytos sąlygos¹²³:

100.1. galima aiškiai nustatyti, kuriai grupei priklauso atskiras pirkėjas tuo metu, kai jam parduodama atitinkama prekė;

100.2. pirkėjų tarpusavio prekyba arba trečiųjų šalių arbitražas yra mažai tikėtini;

100.3. pirkėjų arba pirkėjų grupių diskriminacija nėra laikino pobūdžio.

101. Pirkėjų arba pirkėjų grupių diskriminacijos atvejais gali labai skirtis konkurencijos sąlygos skirtingose pirkėjų grupėse, todėl nagrinėjamo elgesio ar koncentracijos poveikis skirtingoms pirkėjų grupėms gali būti nevienodas. Dėl to gali prireikti apibrėžti atskiras atitinkamas kiekvieno pirkėjo ar pirkėjų grupės rinkas¹²⁴. Diskriminacija pagal pirkėjo buvimo vietą taip pat gali būti priežastis apibrėžti atitinkamą geografinę rinką pagal šias buvimo vietas¹²⁵.

TREČIASIS SKIRSNIS

RINKOS, KURIOJE VYKDOMA DIDELIO MASTO MOKSLINIŲ TYRIMŲ IR PLĖTROS VEIKLA, APIBRĖŽIMAS

102. Inovacijos gali būti pagrindinis konkurencijos kriterijus, todėl yra atsižvelgiama į itin novatoriškų pramonės šakų, kurioms būdinga dažna ir reikšminga mokslinių tyrimų ir plėtros (toliau

¹²² Šiame skirsnyje aptariami atvejai, kai ūkio subjektų pirkėjus arba pirkėjų grupes gali diskriminuoti pagal stebimus pirkėjų kriterijus (pavyzdžiui, dėl pirkėjo tapatybės, vietos, amžiaus, lyties ir pan.). Kai ūkio subjektai visiems pirkėjams siūlo rinktis iš tų pačių prekių, o jie į skirtingas grupes pagal savo pagrindines preferencijas susiskirsto patys, skirtingoms siūlomoms prekėms (pavyzdžiui, verslo klasės ir ekonominės klasės lėktuvų bilietams arba judriojo ryšio tarifams, taikomiems išankstinio mokėjimo ir abonentinėms paslaugoms) galima apibrėžti atskiras atitinkamas prekes rinkas.

¹²³ Tai gali būti taikoma ir tada, kai tokios sąlygos bus tenkinamos tik ateityje, pavyzdžiui, dėl nagrinėjamos koncentracijos sukeltų konkurencijos sąlygų pokyčių.

¹²⁴ Vis dėlto II skyriaus pirmojo skirsnio antrojo poskyrio dalyje paaiškinta, kad, jei tokie pirkėjai ar pirkėjų grupės susiduria su panašiomis konkurencinėmis sąlygomis, ir tikėtinas poveikis jiems yra panašus (pavyzdžiui, dėl pasiūlos pakeičiamumo), tokius pirkėjus ar jų grupes galima priskirti tai pačiai atitinkamai rinkai.

¹²⁵ Prekės rinkos ir geografinės rinkos, kurių apibrėžimui įtaką darė kainų diskriminacija, pavyzdžių galima rasti tokiose bylose kaip M.5830 Olympic / Aegean Airlines (58 punktai) ir M.7155 SSAB / Rautaruukki (101 ir 102 punktai).

– MTP) veikla, ypatumus. Į šiuos ypatumus, kuriais gali pasižymėti bet kuris pramonės sektorius, paprastai atsižvelgiama atliekant konkurencijos vertinimą, tačiau jie gali būti svarbūs ir apibrėžiant rinką. Kadangi inovacijų pastangų, susijusių su galutinėmis prekėmis, rezultatai gali būti nenuspėjami, atliekant vertinimą galima atsižvelgti į įvairius potencialius MTP procesų rezultatus.

103. Tai iliustruoja vystymo stadijoje esančios prekės. Nors šios prekės pirkėjams kol kas neprieinamos, iš jų MTP procesų gali būti įmanoma nustatyti, kokios kitos prekės (-ių) pakaitalu, tikėtina, bus vystoma prekė, jei jos vystymas bus sėkmingai baigtas ir prekė bus pateikta rinkai. Konkurencijos taryba gali nustatyti, kad tokia vystoma prekė priklauso esamai atitinkamai prekės rinkai¹²⁶ arba naujai prekės rinkai, kurią sudaro tik ruošiamą prekė ir jos pakaitalai¹²⁷. Apibrėžiant atitinkamą rinką, ypač svarbios aplinkybės yra numatoma vystomos prekės paskirtis ir prognozuojamas jos pakeičiamumas su kitomis prekėmis. Gali būti, kad atitinkamos vystomų prekių rinkos geografinis aspektas turės atspindėti susijusių MTP pastangų geografinį aspektą. Taigi jis galėtų būti platesnis nei atitinkama geografinė parduodamų prekių rinka¹²⁸.

