

**Vilniaus universiteto Teisės fakulteto
Civilinės teisės ir civilinio proceso katedra**

Aurelijos Bachovaitės,
V kurso, komercinės teisės
studijų atšakos studentės

Magistro darbas

**Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimas: reguliavimo
tobulinimas ir problemos**

Vadovas: Asist. Marius Juonys

Recenzentas: Asist. Marius Jakutavičius, LL.M

Vilnius 2009

Turinys

2

1. IŽANGA	4
2. APIE PROBLEMĄ BENDRAI	7
3. KAS YRA RINKOS GALIA?	9
3.1. PIRKĖJO RINKOS GALIOS SĄVOKA	9
3.2. PIRKĖJO RINKOS GALIOS PRIELAIIDOS	11
3.3. PIRKĖJO PIKTNAUDŽIAVIMO RINKOS GALIA NUSTATYMAS IR ĮVERTINIMAS	16
3.4. PIKTNAUDŽIAVIMO TURIMA RINKOS GALIA BŪDAI	20
4. PIRKĖJO RINKOS GALIOS NAUDOJIMO PASEKMĖS	26
4.1. TEIGIAMOS PASEKMĖS	26
4.2. NEIGIAMOS PASEKMĖS	27
5. KOKI PROBLEMOS REGULIAVIMĄ TURIME ŠIANDIEN LIETUVOJE IR AR REIKIA NAUJO/TOBULESNIO?	34
5.1. LIETUVOS RESPUBLIKOS CIVILINIO KODEKSO REGULIAVIMAS	34
5.2. KONKURENCIJOS ĮSTATYMO REGULIAVIMAS	37
5.3. KITI LIETUVOJE VEIKIANTYS TEISĖS AKTAI	43
6. EUROPOS SAJUNGOS TENDENCIJOS PIKTNAUDŽIAVIMO PIRKĖJO RINKOS GALIA SRITYJE.	48
7. PIKTNAUDŽIAVIMO PIRKĖJO RINKOS GALIA REGULIAVIMO UŽSIENIO ŠALYSE APŽVALGA	52
7.1. PIKTNAUDŽIAVIMO RINKOS GALIA REGULIAVIMO PRINCIPAI JUNGTINĖJE KARALYSTĖJE	53
7.2. PIKTNAUDŽIAVIMO PIRKĖJO RINKOS GALIA REGULIAVIMAS VOKIETIJOJE	56
7.3. NAUJASIS LATVIJOS PIKTNAUDŽIAVIMO RINKOS GALIA REGULIAVIMAS	57
8. KOKIO REGULIAVIMO REIKIA LIETUVOJE IR SU TUO SUSIJUSIOS PROBLEMOS	60
8.1. SAVANORIŠKAS AR PRIVALOMAS REGULIAVIMAS?	61
8.2. KAM NAUJASIS REGULIAVIMAS TURĖTŲ BŪTI TAIKOMAS?	63
8.3. KAI KURIOS KONKREČIOS REGULIAVIMO NUOSTATOS	66
8.4. GALIMOS REGULIAVIMO KŪRIMO IR TAIKymo PROBLEMOS.	68

<u>9. IŠVADOS</u>	<u>70</u>
<u>10. LITERATŪROS SARAŠAS</u>	<u>72</u>
<u>11. SANTRAUKA</u>	<u>79</u>
<u>12. SUMMARY</u>	<u>85</u>

1. Įžanga

Dar 2003 m. buvo imtasi iniciatyvos reguliuoti didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų ir jų tiekėjų santykius, ir buvo pradėtas rengti Mažmeninės prekybos įmonių, kurių metinės pardavimo grynosios pajamos viršija 50 mln. litų, finansinės veiklos viešumo ir sąžiningos konkurencijos užtikrinimo įstatymo projektas. Vėliau, 2005 m. imtas rengti Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo ir veiklos viešumo užtikrinimo įstatymo projektas. Nė vienas iš šių projektų nebuvo patvirtintas. 2007 m. Buvo pasirašytas Prekybos įmonių geros verslo praktikos kodeksas, iš kurio išstojus didžiausiam mažmeninės prekybos tinklui, jis realiai nebeteko savo galios. 2008 m. buvo pasiūlytas naujas Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijos projektas, kuris 2009 03 12 buvo patvirtintas Seimo. Iki 2009 05 01 Vyriausybei pavesta parengti naujo įstatymo projektą.

1.1 Temos aktualumas

Mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo rinkos galia tema Lietuvoje šiuo metu yra labai aktuali. Viešojoje erdvėje netyla diskusijos šiuo klausimu. Tiekėjų ir gamintojų asociacijos nuolat atkreipia dėmesį, kad didieji mažmeninės prekybos tinklai dažnai nesąžiningai naudoja savo turimą ekonominį pranašumą, reikalauja ekonomiškai nepagrįstų nuolaidų ir mokėjimų, vartotojų ir gamintojų sąskaita didina savo pelną. Kita vertus, didieji mažmeninės prekybos tinklai ir prekybos įmonių asociacijos neigia problemą arba pabrėžia, kad problema nėra tokia didelė, jog reikėtų kurti specialų reguliavimą jai spręsti. Taip pat baiminasi, kad gali būti per daug kišamasi į privačių įmonių komercinius santykius, suvaržomas sutarčių laisvės principas. Taigi, nagrinėti šią temą yra labai naudinga apskritai, o ypač būtina šiuo metu, nes dabar Vyriausybė kaip tik rengia naujojo įstatymo projektą. Netrukus prasidės ir konsultacijos su visuomene, projekto svarstymas Seime, būtina užtikrinti, kad tiek įstatymo projektas, tiek pats įstatymas būtų priimtas gerai išanalizavus piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemą.

1.2. Darbo tikslai ir uždaviniai

Pagrindinis darbo tikslas – atsakyti į klausimą, ar Lietuvoje iš viso reikia specialaus mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia reguliavimo. Todėl

siekiami tiksliai įvardinti, kas yra pirkėjo rinkos galia, kaip ja galima piktnaudžiauti, kokios gali būti to pasekmės. Taip pat siekiama atsakyti į klausimą, kokio būtent reguliavimo galimai reikia Lietuvoje, nustatyti galimas jo kūrimo ir įgyvendinimo problemas.

1.3. Darbo objektas

Darbe nagrinėjama mažmeninės prekybos įmonių santykių su produkcijos tiekėjais ir gamintojais (įmonėmis), rinkos galios tarp jų pasiskirstymo, jos galimo nesąžiningo panaudojimo teorija. Galima įtaka vartotojams aprašoma tik apibūdinant piktnaudžiavimo žalą visuomenei, kuri gali nebūti akivaizdi žvelgiant tik į verslo subjektų santykius. Darbe taip pat plačiau neanalizuojamas galimas neigiamo mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo poveikio perdavimas ūkininkams ir kitiems subjektams (žaliavų, paslaugų tiekėjams ir kt.), kurie neturi tiesioginių komercinių santykių su mažmeninės prekybos tinklais. Nagrinėjama dabartinė teisinė ir ekonominė padėtis Lietuvoje ir kitose Europos Sąjungos šalyse, siūlomi galimi problemos sprendimo būdai. Darbo tikslas nėra atlikti rinkos ar mažmeninės prekybos įmonių santykių su tiekėjais ir gamintojais padėties analizę. Taip pat nesiekama parengti detalų galimo reguliavimo modelį. Nagrinėjamos galimybės ir siektini pavyzdžiai, apibendrinama teisės mokslo doktrina. Tiesa, rašant darbą buvo atliktas savarankiškas tyrimas, apklausiant gamintojų ir tiekėjų asociacijas, tačiau tai daugiau iliustracinio pobūdžio duomenys, nepretenduojama vienareikšmiškai nustatyti neginčijamų faktų.

1.4. Metodika

Darbe daugiausia naudojami teisinės literatūros analizės, teisės aktų analizės, statistinių duomenų analizės metodai. Analizuojamos doktrinoje aptinkamos skirtingos nuomonės, nagrinėjami įvairių šalių teisės aktai, įvairiuose tyrimuose aptinkami ir kitaip viešai skalbiami statistiniai duomenys. Taip pat naudojamas lyginamasis metodas, nes nuomonės ir skirtingų šalių piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia reguliavimo instrumentai lyginami, siekiama nustatyti labiausiai paplitusius modelius, taip pat rasti labiausiai Lietuvos situacijai tinkančius sprendimus. Naudojamas ir istorinis metodas, nes dažnai tam, kad iš esmės suprasti vieną ar kitą reguliavimo modelį ar nuomonę, reikia apžvelgti konkrečios šalies ekonominę ir teisinę raidą atitinkamoje srityje, išsiaiškinti pasirinkimų priežastis.

1.5. Originalumas

Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo tema Lietuvoje kol kas nėra parašyta nė vieno mokslinio darbo ar straipsnio, kuris būtų publikuotas moksliniame leidinyje. Internetu galima rasti įvairių nuomonių ir daugiau publicistinių straipsnių šiuo klausimu, tačiau nė viename iš jų problema neanalizuojama iš esmės. Reikėtų paminėti, kad piktnaudžiavimo problemos analizės yra parengę Lietuvos Laisvosios Rinkos Institutas, Lietuvos Prekybos Įmonių Konfederacija, Lietuvos Respublikos Ūkio Ministerija, tačiau šiame darbe stengiasi išnagrinėti probleminius klausimus kaip galima išsamiau ir objektyviau, nagrinėjami dar jokiuose darbuose nenagrinėtų užsienio šalių pavyzdžiai. Daugelyje užsienio šalių teisės mokslas sprendžiant šią problemą yra pažengęs žymiai toliau, netrūksta mokslinių leidinių ir tyrimų, tačiau labai didelė dalis jų Lietuvoje nėra analizuoti ar išversti į lietuvių kalbą. Šiame darbe stengiamasi pateikti šiuo metu pasaulyje paplitusias teorijas.

1.6. Šaltiniai

Kaip jau minėta, Lietuvoje beveik nėra šaltinių, nuodugniai analizuojančių piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemą. Iš jų darbe daugiausiai naudojama Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija, analizuojami Lietuvoje veikiantys kiti mažmeninės prekybos įmonių ir tiekėjų santykius reguliuojantys teisės aktai, Konkurencijos Tarybos praktika. Tačiau svarbiausi darbe yra būtent užsienio šalių teisės aktai, jų institucijų atliktos analizės, teisės doktrina. Kaip vieną iš reikšmingiausių darbe reikėtų paminėti Jungtinės Karalystės pavyzdžio analizę. Ši šalis ne tik kad yra atliktus daugybę nuodugnių tyrimų ir pateikusi daug piktnaudžiavimo rinkos galia ekonomikos ir teisės teorijų, bet ir jau kuris laikas yra laikoma pavyzdžiu Lietuvai. Jos pasirinktas reguliavimo modelis buvo taikomas kuriant Prekybos įmonių geros verslo praktikos kodeksą Lietuvoje. Dažnai darbe remiamasi Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos dokumentais ir publikacijomis. Taip pat kaip svarbūs darbe išskirtina ir Europos Sąjungos institucijų (visų pirma Europos Komisijos) įvairaus pobūdžio aktai ir nagrinėtos bylos. Kitų Europos Sąjungos šalių, Europos Ekonominio Bendradarbiavimo ir Vystymo Organizacijos tyrimai ir straipsniai taip pat užima svarbią vietą.

2. Apie problemą bendrai

Mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios didėjimas ir su tuo susijusios problemos vis dar yra labai aktuali konkurencinės teisės tema Lietuvoje, Europos Sąjungoje ir pasaulyje. Į šios diskusijos sritį taip pat neretai įtraukiamas ir pirkėjo rinkos galios didėjimas ne tik mažmeninės prekybos, bet ir kitose grandyse (gamintojo ir tiekėjo santykiuose). Pagrindinė didžiulės nuomonių gausos priežastis veikiausiai yra tai, kad didėjanti pirkėjo rinkos galia sukelia ir teigiamų ir neigiamų pasekmių, o surasti, kurios iš jų yra labiau paplitusios, daug kur trukdo išsamių ir patikimų empirinių duomenų stygius. Sąvokų „teigiamos pasekmės“ ir „neigiamos pasekmės“ supratimas taip pat priklauso nuo valstybės ar regiono ekonomikos politikos ir konkurencijos teisei keliamų tikslų. Dar daugiau, Tose šalyse, kur nustatoma, kad didėjanti mažmeninės prekybos įmonių rinkos galia yra per daug pavojinga laisvai konkurencijai, vėlgi, gali būti pasirenkamas vienas iš daugelio kovojimo su tuo būdų.

Šie veiksniai daro problemą labai kompleksiška, ir sunkiai pasiduodančia nagrinėjimui, tačiau visiškai nekreipti dėmesio į ją negalima. Kaip rašoma turbūt bet kuriame konkurencijos teisės pagrindų vadovėlyje, laisvoji rinka yra laikoma geriausia sistema ribotų išteklių paskirstymui. Įmonės, kurios gamina labiau vartotojams patinkančius produktus klestės ir turės daugiau pajamų nei tos, kurios siūlo prastesnę produkciją – rinka skatina vartotojo pasirinktų produktų gamybos efektyvumą. Vartotojas turi būti šios sistemos karalius.¹ Tuo tarpu jei atsiranda trukdžių ir vartotojo galimybės priimti sprendimus sumažinamos, sistema sutrinka. Lietuva, kurioje 2005 m. ~72 % mažmeninės prekybos maisto produktais rinkos priklausė keturiems didžiausiems prekybos centrams (ir šis rodiklis yra didžiausias iš visų trijų Baltijos šalių ir vienas didžiausių Europoje)², nors jau žengė pirmuosius žingsnius šio reiškinio tyrinėjimo srityje, turėtų dar daugiau dėmesio skirti atitinkamiems rinkos tyrimams ir stebėjimams, esamos teisinės padėties analizavimui.

Nors ši problema Lietuvoje gana nauja, ir pasiūlytą mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepciją pasekė didelė karštų pasisakymų ir straipsnių banga, nemažai kitų šalių pirmuosius susirūpinimo ženklus ėmė rodyti jau daug

¹ Valentine Korah „An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice“, Hart Publishing, 2007, p. 26; Taip pat žr. Paul Craig and Grainne De burca „EU Law Texts Cases and Materials“, p. 951, Oxford University Press 2008, fourth edition.

² Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets“, 2006 rinkos tyrimo duomenimis. Dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.biceps.org/files/Competition_in_Baltic_Grocery_Retail_Markets.pdf

seniau. Garsusis JAV Patmano aktas³ (angl. *Robinson Patman Act*) buvo priimtas dar 1936 m. (jis buvo skirtas tik bendrai uždrausti silpnesnių rinkos dalyvių išnaudojimą ir dar neišskyrė mažmeninės prekybos įmonių), labai anksti buvo pradėta vystyti ekonomikos teorija šiuo klausimu⁴, taip pat jau nuo 1999-tųjų į didžiųjų prekybos centrų stiprėjimo reiškinį imtas kreipti didelis dėmesys ir Europos Sąjungos mastu.⁵

Šiuo klausimu įdomi P. Cartensen nuomonė, kuris teigia, kad pirkėjo rinkos galia jau labai seniai pripažinta žalinga ir smarkiai ribojama tokiose srityse kaip darbo teisė ir kai kuriose pramonės šakose. Darbo teisėje, pavyzdžiui, gausu tokių apribojimų kaip maksimalus darbo valandų skaičius, minimalus atlyginimas (darbo kaina), darbuotojams leidžiama jungtis į profesines sąjungas ir bendrai derinti savo pozicijas rinkoje (kas normaliu atveju reikštų draudžiamą horizontalųjį susitarimą) ir kt., nes darbo jėgos pirkėjo galia ir informuotumas daug didesnis nei darbo jėgą parduodančio darbuotojo.⁶ Žinoma, nereikėtų pamiršti, kad didele dalimi tokį reguliavimą lemia ir žmogaus teisių svarba, o darbuotojas net savo statusu nėra lygiavertis įmonei rinkos dalyvis. Tačiau toks pavyzdys patvirtina, kad net ir monopolinės padėties rinkoje neužimančios įmonės rinkos galia gali sudaryti prielaidas pakenkti ekonomiškai silpnesniems subjektams. Taip pat atrodo, kad pirkėjo rinkos galios problema ekonomikoje tikrai nėra tokia nauja, kaip iš pradžių gali pasirodyti.

Lietuviškojo įstatymo koncepcijoje aiškiai nurodyta, kad siekiama sukurti reguliavimą, „kuriuo būtų nustatytas specialus visuomeninių santykių, susiklostančių tiekiant prekes rinkos galią turinčioms mažmeninės prekybos įmonėms, reglamentavimas, leidžiantis užtikrinti didesnę šiuose ūkio sektoriuose esančių ekonominių santykių viešumą ir kontroliuoti tam tikras mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios panaudojimo formas.“⁷

Taigi, pirmiausia siekiant išspręsti išangoje nurodytus uždavinius, tikslinga išsiaiškinti, kas yra ta „rinkos galia“, kaip ji nustatoma, kaip mažmeninės prekybos įmonės ja gali pasinaudoti ir apibrėžti kaip ši informacija gali būti panaudota Lietuvoje kylančių problemų ir iniciatyvų kontekste.

³ The Robinson-Patman Act of 1936 (or Anti-Price Discrimination Act) 15 U.S.C. § 13

⁴ Pavyzdžiui, „kompensuojančios galios“ apibrėžimas išvystytas dar 1952 m.,

⁵ Europos Komisijos užsakymu 1999 m. Dobson Consulting buvo parengta studija, kurioje analizuota mažmeninės prekybos tinklų rinkos galia ir jos įtaka konkurencijai ES mažmeninės prekybos maisto produktais sektoriuje. „Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union“, 1999 10 13, pasiekama adresu: <http://ec.europa.eu/competition/publications/studies/bpifrs/>

⁶ Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, *The Antitrust Bulletin*: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p. 271.

⁷ Lietuvos Respublikos Seimo 2009 m. Kovo 12 d. nutarimu Nr. XI-191 patvirtinta Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija, II dalis, 2 punktą.

3. Kas yra rinkos galia?

Kadangi darbe nagrinėjama mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios didėjimas ir iš to atsirandančios galimybės nesažiningai ją naudoti tiekėjų ir gamintojų atžvilgiu (priešsrovinėse rinkose), akivaizdu, kad įstatymo koncepcijos sąvoka „rinkos galia“ reiškia mažmeninės prekybos įmonės kaip pirkėjo rinkos galią.

3.1. Pirkėjo rinkos galios sąvoka

Literatūroje galima sutikti gana daug sąvokos „pirkėjo rinkos galia“ apibrėžimų. Kai kur ji vadinama tiesiog „pirkėjo galia“ arba „pirkimo galia“. Šios sąvokos iš esmės panašios ir kalba eina apie ekonomiškai stipresnio pirkėjo galios įgyvendinimą, nesutariama dažniausiai dėl to, ką būtent reiškia rinkos galia.⁸

Vieni autoriai linkę manyti, kad pirkėjo rinkos galia turi tuos pačius požymius ir bruožus kaip ir pardavėjo rinkos galia, taigi teigiama, kad ekonomikoje tėra viena sąvoka nusakanti rinkos galią. Pirkėjas laikomas turinčiu rinkos galią, jei jis gali priversti pardavėjus sumažinti kainą žemiau tos, kuri egzistotų normalios konkurencijos sąlygomis. Tačiau, nurodoma, kad pirkėjo rinkos galia yra veidrodinis monopolijos ir oligopolijos atspindys.⁹ Tokiu atveju, preziumuojama, kad pasiūlos pusė yra tobulai konkurencinga, o monopsonistas ar oligopsonistas pasiekia mažesnes kainas sumažindamas perkamą kiekį (paklausą). Galimos neigiamos pasekmės yra pirkimų kiekio rinkoje sumažėjimas. Todėl dažniausiai laikoma, kad apčiuopiamas žalingas poveikis atsiranda tik monopsonijos atveju, neieškoma ypatingų kovos su šia galios forma priemonių ir kt.

Kitavertus, dažniau literatūroje randamas kitoks, platesnis, pirkėjo rinkos galios apibrėžimas. Čia pirkėjo rinkos galia apibrėžiama kaip pirkėjo galėjimas įtakoti pirkimo sąlygas dėl su efektyvumu nesusijusių priežasčių.¹⁰ Dar aiškesnį to paties pobūdžio apibrėžimą galima rasti Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos apžvalgoje¹¹. Čia pirkėjas apibūdinamas kaip turintis rinkos galią, jei santykiuose bent su vienu tiekėju jis

⁸ Zhiqi Chen „Defining Buyer Power“, The Antitrust Bulletin, Vol. 53 No.2/Summer 2008, p. 241.

⁹ G. Noll t.p. žr R. Scheelings, J. Wright „‘Sui generis’?: An antitrust analysis of buyer power in the United States and European Union“, Akron Law Review, Vol. 39 No.1 2006, p 207.

¹⁰ Warren S. Grimes „Buyer power and retail gatekeeper power: protecting competition and the atomistic seller“, Antitrust Law Journal, 2005 p. 565.