104. Vis dėlto kai kuriais atvejais gali būti, kad MTP procesas (kol kas) glaudžiai nesusijęs su kokia nors konkrečia preke¹²⁹, o susijęs su ankstyvais mokslinių tyrimų, kurie gali būti skirti įvairiems tikslams ir ilgainiui panaudoti kuriant įvairias prekes, etapais. Nors dėl to, kad pasinaudojant tokiomis ankstyvo etapo inovacijų pastangomis negalima iš karto kurti parduodamų prekių, gali būti sunku nustatyti atitinkamą prekės rinką griežtąja prasme, vis dėlto gali būti svarbu nustatyti ribas, kuriose ūkio subjektai konkuruoja imdamiesi tokių ankstyvo etapo inovacijų pastangų, siekiant įvertinti, ar dėl koncentracijos arba elgesio gali sumažėti inovacijų konkurencija¹³⁰. Atliekant tokio pobūdžio vertinimą, inovacijų konkurencijos ribos gali būti nustatomos remiantis tokiais atitinkamais veiksniais kaip inovacijų pastangų pobūdis ir apimtis, įvairių mokslinių tyrimų krypties tikslai, įvairių dalyvaujančių grupių specializacija arba ankstesnių ūkio subjekto inovacijų pastangų rezultatai. Nustatant šias ribas tikslinga atsižvelgti į geografines teritorijas, kuriose vykdomi MTP, ir į kitus geografinius ypatumus¹³¹.

105. Atsižvelgiant į III skyriuje išdėstytų bendrųjų veiksnių, pagal kuriuos apibrėžiama atitinkama prekės ir geografinė rinka, numatomumo laipsnį, jie gali būti svarbūs apibrėžiant rinkas, kuriose vykdoma didelio masto MTP veikla. Su tuo susijęs galimas MTP procesų, kurie yra glaudžiai susiję su konkrečia preke arba vystoma preke, ir ankstyvo etapo inovacijų pastangų, kurios su tomis prekėmis nėra glaudžiai susijusios, tarpusavio tęstinumas. Taip gali būti ypač tame etape, kai MTP procesai tampa tikslingesni, tačiau remiantis jais vis dar galima gauti alternatyvių rezultatų, kurie nėra pakankamai išbaigti ir jų negalima klasifikuoti kaip konkrečių nustatytos paskirties vystomų prekių, turinčių galutinės charakteristikas. Tokiu atveju požiūris į rinkos apibrėžimą gali būti artimesnis

¹²⁶ Kartu su tos pačios numatomos paskirties prekėmis. Tokių vertinimų atitinkamų pavyzdžių yra farmacijos pramonėje. Žr., pavyzdžiui, bylos M.7275 Novartis / GlaxoSmithKline Oncology Business 23–31 punktus. Komisijos vertinimu šalių kuriamai B-Raf ir MEK inhibitoriai priklauso tikslinio išplitusios melanomos gydymo rinkai, kurioje jau parduodamos esamos prekės. Kitas pavyzdys susijęs su tokia aukštųjų technologijų preke, kaip didelės galios dujų turbina (vertinimas atliktas byloje M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power Renewable Power & Grid Business), 985–991 punktai). Komisija įvertino, kad dujotiekiams skirta ūkio subjekto „Alstom“ didelės galios dujų turbina priklauso esamai didelės galios dujų turbinų prekės rinkai.

¹²⁷ Tais atvejais, kai įvairūs ūkio subjektai vysto tas pačias arba panašias prekes arba numatoma, kad tokios prekės dėl savo charakteristikų gerokai pakeis pramonės šakos dinamiką. Žr., pavyzdžiui, bylos M.9461 AbbVie / Allergan 48–54 ir 56–60 punktus. Nors tuo metu opiniams kolitui ir Krono ligai gydyti skirtų IL-23 inhibitorių nepardavinėjo nė vienas tiekėjas (šie produktai tuo metu buvo kuriami), Komisija nustatė galimą atitinkamą rinką, sudarytą tik iš L-23 inhibitorių, atsižvelgdama į galimybę, naudojant tokius produktus, sėkmingai gydyti šias ligas.

¹²⁸ Ankstesnėse farmacijos pramonės bylose buvo laikomasi nuomonės, kad geografinė rinkos aprėptis yra pasaulinė arba bent jau visos EEE, nes su atitinkamomis ruošiamomis prekėmis susijusi MTP veikla yra bent EEE masto. Žr., pavyzdžiui, bylos M.7275 Novartis / GSK Oncology Business 32 punktą ir bylos M.7480 Actavis / Allergan 17 punktą.

¹²⁹ Sąvoka „prekė“ apima ir technologijas. Šis skirsnis ypač svarbus ir apibrėžiant rinkas, kai yra tokių technologijų. Technologijos gali būti licencijuojamos arba parduodamos atskirai nuo materialios prekės (ar paslaugos) kaip intelektinės nuosavybės teisės, todėl šiame pranešime jos gali būti laikomos preke.

¹³⁰ Tokios situacijos pavyzdys yra byloje M.7932 Dow / DuPont, kurioje Komisija, siekdama apibrėžti tokias ribas, taikė inovacijų erdvių sąvoką (žr. tos bylos sprendimo 4.4 skirsnį). Byla M.7932 Dow / DuPont buvo dėl dviejų augalų apsaugos srityje veikiančių ūkio subjektų susijungimo – jos pramonės šakos lygmeniu turėjo turto ir pajėgumų atrasti ir kurti naujas prekes, kurias, imantis MTP pastangų, buvo galima pateikti rinkai. Todėl šios bendrovės dalyvavo inovacijų konkurencijoje.

¹³¹ Žr. bylos M.7932 Dow / DuPont 353 ir tolesnius punktus. Inovacijų pastangos paprastai yra pasaulinio masto, o atitinkamų geografinių rinkų aprėptis, nesant akivaizdžių nacionalinių ar kitų geografinių ypatumų, dažnai yra pasaulinė arba, bet kuriuo atveju, ne siauresnė nei visos EEE.

taikomoms arba vystomoms prekėms, arba taikomoms ankstyvo etapo inovacijų pastangoms, priklausomai nuo to, kokiam etape yra atitinkamas MTP procesas.

KETVIRTASIS SKIRSNIS RINKOS APIBRĖŽIMAS ESANT DAUGIAPUSĖMS PLATFORMOMS

106. Daugiapusės platformos palaiko skirtingų naudotojų grupių tarpusavio sąveiką, todėl susiklosto padėtis, kai vienos naudotojų grupės paklausa veikia kitų grupių paklausą¹³². Tokiu atveju vienos grupės reakcija į pasikeitusias pasiūlos sąlygas gali paveikti ir kitas grupes, todėl tarp įvairių platformos pusių atsiranda grįžtamojo ryšio ratas, t. y. netiesioginis tinklo efektas¹³³. Nustatydamos tiekimo sąlygas, platformos paprastai atsižvelgia į šį netiesioginį įvairių grupių tarpusavio tinklo efektą.

107. Daugiapusių platformų atveju, galima apibrėžti platformos siūlomas prekes kaip vieną atitinkamą prekę rinką taip, kad ji apimtų visas (arba kelias) naudotojų grupes¹³⁴, arba galima apibrėžti kiekvienoje platformos pusėje siūlomas prekes kaip atskiras, bet tarpusavyje susijusias atitinkamas prekių rinkas¹³⁵. Priklausomai nuo konkrečių aplinkybių, gali būti tikslingiau apibrėžti atskiras rinkas, jei įvairiose platformos pusėse pakeičiamumo galimybės reikšmingai skiriasi. Siekdama įvertinti, ar yra tokių skirtumų, Konkurencijos taryba gali atsižvelgti į tokius veiksnius kaip tai, ar skiriasi ūkio subjektai, siūlantys pakeičiamas prekes kiekvienai naudotojų grupei, kiek diferencijuotos kiekvienos pusės prekės (arba koks kiekvienos naudotojų grupės diferenciacijos suvokimas), kokie yra elgsenos veiksniai, pavyzdžiui, kiekvienos naudotojų grupės sprendimai dėl vienu metu naudojamų platformų skaičiaus¹³⁶, ir platformos pobūdis (pavyzdžiui, ar tai yra sandorių, ar (vartotojų) suvedimo platforma). Bet kuriuo atveju Konkurencijos taryba, kai aktualu, apibrėždama atitinkamas rinkas arba atlikdama konkurencijos vertinimą, atsižvelgia į netiesioginį naudotojų grupių, esančių įvairiose platformos pusėse, tarpusavio tinklo efektą.

108. Praktikoje dėl netiesioginio tinklo efekto gali būti sudėtingiau įvertinti paklausos pakeičiamumą ir ypač atlikti MARIK testą, nei tais atvejais, kai nėra tokios vartotojų grupių paklausos tarpusavio priklausomybės.

109. Daugiapusės platformos vienai naudotojų grupei gali tiekti prekę už nulinę piniginę ar net už neigiamą kainą, kad pritrauktų naudotojus kitose platformos pusėse siūlomomis prekėmis ir (arba) monetizuotų savo prekes tose pusėse. Nulinė piniginė kaina gali būti neatsiejama daugiapusių platformų veiklos strategijos dalis. Tai, kad prekė tiekama už nulinę piniginę kainą, nereiškia, jog nėra atitinkamos tos prekės rinkos.

110. Tokiais atvejais vertinant pakeičiamumą ypač svarbūs su kaina nesusiję parametrai. Daugiausia dėmesio yra skiriama tokiems veiksniams kaip prekės funkcionalumai¹³⁷, numatoma paskirtis¹³⁸, buvusio ar hipotetinio pakeičiamumo įrodymai¹³⁹, keitimo kliūtys arba išlaidos (pavyzdžiui, sąveika su kitomis prekėmis), duomenų perkeliamumas ir licencijavimo ypatybės¹⁴⁰. Be

¹³² Tipiški daugiapusių platformų pavyzdžiai, be kita ko, yra mokėjimo kortelių sistemos (žr. bylą AT.34579 Mastercard) ir reklamos lėšomis remiamos platformos (žr. bylą M.8124 Microsoft / LinkedIn).

¹³³ Pavyzdžiui, kainos padidėjimas platformos A pusėje mažina tos pusės naudotojų paklausą. Tuomet paklausos sumažėjimas A pusėje gali paveikti naudotojų paklausą B pusėje, o tai savo ruožtu gali paveikti naudotojų paklausą A pusėje arba trečioje C pusėje. Žr. pavyzdžius bylos AT.39740 Google search (Shopping) 159 punkte ir bylos AT.40099 Google Android 464, 469 ir 638 punktuose.

¹³⁴ Bylos M.8124 Microsoft / LinkedIn 3.7 skirsnyje Komisija apibrėžė bendrą internetinių įdarbinimo paslaugų rinką, apimančią ir darbo ieškančius asmenis, ir juos įdarbinančius ūkio subjektus.

¹³⁵ Bylos AT.34579 Mastercard dėl mokėjimo kortelių sistemų 6.2.3 ir 6.2.4 skirsniuose Komisija apibrėžė mokėjimo kortelių išdavimo ir įsigijimo rinkos puses kaip atskiras atitinkamas prekių rinkas.

¹³⁶ Čia kalbama apie naudotojų sprendimą naudoti vieną platformą tam tikrai prekei (angl. single-homing) arba lygiagrečiai naudoti daug platformų tai pačiai prekei (angl. multi-homing). Kai kuriais atvejais vienos platformos pusės naudotojų grupės sprendimai dėl naudojamų platformų skaičiaus daro įtaką kitos platformos pusės naudotojų sąveikos su tais naudotojais alternatyvoms, taigi ir pakeičiamumo toje platformos pusėje galimybėms.