¹¹ Europos Komisijos užsakymu parengta studija „Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union“, 1999, p. 25.

gali užtikrintai grasinti nuostoliais (tiesioginiais nuostoliais ar negautu pelnu), kurie, jei grasinimas būtų įvykdytas, būtų smarkiai neproporcingi jam pačiam atsiradusiems nuostoliams. Sakant „smarkiai neproporcingi“, turima galvoje santykiniai, o ne absoliutūs dydžiai. Pavyzdžiui, mažmenininkas M turi rinkos galią prieš tiekėją T, jei sprendimas išimti iš apyvartos T prekę sukeltų M pelno sumažėjimą 0,1 %, kai tuo tarpu T pelnas dėl to sumažėtų 10 %.¹² Ši sąvoka yra daug platesnė, nes nebūtinai reiškia tik monopsonisto turimą galią. Čia apskritai daugiau akcentuojamos sumažėjusios tiekėjo pasirinkimo galimybės ir ekonominė priklausomybė. Pagrindinis klausimas – ar pardavėjas gali be pernelyg didelės rizikos, laiko ir pinigų sąnaudų (t.y. perėjimo kaštų) susirasti alternatyvų pirkėją savo produkcijai. Kainų sumažėjimas pagal šią teoriją pagrįstas ne konkrečiu veiksmu (paklausos sumažinimu), bet tik potencialia didelių nuostolių tiekėjams grėsme. Kai kurie autoriai šio pobūdžio pirkėjo rinkos galią dar vadina „derėjimosi galia“ (angl. *bargaining power*).¹³

Taip pat šiame kontekste paminėtina daug kur naudojama ir „kompensuojančios galios“ (angl. *countervailing power*) sąvoka. Ją pirmasis suformulavo J. Kenneth Galbraith ir apibrėžė kaip galią, išvystytą vienoje rinkos pusėje, ir skirtą atremti kitos rinkos pusės galią.¹⁴ Tai ta pati pirkėjo rinkos galia bendraja prasme tik įgyvendinama skirtingomis rinkos sąlygomis. Pirkėjo naudojama galia vadinama kompensuojančia, kai priešingoje pusėje esantis pardavėjas taip pat turi rinkos galią ir pirkėjo galios reikia konkurencingoms sąlygoms rinkoje išlaikyti. Šią sąvoką galima rasti ir, pavyzdžiui, ES Komisijos komunikate suformuluotose Komisijos įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairėse¹⁵, nes kompensuojanti galia svarbi nustatant, ar tam tikras subjektas iš tikrųjų gali veikti nepriklausomai nuo kitų rinkos dalyvių ir klientų.

Kalbant apie mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje įtvirtintą didelės rinkos galios sąvoką, akivaizdu, kad ji negali būti suprantama pirmąja, G. Noll apibūdinta prasme. Lietuvoje, kaip ir visoje Europos Sąjungoje yra specialus reguliavimas monopolinę padėtį užimančių rinkos subjektų nesąžiningo rinkos galios panaudojimo kontrolei, nediferencijuojant kokioje pirkėjo-pardavėjo santykio pusėje jie

¹² Ibid.

¹³ Cit. op. 8 p. 244.

¹⁴ Ibid, p. 245

¹⁵ Europos Komisijos Komunikatas, Komisijos įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, Briuselis, 9.2.2009, K(2009) 864.

veikia¹⁶. Atvirksčiai, susirūpinimą kelia didėjanti ir nereguluota nedominuojančių mažmeninės prekybos įmonių rinkos galia, kuri atsiranda žymiai anksčiau, nei įgijus dominuojančią padėtį ir turi daug išskirtinių požymių ir specifinių pasekmių.

Todėl „didelė rinkos galia“ įstatymo koncepcijoje turėtų apimti ir monopsoninę galią (žinoma, įstatymas neturėtų reguliuoti tokio jos pasireiškimo, nes tam yra kiti teisės aktai) ir derėjimosi galią. Antrasis pasiūlytas pirkėjo rinkos galios apibrėžimas tam puikiai tinka, nes yra pakankamai platus ir akcentuoja realiai tikėtinus tiekėjų ir gamintojų ekonominės priklausomybės atvejus galinčius kliudyti laisvai konkurencijai. Koncepcijos sąvoka „didelė rinkos galia“ turi reikšti būtent ne bet kokio dydžio rinkos galią (nes tam tikrą kiekį jos turi bet kuris rinkos dalyvis), bet tik tokią, kuri gali antrajame apibrėžime nurodytu būdu paveikti tiekėjus ir gamintojus.

Kompensuojanti pirkimo galia taip pat patenka į rinkos galios apibrėžimą, tačiau, kadangi ji dažniausiai laikoma teigiamu reiškiniu, jos panaudojimas neturėtų būti laikomas nesąžiningu. Dėl to būsimas reguliavimas turi numatyti labai aiškia išimtį šiai galios formai. Tačiau būtina suformuluoti ir labai aiškius kriterijus bei kiekvieną kartą atlikti išsamią rinkos analizę, kad būtų galima pripažinti pirkėjo rinkos galios naudojimą kompensuojančia galia.

Tačiau vien tik pateikus pirkėjo rinkos galios sąvoką šis reiškinys nepasidaro aiškesnis. Tai iš kur gi atsirado pirkėjo rinkos galia ir kokios prielaidos leidžia ją panaudoti prieš tiekėjus ir gamintojus?

3.2. Pirkėjo rinkos galios prielaidos

Šiuo klausimu taip pat yra daug nuomonių ir teorijų, bet, žiūrint iš istorinės perspektyvos, daugelis sutaria, kad mažmeninės prekybos sektoriaus įmonių stambėjimas ir vis didesnis koncentravimasis vyko natūraliai. „Europos mažmeninės prekybos įmonės, reaguodamos į socialinius ir ekonominius pokyčius per pastaruosius 20 metų, ir ypač į pasikeitusius vartotojų poreikius, sukūrė didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sistemą. Pagrindinė idėja buvo palengvinti vartotojui apsirūpinimą prekėmis, pateikiant jam daugybę įvairių rūšių maisto produktų ir kitokių prekių po vienu stogu“ – rašoma Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonėje dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus¹⁷. Taip pat išskiriami tokie faktoriai, kaip masto ekonomija, galimybė pirkti

¹⁶ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 9 straipsnis, EB Sutarties 82 straipsnis.

¹⁷ Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus – tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams (2005/C 255/08), 2005 10 14.

dideliais kiekiais, gerai išvystyta logistikos sistema, išpopuliarėjęs kompiuterinių technologijų, kurios spartina darbą ir suteikia galimybes smulkiai analizuoti vartotoju elgseną (barkodų sistema), naudojimas ir kt.¹⁸

Didėjant mažmeninės prekybos rinkos koncentracijai, didėja mažmeninės prekybos įmonių rinkos galia, tačiau paminėtos istorinės prielaidos nepaaiškina, kokios būtent aplinkybės leidžia turimą galią nesąžiningai panaudoti prieš tiekėjus ir gamintojus. Svarbiausios iš jų, matyt, yra sumažėjęs vartotojo lojalumas gamintojų prekės ženklams, mažas gamintojų ir tiekėjų mobilumas ir sumažėjusios galimybės pasirinkti produkcijos pirkėją, mažas gamintojų ir tiekėjų informuotumas ir padažnėjęs mažmeninės prekybos įmonių savojo prekės ženklo naudojimas. Kiekvieną jų trumpai aptarsime.

a) Sumažėjęs vartotojų lojalumas gamintojų prekės ženklams.

Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros organizacijos apžvalgoje¹⁹ teigiama, kad būtent naujieji vartotojų įpročiai ir atsisuko prieš pačius gamintojus. Daugelis vartotojų ėmė teikti pirmenybę retam, „vieno sustojimo“ apsipirkimui. Jei vartotojas vertinantis tokius apsipirkimus sužino, kad jo pasirinkta parduotuvė nebeparduoda kokios nors prekės, jis turbūt bus labiau linkęs pradėti pirkti kitą panašią prekę, nei vykti į kitą parduotuvę ieškant mėgstamo gaminio.²⁰ Šiai minčiai pritaria ir Ian Clarke teigdamas, kad didieji prekybos centrai apskritai vis labiau ir labiau formuoja paklausą patys sprenddami ir įteikdami vartotojui, ką pirkti.²¹ Svarbu paminėti ir tai, kad didieji prekybos centrai sąmoningai stengiasi labiau už visus kitus sureikšminti prekių kainos veiksnį²², o tai taip pat prisideda prie to, kad vartotojas daugiau linkęs rinktis atsižvelgdamas į kainas, o ne į prekės ženklą.

Taigi, turint galvoje didelės pirkėjo rinkos galios sąvoką apibrėžtą aukščiau, tai, kad mažmeninės prekybos įmonė vienu metu prekiauja keliais tūkstančiais skirtingų produktų ir bent kelių gamintojų tos pačios rūšies prekėmis, leidžia jai be didelių nuostolių (ypač kai tai nelabai ir rūpi vartotojams) pakeisti beveik bet kurį tiekėją kitu, kai tuo tarpu tiekėjui tai gali sukelti katastrofiškus padarinius.

¹⁸ Scheelings, J. Wright „Sui generis’?: An antitrust analysis of buyer power in the United States and European Union”, Akron Law Review, Vol. 39 No.1 2006, p 207; „Buyer power of multiproduct retailers“, Organization for Economical Cooperation and Development, 1998 ir kt.

¹⁹ Tarptautinės Ekonominio Bendradarbiavimo ir Vystymo Organizacijos analizė „Buyer power of multiproduct retailers“, 1998, p. 8.

²⁰ Ibid.

²¹ Ian Clarke „Retail power, competition and local consumer choice in the UK grocery sector”, European Journal of Marketing 34,8 2000, p. 971

²² Cit. Op. 17, 3.1 punktas.

b) Mažas gamintojų ir tiekėjų mobilumas ir sumažėjusios galimybės pasirinkti alternatyvų pirkėją

Bet kokiai įmonei, kuri nuolatiniais pagrindais parduoda savo produkciją konkrečiam pirkėjui atsiranda nuostolių jei pirkėją reikia pakeisti. Kad surastum kitą pirkėją, reikia investuoti laiko ir pinigų. Tada būtina įvertinti, ar siūlomas produktas atitiks pirkėjo poreikius ir prisitaikyti prie tų poreikių. Daugeliu atveju neapseinama be rimtų derybų dėl kainos ir kitų sutarties sąlygų. Šios investicijos ir pastangos gali būti beprasmės, jei galų gale pardavėjas negali parduoti prekės. Be to, jei dabartinis pirkėjas sužino, kad jo tiekėjas derasi su kitais klientais, pirkėjas gali pasidaryti mažiau suinteresuotas išlaikyti esamus santykius. Tai gali būti dar didesnė problema pardavėjui, kuris „dezertyuoja“ pas naują klientą ir tada gailisi šio sprendimo. Jam turbūt bus labai sunku grįžti atgal, turint galvoje ir tai, kad buvęs pirkėjas jau bus susiradęs naują tiekėją.²³ Šios priežastys nulemia tai, kad tol kol įmanoma, tiekėjas dažniausiai likęs likti su savo pastoviu klientu, ypač jei tas klientas nuperka reikšmingą visos gamintojo produkcijos dalį.

Nors anksčiau išvardintos problemos daugiau būdingos nedideliems gamintojams ir tiekėjams, kurie savo prekes teikia tik vienai iš rinkoje veikiančių mažmeninės prekybos įmonių, su panašiomis kliūtėmis susiduria ir dideli, žinomą prekės ženklą turintys gamintojai. Žinomos prekės gamintojo ir tiekėjo pagrindinis tikslas yra paskatinti kuo daugiau pirkėjų pirkti būtent jo prekės ženklu pažymėtas prekes, todėl jie įvairiais būdais reklamuoja savo produkciją. Taip pat kadangi jokia savarankiška parduotuvė, ir daugeliu atveju net visas parduotuvių tinklas, negali užtikrinti pakankamos pardavimų apimtys, tiekėjas turi parduoti keliuose (ar tokioje nedidelėje šalyje kaip Lietuva net visuose) didžiuosiuose prekybos centrų tinkluose. Taip pat tiekėjas turi išlaikyti kuo didesnę geografinę savo produkcijos paplitimą, kad sugrįžtų investicijos į reklamą. Todėl kiekvienas jo prekes perkantis didelis prekybos tinklas turi savarankišką rinkos galią tiekėjo atžvilgiu. Net ir dalies pardavimų praradimas tiekėjui ar gamintojui gali reikšti didžiulius nuostolius.²⁴ Net jei tiekėjas, praradęs vieną iš pirkėjų turi teorinių galimybių susirasti naują, sugebantį perimti ankstesnę produkcijos kiekį, visos anksčiau išvardintos tiekėjų mobilumo problemos pasireikštų ir čia. Taip pat kadangi geografinė pardavimų rinka dažniausiai yra nacionalinė, tiekėjas, tiekęs produkcija visiems,

²³ Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, *The Antitrust Bulletin*: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p. 271 – 332; Paul. W. Dobson “Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade” *Antitrust Law Journal* No. 2 (2005), p. 529

²⁴ Ibid.

pavyzdžiui, Lietuvoje veikiantiems didiesiems mažmeninės prekybos tinklams ir praradęs vieną iš jų, beveik nebeturi nė teorinių galimybių rasti kitą klientą galinti nupirkti tą dalį jo produkcijos. Todėl net ir didieji tiekėjai ir gamintojai dažnai linkę sutikti ir su labai nepalankiomis sąlygomis, kol tai leidžia išsaugoti normalią įmonės veiklą.

Pavyzdžiu Lietuvoje galėtų būti 2004 m. birželio mėnesį kilęs AB „VP Market“ ir AB „Švyturys-Utenos alus“ konfliktas. „VP Market“ atsisakė savo prekybos tinklo parduotuvėse pardavinėti bet kokią „Švyturio“ produkciją, kaltindama sąmokslu prieš prekybininkus rengimu, skatinimu sudaryti kartelinį susitarimą. „Švyturys“ iš pradžių teigė bandantis sukurti efektyvios produkcijos realizacijos strategiją, ir tikėjosi, kad pavyks normaliai tęsti veiklą ir be „VP Market“. AB „VP Market“ tuo tarpu pareiškė kad santykių su aludariu nutraukimas jai nepadarytų jokios žalos, nes prekybos tinklo parduotuvėse ir taip prekiaujama daugeliu alaus rūšių. Konfliktas buvo išspręstas keičiant tiekimo sutarties tarp šalių sąlygas, tačiau, kaip jos buvo pakeistos, atskleista nebuvo. Atsižvelgiant į abiejų šalių pareiškimus, tikėtina, kad derybose pranašumą turėjo „VP Market“.²⁵

c) Mažas gamintojų ir tiekėjų informuotumas

Ši priežastis yra glaudžiai susijusi su prieš tai buvusia, nes mažas gamintojų ir tiekėjų informuotumas yra viena iš jų mažo lankstumo ir mobilumo priežasčių. Siekdami labiau „pririšti“ prie savęs tiekėjus ir nenorėdami konkurentams atskleisti savo santykių su tiekėjais smulkmenų, didieji mažmeninės prekybos tinklai laiko komercine paslaptimi konkrečias tiekimo sutarčių sąlygas. Šis praktika taip pat reiškia, kad tiekėjai negali realiai palyginti pardavimo skirtingiems prekybos tinklams galimybių, negali informuotai iš anksto pasirinkti, su kuriuo iš jų bendradarbiauti būtų palankiau.²⁶

d) Padažnėjęs savojo mažmeninės prekybos tinklų prekės ženklo naudojimas

Kaip jau buvo minėta anksčiau, pirkėjai tampa vis lojalesni prekybos tinklui, nei konkrečiam prekės ženkliui. Taigi, įprasta praktika dabar jau tapęs didžiųjų prekybos tinklų savojo prekės ženklo naudojimas tik dar labiau sumažina tikėtinus prekybos centro nuostolius nustojus pardavinėti vienos ar kitos įmonės produkciją. Pirkėjas tampa tiekėjo konkurentu, todėl yra žymiai labiau suinteresuotas sudaryti geresnes sąlygas savo prekės ženklu pažymėtos produkcijos pardavimui. Savo tokia padėtimi pirkėjas dažniausiai

²⁵ Apie konfliktą 2004 m. buvo plačiai kalbama viešojoje erdvėje. Pavyzdžiui žiūrėti:

<http://kauno.diena.lt/dienrastis/ekonomika/-rdquo-vp-market-ir-rdquo-svyturio-utenos-alaus-karas-tesiasi-19712> ; <http://www.alutis.lt/news/news.php?id=1135> ir kt.

²⁶ Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, The Antitrust Bulletin: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p 281.

pasinaudoja keliais būdais²⁷: *i*) Kontroliuoja kitų tos pačios rūšies prekių patekimą į rinką suteikdamas savo prekei geresnes sąlygas savo parduotuvėje (išdėlioja geresnėse lentynose, skiria daugiau lėšų reklamai etc.). *ii*) Reikalauja gamintojų ir tiekėjų pateikti informaciją apie jų marketingo, naujų produktų išleidimo į rinką ir kitokius planus. Ši informacija naudojama savojo prekės ženklo produktų atitinkamam tobulinimui ir paruošimui.

Taigi, taip didieji prekybos tinklai dar labiau sustiprina savo rinkos galią. Vartotojų apklausos rodo, kad daugelis jų renkasi prekybos tinklo prekės ženklu pažymėtą prekę, nes mano, kad tai ta pati prekė, kaip ir pažymėta žinomumu ženklu, tik pigesnė, arba dėl to, kad šios prekės tiesiog pigesnės.²⁸ Paminėtina, kad prekybos tinklai dažnai net ir tyčia padaro savo prekės ženklu pažymėtų gaminių pakuotes klaidinančiai panašias į gerai žinomo prekės ženklo prekes²⁹, ir nors tai jau kitos teisės šakos reguliavimo objektas, tai jiems taip pat leidžia dar sustiprinti savo rinkos galią.

Visos šios paminėtos priežastys parodo, kad piktnaudžiavimui pakankama pirkėjo rinkos galia gali atsirasti ne tik monopsonijos atveju. Mažmeninės prekybos įmonė gali pradėti kelti nesąžiningas sąlygas net ir esant nedidelei jos kontroliuojamos rinkos daliai. Jungtinės karalystės 2000-aisiais atliktame tyrime daroma prielaida, kad bet kuri mažmeninės prekybos įmonė rinkoje perkanti ne mažiau nei 8 % (turinti tokią tiekimo rinkos dalį) jau gali turėti pakankamai rinkos galios, kad galėtų ją panaudoti ir sukelti neigiamų pasekmių.³⁰ Europos komisija savo sprendime Carrefour/Promodes³¹ nagrinėdama įmonių susijungimo prašymą suformulavo „grėsmės taško“ sąvoką. Jis buvo apibūdintas kaip pardavimų dalis, kurią praradęs tiekėjas beveik neišvengiamai bankrutuoja. Komisija nustatė, kad ši dalis yra 22 %. Ši teorija nekalba apie bendrą mažmeninės įmonės turimą rinkos dalį, bet jei prekybos tinklas perka daugiau nei 22 % vieno gamintojo ar tiekėjo produkcijos, laikoma, kad šios įmonės atžvilgiu turima galia yra didelė. JAV vadinamojoje *Toys “R” Us*³² byloje buvo suformuluotas 20 % visų rinkoje išigijamų vienos rūšies prekių kriterijus. Taigi, tam, kad atsirastų nesąžiningo rinkos galios panaudojimo grėsmė, visai nebūtina, kad prekybos tinklas

²⁷ Jungtinės karalystės Konkurencijos Komisijos analizė „Working paper on the competitive effects of own-label goods” 2007 04 10, p. 7.

²⁸ J Steenkamp, I Geyskens, K Gielens and O Koll, “A global study into drivers of private label success”, 2004.

²⁹ Cit. Op. 27, p. 13.

³⁰ JK Konkurencijos Komisijos ataskaita “Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000), dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full

³¹ Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. COMP/M.1684, *Carrefour/Promodes*, 2000 01 25.

³² JAV 7-tojo Apskrities teismo byla *Toys “R” Us v. FTC*, 221 F.3d 928 (7th Cir. 2000).

pirktų didžiąją visos gamintojo ar tiekėjo produkcijos dalį. Žinoma, reikia prisiminti, kad aukščiau paminėti procentiniai dydžiai suformuluoti konkrečios situacijos kontekste.

Bet kokių atveju, kalbant apie esamą situaciją Lietuvoje, nėra aišku, kiek iš tikrųjų įtakos tiekėjams ir gamintojams daro šie užsienio autorių išvardinti reiškiniai. Dauguma autorių išskeldami panašias hipotezes remiasi savo šalyje atliktais tyrimais ir apklausomis. Tikėtina, kad ir Lietuvos tiekėjai ir gamintojai tam tikru mastu patiria mažo mobilumo ir neinformuotumo problemas, turi atlaikyti prekybos tinklų savojo prekės ženklo konkurenciją, tačiau nėra patikimų duomenų apie tai, kokio dydžio įmonės, kaip dažnai susiduria su šiomis problemomis, kiek nuostolių dėl to patiria ir pan. Norėtusi, kad prieš priimant bet kokios formos reguliavimą, būtų nuodugniai ištirta reali padėtis valstybėje.

Kad būtų galima tiksliai įvertinti, ar valstybėje veikiančių mažmeninės prekybos tinklų rinkos galia gali sukelti neigiamų pasekmių laisvai konkurencijai, tikslinga bent trumpai apibūdinti didelės pirkėjo rinkos galios nustatymo būdus ir požymius, kurie rodo, kad šia galia gali būti piktnaudžiaujama.

3.3. Pirkėjo piktnaudžiavimo rinkos galia nustatymas ir įvertinimas

Pirmiausia, kad nustatytume ar mažmeninės prekybos įmonė turi rinkos galią (ir didelę rinkos galią), būtina apibrėžti rinką, kuri bus tirama. Tai daugiau ekonomistų darbas, bet paminėtini keli principai suformuluoti Europos Komisijos ir teisinės doktrinos. Europos komisijos užsakymu 1999 m. atliktame tyrime³³ siūloma ir apibrėžiant pirkimo rinką vadovautis Komisijos pranešimu „Dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo bendrijos konkurencijos teisės tikslams“³⁴. Šis pranešimas formuoja bendro pobūdžio principus nesunkiai pritaikomus bet kokios rinkos apibrėžimui, todėl rinka turėtų būti nustatoma analizuojant kur produkcijos gamintojas ar tiekėjas gali rasti pirkėjų produkto ir geografinę prasme. Taip pat kur produkcijos gamintojai ir tiekėjai yra linkę ieškoti alternatyvių pardavėjų, nedidelio sąlygų (į jiems nepalankesnes) pasikeitimo atveju.³⁵ Pažymėtina, kad geografinė pirkimų rinka dažniausiai ar bent didžiąją dalimi yra nacionalinė dėl skirtingų net ir Europos Sąjungos šalių vartojimo įpročių, požiūrio į kitų šalių produkciją ir panašių

³³ Cit. Op. 11, p. 28.

³⁴ Europos Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams (97/C 372/03)

³⁵ Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, The Antitrust Bulletin: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p. 271 – 332

priežasčių.³⁶ Taip pat dėl to, jog švieži maisto produktai dažniausiai negali būti ilgai transportuojami.

Kitavertus, net jei įmonė turi didelę dalį atitinkamos rinkos, ne visos mažmeninės prekybos įmonės naudoja tą rinkos galią, kurią turi.³⁷ Europos Komisijos užsakymu 1999 m. parengtoje studijoje³⁸ pateikiamas pirkėjo rinkos galios analizavimo modelis. Šis modelis 1998 m. buvo pasiūlytas Dobson, Waterson ir Chu darbo grupės. Jie teigia, kad norint nustatyti ir įvertinti pirkėjo rinkos galią reikia atsakyti į penkis pagrindinius klausimus:

a) Ar rinkoje mažmeninės prekybos įmonė(s) turi pakankamą rinkos galią?

Tai svarbiausias kriterijus, nes jei įmonė neturi pakankamos galios, kiti klausimai tampa nebereikalingais. Sakydami pakankama (didelė) rinkos galia, autoriai turi galvoje galėjimą sukelti apčiuopiamų pasekmių kainoms, kiekiams, tiekėjų ir gamintojų veiklai ir kt. (Taigi, pirkėjas turi turėti didelę rinkos galią mūsų antrame skyriuje aptarta prasme).

Šis kriterijus svarbiausias, bet kartu ir sunkiausiai įvertinamas. Kad nustatytume, ar įmonė iš tiesų turi rinkos galią šia prasme reikalingas išsamus konkrečios situacijos ištyrimas. Žinoma egzistuoja ir prezumpcijų kad tam tikrus rodiklius pasiekusios įmonės gali turėti pakankamą rinkos galią. Taip pat tokia prezumpcija gali būti grindžiama įmonės veiklos duomenimis,³⁹ ir įrodymais, kad pirkėjas sutartyse turi daugiausiai jam palankesnes sąlygas. Taigi, naudojama daug įvairių kriterijų, o koks labiausiai tinka kiekvienos šalies situacijai reikėtų pasirinkti tiksliai įvertinus mažmeninių įmonių dydžius, rinkos struktūrą ir kt.

b) Ar rinkoje pardavėjo pusėje dominuoja santykinai silpni tiekėjai ir gamintojai?

Jei taip, reikėtų susirūpinti, nes konkuruojančios gamybos ir tiekimo įmonės gali būti daug didesniame pavojuje nei oligopolistinės rinkos struktūros įmonės. Tokią situaciją gali liudyti duomenų apie tiekėjų diktuojamas tiekimo sąlygas nebuvimas ir maža tiekėjų ir gamintojų rinkos koncentracija. Jei gamintojai ir tiekėjai stiprūs, pirkėjo turima rinkos galia gali virsti kompensuojančia galia, apie kurią jau buvo kalbėta anksčiau. Tokiu atveju didesnė

³⁶ Cit. Op. 11, p. 29.

³⁷ Tim Lloyd, Wyn Morgan „Market Power in UK Food Retailing“, EuroChoices 6(3), 2007, p. 23.

³⁸ Cit. Op. 11, p. 21.

³⁹ Tai mums rodo ir įvairių šalių pasirinktas piktnaudžiavimo rinkos galia reguliavimui turinčių paklusti subjektų apibrėžimo būdas. Pavyzdžiui, Jungtinės Karalystės „Prekybos Centrų Praktikos Kodekse“ nustatyta kad jis taikomas tik įmonėms turinčioms ne mažiau nei 8 % pirkimo rinkos dalį ir ne mažesnę nei 600 kv. m. parduotuvių prekybos plotą, arba Europos Komisijos sprendimas byloje Carrefour/Promodes, nurodoma 22 % produkcijos dalies pirkimo riba.

pirkimo galia kaip tik atneša naudos vartotojams nes mažina dominuojančių gamintojų dažnai nepagrįstai pakeltas kainas ir pan.⁴⁰

c) Ar pirkėjas taip pat turi didelę pardavimo galią pasrovinėje rinkoje?

Jei pasrovinė rinka koncentruota, turima pirkimo rinkos galia gali padėti mažmeninei įmonei dar labiau sustiprinti savo pozicijas pardavimo rinkoje ir taip dar labiau sutrikdyti konkurencijos sąlygas. Kitavertus, jei pasrovinėje rinkoje tarp mažmeninės prekybos įmonių yra efektyvi konkurencija, yra didesnė tikimybė, kad nauda, gauta iš tiekėjų ir gamintojų bus perduota vartotojui, todėl net ir piktnaudžiavimas nebus toks pavojingas. Toks reiškinys taip pat buvo paminėtas Europos Komisijos Carrefour/Promodes⁴¹ byloje, kur jis buvo pavadintas „spiraliniu efektu“. Didelis ir didelės nuolaidas iš tiekėjų gaunantis prekybos tinklas gali panaudoti mažesnes kainas ir taip sustiprinti savo padėtį pardavimų rinkoje. Dėl to jis tampa dar didesnis ir galingesnis ir gali reikalauti dar didesnių nuolaidų. Tačiau reikia paminėti ir kad ši teorija buvo kritikuojama⁴².

Ar pardavimo rinka koncentruota galima nustatyti pasitelkus visame pasaulyje plačiai naudojamą Herfindalio-Hirschmano indeksą (HHI). Jis naudojamas pačių įvairiausių rinkų koncentracijai nustatyti ir suskaičiuojamas susumuojant visų atitinkamos rinkos dalyvių turimų rinkos dalių kvadratus. Rinkos, kuri nėra koncentruota HHI turėtų nesiekti 2000, virš šios ribos rinka laikoma koncentruota. Atitinkamai didėjant koncentracijai HHI gali pasiekti maksimalią 10 000 ribą (kai visa rinka priklauso vienam dalyviui).⁴³

d) Ar naudojant pirkėjo rinkos galią didėja efektyvumas?

Jei taip, tai pirkėjo rinkos galios naudojimas gali būti objektyviai pateisinamas.

e) Ar pirkėjas bando suvaržyti savo tiekėjų veiksmus ar sukurti priklausomumo santykius?

Taip gali būti daroma, pavyzdžiui, reikalaujant mokesčių, nesusijusių su prekių tiekimu ir pardavimu, neleidžiant tiekėjui bendrauti su kitais pirkėjais ir panašiai. Tokie ženklai turėtų kelti įtarimą, kad turima galia naudojama nesąžiningai.

Be šių paminėtų klausimų, nustatyti ar subjektas turi rinkos galią ir ar yra piktnaudžiavimo požymių, valstybės institucijoms gali padėti ir kitokie testai. Pavyzdžiui

⁴⁰ Cit. Op. 35, p. 300.

⁴¹ Europos Komisijos byla Nr. COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, 2000 01 25.

⁴² CRA International Competition Memo “Buyer Power”, January 2001 pasiekiamas adresu: http://www.crai.com/ecp/assets/Buyer_Power_Jan2001.pdf

⁴³ HHI indeksas naudojamas Europos Komisijos gairėse „Dėl horizontalių susijungimų vertinimo pagal tarybos reglamentą dėl koncentracijų tarp įmonių kontrolės“ (2004/C 31/03), 16-21 paragrafai. Taip pat žr. pvz. Stephen Rhoades „The Herfindahl-Hirschman index“ *Federal Reserve Bulletin*; Mar 1993; 79, 3.

Tim Lloyd ir Wyn Morgan straipsnyje⁴⁴ siūlomas būdas gali padėti susekti piktnaudžiavimą ekonominės analizės pagalba. Jie teigia, kad esant rinkos galiai ir ja piktnaudžiaujant tiekėjų ir gamintojų siūlomos produkcijos kainos mažėja arba auga ne taip sparčiai kaip mažmeninės prekybos tinklų parduodamų prekių kainos. Tyrimas koncentruojasi ties šių dviejų kainų skirtumais skirtingais laikotarpiais ir duomenys rodo, kad skirtumas yra labai nepastovus ir su laiku linkęs didėti.

Įdomus ir JAV atliktas tyrimas aprašytas Paul N. Bloom ir Vanessa G. Perry⁴⁵. Buvo tiriami beveik 500 tiekėjų ekonominiai rodikliai nuo 1988 m. iki 1994 m.. Jie buvo suskirstyti į tris grupes: tie kurie tiekia didžiąją dalį savo produkcijos Wall-Mart (tuo metu tai buvo didžiausias prekybos tinklas JAV rinkos dalimi smarkiai lenkęs bet kurį savo konkurentą), tie kurie tiekia didžiąją dalį savo produkcijos Wall-Mart konkurentams ir tie, kurie netiekia didžiosios dalies niekam arba tiekia kitoms įmonėms. Buvo nustatyta, kad vidutiniai ir nedideli tiekėjai, kurie tiekia didžiąją dalį produkcijos Wall-Mart turi mažiau pelno nei identiško dydžio tiekėjai tiekiantys Wall-Mart konkurentams. Tačiau didesnieji tiekėjai tiekiantys Wall-Mart turi geresnius ekonominius rodiklius nei dideli tiekėjai tiekiantys Wall-Mart konkurentams. Tyrimo autoriai daro prielaidą, kad mažesnieji tiekėjai sutinka su žymiai prastesnėmis sąlygomis tikėdamiesi išplėsti savo veiklą ir padidinti gamybos apimtį. Tada tikisi gauti didesnius pelnus. Taigi, analizuojant įmonių ekonominius rodiklius taip pat įmanoma gauti informacijos apie galimus piktnaudžiavimo rinkos galia atvejus.

H. Steineris dar 1985 pasiūlė gana įdomų testą mažmeninės prekybos įmonės rinkos galiai nustatyti. Jis teigė, kad jei pirkėjai labiau linkę keisti prekes kitomis toje pačioje parduotuvėje, nei parduotuves, mažmeninkai aiškiai turi galią prieš tiekėjus.⁴⁶

Pateikti testai ir orientaciniai kriterijai yra gana universalūs ir gali būti pritaikomi bet kurioje šalyje. Aprašytas penkių klausimų testas pagrįstas ir ekonomine ir teisine logika ir galėtų padėti vertinant, ar Lietuvoje mažmeninės prekybos įmonės iš tiesų turi rinkos galią visų produktų tiekėjų atžvilgiu. Galbūt būtų aptikta, kad, pavyzdžiui, pakankama rinkos galia egzistuoja tik kai kuriose prekių pirkimo rinkose. Tokie faktoriai turi būti apsvarstyti tobulinant esamą mažmeninės prekybos įmonių nesažiningų veiksmų draudimo

⁴⁴ Tim Lloyd, Wyn Morgan „Market Power in UK Food Retailing“, EuroChoices 6(3), 2007

⁴⁵ Paul N. Bloom ir Vanessa G. Perry „Retailer power and supplier welfare: The case of Wal-Mart“ Journal of Retailing 77 (2001) 379–396

⁴⁶ Marie-Laure Allain „The balance of power between producers and retailers: A differentiation model“, Louvain Economic Review, Vol 68, 2002/3.

reglamentavimą, taip pat sprendžiant, ar jį iš viso reikia tobulinti. Reikia turėti galvoje, kad dėl rinkos galios panaudojimo prieš juos baimės, tiekėjai ir gamintojai nelikę skūstis nesąžiningomis sutarčių su mažmeninės prekybos įmonėmis sąlygomis, taip pat dažnai neišsamiai atsako arba visiškai neatsako į įvairių anketų klausimus.⁴⁷ Todėl objektyvūs analizės būdai gali būti net patikimesni ir bent jau pradiniam etape, ieškant susirūpinimo ženklų, turėtų būti dažniau naudojami.

Su šia tema glaudžiai susijusi ir kita – piktnaudžiavimo būdai, kuriais mažmeninės prekybos įmonės įgyvendina savo turimą rinkos galią. Kartais gerai žinant šiuos būdus ir jų ekonominę logiką, užtenka tik sutarties sąlygų analizės, kad būtų galima nustatyti piktnaudžiavimą ir laisvos konkurencijos pažeidimus.

3.4. Piktnaudžiavimo turima rinkos galia būdai

Norint parinkti tinkamą reguliavimą, kuris padėtų efektyviai spręsti pirkėjo rinkos galios keliamas problemas reikia susipažinti bent su pagrindinėmis galios panaudojimo formomis, kurias naudoja mažmeninės prekybos įmonės.

Paprasčiausias piktnaudžiavimo rinkos galia pavyzdys yra nepagrįstas reikalavimas sumažinti produkcijos kainas. Lygiai taip pat, kaip bet kuri monopolinę padėtį užimanti įmonė siekia nustatyti kaip įmanoma didesnes prekių kainas valdomoje rinkoje ir taip pasididinti savo pelną, rinkos galią turinti mažmeninės prekybos įmonė taip pat siekia kuo daugiau uždirbti, todėl stengiasi sumažinti prekių įsigijimo kainas.⁴⁸ Tačiau sąvoka „didelė rinkos galia“ reiškia mažmeninės prekybos įmonės galėjimą reikalauti beveik bet kokių sąlygų palankesnių už tas, kurios būtų siūlomos esant normaliai konkurencijai. Mažmenininkas taip pat gali reikalauti papildomų nuolaidų ir mokesčių tokių kaip „lentynos mokestis“, „sąrašo mokestis“, retroaktyvios nuolaidos jau parduotoms prekėms, nepateisinamai dideli mokesčiai už mažmeninės prekybos tinklo reklamos išlaidas ir kt. Taip gali būti reikalaujama neparduoti produkcijos kitiems pirkėjams žemesne kaina arba neparduoti iš viso, gali būti įtraukiamos sąlygos perkeliančios prekės pardavimo riziką

⁴⁷ Jungtinės Karalystės Konkurencijos komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23, pasiekiamas adresu http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/working_paper_scop.pdf

⁴⁸ Žr. Zhiqi Chen „Defining Buyer Power“, The Antitrust Bulletin, Vol. 53 No.2/Summer 2008.

pačiam gamintojui ir pan.⁴⁹ Labai panašūs pavyzdžiai ir samprotavimai išdėstyti ir Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje.⁵⁰

2000 m. Jungtinės karalystės Konkurencijos Komisijos atlikto išsamaus tyrimo išvadose⁵¹ buvo nustatyti 42 rinkos galios panaudojimo būdai, kuriais naudojosi JK mažmeninės prekybos įmonės per paskutinius penkerius metus. 30 iš jų buvo pripažinti galintys smarkiai pažeisti laisvą konkurenciją, 27 buvo pripažinti prieštaraujantys viešajam interesui. Tyrimo metu buvo apklausta daugybė tiekėjų gamintojų ir visi didieji mažmeninės prekybos tinklai. Visos šios praktikos buvo suskirstytos į 8 stambesnes grupes:

a) *Reikalavimas mokėti mokesčius arba suteikti nuolaidas tam kad gauti priėjimą prie prekybos centrų pardavimo ploto.*

Šie mokesčiai dažnai vadinami „lentynų mokesčiais“. Šioje kategorijoje dažniausiai naudojamais buvo pripažinti geresnių sutarties sąlygų reikalavimas mainais į geresnę vietą parduotuvės lentynose ir pareiškimas, kad tiekėjo produktas bus išimtas iš lentynų bei tokio pareiškimo atšaukimas tiekėjui pasiūlius nuolaidas ar kitas palankias sutarties sąlygas. Kita dažnai naudojama praktika buvo reikalavimas mokėti mokesčius prekybos centrui mainais į produkto reklamą parduotuvėje. Kai kurie iš dalyvavusių apklausoje tiekėjų, nurodė, kad jie savo noru moka tokius mokesčius siekdami geresnės produkcijos realizacijos. Tačiau kiti prisipažino, kad to nedarant jiems buvo tiesiogiai ar netiesiogiai grasinama visišku prekės pašalinimu.

b) *Sąlygų tiekėjui dėl bendravimo su kitais klientais nustatymas.*

Į šią kategoriją patenka dvi praktikos: tiesioginis išimtinio tiekimo sąlygos nustatymas sutartyje ir netiesioginis bandymas daryti įtaką tiekėjui, kuris tiekia savo produkciją kitam, mažesnėmis kainomis ją parduodančiam, prekybos tinklui. Tačiau buvo nustatyta, kad abu šie suvaržymai buvo naudoti labai retai.

c) *Skirtingų sąlygų taikymas skirtingų tiekėjų pasiūlymams.*

Išvadose teigiama, kad šioje kategorijoje esanti praktika sudaro tiekėjams nevienodas sąlygas konkuruoti, nes kai kuriems tiekėjams suteikia teisę konkuruoti nesąžiningais pagrindais. Ši praktika tai užrašo, kad prekė pagaminta Jungtinėje Karalystėje naudojimas

⁴⁹ Paul W. Dobson „Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade“

⁵⁰ Lietuvos Respublikos Seimo 2009 m. Kovo 12 d. nutarimu Nr. XI-191 patvirtinta Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija.

⁵¹ JK Konkurencijos Komisijos analizė “ Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000), pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full.

tuo tarpu kai ji buvo importuota iš kitos šalies. Kiti autoriai taip pat pritaria, kad prekybos tinklai dažnai ieško įvairių būdų suteikti pirmenybę savo pasirinktiems tiekėjams net nesažiningomis priemonėmis⁵².

d) Nesąžiningo rizikos pasiskirstymo sąlygų sukūrimas

Dažniausiai iš šioje kategorijoje minimų praktikų buvo naudojami retroaktyvių nuolaidų reikalavimas (prašymas sumažinti prekės kainą jau pardavus produkciją), siekimas gauti iš tiekėjo žemesnę kainą, nei jis siūlo kitiems savo klientams ir reikalavimas, kad tiekėjai padengtų produkcijos praradimo nuostolius. Taip pat paminėtina, kad šioje kategorijoje yra bene daugiausia praktikų ir jos visos naudojamos gana dažnai.

Įdomu pastebėti, kad mažmeninės prekybos įmonės naudodamos šios kategorijos piktnaudžiavimo būdus kai kada sugeba taip persverti visą prekės pardavimo riziką į tiekėjo pusę, jog vertinant, pavyzdžiui, Europos Teisingumo Teismo Ispanijos degalinių operatorių byloje⁵³ suformuluotais kriterijais, mažmenininkus galima beveik laikyti priklausomu agentu, o ne savarankišku santykio dalyviu. Sprendime buvo paaiškinta, kad degalinės operatorius nelaikomas savarankišku ekonominiu vienetu, jei jis neprisiima finansinės ir komercinės rizikos susijusios su produkcijos pardavimu vartotojams⁵⁴. Minimi tokie faktoriai kaip produkcijos praradimo rizika (kurią mažmeninės prekybos įmonės sutartimis neretai perleidžia tiekėjui), apmokėjimas už prekes tik jas pardavus vartotojui (mažmeninės prekybos įmonės dažnai taiko labai ilgus apmokėjimo terminus ir apmoka tik kai prekės jau parduotos arba reikalauja padengti jų negautų pajamų dalį, jei parduodama už mažesnę kainą ar mažiau prekių, arba reikalauja retroaktyvių nuolaidų), atsakomybė už žalą padarytą klientams, kuri tiesiogiai nesusijusi su tiekėjo produkcija (tarp mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo būdų minima ir ši praktika). Žinoma, tiekėjas nemoka už prekių sandėliavimą pardavėjo patalpose (nors lentynos mokesčiai iš dalies gali būti tam prilyginti), už prekių transportavimą ir neperima pardavimo patalpų įrengimo išlaidų (nors galimi ir įvairūs mokesčiai už reklamos priemones, patalpų atnaujinimą ir pan.), o šie faktoriai taip pat minimi kaip svarbūs. Tačiau vien pirmųjų paminėtų sutapimų užtenka sukelti susirūpinimui neproporcingai paskirstyta rizika tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių santykiuose.

e) Retrospektyvūs pakeitimai sutartyse su tiekėjais

⁵² Cit. op. 26, p.302

⁵³ Europos Teisingumo Teismo byla Nr. C-217/05 Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio prieš Compañía Española de Petróleos SA.