¹³⁷ Žr., pavyzdžiui, vartotojų ryšio paslaugų ir socialinių tinklų paslaugų rinkos apibrėžimą bylos M.7217 Facebook / Whatsapp, 24–33 ir 51–61 punktuose.

¹³⁸ Žr., pavyzdžiui, bendrosios paieškos paslaugų rinkos apibrėžimą bylos AT.39740 Google Search (Shopping) 163–183 punktuose.

¹³⁹ Žr., pavyzdžiui, profesionalių socialinių tinklų paslaugų rinkos apibrėžimą bylos M.8124 Microsoft / LinkedIn 108–110 punktuose.

¹⁴⁰ Žr., pavyzdžiui, bylą AT.40099 Google Android, ypač „Android“ programėlių parduotuvių rinkos (284–305 punktai) ir licencijuojamų išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų rinkos (239 punktas) apibrėžimus.

to, Konkurencijos taryba gali apsvarstyti MRIKP metodikos alternatyvas, pavyzdžiui, vertinti naudotojų elgesį keičiant nulinės kainos prekę dėl mažo, bet reikšmingo kokybės ilgalaikio sumažėjimo (MRIKS)¹⁴¹.

PENKTASIS SKIRSNIS

RINKOS APIBRĖŽIMAS ESANT ANTRINĖMS PREKĖMS, PAKETAMS, KREPŠELIAMS IR (SKAITMENINĖMS) EKOSISTEMOMS

111. Tam tikromis aplinkybėmis ilgalaikės prekės (pirminės prekės) vartojimas lemia kitos susijusios prekės (antrinės prekės) vartojimą. Šis atvejis dažnai vadinamas antrine rinka (angl. *after-market*). Tokiomis aplinkybėmis Konkurencijos taryba, apibrėždama pirminių ir antrinių prekių atitinkamas rinkas ir (arba) atlikdama konkurencijos vertinimą, taip pat atsižvelgia į konkurencinį spaudimą, kurį lemia rinkos sąlygos atitinkamose susijusiose rinkose.

112. Atitinkamas prekių rinkas, kuriose yra pirminių ir antrinių prekių, dažniausiai galima apibrėžti trimis būdais:

112.1. kaip sistemine rinką, apimančią pirminę ir antrinę prekę¹⁴²;

112.2. kaip kelias rinkas, t. y. pirminės prekės rinką ir atskiras antrinių prekių rinkas, susijusias su kiekvienu pirminės prekės naudojamu prekės ženklu¹⁴³;

112.3. kaip dvi rinkas, t. y. pirminę prekės rinką ir antrinę prekės rinką¹⁴⁴.

113. Sistemine rinką apibrėžti gali būti tikslingiau:

113.1. kuo labiau tikėtina, kad pirkdami pirminę prekę pirkėjai atsižvelgs į gyvavimo ciklo sąnaudas;

113.2. kuo didesnės išlaidos antrinei prekei (-ėms) (arba jos (jų) vertė), palyginti su išlaidomis pirminei prekei (arba jos verte);

113.3. kuo didesnis pirminių prekių tarpusavio pakeičiamumas ir kuo mažesnės vienos pirminės prekės keitimo kita kaštai;

113.4. kai nėra tiekėjų, kurie specializuojasi tik antrinėje prekeje (-ėse), arba jų yra nedaug¹⁴⁵.

114. Kitais atvejais gali būti tikslingiau apibrėžti dvi rinkas arba kelias rinkas, atsižvelgiant į įvairių tiekėjų antrinių prekių tarpusavio pakeičiamumą. Pavyzdžiui, jei skirtingų tiekėjų antrinės prekės yra suderinamos su visomis arba dauguma pirminių prekių, gali būti tinkamiau apibrėžti dvi rinkas, o jei pirminės prekės pirkėjai yra susaistyti ir gali naudoti tik ribotą antrinių prekių skaičių, gali būti tinkamiau apibrėžti kelias rinkas.

115. Kitomis aplinkybėmis, nors vieno ar daugiau prekių vartojimas nepriklauso nuo pirminės prekės, pirkėjai vis tiek gali pageidauti kartu vartoti kelias prekes kaip paketą. Tokiomis aplinkybėmis galima nagrinėti, ar paketas yra atitinkama prekės rinka, kuri skiriasi nuo atskirų prekių rinkų, vertinant paketo ir atskirų prekių tarpusavio pakeičiamumą (pavyzdžiui, vertinant, ar pirkėjai ieškotų, kur įsigyti atskiras prekes atskirai, jei pablogėtų prekių paketo tiekimo sąlygos)¹⁴⁶.

116. Tam tikrais atvejais atitinkama prekės rinka gali būti sudaryta iš prekių, kurios tarpusavyje nėra pakeičiamos, krepšelių. Pavyzdžiui, jeigu atitinkama rinka apibrėžta kaip mažmeninės prekybos kasdienio vartojimo prekių rinka, į atitinkamą rinką patenka visos kasdienio vartojimo prekės. Ar toks krepšelių sudarymas yra tinkamas, priklauso nuo nagrinėjamos situacijos. Atliekant šį vertinimą, svarbu atsižvelgti, kuris būdas atitinka pirkėjo perspektyvą. Pavyzdžiui, jeigu

¹⁴¹ Tokio MRIKS vertinimo pavyzdį žr. 57 išnašoje.

¹⁴² Bylos M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) 7.2.3.3 skirsnyje Komisija apibrėžė dujų turbinų pardavimo ir tolesnės techninės priežiūros rinką.