⁵⁴ Ibid. Paragrafai 46-60. Taip pat Analogiški kriterijai išvardinti Europos Komisijos Vertikaliųjų apribojimų gairėse, 2000 C 291/01.

Dažniausiai taikytos šios grupės praktikos yra vienašalis sumų sąskaitose sumažinimas be tiekėjo sutikimo ir prekių nupirktų už specialią akcijos kainą pirkimas iš tiekėjo ir jų pardavimas vartotojams įprasta kaina, nekompensuojant tiekėjui. Taip pat susirūpinimą kelia tokie veiksmai kaip vėlavimas apmokėti už prekes sutartais ar valstybės nustatytais terminais, reklaminių akcijų surengimas be tiekėjo žinos ir reikalavimas už jas apmokėti, ir panašiai. Reikia pastebėti, kad šios praktikos akivaizdžiai pažeidžia ir sutarčių teisės principus, ir tai, kad tiekėjai net ir dėl tokių pažeidimų labai retai kreipiasi į valstybės institucijas⁵⁵ tik patvirtina, kad mažmeninės prekybos įmonės turi tikrai didelę rinkos galią jų atžvilgiu.

f) Tiekėjų patekimo į rinką suvaržymas

Į šią kategoriją patenka tik viena praktika: atsisakymas pirkti tam tikrų tiekėjų prekes siekiant naudoti savo savajam prekės ženklui. Apie savąjį prekės ženklą jau buvo rašyta anksčiau. Čia problema ir yra tai, kad kaip teigia P. Dobson⁵⁶, mažmenininkas pats tampa tiekėjo konkurentu ir turi prieinamų priemonių tam, kad šį konkurentą nugalėtų.

g) Papildomų mokesčių ir kitokių mokėjimų reikalavimas iš tiekėjų.

Dažniausiai naudojamas reikalavimas padengti mažmeninės prekybos įmonės išlaidas vykstant pas kitus galimus tiekėjus, išlaidas pakuočių dizainui, vartotojų elgsenos, rinkos tyrimams, ar geresnių sąlygų įmonės darbuotojams kūrimo išlaidas. Taip pat dažnai buvo spaudžiama aukoti labdarinėms organizacijoms tiesiogiai, ar netiesiogiai - dalyvaujant jų organizuojamuose renginiuose. Taip pat minimi ir tokie mokesčiai, kaip parduotuvių atnaujinimo ir pan. Reikėtų pastebėti, kad buvo nustatyta stebėtina daug mokesčių, beveik nesusijusių su parduodama produkcija. Šie pavyzdžiai taip pat liudija apie neproporcingą rizikos pasiskirstymą ir didelę mažmeninės prekybos įmonių rinkos galią.

h) Reikalavimas tiekėjams pirkti prekes ar paslaugas iš nurodytų trečiųjų šalių.

Į šią kategoriją įeina dvi praktikos. Pirmoji – tiekėjai verčiami pirkti prekes ar paslaugas, tokias kaip pakavimo, žymėjimo, pervežimo, iš nurodytų įmonių. Antroji, susijusi su pirmąja, - reikalavimas toms nurodytoms įmonėms nebetiekti paslaugų ir sustabdyti santykius su tiekėju, kuris nustojo tiekti prekes tinklui. Tiekėjų buvo klausama, ar už bendradarbiavimą su nurodytomis įmonėmis jiems buvo siūlomos palankesnės sąlygos. Daugelis atsakė, kad atvirkščiai, tų įmonių teikiamos paslaugos dažniausiai būdavo brangesnės nei kitų.

⁵⁵ JK Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p. 244

⁵⁶ Paul. W. Dobson “Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade” Antitrust Law Journal No. 2 (2005), p. 538-539.

Pažymėtina, kad naujausių Jungtinės Karalystės tyrimų duomenimis, labiausiai naudojamomis praktikomis tapo įvairių mokesčių mokėjimo reikalavimai, reikalavimas kompensuoti nuostolius, jei pelnas iš prekių pardavimo nebuvo toks didelis, kaip tikėtasi, sąskaitų ir atsiskaitymų tiekėjams problemos, retrospektyvūs kainos sumažinimai, vienašališki pakeitimai sutartose tiekimo procedūrose, kurie padidina tiekėjo išlaidas, nepagrįstai didelės baudos taikomos tiekėjams.⁵⁷ Taigi, didieji mažmeninės prekybos tinklai sugalvoja naujų būdų kaip pasinaudoti savo turima rinkos galia.

Kiti autoriai rašantys apie piktnaudžiavimo turima rinkos galia atvejus dažniausia nėra tokie išsamūs ir apsiriboja keleto praktikų tyrimu ar tik paminėjimu. Daug dėmesio paskutiniu metu sulaukia įvairūs su prekių pardavimu susiję ir nesusiję mokesčiai⁵⁸. Veikiausiai jie pritraukia daugiausiai dėmesio dėl to, kad savo pobūdžiu yra labai panašūs į nepagrįstą kainos mažinimą. Kaip teigia Hao Wang, jie ir yra skirti realiai sumažinti prekių pirkimo kainai, nes kompensuojami kiti, įprastai mažmeninės prekybos įmonės patiriami kaštai.⁵⁹ Todėl Jungtinės Karalystės tyrime pateiktas toks platus ir išsamus sąrašas yra labai naudingas valstybės institucijoms ir teisėkūros procese. Atkreiptinas dėmesys ir į tai, kad tyrimo metu buvusi Jungtinės Karalystės mažmeninės prekybos rinkos struktūra buvo gana panaši į dabar esančią Lietuvoje. Keturi didieji prekybos tinklai ten užėmė 70,5 % maisto prekių rinkos.⁶⁰ Todėl nagrinėtas tyrimas ir jo išvados yra aktualios Lietuvai ir šiandien.

Kita svarbi išvada peržvelgus dažniausiai mažmeninės prekybos įmonių naudojamus piktnaudžiavimo rinka būdus yra ta, kad šių būdų yra be galo daug. Čia padeda JK pasiūlytas praktikų skirstymas. Grupės iš esmės sudarytos atsižvelgiant į praktikų tikslus. Tai protingas skirstymo būdas, be to, matyt, kiekvienoje šalyje mažmeninės prekybos įmonės gali turėti ir nestandartinių praktikų, kurių Jungtinėje Karalystėje tyrimo metu nebuvo.

Bet kokių atveju, vien tik faktas, kad mažmeninės prekybos įmonės naudoja savo rinkos galią, nereiškia, kad toks reiškinys turėtų būti uždraustas, galbūt nebent jei pažeidžiamos kitų

⁵⁷ JK Konkurencijos Komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23.

⁵⁸ Žr. Hao Wang „Slotting Allowances and Retailer Market Power“, *Journal of Economic Studies*, Vol 33-1, 2006; Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, & Joseph P. Cannon “Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers”, *Journal of Marketing* Vol. 64 (April 2000), p. 92–108.

⁵⁹ Hao Wang „Slotting Allowances and Retailer Market Power“, *Journal of Economic Studies*, Vol 33-1, 2006, p. 5.

⁶⁰ JK Konkurencijos Komisijos analizės išvados „Supermarkets: A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom“, Cm 4842, 2000 10, p. 12, dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full

teisės šakų normos. Todėl reikalinga išsiaiškinti, kokios pasekmės atsiranda dėl piktnaudžiavimo rinkos galia, ir ypač, kokios pasekmės atsiranda laisvai konkurencijai ir vartotojams.

4. Pirkėjo rinkos galios naudojimo pasekmės

Kaip jau minėta, (didelė) pirkėjo rinkos galia tai galėjimas beveik be rizikos grasinti pardavėjui dideliais nuostoliais, taigi, tam tikra prasme, galėjimas primesti savo valią tarpusavio santykiams. Taip pat jau buvo aptarta, kaip dažniausiai mažmeninės prekybos įmonės naudojami savo rinkos galia ir nors JK atliktas tyrimas laiko daugumą šių praktikų piktnaudžiavimu, turinčiu sunkias pasekmes laisvai konkurencijai, yra nuomonių, kad šios praktikos kai kada gali būti daugiau naudingos, negu žalingos. Šią poziciją verta panagrinėti detaliau.

4.1. Teigiamos pasekmės

Tikrai svarbiu teigiamu pirkėjo rinkos galios pasireiškimu reikėtų laikyti jau aukščiau nagrinėtą „kompensuojančios“ galios reiškinių. Kompensuojančios pirkėjo galios naudojimas nėra pavojingas laisvai konkurencijai, o kaip tik atvirkščiai, sukuria geresnes konkurencijos sąlygas koncentruotuose gamintojų ir tiekėjų rinkose.

Kitas dažnai pateikiamas teigiamų efektų pavyzdys - geresnės sąlygos vartotojams. Naudodami savo rinkos galią prekybos tinklai dar geriau išsivertina rinkoje ir gali vartotojams pasiūlyti dar labiau jų poreikius atitinkančias paslaugas. Didieji mažmeninės prekybos centrai suteikia vartotojams galimybę „vienu sustojimu“ nusipirkti visų reikalingų maisto produktų konkurencingomis kainomis. Vartotojams siūloma didelė prekių įvairovė, sudaroma galimybė nemokamai pasistatyti savo transporto priemonę, sudarytos geros sąlygos šeimoms su vaikais ir neįgaliesiems. Kai kuriuose iš jų teikiamos ir įvairios kitos paslaugos (maitinimo, banko ir pan.).⁶¹

Net ir į įvairius „lentynos mokesčius“ ar rizikos perskirstymo sąlygas kai kurie autoriai žiūri teigiamai. Ginčijamasi, kad tokie mokesčiai padaro efektyvesniu naujo produkto įvedimą į rinką, nes padeda gamintojams ir tiekėjams perduoti informaciją apie būsimą naujo produkto sėkmę mažmeninės prekybos tinklams ir padeda pastariesiems šią informaciją įvertinti.⁶² Pagal šią teoriją, mažmeninės prekybos įmonės nežino, kurie nauji produktai bus geriau perkami, o įvairūs mokesčiai leidžia jiems atskirti tuos tiekėjus ir gamintojus, kurie

⁶¹ Cit. Op. 17, 1.2 punktas.

⁶² Chu 1992; Kelly 1991; Lariviere and Padmanabhan 1997; Messinger and Chu 1995; Sullivan 1997; Toto 1990 in Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, & Joseph P. Cannon “Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers”, *Journal of Marketing* Vol. 64 (April 2000), p. 93-94.

yra įsitikinę savo produkcijos sėkme. Tokie tiekėjai yra pasiryžę sumokėti reikalaujamus mokesčius, nes žino, kad jų produkto sėkmės atveju gaus daugiau naudos, o nesėkmės atveju šie mokesčiai bus lyg kompensacija mažmenininkui. Taip pat teigiama, kad mažmeninės prekybos įmonės patiria didelių tiesioginių išlaidų integruodamos į rinką naują produktą ir išimdamos seną, ir prie šių išlaidų privalo prisidėti naujo produkto gamintojas ar tiekėjas. Tai tik veda prie didesnio ekonominio efektyvumo, ir to negalima vadinti piktnaudžiavimu. Rizikos perkėlimas tiekėjui, anot šios mokyklos atstovų, taip pat nėra niekuo smerktinas, nes tiekėjas ar gamintojas yra žymiai geriau informuotas apie savo produkcijos savybes ir būsimą pasisekimą, ir todėl turi pats prisiimti daugiau rizikos.⁶³

Taigi, gali būti ir tam tikrų teigiamų mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios didėjimo ir jos naudojimo pasekmių. Tačiau žymiai dažniau, ypač naujesnėje literatūroje, aptinkama aprašytų neigiamų rinkos galios naudojimo padarinių, kurie atsiranda būtent dėl piktnaudžiavimo turima rinkos galia.

4.2. Neigiamos pasekmės

Apie pačias įvairiausias neigiamas pasekmes daugelis autorių kalba labai plačiai. Paliečiami patys įvairiausi aspektai: nuo žalos vartotojui iki žalos tiekėjų grandžiai ir tiekėjų–gamintojų santykiams. Kad išlaikyti darbo struktūrą, galimas neigiamas pasekmes aptarsime laikydamiesi prieš tai naudotos aštuonių piktnaudžiavimo rinkos galia būdų grupių sistemos.

a) Reikalavimas mokėti mokesčius arba suteikti nuolaidas tam kad gauti priėjimą prie prekybos centro pardavimo ploto.

Pastebima, kad šis rinkos galios panaudojimo būdas sutrikdo konkurencijos sąlygas tarp tiekėjų ir gamintojų, nes mažmeninės prekybos centras išsirenka ne geriausią, labiausiai efektyvų ar labiausiai vartotojų vertinamą gamintoją ar tiekėją, bet vadovaujasi kitais kriterijais⁶⁴. Taigi, vartotojas nebegali nuspręsti, kokie produktai turėtų išlikti rinkoje, o kurie turėtų būti pakeisti kitais. Kaip jau minėta, kai kas pateisina tokias praktikas ir teigia, kad sumažėjusios kainos ir padidėjusios mažmenininko pajamos perduodamos tiesiogiai vartotojui⁶⁵. Tačiau kiti mokslininkai nesutinka su tokiais teiginiais ir nurodo, kad sumokėjęs

⁶³ Ibid.

⁶⁴ JK Konkurencijos komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23, p. 3.

⁶⁵ Teoriniai Ungern-Sternberg (1996), Dobson and Waterson (1997) and Chen (2003) modeliai in Christoph R. Weiss, Antje Wittkopp “Retailer concentration and product innovation in food manufacturing”, European Review of Agricultural Economics Vol 32 (2) (2005), p. 220.

prašomus mokesčius ar padaręs nuolaidas tiekėjas pašalina mažmeninės prekybos įmonės susidomėjimą aktyviai konkuruoti kainomis prekių pardavimo rinkoje. Jam nebereikia siekti parduoti kuo daugiau žemesne kaina, jam gerą pelną užtikrina tiekėjo sumokėti mokesčiai⁶⁶ Taip pat tokias teorijas paneigia ir jau anksčiau minėtas Tim Lloyd ir Wyn Morgan atliktas tyrimas, kuriuo parodoma, kad tiekėjų parduodamos produkcijos kainų pasikeitimai dažniausiai nesutampa su mažmeninės prekybos įmonių parduodamų tų pačių prekių kainų pasikeitimais ir ilguoju laikotarpiu šis skirtumas linkęs didėti.⁶⁷

Kita labai svarbi problema susijusi su šiuo pirkėjo rinkos galios naudojimo būdu tai vadinamasis „vandens lovos efektas“. Kadangi mažmeninės prekybos įmonės turimas rinkos galios dydis priklauso nuo jos dydžio (užimamos rinkos dalies), didesni mažmenininkai įprastai gauna didesnes nuolaidas ir didesnius papildomus mokesčius iš savo tiekėjų. Taip yra, nes dideli pirkėjai tiekėjams svarbesni nei maži - praradus didelį pirkėją būtų patiriama daug daugiau nuostolių. Dėl to, kad didesni mažmenininkai gali gauti prekes pigiau (nuolaidų ar papildomų sumų pavidalu), tai smarkiai sumažina jų kaštus ir suteikia geresnes sąlygas konkuruoti su mažaisiais prekybos centrais prekių pardavimo rinkoje. Vandens lovos efektas pasireiškia kai didelės mažmeninės prekybos įmonės tampa dar didesnėmis ir gauna dar geresnes sąlygas iš tiekėjų. Tada maži prekybos centrai nebegali atlaikyti konkurencijos (nes jie negauna prekių tokiomis geromis sąlygomis) ir praranda savo vartotojus. Jie dar labiau mažėja ir turi dar mažesnę rinkos galią ir galiausiai pasitraukia iš rinkos. Kaip stipriai nuo to nukentės vartotojai, dar priklauso ir nuo to, kaip didieji prekybos tinklai naudos savo gaunamas geresnes prekių kainas. Jei kainos vartotojams nebus atitinkamai sumažintos, nukentės viešasis interesas.⁶⁸ Šis efektas apibūdinamas ir kitaip. Teigiama, kad mažmeninės prekybos įmonėms reikalaujant nepagrįstų nuolaidų ar mokesčių, tiekėjai turėtų imti parduoti jai mažiau. Tačiau naudojamos savo rinkos galią mažmeninės prekybos įmonės dažnai iškelia „viskas arba nieko“ sąlygą. Nenorėdami prarasti didelio kliento tiekėjai ir gamintojai sutinka, bet tada privalo pakelti kainas kitiems savo klientams, kad kompensuotų savo negautas pajamas. Taip geresnes sąlygas gavęs didelis prekybos tinklas tampa dar galingesnis, o kiti jo konkurentai atsiduria dar blogesnėje padėtyje ir galiausiai turi palikti

⁶⁶Cit. op. 62, p 97.

⁶⁷ Tim Lloyd, Wyn Morgan „Market Power in UK Food Retailing“, EuroChoices 6(3), 2007

⁶⁸ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos analizė „The waterbed effect working paper“, 2007 07 09, dokumentas pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/working_paper_waterbed_effect.pdf

rinką.⁶⁹ Šis efektas savo ruožtu skatina ir mažųjų gamintojų ir tiekėjų pašalinimą iš rinkos nes dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų reikalavimo suteikti vis didesnes nuolaidas jie praranda dalį pelno⁷⁰. Taip pat galima manyti, kad kadangi didesni gamintojai ir tiekėjai iš tiesų gali suteikti didesnes nuolaidas mažmenininkams (dėl masto ekonomijos jiems teikiamų privalumų), mažesni tiekėjai stumiami iš rinkos, nes negali pasiūlyti konkurencingų sąlygų. Vartotojas nukenčia ne tik dėl to, kad didieji prekybos centrai neperkelia jam savo gautos kainos nuolaidos, bet ir dėl to, kad mažėja produktų įvairovė ir vartotojo pasirinkimas. Net jei gaunama iš tiekėjų nauda ir perkeliama vartotojui, ilguoju laikotarpiu rinkoje likus tik nedideliame skaičiui didžiųjų prekybos tinklų ir tiekėjų, kainos bus linkę kilti, nes nebebus efektyvios konkurencijos, kuri iki tol spaudė išsiderėtą naudą perduoti.⁷¹ Vandens lovos efektas pasireiškia ir naudojant kitose grupėse išvardintas praktikas, kurios suteikia nepagrįstą pranašumą didesniems mažmeninės prekybos tinklams.

b) Sąlygų tiekėjui dėl bendravimo su kitais klientais nustatymas.

Ši praktikų grupė riboja konkurenciją tarp mažmeninės prekybos įmonių, nes nukenčia tie mažmenininkai, kurie neturi priėjimo prie tam tikros produkcijos.⁷² Taip pat reikėtų pažymėti, kad žiūrint iš Europos Sąjungos konkurencijos teisės pozicijų tai taip pat yra vertikalus susitarimas skaidantis bendrąją rinką (EB Sutarties 81 str.), tačiau pagal nurodytus kriterijus jiems dažnai taikomos bendrosios išimty⁷³. Analogiška sistema veikia ir Lietuvoje⁷⁴.

c) Skirtingų sąlygų taikymas skirtingų tiekėjų pasiūlymams

Apie šią grupę ir, kaip joje esančios praktikos varžo konkurenciją, jau buvo pasisakyta anksčiau. Jungtinėje karalystėje, prie šios grupės buvo priskirta tik viena praktika. Tačiau apskritai, skirtingų sąlygų taikymas, kitaip sakant tiekėjų diskriminacija, yra gana būdingas tiekėjų rinkos galios naudojimo būdas, ypač suteikiant geresnes sąlygas didesniems tiekėjams. Ginčijamasi, kad didieji tiekėjai ir gamintojai taip pat turi rinkos galios todėl

⁶⁹Cit. op. 26, p. 283-284.

⁷⁰ Cit. Op 68. , p. 109

⁷¹ BundesKartellamt analizė "Buyer Power in Competition Law - Status and Perspectives", Meeting of the Working Group on Competition Law 2008 09 18, pasiekiamas adresu: http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/download/pdf/2008_ProfTagung_E.pdf .

⁷²Cit. Op. 68, p. 109

⁷³ Pavyzdžiui Europos Komisijos Reglamentas Nr. 2790/1999 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms (OL L 336 , 29.12.1999, p. 21), 1999 12 22.