¹⁴³ Bylos AT.39097 Watch Repair 86–91 punktuose Komisija apibrėžė kelias atskiras atsarginių dalių rinkas, kurių kiekviena susijusi su konkrečiu laikrodžių prekės ženklu.

¹⁴⁴ Bylos M.9408 Assa Abloy / Agta Record 127 punkte Komisija apibrėžė po pardavimo teikiamų paslaugų rinką, neišskirdama paslaugų teikėjo.

¹⁴⁵ Šiuo klausimu žr. 2010 m. gruodžio 15 d. Sprendimo CEHR / Komisija, T-427/08, EU:T:2010:517, 78–109 punktus, ypač 79, 95 ir 108 punktus, taip pat bylos M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) 95 punktą.

¹⁴⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos M.5462 Thomas Cook Group / Gold Metal International 9–16 punktus. Komisija atliko vertinimą ir neatmetė galimybės, kad atostogų paketų ir atostogų, kai pirkėjas įvairius elementus įsigyja atskirai, rinkos yra atskiros. Panašiai bylos M.7555 Staples / Office Depot 91 punkte Komisija padarė išvadą, jog labai tikėtina, kad yra atskira vieno langelio principu grindžiama trijų tradicinių biuro reikmenų kategorijų (kanceliarinių prekių, popieriaus ir rašalo bei dažų) tiekimo pagal sutartis prekės rinka.

yra analizuojamas konkrečios prekės didmeninis tiekimas mažmenine prekyba užsiimančiam ūkio subjektui, atitinkama rinka turėtų sudaryti tik ta prekė, o ne visų prekių, kurios parduodamos mažmeninėje rinkoje, krepšelis

117. Tam tikromis aplinkybėmis (skaitmenines) ekosistemas galima laikyti susidedančiomis iš pirminės pagrindinės prekės ir kelių antrinių (skaitmeninių) prekių, kurių vartojimas susijęs su pagrindine preke, pavyzdžiui, technologiniais ryšiais arba sąveika¹⁴⁷. Todėl, kad apibrėžtų atitinkamą prekės rinką (-as), Konkurencijos taryba, nagrinėdama (skaitmenines) ekosistemas, gali taikyti principus, panašius į taikomus antrinėms rinkoms apibrėžti¹⁴⁸. Kai antrinės (skaitmeninės) prekės siūlomos kaip paketas, Konkurencijos taryba taip pat gali vertinti, ar šis paketas gali sudaryti atskirą atitinkamą rinką. Nors ne visoms (skaitmeninėms) ekosistemoms tinka antrinės rinkos ar paketo rinkos vertinimo metodas, siekdama apibrėžti atitinkamą prekės rinką (-as), Konkurencijos taryba prireikus atsižvelgia į tokius veiksnius kaip tinklo efektas, keitimo kaštai (įskaitant pirkėjų susaistymą galinčius lemti veiksnius) ir sprendimai naudoti vieną platformą arba daug platformų.

V SKYRIUS RINKOS DALYS

118. Apibrėžusi rinką, Konkurencijos taryba gali nustatyti kiekvienoje atitinkamoje rinkoje veikiančius tiekėjus ir pirkėjus. Tada ji gali apskaičiuoti bendrą rinkos dydį ir kiekvieno tiekėjo rinkos dalį, dažniausiai remdamasi atitinkamų prekių pardavimu (pirkėjų atveju – pirkimu) atitinkamoje geografinėje teritorijoje.

119. Rinkos dalys atspindi santykinę tiekėjų padėtį rinkoje, todėl gali būti labai naudingos vertinant rinkos galią. Tačiau rinkos dalys nėra vienintelis ūkio subjekto rinkos galios rodiklis¹⁴⁹. Priklausomai nuo konkrečių faktinių bylos aplinkybių, gali būti svarbūs ir kiti veiksniai, pavyzdžiui, patekimo į rinką ar plėtros kliūtys, įskaitant kylančias dėl masto poveikio arba tinklo efekto, galimybės naudotis konkrečiu turtu ir žaliavomis, taip pat prekių diferenciacijos ir pakeičiamumo lygio. Tai išsamiau paaiškinta Komisijos gairėse dėl esminių vertinimų konkurencijos byloje¹⁵⁰.

120. Konkurencijos taryba paprastai remiasi rinkos dalimis, kurios pagrįstos komercinio pardavimo duomenimis¹⁵¹. O štai pirkimo rinkose Konkurencijos taryba paprastai remiasi rinkos dalimis, kurios pagrįstos (komercinio) pirkimo duomenimis. Dažniausiai tiek pardavimo ar pirkimo vertė, tiek pardavimo ar pirkimo apimtis suteikia naudingos informacijos.

121. Priklausomai nuo nagrinėjamų konkrečių prekių ar konkrečios pramonės šakos, nustatant rinkos dalis, kiti parametrai nei tik komercinio pardavimo arba pirkimo duomenys gali suteikti papildomos ar naudingesnės informacijos. Tai gali būti: pajėgumai arba gamyba¹⁵² (ypač

¹⁴⁷ 2022 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo Google ir Alphabet / Komisija, T-604/18, EU:T:2022:541, 116 punkte Bendrasis Teismas nurodė: „<...> esant skaitmeninei „ekosistemai“ <...> ekosistemą sudarančių atitinkamų rinkų prekės ar paslaugos gali persidengti arba būti susijusios tarpusavyje dėl jų horizontalaus ar vertikalios papildomumo. Šios atitinkamos rinkos, vertinamos kartu, taip pat gali turėti pasaulinį aspektą, atsižvelgiant į jų sudedamąsias dalis jungiančią sistemą ir visus šioje sistemoje esamus ar kitų sistemų sukeltus konkurencinius suvaržymus.“ Skaitmeninės ekosistemos pavyzdys būtų mobilijai operacinei sistemai skirtų prekių (įskaitant aparatinę įrangą, taikomųjų programų paruošuvę ir taikomąją programinę įrangą) ekosistema.

¹⁴⁸ Žr. bylos AT.40099 Google Android dėl programėlių paruošuvė rinkos apibrėžimo 299 punktą. Komisija padarė išvadą, kad nėra tenkinamos sąlygos, pagal kurias apibrėžiama sisteminė rinka, sudaryta iš programėlių paruošuvė ir išmaniųjų mobiliųjų operacinių sistemų.

¹⁴⁹ Žr., pavyzdžiui, 2007 m. liepos 9 d. Sprendimo Sun Chemical Group ir kt. / Komisija, T-282/06, EU:T:2007:203, 140 punktą ir 2010 m. liepos 6 d. Sprendimo Ryanair / Komisija, T-342/07, EU:T:2010:280, 42 punktą.

¹⁵⁰ Žr., pavyzdžiui, Gairių dėl horizontaliųjų susijungimų III ir IV skyrius. Taip pat žr. Horizontaliųjų bendradarbiavimo susitarimų vertinimo gairių, pavyzdžiui, 236 punktą.

¹⁵¹ Komercinis pardavimas – pardavimas trečiosioms šalims, bet ne pardavimas įmonių grupės viduje. Kai kuriais atvejais vertikalčiai integruotas ūkio subjektas dalį savo produkcijos gali naudoti savo reikmėms (pavyzdžiui, gaminant kitas prekes). Vidiniai pardavimai į bendrą rinkos dydį turėtų būti įtraukiami tik tuo atveju, jeigu kainų padidėjimo atveju vertikalčiai integruotas ūkio subjektas pakankamai greitai nukreiptų dalį ar visą vidinėms reikmėms skirtą prekės kiekį į rinką, atsižvelgiant į tokio nukreipimo poveikį kitų vertikalčiai susijusių prekių gamybai ir bendram pelningumui. Šiuo aspektu vertinimas būtų panašus į pasiūlos pakeičiamumo vertinimą. Jeigu būtų nukreipiama tik dalis kiekio, tik ši dalis ir turėtų būti įtraukiama į atitinkamos rinkos dydį.

¹⁵² Pajėgumų arba gamybos dalys paprastai skaičiuojamos nuo visų geografinėje rinkos teritorijoje esančių tiekėjų.

rinkose, kurioms būdinga, kad pajėgumai yra strategiškai svarbūs)¹⁵³; tiekėjų skaičius (ypač rinkose, kuriose skelbiami formalūs konkursai, arba tais atvejais, kai inovatyvios prekės yra kūrimo etape); skirtų sutarčių skaičius¹⁵⁴; vartojimo (naudojimo) rodikliai, pavyzdžiui, (aktyvių) vartotojų (naudotojų) skaičius¹⁵⁵, apsilankymų svetainėje¹⁵⁶ ar srautinių transliacijų skaičius, praleistas laikas arba auditorijos dydis¹⁵⁷, atsisiuntimų ir atnaujinimų skaičius¹⁵⁸, sąveikų skaičius¹⁵⁹ arba platformoje sudarytų sandorių apimtis ar vertė (visų pirma, tais atvejais, kai galimybė naudotis prekėmis daugiausia suteikiama už nulinę piniginę kainą, kaip gali būti skaitmeninių rinkų arba apskritai daugiapusių platformų atveju); transporto priemonių parko vienetai, vietų skaičius, kelionių skaičius arba tokios naudojimosi teisės kaip laiko tarpsniai tam tikruose oro uostuose (pavyzdžiui, transporto rinkose)¹⁶⁰, arba turimi rezervai (pavyzdžiui, kasybos sektoriuje)¹⁶¹. Siekiant įvertinti santykinę ūkio subjektų konkurencinę padėtį rinkose, kuriose dažnai ir daug investuojama į MTP, kaip atitinkamas rodiklis gali būti naudojamas investicijų į MTP dydis arba patentų ar patentų citavimo skaičius¹⁶². Dažniausiai ypač svarbūs yra rodikliai, kuriuos rinkos dalyviai vidaus reikmėms naudoja įprastinės veiklos metu.

122. Kai rinkos apibrėžiamos aplink pirkėjų buvimo vietas, apskaičiuojant rinkos dalis atsižvelgiama į visus pardavimo pirkėjams duomenis atitinkamoje geografinėje rinkoje. Todėl, apskaičiuojant rinkos dalis, atsižvelgiama į tiekėjų iš kitų teritorijų pardavimo pirkėjams atitinkamoje geografinėje rinkoje duomenis (t. y. į importą į atitinkamą rinką), bet neatsižvelgiama į atitinkamoje rinkoje esančių tiekėjų pardavimo kitose vietovėse esantiems pirkėjams duomenis (t. y. į eksportą iš atitinkamos rinkos)¹⁶³. Kita vertus, kai rinkos apibrėžiamos aplink tiekėjų buvimo vietas, apskaičiuojant rinkos dalis atsižvelgiama į visus atitinkamoje rinkoje esančių tiekėjų pardavimo duomenis, o pirkėjo buvimo vieta nėra svarbi¹⁶⁴. Tokiu atveju, apskaičiuojant rinkos dalis, neatsižvelgiama į tiekėjų, esančių už atitinkamos geografinės rinkos ribų, pardavimo duomenis.