⁷⁴ Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymo 6 straipsnis; Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 1S-132

„Dėl susitarimų tenkinančių Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies sąlygas ir dėl kai kurių Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimų pripažinimo netekusiais galios“, 2004 09 02, 1 straipsnis.

dažniausiai nėra taip spaudžiami, kaip mažieji tiekėjai. Dėl to mažiesiems konkuruoti tampa dar sunkiau ir jie kraštutiniu atveju priversti pasitraukti iš rinkos⁷⁵

d) Nesąžiningo rizikos pasiskirstymo sąlygų sukūrimas.

Šios praktikos dirbtinai apsaugo didžiuosius mažmeninės prekybos tinklus nuo verslo rizikų ir įprastų verslui kaštų, todėl sutrikdo konkurenciją tarp mažmenininkų. Mažesni ir mažiau rinkos galios turintys prekybos centrai atsiduria blogesnėje padėtyje ir negali efektyviai konkuruoti⁷⁶. Taip pat suvaržoma ir konkurencija tarp tiekėjų nes kai kuriems iš jų užkraunama nesažininga rizikos našta.⁷⁷

e) Retrospektyvūs pakeitimai sutartyse su tiekėjais

Šios praktikos ne tik pažeidžia prievolių teisės principus, bet ir sutrikdo konkurenciją tarp mažmeninės prekybos įmonių, nes didelėms įmonėms suteikia nepagrįstą pranašumą prieš tas, kurios negali daryti panašaus spaudimo. Taip pat dėl to, kad didesnieji tiekėjai gali geriau pakelti tokio pobūdžio piktnaudžiavimus, o mažesnieji patiria labai daug nuostolių ir gali būti pašalinti iš rinkos, šios praktikos sutrikdo ir normalią konkurenciją gamintojų ir tiekėjų pusėje.⁷⁸

f) Tiekėjų patekimo į rinką suvaržymas

Šios praktikos sutrikdo laisvą konkurenciją, nes, kaip ir sako pavadinimas, sumažina tiekėjų galimybes patekti į rinką. Prekybos tinklas sąmoningai teikia prioritetą savuoju prekės ženklu pažymėtai (ar bet kokiai kitai) produkcijai, dėl to nukenčia ir vartotojai, nes nebe jie sprendžia, kokie produktai turi būti parduodami parduotuvėse. Be to, tai žlugdo ir tiekėjus arba smarkiai sumažina įeinančių į rinką naujų tiekėjų ir gamintojų skaičių.⁷⁹

g) Papildomų mokesčių ir kitokių mokėjimų reikalavimas iš tiekėjų

Sutrikdo konkurenciją ir tarp mažmenininkų, ir tarp tiekėjų, nes apsaugo mažmeninės prekybos tinklus nuo verslo rizikų ir išlaidų, o jas perkelia tiekėjams.⁸⁰ Šiuo atveju taip pat gali pasireikšti „vandens lovos“ efektas, todėl ir taip koncentruota rinka būtų linkusi dar labiau koncentruotis abiejose pusėse. Nuo to ilguoju laikotarpiu nukenčia ir vartotojas.

h) Reikalavimas tiekėjams pirkti prekes ar paslaugas iš nurodytų trečiųjų šalių

⁷⁵ Cit, op. 59, p. 92–108

⁷⁶ JK Konkurencijos Komisija “ Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000), p. 111-120.

⁷⁷ JK Konkurencijos Komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23, p. 3.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Cit. op. 76, p. 127.

⁸⁰ Ibid, p. 128-132.

Sutrikdo konkurencija tiekėjų pusėje dviem lygmenimis. Pirmiausia, produkcijos tiekėjai ir gamintojai nebesistengia ieškoti efektyvaus partnerio reikalingų prekių ir paslaugų tiekimui ir taip konkuruoti su savo varžovais gamybos ir tiekimo rinkoje. Taip pat šios praktikos tiesiogiai sutrikdo konkurenciją tarp trečiųjų šalių, potencialiai galinčių teikti tas papildomas prekes ir paslaugas.⁸¹

Be šių paminėtų konkurencijos varžymo pasekmių, bene visos piktnaudžiavimo rinkos galia būdų grupės linkę mažinti tiekėjų ir gamintojų inovatyvumą ir jų investicijas į produkcijos pagerinimus ir našumą, kaip teigia Christoph R. Weiss ir Antje Wittkopp.⁸² Jie atliko išsamią Vokietijos gamintojų ir tiekėjų apklausą ir jų ekonominių rodiklių tyrimą ir nustatė, kad dėl mažmeninės prekybos įmonių spaudimo (įvairiomis formomis, ypač nuolaidomis ir mokesčiais), tiekėjai gauna mažesnes pajamas, taigi ir mažiau pelno, kurį galėtų investuoti į savo įmonės veiklos ar produkcijos kokybės gerinimą. Gamintojams ir tiekėjams tokiu atveju sunkiau vystyti naujus produktus, o sumažėjus produktų įvairovei tiesiogiai nukenčia vartotojas. Tačiau autoriai mano, kad toks efektas galėtų būti šiek tiek sušvelnintas didesnės koncentracijos tiekėjų ir gamintojų rinkos pusėje.

Susirūpinimą inovacijų ir produktų kokybės gerinimo sumažėjimu reiškia ir Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisija savo „Supermarketų praktikos kodekso“ efektyvumo analizės ataskaitoje.⁸³ Kitame jų tyrime teigiama, kad, kai tiekėjams perleidžiama neproporcinga rizika, ar kai iš jų bet kada gali būti pareikalauta padengti netikėtus nuostolius, jie praranda norą investuoti. Ypač kenkia retrospektyvūs pakeitimai sutartyse, uždelsti mokėjimai ir pan.. Jie sukelia tiekėjams didelį netikrumą, tokie tiekėjai papildomus pinigus geriau skiria apsidrausti nuo bet kada gresiančių nemažų nuostolių. Tiekėjai taip pat mano, kad jei tos grėsmės, kurių tikimasi išsipildytų, jie gali niekada ir nesugebėti užbaigti pradėto inovacijų projekto. Žala tuo didesnė, kuo tiekėjams sunkiau numatyti tokių netikėtų išlaidų/nuostolių dažnumą, jų pobūdį, ir dydį.⁸⁴

Kitas labai svarbus mažmeninės prekybos įmonių turimos rinkos galios naudojimo padarinys yra neigiamos socialinės pasekmės visuomenei. Ian Clarke teigia, kad dėl vis labiau įsigalinčių didžiųjų prekybos tinklų, dėl jų siūlomų konkurencingų kainų ir dėl

⁸¹ JK Konkurencijos komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23, p. 134-136.

⁸² Christoph R. Weiss, Antje Wittkopp “Retailer concentration and product innovation in food manufacturing”, European Review of Agricultural Economics Vol 32 (2) (2005).

⁸³ Cit. Op. 81, p. 23.

⁸⁴ JK Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p.164.

„vandens lovos“ efekto nukečia mažieji prekybos centrai ir parduotuvės. Dėl savo rinkos galios trūkumo jie negali pasiūlyti tokių pat akcijų, nuolaidų ir kainų ir nėra patrauklūs vartotojams. Didieji prekybos centrai paprastai kuriasi užmiesčiuose ar rajonų centruose, o mažieji veikia mažesniuose miesteliuose ir miestų centruose. Vartotojai, kurie yra pakankamai mobilūs (turi savo transporto priemonę, dažnai išsina iš namų) renkasi didžiųjų prekybos tinklų parduotuves ir todėl mažesnieji praranda savo klientus. Jei žymi dalis buvusių pirkėjų pradeda apsipirkinėti didžiuosiuose prekybos centruose, mažos parduotuvės smarkiai nukenčia (nebūtina, kad parduotuvę paliktų visi klientai, kad jos veikla taptų nuostolinga). Kartais jos priverstos visai užsidaryti. Ian Clarke pastebi, kad nėra kreipiama užtektinai dėmesio į tai, kas nutinka mažiau mobiliems bendruomenės nariams (senukams, mažesnes pajamas turintiems kaimų gyventojams, kurie neturi transporto priemonės ir pan.), kurie negali pasiekti didžiųjų prekybos centrų. Išnykus ar labai suprastėjus vietinėms parduotuvėms jie praranda galimybę normaliai apsirūpinti būtiniausiomis prekėmis.⁸⁵

Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetas savo nuomonėje dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus⁸⁶ išskiria dar ir neigiamas socialines pasekmes kylančias didiesiems prekybos tinklams bandant taupyti darbuotojų sąskaita. Dažnai tarp prekybos tinklų kylantys kainų karai būna pagrindas sumažinti darbuotojams darbo užmokestį ar pailginti darbo valandas. „Realybė yra tokia, kad pigus maistas — tai pigi darbo jėga, todėl mes turėtume kur kas daugiau apie tai mąstyti, kadangi šitaip sudarome sąlygas prekybos tinklams vykdyti kainų karus.“, mano Prof. Tim Lang, Thames Valley University.⁸⁷ Panašias problemas įvardina ir, pavyzdžiui, Lietuvos Maistininkų profesinė sąjunga, savo 2008 05 30 kreipimesi į Lietuvos Respublikos Vyriausybę⁸⁸

Taip pat yra nuomonių, kad vis labiau didėjant pirkėjo rinkos galiai tarp tiekėjų ir produkcijos pirkėjų atsiradęs konfliktas iškreipia normalius rinkos santykius ir mažina prekių paskirstymo kanalo efektyvumą. Ši įtampa sumažina normalų informacijos srautą rinkoje.⁸⁹

⁸⁵ Ian Clarke „Retail power, competition and local consumer choice in the UK grocery sector“, *European Journal of Marketing* 34,8 2000.

⁸⁶ Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus – tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams, 2005 10 14.

⁸⁷ *Ibid.*, 8.4. punktas.

⁸⁸ Lietuvos Maistininkų profsąjungos kreipimasis „Dėl prekybos tinklų piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi“ 2008 05 30, pasiekiamas adresu: http://www.maistprofsajunga.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=39&date=2009-01-01.

⁸⁹ Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, & Joseph P. Cannon “Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers”, *Journal of Marketing* Vol. 64 (April 2000), p. 92–108.

Taigi, akivaizdu, kad mažmeninės prekybos įmonių rinkos galios didėjimas ir jos nesąžiningas naudojimas sukelia daug neigiamų pasekmių – ne tik ekonominių bet ir socialinių. Kitavertus, daugelis išvadų aprašytų aukščiau pagrįstos specialiai tam tikslui atliktais tyrimais. Kadangi išsamių panašaus pobūdžio tyrimų šiai dienai Lietuvoje nepavyko aptikti, negalima daryti vienareikšmių išvadų, kad visi išvardinti neigiami efektai pasireiškia ar gali pasireikšti ateityje. Taip pat nežinia, kiek realiai nuo piktnaudžiavimo nukenčia vartotojai ir kiek naudos, gautos iš tiekėjų ir gamintojų jiems perduoda mažmeninės prekybos tinklai, kiek aktyviai reiškiasi išvardinti teigiami efektai. Būtų neatsakinga neištyrus realios padėties priimti bet kokią naują reguliavimą, todėl tai pirmiausia ir reikėtų padaryti.

5. Kokį problemos reguliavimą turime šiandien Lietuvoje ir ar reikia naujo/tobulesnio?

Tik prasidėjus pirmiesiems svarstymams dėl būsimo mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo, viešojoje erdvėje pasirodė daug atsiliepimų⁹⁰, kuriuose buvo teigiama, kad Lietuva jau turi sistemą teisės normų, galinčią užtikrinti pakankamai efektyvų didėjančios pirkėjo rinkos galios ir piktnaudžiavimo ja problemos sprendimą. Kitavertus, Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonės nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijos 11 punkte teigiama priešingai⁹¹. Tam, kad atsakytume į klausimą, ar šiai problemai, kuri plačiai buvo išnagrinėta darbo pradžioje, reikia tobulesnio reguliavimo, būtina ištirti, šiuo metu galiojančius ir problemos sprendimui pritaikomus teisės aktus ir atskiras normas. Darbo pirmoje pusėje aprašant galimus neigiamus padarinius ir piktnaudžiavimo rinkos galia mastą buvo remiamasi užsienio šalyse atliktais tyrimais. Todėl toliau nagrinėjant šią temą ir įvardinant piktnaudžiavimą turima pirkėjo rinkos galia kaip problemą, daroma prielaida, kad ji bent panašiu mastu pasireiškia ir Lietuvoje.

5.1. Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso reguliavimas

Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso⁹² (Toliau: CK) 1.5 straipsnyje nustatyta, kad visi civilinių teisinių santykių subjektai įgyvendindami savo teises bei atlikdami pareigas privalo vadovautis teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais. Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso Komentare⁹³ paaiškinama, kad, ar subjektas buvo sąžiningas objektyviuoju požiūriu, nustatoma analizuojant, ar asmuo turėjo ką nors žinoti, daryti ar nedaryti. T.y. ar asmuo iš šalies žiūrint elgėsi paisydamas teisingumo ir protingumo kriterijų. Subjektyviuoju požiūriu, analizuojama ar asmuo galėjo ką nors žinoti, daryti ar nedaryti. Akivaizdu, kad jei mažmeninės prekybos įmonė žinojo ar turėjo ir galėjo žinoti, kad tiekėjas

⁹⁰Pavyzdžiui žr.:

http://www.lrinka.lt/index.php/analitiniai_darbai/issvados_del_mazmenines_prekybos_imoni_u_nesaziningu_veiksmu_draudimo_istatymo_koncepcijos_projekto/4130 ; <http://www.lithuanian-trade.com/lt.php/naujienos/?id=44>

⁹¹ Lietuvos Respublikos Seimo 2009 m. Kovo 12 d. nutarimu Nr. XI-191 patvirtinta Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija.

⁹² Civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo ĮSTATYMAS. Civilinis KODEKSAS (Lietuvos Respublikos Seimas, Įstatymas VIII-1864 2000.07.18, Įsigaliojo nuo 2001-07-0, Valstybės žinios 2000 Nr. 74-2262) 2008 12 02 redakcija.

⁹³ V. Mikelėnas „Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso Komentarai“ I knyga, Vilnius, Justitia 2001, p. 77.

yra nuo jos ekonomiškai priklausomas ir dėl šios priežasties sąmoningai siekė sudaryti sutartį nenaudingomis tiekėjui sąlygomis, galima laikyti, kad buvo veikta nesąžiningai. Kitavertus, reikėtų atsakyti į klausimą, ar šiuo atveju įmanoma efektyviai taikyti sąžiningumo kriterijų juridiniam asmeniui, vykdančiam komercinę veiklą. Juk visada ekonominiuose santykiuose geresnėje padėtyje esantis rinkos subjektas sieks ją pasinaudoti, sudarydamas sutartį jam palankesnėmis sąlygomis. Todėl nesąžiningumu galėtų būti pripažintos tik komercinių tos rūšies santykių pačia esmę paneigiančios arba iš esmės kitos šalies interesams prieštaraujančios praktikos. Bet kokių atveju, šių principų turinys kiekvienu konkrečiu atveju gali būti skirtingas ir jie taikomi atsižvelgiant į kiekvienos konkrečios bylos aplinkybes⁹⁴. Dar daugiau, pažymėtina, kad nesąžiningumas civiliniuose santykiuose dažniausiai nėra preziumuojamas⁹⁵, todėl nukentėjusiai šaliai jį dar reikia įrodyti. Akivaizdu, kad mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo reguliavimu ir norima apsaugoti tiekėjus ir gamintojus nuo jų atžvilgiu atliekamų nesąžiningų veiksmų - sąžiningumo principo pažeidimų. Taigi, būtent CK sąžiningumo principas ir yra naujo reguliavimo pagrindas. Tačiau negalima teigti, kad vien tik šio abstraktaus principo užtenka apginti tiekėjų ir gamintojų teises. Teoriškai jau išnagrinėtas šių santykių pobūdis rodo, kad jie labai jautrūs ginčo baigties nuspėjamumui, procedūros viešumui, trukmei, galimam ekonominiam spaudimui. Todėl negalima teigti, kad Tiekėjai tiesiog atsisako ginti savo teises⁹⁶. Greičiau jau, kaip rašoma Įstatymo koncepcijoje⁹⁷, CK siūlomas pažeistų teisių gynimo būdas tiekėjams ir gamintojams yra ypač nepatrauklus.

Lietuvos Respublikos Civiliniam Kodekse yra ir kitų teisės normų pritaikomų kai kuriais mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo turima rinkos galia atvejais. Dėmesio vertas CK 1.91 str. numatantis, kad dėl ekonominio spaudimo sudarytas sandoris laikomas sudarytu esant valios trūkumui ir laikomas negaliojančiu. Straipsnio komentare rašoma, kad šis pagrindas yra, jei „nukentėjusioji šalis buvo ekonomiškai priklausoma nuo kitos sandorio šalies ir grasinimas ekonominio spaudimo priemonėmis buvo realus ir galėjo sukelti kitai šaliai didelių ekonominių sunkumų.“⁹⁸ Tai atitinka piktnaudžiavimo rinkos galia situaciją, ir toks sandoris galėtų pagal nukentėjusiojo ieškinį teisme būti pripažintas negaliojančiu.

⁹⁴ Ibid. p. 75

⁹⁵ Ibid. 78

⁹⁶ Lietuvos Laisvosios Rinkos Instituto Išvados dėl Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijos projekto, 2007 03 15.

⁹⁷ Cit. Op. 91.

⁹⁸ A. Vileita „Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso Komentarai“ I knyga, Vilnius, Justitia 2001, p. 203

Tačiau nesunku įsivaizduoti, kad tiekėjas, sutikęs su nesąžiningomis sandorio sąlygomis, todėl, kad išsaugotų santykius su mažmeninės prekybos įmone, neskubės tų santykių nutraukti. Taip pat svarbu pažymėti, kad nemažai piktnaudžiavimo rinkos galia praktikų pasireiškia jau po sandorio sudarymo, kaip papildomų sąlygų nustatymas.⁹⁹ Pats teisių gynimo procesas taip pat nėra patogus, atsiranda didelės laiko ir kitokios sąnaudos. Taigi, CK 1.91. str. yra iš esmės tinkamas piktnaudžiavimu turima rinkos galia pažeistų teisių gynybai, tačiau dėl santykių specifikos ir procedūros nepatogumo juo nėra dažnai naudojamas.

Taip pat iš LR CK normų paminėtinos ir nuostatos dėl sutarties aiškinimo prisijungimo būdu ją sudariusios šalies naudai (CK 6.193 str. 4 d., 6.186 str. 3 d.), nuostatos leidžiančios teismui sumažinti aiškiai per dideles netesybas (CK 6.258 str. 3 d.), galų gale prievolių vykdymo bendrieji principai, kurie neleidžia vienašališkai keisti prievolės vykdymo sąlygų, kitaip nukrypti nuo sutarties nuostatų (CK 6.38 str.). Tačiau šios normos tik iš dalies galėtų padėti spręsti piktnaudžiavimo rinkos galia problemą.

Taigi, Lietuvos Respublikos Civiliniam Kodekse yra priemonių galinčių padėti iš dalies išspręsti piktnaudžiavimo rinkos galia problemą, kai kurios nuostatos gali būti pritaikomos ir beveik visoms piktnaudžiavimo praktikoms. Tačiau kaip minėta, tiekėjai ir gamintojai nelinkę kreiptis dėl savo teisių gynimo, jie net nelabai linkę atskleisti ekonominio spaudimo faktus ar skųstis valdžios institucijoms.¹⁰⁰ Šį faktą patvirtina ir Lietuvos tiekėjai bei gamintojai. Pavyzdžiui, viena iš maisto produktų gamintojų asociacijų a pateikus užklausimą¹⁰¹, prisipažino, kad šios asociacijos nariai tokių duomenų nedeleguoja bijodami pakenkti savo santykiams su didžiais mažmeninės prekybos tinklais. Svarbu tai, kad didėjanti pirkėjo rinkos galia ir piktnaudžiavimas ja kelia susirūpinimą kaip bendras reiškinys, ne tik kaip pavieniai tiekėjo ir mažmeninės prekybos įmonės santykiai. LR CK esančios bendrosios normos turi būti labiau detalizuotos, turi būti suformuluotas bent pavyzdinis sąrašas atvejų, kai būtų preziumuojama, kad mažmeninės prekybos įmonių veiksmai yra nesąžiningi, turi būti sukurta labiau prieinama pažeistų teisių gynimo sistema. Už piktnaudžiavimą reikėtų numatyti tokias pasekmes, kurios turėtų realios neigiamos įtakos ir pačioms mažmeninės prekybos įmonėms. Todėl tik iš LR CK analizės negalima daryti išvados, kad jau egzistuoja pakankamas problemai spręsti reguliavimas.

⁹⁹Europos Komisijos užsakymu atliktas tyrimas „Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union”, 1999 10 13.

¹⁰⁰ Cit. op. 81, p. 10.

¹⁰¹ Rašant darbą buvo atliktas tyrimas – didžiausių Lietuvos maisto produktų gamintojų ir perdirbėjų asociacijų apklausa. Daugiau apie tyrimą rašoma darbo 8 skyriuje.