123. Kai prekės yra ypač diferencijuotos (kaip paaiškinta IV skyriaus pirmajame skirsnyje), rinkos dalys gali būti mažiau patikimas rinkos galios rodiklis, tuomet Konkurencijos taryba, atlikdama konkurencijos vertinimą, dažniausiai analizuoja ir tai, kaip artimai konkuruoja vertinamas (-i) ūkio subjektas (-ai) ir kiti tiekėjai. Atitinkamai, atliekant diferencijuotų rinkų konkurencijos vertinimą, gali būti tinkamiau ne tiek įvertinti rinkos dalis, o analizuoti, kaip artimai konkuruoja

¹⁵³ Žr., pavyzdžiui, bylos M.8674 BASF / Solvay's Polyamide Business, susijusios su nailono polimerų vertės grandine, 455 punkto b dalį, bylos M.7744 HeidelbergCement / Italcementi dėl koncentracijos pilkojo cemento rinkoje 61 punktą ir bylos M.4000 Inco / Falconbridge dėl koncentracijos nikelio rinkoje 315 bei tolesnius punktus. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.8713 Tata Steel / ThyssenKrupp / JV 474–481 punktus ir 2022 m. birželio 22 d. Sprendimo ThyssenKrupp / Komisija, T-584/19, EU:T:2022:386, 591 punktą.

¹⁵⁴ Žr., pavyzdžiui, bylos M.8134 Siemens / Gamesa 75–80 punktus, kuriuose paaiškinama, kad toje byloje svarbesnis rodiklis yra pasirašytų/laimėtų sutarčių dėl vėjo jėgainių skaičius, o ne pastatytų vėjo jėgainių skaičius, dėl laiko tarpo nuo pasirašymo iki įrengimo.

¹⁵⁵ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7217 Facebook / Whatsapp 95–98 punktus.

¹⁵⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos AT.39740 Google Search (Shopping) 273–284 punktus.

¹⁵⁷ Žr., pavyzdžiui, bylos M.9064 Telia Company / Bonnier Broadcasting Holding dėl didmeninio nemokamų kanalų ir mokamų bazinių TV kanalų tiekimo rinkos 315, 316, 324, 327, 333 ir 339 išnašas.

¹⁵⁸ Žr., pavyzdžiui, bylos AT.40099 Google Android 591–593 punktus.

¹⁵⁹ Žr., pavyzdžiui, bylos M.10262 Facebook / Kustomer dėl B2C ryšio paslaugų rinkos 176–179 punktus.

¹⁶⁰ Žr., pavyzdžiui, bylos M.4439 Ryanair / Aer Lingus 340–347 punktus; bylos M.8869 Ryanair / LaudaMotion 303–306 punktus ir bylos M.9287 Connect Airways / Flybe 447–453 punktus.

¹⁶¹ Žr., pavyzdžiui, bylos M.4000 Inco / Falconbridge 490–494 punktus ir bylos M.8713 Tata Steel / ThyssenKrupp / JV 472–481 punktus.

¹⁶² Žr., pavyzdžiui, bylos M.7932 Dow / DuPont sprendimo 1 priedą ir bylos M.8084 Bayer / Monsanto 1153 bei tolesnius punktus.

¹⁶³ Taip pat žr. 49 punktą.

¹⁶⁴ Pavyzdžiui, su mažmenine kasdienio vartojimo prekių prekyba susijusiais atvejais apskaičiuojant rinkos dalis atsižvelgiama į visus atitinkamų mažmeninės prekybos vietų, esančių atitinkamose rinkose, pardavimo duomenis. Žr., pavyzdžiui, bylos M.8468 Norgesgruppen / Axfood / Eurocash 32 ir tolesnius punktus.

tiekJėjai¹⁶⁵. Todėl prirėikus galima remtis atitinkamos rinkos segmentų dalimis ir, į jas atsižvelgiant, vertinti, kaip artimai vertinami ūkio subjektai konkuruoja tarpusavyje ir su konkurentais¹⁶⁶.

124. Be to, kai prekės yra ypač diferencijuotos, rinkos dalys, kurios apskaičiuojamos pagal pardavimo vertę ir pardavimo apimtį, gali reikšmingai skirtis. Konkurencijos taryba atskaitos tašku paprastai laiko pardavimo vertę¹⁶⁷. Vis dėlto pardavimo vertės duomenis galima papildyti pardavimo apimties duomenimis, kadangi kai kuriais atvejais jais remtis gali būti tinkamiau, siekiant įvertinti tiriamo elgesio ar koncentracijos poveikį. Pavyzdžiui, jei koncentracijoje dalyvauja du ūkio subjektai, siūlantys prekę daug mažesne kaina nei kiti ūkio subjektai, tačiau turintys didelę dalį pirkėjų, vien tik pardavimo vertė gali nepakankamai atspindėti šių ūkio subjektų konkurencinę svarbą ir sąveiką¹⁶⁸.

125. Jei vertinamas (-ų) ūkio subjektas (-ų) neturi tikslių rinkos dalies duomenų, jis tokią informaciją gali pateikti kaip įverčius. Kai būtina vertinimui atlikti, Konkurencijos taryba papildomai arba kaip alternatyvą naudoja kitus informacijos apie rinkos dydį ir rinkos dalis šaltinius. Tai, be kita ko, gali būti valdžios institucijų, pramonės konsultantų arba verslo asociacijų tyrimai ar ataskaitos, vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) vidiniai dokumentai arba rinkos dalyvių pateikti įverčiai. Tais atvejais, kai nėra patikimų vertinamo (-ų) ūkio subjekto (-ų) pateiktų įverčių arba nėra informacijos iš kitų šaltinių, Konkurencijos taryba gali visiškai arba iš dalies apskaičiuoti rinkos dalis, prašydama atitinkamos rinkos tiekėjų arba pirkėjų pateikti duomenis apie savo pardavimo arba pirkimo apimtį ar vertę arba kitus svarbius rodiklius. Konkurencijos tarybos patirtis rodo, kad toks rinkos dalių apskaičiavimas dažniausiai yra tikslesnis.