5.2. Konkurencijos įstatymo reguliavimas

Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymo¹⁰² pagrindinis tikslas – saugoti sąžiningos konkurencijos laisvę Lietuvos Respublikoje. Kadangi, kaip jau buvo minėta, auganti mažmeninės prekybos įmonių rinkos galia ir piktnaudžiavimas ja sukelia neigiamų pasekmių laisvai konkurencijai abiejose rinkos pusėse, galima tikėtis, kad Konkurencijos įstatymas turėtų padėti spręsti šią problemą.

Konkurencijos įstatymas įtvirtina reguliavimą, analogišką numatytajam Europos Bendrijos Sutartyje. Čia laisvos konkurencijos pažeidimais laikomi horizontalūs arba vertikalūs susitarimai (atitinkantys tam tikrus kriterijus) ir piktnaudžiavimas dominuojančia rinkos padėtimi (81 str. ir 82 str.).

Pirmiausia aptarkime galimybę naudoti dominuojančios padėties draudimą. Konkurencijos įstatymo 3 str. 11 d. nurodyta, kad dominuojanti padėtis preziumuojama, kai ūkio subjektas užima 40 % ir didesnę rinkos dalį. Iš esmės tai yra padėtis rinkoje, kai tiesiogiai nesusiduriama su konkurencija arba įmanoma daryti vienpusę lemiamą įtaką rinkoje ribojant konkurenciją. Tokiu atveju, užfiksavus piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, yra veiksmingų priemonių jį sustabdyti. Tačiau, kaip jau buvo minėta, kai kalbama apie pirkėjo rinkos galią, svarbu yra tai, kad ji gali atsirasti žymiai anksčiau, nei dominuojanti padėtis. Nereikia lemiamos vienpusės įtakos rinkoje, užtenka lemiamos įtakos tiekėjų ir gamintojų veiklai, o ją galima pasiekti turint visai nedideles bendros rinkos dalis,¹⁰³ arba santykinai nedidelę pirkimo rinkos dalį. Todėl piktnaudžiavimo rinkos galia problemai konkurencijos įstatymo 9 str. nėra taikomas. Juolab, kad Konkurencijos tarybos turimais duomenimis, tik kai kuriose regioninėse rinkose didžiausias prekybos tinklas „VP Market“ turi didesnę nei 40 % užimamos pardavimo rinkos dalį (beje, ir šalies rinkos skirstymas į regionines rinkas apskritai gali būti ginčijamas¹⁰⁴), o visos šalies mastu dalies, pakankamos dominavimo prezumpcijai, neturi nė vienas didysis mažmeninės prekybos tinklas¹⁰⁵. Taigi,

¹⁰² Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymas, 1999 03 23, Nr. VIII-1099, Žin. 1999 Nr. 30-856, (2007 11 15 redakcija).

¹⁰³ Kaip jau buvo anksčiau aprašyta darbe, Jungtinėje Karalystėje ta riba pripažinta 8 % pirkimo rinkos dalis, Europos Sąjungos praktika apibrėžia 22 % produkcijos pirkimo dalį kaip lemiamą tašką.

¹⁰⁴ Pavyzdžiui Europos Komisija byloje Nr. IV/M.784 Kesko/ Tuko, 1996 11 20, nurodo, kad prekybos tinklai dažnai veikia visos valstybės mastu kurdami reklamą, veiklos strategiją, siūlydami prekių asortimentą ir pan.. Todėl konkurencija tarp jų vyksta visos šalies mastu. (21-23 paragrafai). Analogiška išvada pakartota ir Europos Komisijos byloje Nr. IV/M.1221 Rewe/Meinl, 1999 02 03, 18 paragrafe.

¹⁰⁵ Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“, 2007 02 28.

net ir vertinant tik pardavimo rinką, vaizdas gali skirtis priklausomai, nuo pasirinktų rinkos apibrėžimo kriterijų.

Žinoma, svarbiausia, kokioje rinkoje vertinama mažmeninės prekybos įmonės padėtis. Kalbant apie pirkėjo rinkos galią, svarbesnė yra tiekimo rinka. Reikia įvertinti, kokią visos tam tikros produkcijos dalį mažmeninės prekybos įmonė perka. Tikėtina, kad užimamos rinkos dalies procentas gali būti visai kitoks, nei užimamos pardavimo rinkos. Tačiau Lietuvoje nesant atitinkamų tyrimų, negalima vienareikšmiškai teigti, kad kuri nors iš mažmeninės prekybos įmonių taip vertinant galėtų užimti dominuojančią padėtį. Bet kokiu atveju, konkrečių priemonių uždrausti piktnaudžiavimą pirkėjo rinkos galia naudojant piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi instrumentus, iki šiol nebuvo imtasi.

Kadangi atrodo, kad Lietuvoje mažmeninės prekybos rinkoje išivyrąja oligopolija¹⁰⁶, būtų galima svarstyti ir kolektyvinio dominavimo rinkoje klausimą, tačiau tam visų pirma reikėtų atlikti išsamų rinkos ir prekybos tinklų tarpusavio santykių tyrimą. Taip pat reikėtų nustatyti, kad tarp didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų nėra tarpusavio konkurencijos¹⁰⁷, o tai jau buvo paneigta Konkurencijos Tarybos 2003 metų didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje analizėje¹⁰⁸ (nors tai nereiškia, kad nuo to laiko padėtis nepasikeitė). Bet kokiu atveju, jei kolektyvinis dominavimas būtų nustatytas, tai jau taip pat nebūtų mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningus veiksmus reguliuojančio įstatymo sritis.

Toliau reikia aptarti ir galimybę piktnaudžiavimą rinkos galia uždrausti, kaip neleistinus konkurencijos teisėje susitarimus. Susitarimai tarp tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių dėl produkcijos pirkimo-pardavimo atitinka vertikaliojo susitarimo požymius, nurodytus Konkurencijos įstatymo 5 str. ir EB Sutarties 81 str.¹⁰⁹. Taip pat galima manyti, kad kai kurios iš anksčiau išvardintų piktnaudžiavimo turima rinkos galia praktikų galėtų riboti laisvą

¹⁰⁶ Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos atliktos analizės duomenimis, 5 didieji mažmeninės prekybos tinklai 2002 metais užėmė 72,7 % visos maisto prekių pardavimo rinkos ir 47 % visų prekių mažmeninės apyvartos rinkos. (Analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“ 2003 06 30, pasiekama adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=536), o 2004 – 2005 metais atliktos analizės duomenimis, 4 didieji prekybos tinklai turi atitinkamai 61,9 % ir 64,7 % visos mažmeninės prekybos rinkos. Galima manyti, kad išaugo ir didžiųjų mažmeninės prekybos įmonių turima rinkos dalis prekybos maisto prekėmis sektoriuje. (Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“, 2007 02 28, pasiekama adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=541), bet to tai patvirtina ir Baltic International Center of Economic Policy Studies tyrimo duomenys (Cit. Op. 2.)

¹⁰⁷ Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 52 „Dėl Konkurencijos Tarybos paaiškinimų dėl dominuojančios padėties nustatymo“, 2007 05 17, III skyrius.

¹⁰⁸ Konkurencijos tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“ 2003 06 30.

¹⁰⁹ Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“, 2007 02 28

konkurenciją ir skaidyti rinką, minėtų normų prasme. Konkurencijos institucijos ir Europos Komisija praeityje EB 81 str. daugiausia naudojo vertikaliesiems susitarimams, kur konkurencija ribojama dėl tiekėjo ar gamintojo turimos rinkos galios. Pati straipsnių konstrukcija netrukdo jų pritaikyti ir atvejams, kai rinkos galią turi bei sąlygas diktuoja pirkėjas. Net ir susitarimų, kurie laikomi ribojančiais konkurenciją pavyzdžiai suformuluoti gana neutraliai, taip pat abiejų rūšių santykiams gali būti pritaikomos ir Europos Komisijos Vertikaliųjų apribojimų gairių¹¹⁰ nuostatos. Čia, 103 punkte, išvardinti neigiami poveikiai, kuriuos gali sukelti vertikalieji apribojimai ir kuriems EB konkurencijos teisė siekia sutrukdyti. Jie yra: i) Kitų tiekėjų ar pirkėjų neįsileidimas didinant įėjimo į rinką kliūtis; ii) prekių su skirtingais prekių ženklais konkurencijos sumažinimas, palengvinant tiekėjams ar pirkėjams sudaryti slaptą susitarimą; iii) prekių su tuo pačiu prekių ženklu konkurencijos sumažinimas tarp to paties prekių ženklo prekių paskirstytojų; iv) kliūčių sukūrimas rinkos integracijai, pirmiausia įskaitant vartotojų laisvės pirkti prekes ar paslaugas bet kurioje jų pasirinktoje valstybėje narėje apribojimą. Tokius trikdymus gali sukelti ir mažmeninės prekybos įmonės, savo inicijuotų vertikalių suvaržymų forma. Nesąžiningas pirkėjo rinkos galios panaudojimas gali reikšti rinkos skaidymą ir uždarymą. Kai kada mažmeninės prekybos įmonės sutartyse naudoja sąlygas, kurios tiekėjui ar gamintojui leidžia tiekti išskirtinai tik vienam prekybos tinklui, arba įpareigoja tiekti tam prekybos tinklui žemesne kaina, nei konkurentams. Taip pat gali būti, kad mažmeninės prekybos tinklas nustato minimalų produkcijos, kurią pirks, kiekį, taip sutrukdydamas parduoti reikiamus kiekius savo konkurentams ir panašiai.¹¹¹ Tai padalija rinką, kiti prekybos tinklai negali laisvai pasirinkti savo partnerių. Vyksta „tiekėjų pasidalinimo“ procesas, o tai sukuria įėjimo į rinką barjerus naujiems dalyviams.¹¹² Šie suvaržymai atitinka Vertikaliųjų apribojimų gairių 103 punkto „i)“ dalyje apibūdintą apribojimą, taip pat gali sumažinti prekių su skirtingais ir su tais pačiais prekių ženklais konkurenciją rinkoje.

Čia reikėtų paminėti, kad tokiems vertikaliesiems susitarimams įprastai taikoma bendroji išimtis apibrėžta Europos Komisijos Reglamente „Dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms“¹¹³. Lietuvoje

¹¹⁰ Europos Komisijos pranešimas, Vertikaliųjų apribojimų gairės (2000/C 291/01) (OL 2000 C 291, p. 1)

¹¹¹ Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacija „Buyer power of multiproduct retailers“, 1998, p. 37.

¹¹² Ibid.

¹¹³ Europos Komisijos Reglamentas Nr. 2790/1999 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms (Bendrosios išimties reglamentas) (OL L 336, 29.1999. p. 21), 1999 12 22

sudarytiems ir apčiuopiamo poveikio konkurencijai tarp Europos Sąjungos šalių neturintiems vertikaliesiems susitarimams ši bendroji išimtis taip pat taikoma, tik sumažinus nurodytus įmonės apyvartos rodiklius 10 kartų.¹¹⁴ Tam, kad bendroji išimtis nebūtų taikoma pirkėjas turėtų užimti didesnę nei 30 % dalį atitinkamos rinkos, ir, nors galimas ir kaupiamasis išimtinių susitarimų efektas, vis tiek dažnas vertikalusis apribojimas turėtų pakliūti į bendrąją išimtį. Todėl galime daryti išvadą, kad ir šis mechanizmas nėra pritaikytas problemai iš esmės spręsti, nors ir gali būti naudojamas specifinėse situacijose.

Kitas galimas piktnaudžiavimo turima rinkos galia pažeidimas patenkantis į Konkurencijos įstatymo 6 str. taikymo sritį - tai tiekėjų ir gamintojų diskriminavimas, skirtingų sąlygų jiems taikymas. Apie šio pobūdžio praktikas aptartas 2000 m. Jungtinės Karalystės tyrimas užsimena nedaug, tačiau apie tai kalba kiti autoriai¹¹⁵. Tokia problema iškelta ir Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos analizėje¹¹⁶. Diskriminacija gali pasireikšti ne tik kainomis bet ir kitokiomis nevienodomis sąlygomis, taikomomis skirtingiems tiekėjams ir gamintojams. Tam, kad apskirtai galėtų pasireikšti diskriminacija, kitoje rinkos pusėje turi būti daug skirtingų, nevienodą rinkos galią turinčių subjektų. Tokiu atveju mažmeninės prekybos įmonės linkę suteikti geresnes sąlygas didesniems, didesnę galią turintiems tiekėjams ir gamintojams, o mažesnius linkę spausti.¹¹⁷ C. Cartensen netgi teigia, kad diskriminacija gali būti praktikuojama nebūtinai atsižvelgiant į tiekėjų dydį ar rinkos galią, bet tiesiog sudarant privilegijuotų tiekėjų grupę, kurie sutinka padaryti daugiau nuolaidų nei kiti. Tada kiti tiekėjai tiesiog ignoruojami.¹¹⁸ Kadangi nėra suformuluota jokių aiškių taisyklių ir sąlygų pagal kurias skirtingas elgesys su tiekėjais ir gamintojais būtų pateisinamas (nes galima ginčytis, kad skirtingos sąlygos atitinka skirtingus įmonių našumo rodiklius ir pan., tačiau tai reikėtų aiškiai apibrėžti), ir tiekėjai kiekvieną kartą nežino, kokios sąlygos jiems gali būti pasiūlytos, tokia diskriminacija turi būti neleidžiama. Bet kokiu būdu kitus rinkos subjektus diskriminuojantys susitarimai uždrausti Konkurencijos įstatymo 5 str. 1 d. 4 punktu ir EB Sutarties 81 str. 1 d. d) punktu. Kaip ten bebūtų, konkrečių diskriminavimo vertikaliais susitarimais bylų Europos Komisija ir Europos Teisingumo

¹¹⁴ Cit. Op. 74.

¹¹⁵ Pavyzdžiui žr. Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, *The Antitrust Bulletin*: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p. 271 – 332, arba Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, & Joseph P. Cannon “Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers”, *Journal of Marketing* Vol. 64 (April 2000), p 96.

¹¹⁶ Cit. Op. 111.

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, *The Antitrust Bulletin*: Vol. 53, No. 2/Summer 2008, p. 302

teismas dar nėra nagrinėję. Diskriminavimas dažniau pripažįstamas piktnaudžiavimu dominuojančia padėtimi¹¹⁹. Taigi, tai taip pat nėra reguliavimas visiškai išsprendžiantis piktnaudžiavimo rinkos galia problemą, nes yra žymiai daugiau su diskriminacija mažai susijusių piktnaudžiavimo būdų. Be to, vėlgi, įrodyti diskriminavimo faktą reikia pačiam tiekėjui, susiduriama su ta pačia nesiryžimo ginti savo teises problema. Todėl reikia ieškoti kuo patogesnių ekonomiškai silpnesniems subjektams problemos sprendimo būdų.

Piktnaudžiavimo situacijoms bent ribota apimtimi taip pat galėtų būti taikomas Konkurencijos įstatymo 5 str. 1 d. 5 punktas (EB Sutarties 81 str. 1 d. e) punktas). Čia nurodoma, kad draudžiama iš kitų ūkio subjektų reikalauti papildomų įsipareigojimų tiesiogiai nesusijusių su sutarties objektu. Tiesiogiai nesusijusiais su sutarties objektu gali būti laikomi įvairūs papildomi mokesčiai, sąlygos, kurių reikalaujama iš tiekėjų ar gamintojų. Tačiau ir šis instrumentas gali būti taikomas tik specifiniams atvejams, problema nesprenžžiama iš esmės.

Kitas klausimas – ar galima susitarimus, sudarytus naudojant ekonominį spaudimą, laikyti neteisėtais susitarimais Konkurencijos įstatymo 5 str. prasme ir bausti abu subjektus už laisvos konkurencijos varžymą? Juk viena iš sutarties šalių buvo priversta sudaryti sutartį neteisėtomis sąlygomis. Atsakymą galima rasti Europos teisingumo teismo praktikoje. Pirmą kartą su konkurenciją ribojančiu susitarimu, inicijuotu dominuojančios padėties rinkoje neturinčios šalies, Europos Teisingumo teismas susidūrė AEG Telefunken v Commission¹²⁰ byloje¹²¹. Čia, neteisėtos pasirinktinės distribucijos susitarimo sąlygos (atsisakymas tiekti kai kuriems ūkio subjektams) buvo vienašališkai nustatytos AEG Telefunken kompanijos, tačiau ETT nusprendė, kad tai yra susitarimas. Kita šalis patvirtina savo pritarimą, tęsdama tarp šalių buvusius komercinius santykius. Taip pat ir Ford¹²² ir Sandoz¹²³ bylose pasikartojo argumentas, kad bet kokie pakeitimai ar sąlygos, kai santykiai tęsiasi toliau yra laikomi bendrai sutarta komercine praktika. Tačiau iki tol vieningai taikytą taisyklę šiek tiek pakeitė sprendimas Bayer¹²⁴ byloje. ETT nurodė, kad Komisija privalo įrodyti kitos sutarties šalies sutikimą (net jei jis ir numanomas ar nenorus, jį vis tiek reikia įrodyti). Šioje byloje sutikimo

¹¹⁹ H. H. Lidgard „Competition Classics“, University of Lund, Faculty of Law, 2009, p.140

¹²⁰ ETT byla Nr. 107/82, Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG v EC Commission, 1983 10 25, ECR 1315.

¹²¹ Valentine Korah „An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice“, Hart Publishing, 2007, p. 52

¹²² ETT byla Nr. 25 & 26/84, Ford-Werke AG & Ford of Europe Inc. v EC Commission, 1985 09 17, ECR 2725.

¹²³ Europos Komisijos Sprendimas Nr. 87/409/EEC, Sandoz Prodotti Farmaceutici S.p.a v EC Commission 1990 0111, ECR I-45 (publikuota santrauka).

¹²⁴ Europos Teisingumo Teismo byla Nr. C-2/01, EC Commission v Bayer AG 2004 02 06, ECR I 6349.

aiškiai nebuvo, todėl negalima taikyti EB Sutarties 81 str.. Bet kokių atvejų, tai reiškia, kad laikyti net ir vienašališkai nustatytas sąlygas bendru šalių sutarimu yra įmanoma. Įdomu pastebėti ir tai, kad vienašaliai veiksmai pažeidžiantys konkurencijos teisę laikomi bendru sutarimu bylose, kuriose Europos Komisija neturi kitų instrumentų sustabdyti pažeidimą – kai sąlygas nustatanti šalis neturi dominuojančios padėties rinkoje ir neįmanoma taikyti EB Sutarties 82 str.. Tokia praktika taip pat rodo, kad yra situacijų, kai reikia papildomų instrumentų apsaugoti laisvą konkurenciją ir vieningą bendrąją rinką.

Yra dar vienas instrumentas, kurį galima pritaikyti piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemai spręsti – tai nesąžiningos konkurencijos draudimas. Pavyzdžiai, išvardinti Konkurencijos įstatymo 16 str., daugiau kalba apie intelektinės nuosavybės teisės pažeidimus, ir vartotojų teisių pažeidimus, tačiau šis sąrašas nėra baigtinis. Į ganėtinai plačią 16 str. 1 d. formuluotę patenka bet kurie veiksmai, prieštaraujantys ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti. Galima manyti, kad piktnaudžiavimas pirkėjo rinkos galia būtent yra sąžiningai praktikai prieštaraujantys veiksmai, kenkiantys tiekėjų ir gamintojų, bei kitų mažmeninės prekybos įmonių galimybėms konkuruoti. Tačiau bendru atveju apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos taisyklės taikomos apsaugoti piktnaudžiaujančios įmonės konkurentų interesus¹²⁵, sunku pasakyti ar priešrovinėse rinkose veikiantys subjektai taip pat galėtų pasinaudoti šia pasauga. Bet kokių atvejų, nuostata yra ganėtinai abstrakti, reikėtų ją detalizuojančių normų. Kol kas ji skamba taip pat bendrai, kaip sąžiningumo principas civilinėje teisėje. Kaip nurodoma Europos Komisijos užsakymu atliktame tyrime, daugelis Europos Sąjungos šalių susiduria su pirkėjo rinkos galios problema ir nors beveik visose šalyse yra nuostatų, kurios draudžia naudoti ekonominę kitos šalies priklausomybę, draudžia nesąžiningas verslo praktikas ir pan., įprastai šios bendro pobūdžio normos nėra veiksmingos¹²⁶.

Nors šios aptartos normos, atrodo, galėtų tam tikrais atvejais padėti nuo piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia nukentėjusiam gamintojui ar tiekėjui, net ir jos visos kartu nesprenžia problemas iš esmės. Visi instrumentai tik su tam tikromis išlygomis ir prielaidomis teoriškai galėtų būti taikomi, tačiau praktikoje tai nedaroma. Savo 2007 m. analizės išvadose Konkurencijos Taryba nurodė, kad didžiųjų mažmeninės prekybos centrų ir

¹²⁵Pavyzdžiui žr. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo bylą Nr. 3k-3-581/2002 UAB „Dažai“ UAB „Spaudos dažai“.

¹²⁶Europos Komisijos užsakymu atliktas tyrimas „Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union“, 1999 10 13, p. 35

tiekėjų bei gamintojų sutartyse nebuvo aptikta jokių vertikalių apribojimų dėl kurių galėtų kilti pavojus laisvai konkurencijai.¹²⁷ Tai reiškia, kad arba Konkurencijos Taryba tiesiog kitaip interpretavo aptartas normas, arba iš tiesų, piktnaudžiavimo rinkos galia atveju yra sunku nustatyti ir sunku surasti pagrindą juos uždrausti, todėl bendros konkurencijos teisės priemonės yra nepakankamos. Paskutinei idėjai pritariama ir Europos Komisijos užsakymu atliktoje studijoje¹²⁸. Žinoma, dar galima manyti, kad Lietuvoje mažmeninės prekybos įmonės nepiktnaudžiauja savo rinkos galia, tačiau nors ir nėra išsamių tyrimų šiuo klausimu, turbūt labiau tikėtina, kad šioje srityje mes nesame jau tokie skirtingi nuo daugelio Europos šalių.

5.3. *Kiti Lietuvoje veikiančios teisės aktai*

Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje paminėti dar keli teisės aktai, reguliuojantys tos pačios srities santykius. Taip pat Lietuvos Laisvosios Rinkos Instituto analizėje ir Lietuvos Prekybos Įmonių asociacijos analizėje, kuriose pasisakoma prieš bet kokią papildomą pirkėjo rinkos galios reguliavimą, minimi kiti teisės aktai, kurie galėtų padėti išspręsti piktnaudžiavimo rinkos galia problemas.

Lietuvos Respublikos mokėjimų, atliekamų pagal komercinius sandorius, vėlavimo prevencijos įstatymas¹²⁹ yra skirtas reglamentuoti atvejus, kai vėluojama atsiskaityti už komercinio sandorio pagrindu suteiktas paslaugas, parduotas prekes ir pan. Taip pat numatyta galimybė kreiptis į teismą dėl pažeistų teisių gynimo. Tačiau šis įstatymas gali būti taikomas tik labai siaurai piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia praktikų sričiai. Bet to, įprastuose santykiuose, kur abu subjektai turi vienodai rinkos galios, šis įstatymas ir Civilinio Kodekso nuostatos dėl netesybų būtų naudojamas be problemų. Ūkio subjektai įprastai savanoriškai gina savo pažeistas teises. Tuo tarpu pirkėjo rinkos galia ir pasireiškia tuo, kad silpnesnis tiekėjas arba gamintojas net ir esant mokėjimo terminų pažeidimui, negina savo teisių. Mažmeninės prekybos įmonė ir pažeidžia tuos terminus žinodama, kad, bijodamas sugadinti santykius su ja, tiekėjas teisių negins. Jei teisės būtų nedelsiant ginamos, tai reikštų, kad mažmeninės prekybos įmonė neturi rinkos galios. Todėl negalima sakyti, kad šis įstatymas sprendžia piktnaudžiavimo problemą – jis yra bendro pobūdžio, o dažnai tik jį

¹²⁷ LR Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“, 2007 02 28, pasiekama adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=541

¹²⁸ Cit. Op. 124, p. 34-37.

¹²⁹ Lietuvos Respublikos mokėjimų, atliekamų pagal komercinius sandorius, vėlavimo prevencijos įstatymas Nr. IX-1873, 2003 12 09, Žin. 2003 Nr. 123-5571, 2004 07 15 redakcija.

pažeidus problema ir atsiranda. Be to, juo nedraudžiama sutartyje nustatyti nepagrįstai ilgus atsiskaitymo terminus, todėl piktnaudžiauti galima ir formaliai įstatymo nepažeidžiant.

Kitas minimas įstatymas - Lietuvos Respublikos atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją įstatymas¹³⁰. Jo nustatytus atsiskaitymo už žemės ūkio produktus terminus detalizuoja Vyriausybės nutarimas Dėl atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją ir jos įkainojimo terminų.¹³¹ Šis įstatymas ir Vyriausybės nutarimas skirti taip pat tik nedidelei daliai piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia praktikų suvaldyti. Gamintojai saugomi nuo sutartimis nustatytų per ilgų atsiskaitymo terminų, kurie, jei nustatyti labai ilgi, gali sudaryti mažmeninės prekybos įmonėms analogiškas ir neatlygintinio kreditavimo sąlygas¹³². Jei už prekes apmokama tik po to, kai jos jau parduotos (ir dar pridėjime neproporcingą rizikos pasiskirstymą tarp šalių bei galimybę gražinti prekes gamintojui, jei jos nebuvo parduotos) tiekėjų, gamintojų ir mažmeninės prekybos įmonių santykiai dar gali tapti panašūs ir į prekybinio ploto nuomos santykius. Minėtas įstatymas nustato tikslus atsiskaitymo terminus, kurių privaloma laikytis visose žemės ūkio produkcijos pirkimo-pardavimo sutartyse. Reikia pritarti mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje išreikštai nuomonei, kad šis įstatymas yra konkretus ir veiksmingas jame nurodytų sričių produktų gamintojų interesams ginti. Griežtos nuostatos dėl palūkanų mokamų vėlavimo apmokėti atveju taip pat yra veiksmingas įrankis, kuriuo gali pasinaudoti nukentėję nuo piktnaudžiavimo ūkininkai. Kaip ten bebūtų, vėl tenka pritarti įstatymo koncepcijoje išreikštai nuomonei, kad vien tik Atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją įstatymo neužtenka piktnaudžiavimui pirkėjo rinkos galia sustabdyti. Taip pat vėlgi, savo teisėms ginti ūkininkai turi tik įprastines priemones, todėl neatmetama galimybė, kad dažnai jomis nesiryžta naudotis. Apklausus didžiųjų maisto produktų gamintojų ir perdirbėjų asociacijas, viena iš pastebėjo, kad net šie griežtai nustatyti terminai santykiuose su jos nariais yra pažeidžiami ir reikėtų efektyvesnės pažeidimų kontrolės sistemos¹³³. Taip pat Šio įstatymo taikymo sritis gana siaura ir, nors jis yra nemažas žingsnis į priekį, be kita ko ir rodantis įstatymo leidėjo

¹³⁰ Lietuvos Respublikos atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją įstatymas Nr. VII-1422, 1999 11 16, Žin. 1999 Nr. 102-2921, 2004 07 15 redakcija.

¹³¹ Vyriausybės nutarimas Nr. 393 „Dėl atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją ir jos įkainojimo terminų“, Žin., 2000, Nr. 30-835, 2007 04 25 redakcija.

¹³² Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus — tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams (2005/C 255/08).

¹³³ Rašant darbą buvo atlikta kai kurių didžiųjų maisto produktų gamintojų ir perdirbėjų asociacijų apklausa. Bendradarbiauti sutiko 5, apie tai, kad susiduria su problemomis nurodė 4 iš jų. Daugiau apie apklausą skaityti darbo 8 skyriuje.

požiūrį į piktnaudžiavimą turima didele rinkos galia, reikia kompleksiškesnio reguliavimo visai problemai išspręsti.

Šiame kontekste, nors ir niekada nebuvo įgyvendintas, todėl negali būti laikomas „veikiančiu Lietuvoje“, turi būti paminėtas ir Konkurencijos Įstatymo 3 str. 11 d. pakeitimo projektas¹³⁴. Projektas buvo pateiktas visai neseniai (užregistruotas 2008 10 20) ir nors buvo atmestas, galima sakyti, atspindi dabartinį požiūrį į rinkos padėtį mažmeninės prekybos sektoriuje. Projektu buvo siūloma pakeisti Konkurencijos įstatyme numatytą rinkos dalies ribą, virš kurios galioja dominuojančios padėties prezumpcija. Konkurencijos įstatymo 3 str. 11 d. nurodo: „Jei neišrodoma priešingai, laikoma, kad ūkio subjektas užima dominuojančią padėtį atitinkamoje rinkoje, jeigu jo rinkos dalis sudaro ne mažiau kaip 40 procentų“. Pakeitimas turėjo 40 % ribą sumažinti iki 30 %, kai nustatinėjama mažmeninės prekybos įmonių dominuojanti padėtis. Taip pat buvo siūloma sumažinti kolektyvinio dominavimo prezumpcijos ribą iki 55 % bendrai užimamos rinkos dalies (Konkurencijos įstatyme numatyta 70 % rikos dalies riba). Reikia pasakyti, kad pati pakeitimo idėja buvo gana nevykusi. Matyt, sumažinus prezumpcijai reikalingą turimos rinkos dalies ribą iki dabartiniu metu realiai mažmeninės prekybos įmonių užimamos rinkos dalies mažmeninės prekybos sektoriuje, buvo tikimasi lengviau užkirsti kelią piktnaudžiavimui. Dominuojančią padėtį užimančios įmonės turi pareigą elgtis daug rūpestingiau ir atsakingiau, nei tokios padėties neužimančios įmonės¹³⁵, jas lengviau jau egzistuojančiais instrumentais nubausti už pažeidimus. Bet kokių atveju, prezumpcija gali būti paneigta įrodžius, kad įmonė neturi galimybių vienašališkai veiksmingai riboti konkurenciją atitinkamoje rinkoje ar kad susiduria su kitų įmonių konkurencija. Taigi, pakeitimas nebūtų labai veiksmingas, be to, bandymas paversti pagal ekonominę ir teisinę logiką nedominuojančias įmones dominuojančiomis yra netinkamas įrankis sustabdyti piktnaudžiavimą rinkos galia. Nuleidus prezumpcijos kartelę iki 30 % būtų paneigta ir Europos Komisijos, bei Europos Teisingumo Teismo praktika, kuri nurodo, kad dominavimas gali būti preziumuojamas tik esant labai didelėms rinkos dalims¹³⁶. Tokia žema riba negali būti ir todėl, kad iki 30 – 35 % rinkos dalies dar taikomos bendrosios išimtys vertikaliesiems apribojimams. Kitavertus, Latvija siekdama užkirsti kelią

¹³⁴ Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymo 3 str. pakeitimo įstatymo projektas Nr. XP-3155(3).

¹³⁵ Pavyzdžiui Europos Teisingumo Teismo byloje Nr. 322/81, NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v EC Commission (1983 11 09) byloje buvo nurodyta, kad dominuojančią padėtį užimanti įmonė neturi teisės diskriminuoti jokiais pagrindais, Europos Teisingumo Teismo byloje Nr. 6 & 7/73, Instituto Chimioterapico Italiano & Commercial Solvents Corp. v EC Commission (1974 03 04), buvo dominuojančiai įmonei uždrausta atsakyti bendradarbiauti su buvusiais klientais ir pan.

¹³⁶ ETT byla Nr. C-62/86, AKZO Chemie BV v EC Commission, 1991 07 03, 60 paragrafas.

piktnaudžiavimui rinkos galia nusprendė eiti labai panašiu keliu, tačiau neįvardindama konkrečios užimamos rinkos dalies dydžio, o dominavimo sąvoką praplėsdama tik mažmeninės prekybos įmonių atžvilgiu. Apie Latvijos Konkurencijos įstatymo pakeitimus bus kalbama kitame skyriuje.

Kaip ten bebūtų, šis projektas mums sako, kad didėjančia pirkėjo rinkos galia mažmeninėje prekyboje susirūpinta rimtai. Tokią tendenciją rodo ir neseniai Konkurencijos Tarybos išnagrinėta Maxima LT patalpų nuomos ir įsigijimo byla¹³⁷. Taip pat sieki išspręsti su piktnaudžiavimu iš dalies susijusias problemas rodo ir tai, kad 2008 03 17 Seimas netikėtai pritarė prieštaringai vertintam Kainų įstatymo 11 str. papildymo ir pakeitimo ir įstatymo papildymo 8(1) str. įstatymo projektui¹³⁸. Galime tikėtis, kad palaipsniui bus ieškoma ir labiau tinkamų šiai problemai spręsti instrumentų.

Išnagrinėjus Lietuvoje veikiančius labiausiai piktnaudžiavimo rinkos galia problemai spręsti pritaikomus egzistuojančius teisės aktus (CK, Konkurencijos įstatymas, kiti teisės aktai) galima teigti, kad kai kuriuos iš jų, nors ir nelabai veiksmingai, įmanoma panaudoti. Yra šalių, pavyzdžiui Kanada, kur piktnaudžiavimo atvejais naudojami tik esami konkurencijos teisės instrumentai. Kanadoje pirkėjo galia pradeda riboti tikrai pirkėjui turint dominuojančią padėtį, o rinkos galios didėjimą stengiamasi valdyti susijungimų ir susitarimų kontrole¹³⁹. Todėl neatmestina ir galimybė, kad nustačius aiškius konkurencijos tarnybų politikos tikslus ir jų įgyvendinimo priemones ir šiek tiek pakeitus požiūrį į Lietuvos konkurencijos teisėje turimas normas įmanoma kovoti bent su aiškiausiai pasireiškiančiais piktnaudžiavimo atvejais. Žinoma, visų pirma reikia išsamiai ištirti, kiek iš tiesų laisva konkurencija ir vartotojų gerovė yra veikama nesimant jokių reguliavimo priemonių. Gal iš tiesų bus nustatyta, kad apčiuopiamai neigiami efektai Lietuvoje atsiranda tik mažmeninės

¹³⁷ Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 2S-21, dėl Maxima LT UAB veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 10 str. 1 d. ir 11 str. 2 d. reikalavimams, 2008 10 16. Konkurencijos taryba nustatė, kad Maxima LT 2002-2006 m. įvykdė 9 koncentracijas, prieš tai nepranešdama Konkurencijos Tarybai – išsinuomojo arba įsigijo nuosavybės teise komercinės paskirties patalpas įvairiuose Lietuvos miestuose. Maxima LT buvo pripažinta pažeidusi Konkurencijos įstatymą, jai paskirta 100 000 Lt bauda. Nors ir abejotinas čia priimtas sprendimas, patalpų nuomą ar įsigijimą laikyti koncentracija, galima sakyti, pastebima tendencija atidžiau sekti didžiųjų prekybos tinklų veiksmus ir stabdyti jų augimą.

¹³⁸ Projektas buvo pateiktas Seimui 2008 07 03 Nr. XP-2577(4), juo Kainų įstatymas papildomas 8¹ str., kuriame nustatoma, jog įmonės prekiaujančios maisto produktais negali imti jokio kito mokesčio už vidaus rinkoje realizuojamus produktus, išskyrus prekybinį antkainį, kuris mažmeninėje prekyboje negali būti didesnis nei 20% (didmeninėje prekyboje – 15%).

¹³⁹ Kanados Konkurencijos Biuro pranešimas, pateiktas Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos konferencijai 2008 10 21-23, pasiekiamas adresu: <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02995.html>

prekybos įmonei pasiekus monopsonijos lygį, kaip kad mano Kanados Konkurencijos Biuras¹⁴⁰.

Bet kokių atveju, šiame darbe remiamasi idėja, kad pirkėjo rinkos galia atsiranda ir nuo tam tikros ribos sutrikdo konkurenciją net rinkoje nesant dominuojančios įmonės. Tai patvirtina daugelio šalių praktika ir mokslininkų darbai. Kaip jau minėta, Lietuvoje esantys teisiniai instrumentai negali visiškai išspręsti šios problemos. Tenka sutikti su Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje išsakyta nuomone, kad Lietuvoje nėra apsaugos nuo piktnaudžiavimo rinkos galia. Nesant papildomų teisės aktų, labai sunku tiksliai nustatyti, kur ūkio subjektai tiesiog naudoja agresyvią derybų poziciją, o kur jau pažeidžia sąžiningą ūkinės veiklos praktiką. Nė vienas dabar galiojantis teisės aktas nespėdžia problemos iš esmės ir nesuformuluoja aiškių kriterijų.

Taip pat atskleidžiant šią temą ir nusprendžiant kokio apskritai papildomo reguliavimo reikėtų, įdomu paanalizuoti kitų šalių praktiką tvarkantis su mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimu rinkos galia ir požiūrį į šią problemą vyraujantį Europos Sąjungoje.

¹⁴⁰ Ibid.

6. Europos Sąjungos tendencijos piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia srityje.

Europos Sąjungoje nėra nė vieno teisės akto, kuris tiesiogiai reglamentuotų piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemą. Tačiau netrūksta kitų, nenorminių dokumentų, iš kurių aiškiai galime suprasti bent kai kurių institucijų poziciją šiuo klausimu ir pabandyti panašų požiūrį įgyvendinti savo šalyje.

Nagrinėjant požiūrį į pirkėjo rinkos galią chronologiškai, pirmiausia paminėtinas 1995 m. įvykęs pirmasis Europos Komisijos konkurencijos forumas, kuriame buvo diskutuota ir apie „pirkėjo galios koncentraciją“. Forumo ataskaitoje¹⁴¹ pažymėta, kad dalyvavusių šalių atstovų nuomonės šiuo klausimu išsiskyrė. Tai atspindėjo dalyvavusių šalių tuometinę padėtį mažmeninės prekybos rinkose. Tos šalys, kuriose šio sektoriaus koncentracija buvo maža, teigė, kad pirkėjo rinkos galia nėra konkurencijos teisės problema, tačiau tos, kuriose koncentracija buvo didelė, ekonominę tiekėjų ir gamintojų priklausomybę nurodė kaip didėjančią grėsmę. Buvo daroma išvada, kad kadangi ekonomiškai silpnesni subjektai nelinkę skųstis tokia padėtimi patys, būtinas valdžios institucijų įsikišimas

Kitas svarbus žingsnis buvo žengtas 1999 m., kai Europos Komisijos užsakymu buvo atlikta išsami piktnaudžiavimo rinkos galia teorijos ir praktikos analizė¹⁴² (ja jau ne kartą buvo vadovaujama šiame darbe). Šis dokumentas visas skirtas būtent mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo rinkos galia problemai. Ištyrę padėtį visose Europos Sąjungos šalyse analizės autoriai daro išvadą, kad problema didėja (ypač vertinant ilguoju laikotarpiu) ir daugelyje šalių esančių teisės aktų, draudžiančių naudojimąsi ekonomine priklausomybe, nepakanka. Taip pat nurodoma, kad ir apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos nėra geriausias instrumentas, nes ji daugiau koncentruojasi į netinkamą ekonominio pelno pasiskirstymą tarp šalių (ginami tik tiekėjai), o ne į žalingą poveikį visai ekonominei gerovei, kas yra konkurencijos teisės uždavinys. Taigi, pastebima, kad Europos Sąjungos konkurencijos teisė neturi tinkamų priemonių susitvarkyti su šia problema ir viskas turi būti paliekama Šalių Narių reguliavimui. Tačiau išreiškiama viltis, kad ruošiami nauji Europos

¹⁴¹ Europos Komisijos forumo „The first European Competition Forum: Vertical restraints“ 1995 04, ataskaita parengta Larine L. Laudati, pasiekama adresu:

http://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp1995_035_en.html

¹⁴² Europos Komisijos užsakymu parengta studija “Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union”, 1999 10 13.

Sąjungos konkurencijos teisės aktai¹⁴³ galės būti taikomi susitarimų tarp ekonomiškai stiprių mažmenininkų ir tiekėjų priežiūrai. Manoma, kad bus daugiau dėmesio skiriama jų vertikaliesiems susitarimams. Taip pat išreikšta nuomonė, kad reikia bendrųjų išimčių nedidelę rinkos galią turinčių mažmeninės prekybos įmonių horizontaliesiems susitarimams. Manoma, kad suteikus galimybę jiems bendrai koordinuoti savo veiksmus rinkoje, bus sukurta efektyvesnė konkurencija didiesiems prekybos tinklams. Viliamasi, kad šių priemonių užteks užtikrinant rinkos galios didėjimo naudą vartotojams.

Tačiau, kaip matome iš vėlesnių Europos Sąjungos institucijų pareiškimų, problema niekur nedingo, o kaip tik paastrėjo. 2005 m. pasirodo Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus.¹⁴⁴ Komitetas šią nuomonę parengė savo iniciatyva, išanalizavęs padėtį mažmeninės prekybos sektoriuje. Čia pabrėžiama, kad prekybos tinklų išaugimas yra natūralus procesas ir tai duoda daug privalumų vartotojui, ypač trumpuoju laikotarpiu, tačiau yra ir nemaža neigiamų padarinių tikimybė. Pirmiausia, atkreipiamas dėmesys, kad didžiųjų prekybos tinklų vykdoma politika skirta įtikinti vartotoją, kad kaina yra svarbiausias produkto ir pirkimo vietos pasirinkimo kriterijus. Tačiau būtina nepamiršti, kad nors iki tam tikro lygio prekybos centrų mažesnių kainų iš tiekėjo reikalavimas gali sumažinti tiekėjų ir gamintojų nepagrįstai išpūstus pelnus, per didelis spaudimas gali neigiamai atsiliiepti visuomenei. Prekybos tinklų darbuotojai, kurie ir taip dažniausiai gauna vienus iš mažiausių atlyginimų valstybėje, dažnai nukenčia prekybos tinklui panorus sumažinti veiklos išlaidas, kad būtų galima pasiūlyti konkurencingesnes kainas. Taip pat nukenčia ir tiekėjai bei gamintojai dėl tiesiogiai iš jų reikalaujamų nuolaidų ir mokesčių ir netiesiogiai, dėl prekybos tinklų taikomos politikos, kai partneriais pasirenkami tik didžiausi ir daugiausia skirtingų prekių rūšių galintys pasiūlyti partneriai. Vartotojai taip pat nukenčia dėl sumažėjusio skirtingų prekių pasirinkimo. Be to, pabrėžiama, kad vartotojai turėtų būti labiau informuoti, pavyzdžiui, žinoti, kada jiems siūlomos akcijos finansuojamos gamintojo, o kada prekybos tinklo sąskaita. Pabrėžiami ir neigiami efektai galintys persiduoti ūkininkams, kai kainų spaudimas perkeliamas jiems. Išreikštas susirūpinimas, kad tinkamai neatsiskaitant už žemės ūkio produkciją ūkininkams ir kitiems gamintojams ir jiems pasitraukus iš rinkos, gali atsitikti taip, kad Europos Sąjungoje

¹⁴³ 1999 m. pasirodė naujas vertikalųjų susitarimų reglamentas (2790/1999).