126. Dažniausiai Konkurencijos taryba remiasi rinkos dalimis, apskaičiuotomis pagal metinius duomenis. Paprastai tokius duomenis Konkurencijos taryba, atlikdama koncentracijų vertinimą, renka bent už trejų metų laikotarpį arba, atlikdama Konkurencijos įstatymo pažeidimo tyrimus, už tiriamo elgesio trukmę. Vis dėlto tiriamasis laikotarpis, pagal kurį apskaičiuojamos rinkos dalys, nuo įprasto vienu metų laikotarpio gali skirtis priklausomai nuo atitinkamos rinkos ypatybių. Rinkose, kurioms būdinga netolygi ar nereguliari paklausa ar pasiūlos ir (arba) paklausos sezoniškumas, arba struktūrinius pokyčius patiriančiose rinkose gali būti tikslinga rinkos dalis apskaičiuoti ilgesniais ar trumpesniais tiriamaisiais laikotarpiais¹⁶⁹. Struktūrinius pokyčius (pavyzdžiui, reguliavimo ar technologinius pokyčius) patiriančiose rinkose arba tais atvejais, kai gali būti tinkama atlikti perspektyvinį vertinimą, kad būtų atspindėta rinkos dinamika, gali būti vertinamos būsimos rinkos dalys siekiant atsižvelgti į tuos numatomus pokyčius¹⁷⁰.

¹⁶⁵ Pavyzdžiui, galima vertinti ūkio subjektų tarpusavio konkurencijos intensyvumą, analizuojant ūkio subjektų turimas segmentų dalis, kainų panašumo ir kitus konkurencijai svarbius veiksnius arba skirtingų prekių tarpusavio pakeičiamumo rodiklius, pavyzdžiui, stebimus keitimo atvejus, ir tokius susijusius rodiklius, kaip nukreipimo koeficientai ar apskaičiuotas paklausos elastingumas. Žr., pavyzdžiui byla M.5658 Unilever / Sara Lee, kurioje Komisija nustatė didelę diferenciaciją dezodorantų rinkoje ir, atlikdama konkurencijos vertinimą, kiekybiškai įvertino tikėtiną poveikį kainoms, pagrįstą apskaičiuotu paklausos elastingumu.

¹⁶⁶ Žr., pavyzdžiui, bylos M.9409 Aurubis / Metallo Group Holding 227 ir 468 punktus. Komisija nustatė, kad atitinkama lydymui ir rafinavimui skirto vario laužo rinka buvo labai diferencijuota, ypač medžiagų sudėties ir kilmės požiūriu, ir ją sudarė daug segmentų. Komisija peržiūrėjo šių konkrečių segmentų rinkos dalis siekdama įvertinti, kaip smarkiai susijungiančios šalys konkuravo tarpusavyje ir su konkurentais.

¹⁶⁷ Žr., pavyzdžiui, bylos M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business) 426 punktą.

¹⁶⁸ Pavyzdžiui, privačios etiketės prekės ženklo prekių, kurios nėra diferencijuotos, tiekėjų tarpusavio konkurenciją gali geriau atspindėti rinkos dalių duomenys, apskaičiuoti pagal pardavimų apimtį. Žr., pavyzdžiui, bylos M.9413 Lactalis / Nuova Castelli 137 punktą.

¹⁶⁹ Ilgesnių tiriamųjų laikotarpių, nustatytų dėl netolygios paklausos, pavyzdžių galima rasti konkursų rinkose. Žr., pavyzdžiui, bylos M.7278 General Electric / Alstom (Thermal Power – Renewable Power & Grid Business), kurioje rinkos dalys apskaičiuotos pagal penkerių ir dešimties metų laikotarpius, 420–422 punktus. Byloje M.8677 Siemens / Alstom tiriamasis laikotarpis buvo dešimt metų (141 punktas), o byloje M.9343 Hyundai Heavy Industries Holdings / Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering (362 bei tolesni punktai) ir M.10078 Cargotec / Konecranes (533 punktas) tiriamasis vienuolikos metų laikotarpis buvo padalintas į kelias laikotarpio dalis. Kelerių metų duomenys, pagrįsti trumpesniais tiriamaisiais laikotarpiais (t. y. sezonais) buvo naudojami, pavyzdžiui, oro transporto bendrovių byloje (žr., pavyzdžiui, bylos M.8869 Ryanair / Laudamotion 304 punktą).

¹⁷⁰ Žr., pavyzdžiui, bylos M.9674 Vodafone Italia / TIM / INWIT JV 81 ir 147 punktus. Apyvadinimo ir maitinimo paslaugų, siūlomų mobiliojo ryšio tinklo operatorių makrosvetainėse, teikimo rinkos dalys buvo apskaičiuotos ir įvertintos pagal 2017–2027 m., t. y., ir kelerius metus ateityje. Taip pat žr., pavyzdžiui, bylos M.10534 Traton / Aktiebolaget Volvo / Daimler Truck / JV 106–109 ir 118–120 punktus. Komisija įvertino bendrosios įmonės sukūrimą besiformuojančioje elektrinių sunkiųjų sunkvežimių ir tolimojo susisiekimo autobusų viešojo įkrovimo sprendimų rinkoje ir tai, kokios rinkos dalys numatomos po kelerių metų.