¹⁴⁴ Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus — tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams (2005/C 255/08).

nebebus pagaminama pakankamai maisto produktų reikalingų jos piliečiams ir tapsime priklausomi nuo išorės importo. Tas pats gali būti pasakyta ir apie Lietuvą.

Bet kokių atveju, nuomonės išvadose nurodoma, kad reikia daugiau papildomų duomenų apie pelno pasiskirstymą tarp pirminių gamintojų, tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių ir reikia nuolat stebėti ir vertinti konkurencijos lygį mažmeninės prekybos rinkose. Jei jis nėra normalus, Valstybės Narės turi imti reikiamų priemonių padėčiai gerinti. Kitaip, be jau paminėtų grėsmių, egzistuoja tikimybė, kad mažmeninė prekyba susitelks kelių didžiųjų rinkos žaidėjų rankose, kurie tieks daugiausiai tik savo produktų linijas¹⁴⁵.

Po šio pareiškimo sekė visai neseniai (2008 02 19) paskelbtas Europos Parlamento narių pareiškimas¹⁴⁶, kuris po to, kai jam pritarė 439 Parlamento narių (daugiau nei pusė), tapo oficialia Europos Parlamento pozicija¹⁴⁷. Pats pareiškimas daug trumpesnis, nei prieš tai minėta Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė, tačiau šiek tiek konkretesnis. Čia vėl išreikštas susirūpinimas dėl vis didėjančios koncentracijos mažmeninės prekybos rinkoje, piktnaudžiavimo įgyta rinkos galia, ir kad „mažmeninės prekybos tinklai tampa „durininkais“, kontroliuojančiais vienintelę realią ūkininkų ir kitų tiekėjų galimybę pateikti savo prekes vartotojams Europos Sąjungoje“¹⁴⁸. Nuogaustaujama ir dėl kitų, galimai nukenčiančių sričių. Šiame pareiškime, skirtingai ne iki šiol, išreikšta pozicija, kad tirti problemą ir rasti tinkamą reguliavimą reikia visos Europos Sąjungos mastu. Konkurencijos generalinis direktoratas raginamas atlikti išsamius tyrimus, o Komisija – „pasiūlyti atitinkamas priemones, įskaitant reglamentavimą, kuriomis vartotojai darbuotojai ir gamintojai būtų apsaugomi nuo piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi arba kito vykdant šį tyrimą nustatyto neigiamo poveikio“¹⁴⁹.

Europos Komisijos neigiamą požiūrį į per didelę pirkėjo rinkos galią atspindi kai kurios susijungimo bylos¹⁵⁰, ypač Carrefour/Promodes¹⁵¹ byla, kurioje suformuluotos kelios svarbios ekonominės pirkėjo rinkos galios pasekmių teorijos.

¹⁴⁵ Ibid. 11.6 punktas

¹⁴⁶ Europos Parlamento pareiškimas dėl tyrimo dėl Europos Sąjungoje veikiančių stambių prekybos centrų piktnaudžiavimo savo galiomis ir teisinių apsaugos nuo tokio piktnaudžiavimo priemonių „Galimas Europos Sąjungoje veikiančių stambių prekybos centrų piktnaudžiavimas savo galiomis“, P6_TA(2008)0054.

¹⁴⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=IM-PRESS&reference=20080215BRI21439&secondRef=ITEM-004-LT&language=LT>

¹⁴⁸ Cit. Op. 146, preambulės B punktas

¹⁴⁹ Ibid. 2 punktas

¹⁵⁰ Pavyzdžiui žr., Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. IV/M.784 Kesko/ Tuko, 1996 11 20; Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. IV/M.1221 Rewe/Meinl, 1999 02 03.

¹⁵¹ Europos Komisijos sprendimas byloje Nr. COMP/M.1684, *Carrefour/Promodes*, 2000 01 25

Minėtas pareiškimas buvo perduotas visiems Valstybių Narių parlamentams, taigi, ir Lietuvos Seimui. Į jį turėtų būti žiūrima kaip į paskatinimą labiau susirūpinti šia problema ir savo valstybėje. Kadangi jau prieš tai Europos Sąjungos institucijos buvo pareiškusios, kad vartojimo įpročiai ir situacija Valstybėse narėse yra labai skirtingi¹⁵², mažai tikėtina, kad net ir atlikus visapusi tyrimą bus priimtas vieningas privalomas visoms narėms reguliavimas. Bet kokiu atveju reikės rasti savo šaliai labiausiai tinkamą variantą Europos Sąjungos nubrėžtose ribose. Kitavertus, jei yra pakankamai reali grėsmė patirti Europos Sąjungos institucijų jau dabar pabrėžiamas neigiamas pasekmes, nereikėtų delsti laukiant, kol konkrečių žingsnių bus imtasi Bendrijos lygiu. Atsižvelgiant į jau aptartus galimus piktnaudžiavimo rinkos galia būdus ir pasekmes, bei faktą, kad kol kas Lietuvoje neturime instrumentų šiai problemai sistemiskai spręsti, turėtume rimčiau atsidėti dabartinės padėties mažmeninės prekybos sektoriuje analizei ir atitinkamam reguliavimo tobulinimui.

Toliau nagrinėjant šį klausimą, tikslinga peržvelgti, kaip kai kurios kitos Europos Sąjungos šalys sprendžia piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemas.

¹⁵² Pavyzdžiui Europos Komisijos užsakymu atliktoje studijoje „Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union“, 1999, arba 2005 m. Europos Parlamento pareiškime (Cit. Op. 146)

7. Piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia reguliavimo užsienio šalyse apžvalga

Kaip ir nurodoma Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje, užsienio valstybių piktnaudžiavimo rinkos galia reguliavimo praktika, galima skirstyti į tris grupes. Pirma grupė – valstybės, kurios pirkėjo rinkos galią laiko pavojinga tik tada, kai įmonė pasiekia dominuojančią padėtį rinkoje. Todėl visos su tuo susijusios problemos sprendžiamos įprastais piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi draudžiančiais teisės aktais. Kaip ir nurodyta koncepcijoje, viena iš tokių šalių yra Kanada. Apie ją jau buvo rašyta anksčiau.

Antrai grupei galima priskirti valstybes, kurios konkurencijos teisėje, (konkurencijos įstatymuose arba lydimočiuose aktuose, susijusiuose su konkurencijos įstatymų įgyvendinimu) šalia universaliųjų normų, turi tam tikras specialiąsias teisės normas. Jos arba išimtinai taikomos mažmeninės prekybos įmonių ir jų tiekėjų santykiams reglamentuoti, arba taikomos ir kitiems ūkio sektoriams, siekiant spręsti vadinamąsias nesąžiningo pasinaudojimo ekonomine priklausomybe problemas. Tokių valstybių grupei su tam tikromis išlygomis gali būti priskiriamos Italija, Ispanija, Portugalija, Vokietija, Japonija, Čekija¹⁵³.

Trečią grupę valstybių sudaro tos, kurios turi atskirus privalomo ar neprivalomo pobūdžio teisės aktus šiai problemai reguliuoti. Pavyzdys gali būti Jungtinė Karalystė arba Prancūzija.

Žinoma, toks skirstymas yra gana sąlygiškas ir visiškai nereiškia, kad tos valstybės, kuriose piktnaudžiavimo rinkos galia nuostatos įtvirtintos atskirame teisės akte, reglamentuoja šią problemą iš esmės kitaip, nei tos, kurios tik papildė savo konkurencijos įstatymus. Tačiau skirstymas gana patogus analizei. Kadangi šiame, tobulesnio reglamentavimo Lietuvoje analizės, etape galime tik kalbėti apie potencialių politikos krypčių pasirinkimą ir reguliavimo pobūdį, toks skirstymas gana naudingas.

Pirmiausia, norėtume aptarti Jungtinės Karalystės pasirinktą reguliavimo modelį ir pagrindinius principus, kadangi jos pavyzdžiu jau tiek daug šiame darbe buvo remtasi. Tai taip pat valstybė, kuri, atrodo, yra ypač nuodugniai ištyrinėjusi šį reiškinį ir besimokydama iš savo pačios klaidų vis tobulina pasirinktą reguliavimą.

¹⁵³ Lietuvos Respublikos Seimo 2009 m. Kovo 12 d. nutarimu Nr. XI-191 patvirtinta Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija, 24 punktas.

7.1. Piktnaudžiavimo rinkos galia reguliavimo principai Jungtinėje Karalystėje

Pirmieji mažmeninės prekybos rinkos galios tyrinėjimai Jungtinėje karalystėje pasidėjo dar 1981 m., tačiau dar beveik du dešimtmečius po to buvo laikomasi nuomonės, kad galią rinkoje turinčios mažmeninės prekybos įmonės visą gautą iš tiekėjų ir gamintojų naudą perduoda vartotojams.¹⁵⁴ Jokių specialių įstatymų, išskyrus dominuojančią padėtį turinčių subjektų kontrolę, Jungtinei Karalystei nereikėjo. Ir tik gerokai išaugus koncentracijai, mažmeninės prekybos srityje buvo nuspręsta patyrinėti šį reiškinį nuodugniau. 1999 m. buvo pradėtas didelio masto išsamus tyrimas, kuris buvo baigtas po 18 mėnesių¹⁵⁵. Tyrimo metu buvo išanalizuoti didžiųjų mažmeninės prekybos įmonių ir jų tiekėjų bei gamintojų santykiai, ištirti visų šių įmonių ekonominiai veiklos rodikliai, atliktos įmonių ir vartotojų apklausos, atlikti išsamūs galimų neigiamų pasekmių ekonomikai, konkurencijai, gamtai, vartotojams tyrimai. Svarbu paminėti, kad tiriama buvo būtent didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų galia konkrečių prekių pirkimo rinkose, taip tiriant geriausiai ir įmanoma įvertinti rinkos galią tiekėjų atžvilgiu. Tyrimo išvadose sudarytas vienas iš išsamiausių piktnaudžiavimo rinkos galia praktikų sąrašų, nurodytos didžiųjų prekybos tinklų ir jų tiekėjų bei gamintojų nuomonės apie kiekvieną iš praktikų. Nustatyta, kad piktnaudžiavimas rinkos galia yra paplitęs ir žalingų pasekmių turintis reiškinys ir pasiūlyta priimti geros praktikos kodeksą šiai problemai spręsti.

Po derybų su 5 didžiaisiais prekybos tinklais, buvo suformuluotas privalomo pobūdžio „Supermarketų praktikos kodeksas“¹⁵⁶, kuris įsigaliojo 2002 03 17. Kodeksas yra skirtas didiesiems prekybos tinklams, kurie prekiauja pirmo būtinumo prekėmis (maisto ir kai kurios buities prekės, įvardintos kodekse), ir kurie atitinka kodekse numatytus parduotuvių ploto ir užimamos pirkimo iš tiekėjų rinkos dalies kriterijus¹⁵⁷. Kodekso pagrindinis principas, kad mažmeninės prekybos įmonės negali reikalauti nepagrįstų mokėjimų ar kitokios paramos iš tiekėjų ir gamintojų (projekte buvo naudojama „negali siekti“ formuluotė, bet galiausiai tai

¹⁵⁴ Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacija „Buyer power of multiproduct retailers“, 1998, p. 223

¹⁵⁵ UK Competition Commission, Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom, Cm 4842 (Oct. 2000), pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full

¹⁵⁶ The Supermarkets code of Practice, pasiekiamas adresu:

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/monopolies/supermarkets2.pdf

¹⁵⁷ Ibid, 32 punktas. Šie reikalavimai jau buvo minėti darbe p. 15

buvo pakeista¹⁵⁸), pabrėžiamas pagrįstumas ir skaidrumas visuose santykiuose. Kodeksu draudžiama nepagrįstai reikalauti prisidėti prie mažmeninės prekybos įmonės reklamos išlaidų, retrospektyviai keisti kainas ar kitas sąlygas be išankstinio pagrįsto pranešimo, reikalauti padengti negauto pelno arba praradimo nuostolius, jei dėl to nebuvo susitarta prieš tai ir pan. Taip pat užkirstas kelias ir diskriminacijai – pirmas kodekso skyrius nurodo, kad standartinės mažmeninės prekybos įmonės tiekėjams siūlomos sąlygos turi būti išdėstytos raštu ir prieinamos visiems tiekėjams, kurie jomis domisi. Taip pat vienai grupei (apibrėžtai pagal objektyvius kriterijus) priklausantiems tiekėjams gali būti siūlomos tik vienodos sąlygos. Kodeksu taip pat draudžiama nepagrįstai ilgai neatsiskaityti su tiekėju ar gamintoju ir pan. Taigi, draudžiamos tos piktnaudžiavimo praktikos, kurios buvo nustatytos 2000 m. tyrimu. Mažmeninės prekybos įmonė privalo su šiuo kodeksu supažindinti visus su tiekėjais dirbančius savo darbuotojus. Atsiradus nesutarimams dėl prekybos tinklo taikomų praktikų, šalis turi jas išspręsti bendru sutarimu, nepavykus to padaryti per 90 dienų, mažmeninės prekybos įmonės sąskaita kreipiamasi į mediatorių, jam nepavykus išspręsti problemos, mažmeninės prekybos įmonė turi perduoti klausimą Sąžiningos Prekybos Tarybos direktoriui (angl. *Director General of Fair Trading*).

2008 04 30 Jungtinėje Karalystėje buvo baigtas naujas tyrimas, siekiant nustatyti, kiek efektyvus buvo minėtas „Supermarketų Praktikos Kodeksas“ ir kaip pasikeitė tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių santykiai per paskutinius metus¹⁵⁹. Tyrimo išvadose¹⁶⁰ vėl labai detalai išnagrinėta JK mažmeninės prekybos rinkos struktūra, įmonių ekonominiai rodikliai, piktnaudžiavimo praktikų poveikis ir pan. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad per 5 metus nuo Kodekso įsigaliojimo buvo gauti tik 17 skundų dėl piktnaudžiavimo rinkos galia ir kodekso pažeidimų. Nė vienas iš skundų Sąžiningos Prekybos Tarybai nebuvo patenkintas nustačius, kad Kodeksas nebuvo pažeistas, arba šalims pačioms susitarus toliau nebetęsti ginčo.¹⁶¹ Apskritai nustatyta, kad Kodeksas nepakeitė tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių, tokiu mastu, kaip buvo tikėtasi. Tiekėjai ir gamintojai nurodė kelias pagrindines šios

¹⁵⁸ Jungtinės Karalystės Konkurencijos komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23.

¹⁵⁹ Tyrimo metu surinkti duomenys ir atlikti tyrimai bei priimti naujausi sprendimai nuolat skelbiami adresu: <http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/>

¹⁶⁰ JK Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/538grocery.htm.

¹⁶¹ Working Paper on Supply Chain Practices and the Supermarkets Code of Practice 2007 05 23, kuris buvo paruoštas minėto tyrimo metu 21 punktą. Dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/working_paper_scop.pdf

nesėkmės priežastis. Pirma, tiekėjai ir gamintojai bijojo ginti savo teises dėl konfidencialumo procedūrų metu neužtikrinimo ir galimo santykių su prekybos tinklu nutraukimo. Taip pat buvo nurodyta, kad trūko santykių dalyvių informavimo. Apie Kodeksą ir konkrečias jo nuostatas žinojo ne visos tiekėjų ir gamintojų įmonės. Be to, kai kurios įmonės nesikreipė dėl savo teisių gynimo, nes neturėjo galimybių įrodyti joms taikomų piktnaudžiavimo praktikų. Antra, buvo išreikštas nepasitenkinimas pernelyg abstraktaus pobūdžio Kodekso formuluotėmis. Todėl labai sunku įrodyti pažeidimą, o tai dar labiau sulaiko tiekėjus nuo savo teisių gynimo. Trečia, daugelis tiekėjų nurodė, kad Kodekso laikymosi kontrolė buvo vykdoma neefektyviai. Buvo pareikšta, kad teisėsaugos institucijos turėtų būti aktyvesnės. Taip pat tarp priežasčių buvo nurodyta, kad reikia atsižvelgti į naujas po 2000 m. tyrimo atsiradusias praktikas, taip pat kad Kodeksas neturėjo efektyvių kovos su piktnaudžiavimu priemonių.¹⁶² Tam, kad pataisyti padėtį buvo nuspręsta tobulinti esamą reguliavimą. 2009 02 26 buvo paskelbtas Konkurencijos Komisijos įsakymas konsultacijai dėl naujo „Produkcijos tiekimo praktikos kodekso“ sukūrimo¹⁶³. Naujame kodekse atsiranda keletas svarbių naujovių. Jis galios ne tik 5 didiesiems prekybos tinklams, kaip buvo iki šiol, bet visoms mažmeninės prekybos įmonėms, prekiaujančioms pirmo būtinumo prekėmis, kurių metinė apyvarta viršija 1 milijardą Svarų Sterlingų. Kodekso nuorašas turės būti pridėtas prie kiekvieno mažmeninės prekybos įmonės susitarimo su bet koku gamintoju ar tiekėju, tiekėjai ir gamintojai privalės saugoti rašytines jų sutarčių su mažmeninės prekybos įmonėmis kopijas¹⁶⁴. Taip pat Kodekso laikymosi kontrolė ir vykdymas pavedamas naujai įsteigtai ombudsmeno tarnybai¹⁶⁵. Siekiama sukonkretinti ir abstrakčiai apibrėžtas nuostatas, įtraukti naujas atsiradusias praktikas, padidinti santykių tarp tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių skaidrumą. Tikimasi, kad naujas Kodeksas padės išspręsti daugelį išlikusių problemų.

Taigi, valstybė, kuri skyrė labai daug dėmesio piktnaudžiavimo pirkėjo galia problemai ir toliau siekia reguliuoti tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių santykius remdamasi proporcingumo ir komercinės veiklos laisvės principais¹⁶⁶. Neabejotina, kad puikiai suprasdama savo mažmeninės prekybos rinkos padėtį ji pasirenka labiausiai valstybei

¹⁶² Ibid., 43-46 punktai.

¹⁶³ JK Konkurencijos Komisija „The Groceries (Supply Chain Practices) Market Investigation Order 2009 Notice of intention to make an Order under section 165 of, and Schedule 10 to, the Enterprise Act 2002 and public consultation on the proposed Order” pasiekiamas adresu http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/notice_of_intention_to_make_order_gscop.pdf.

¹⁶⁴ JK Konkurencijos Komisijos naujienų leidinys, „CC Publishes code of practice order“, 2009 02 26. pasiekiamas adresu http://www.competition-commission.org.uk/press_rel/2009/feb/pdf/08-09.pdf

¹⁶⁵ Cit. Op. 163.

¹⁶⁶ Peter Freeman JK tyrimo vadovas in „CC Publishes code of practice order“, 2009 02 26.

tinkamą reguliavimą. Lauksime, kokių rezultatų duos naujasis Kodeksas, bet pats reguliavimo modelis ir jo kūrimo procesas yra gana patrauklus, nes skatinamas mažmeninės prekybos įmonių ir tiekėjų dialogas, siekiama sumažinti tiekėjų mobilumo kliūtis, didinamas pačios problemos skaidrumas. Atskiro teisės akto forma taip pat patogi aiškiai atskiriant piktnaudžiavimą rinkos galia ir kitus konkurencinės teisės institutus. Kitavertus, yra valstybių, kurios pasirinko kitokią reguliavimo modelį.

7.2. Piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia reguliavimas Vokietijoje

Vokietija priklauso valstybių, kurios piktnaudžiavimo rinkos galia problemą pasirinko reguliuoti papildydamos savo konkurencijos įstatymus, grupei. Taip pat reikėtų pažymėti, kad Vokietijoje mažmeninės prekybos sektoriaus koncentracija yra gana nedidelė – 4 didžiausi prekybos tinklai čia turi tik 46% rinkos dalį¹⁶⁷. Todėl, galima teigti, kad Vokietijos gamintojai ir tiekėjai turi daugiau galimybių susirasti alternatyvius verslo partnerius, nei Lietuvoje. Bet kokiu atveju, Vokietijoje yra specialios normos draudžiančios tam tikras piktnaudžiavimo rinkos galia formas.

Vokietijos Konkurencijos ribojimų draudimo akto¹⁶⁸ 20 str. 2 d. tiesiogiai nurodo, kad įmonės, nuo kurių kiti ūkio subjektai priklausomi tokiu mastu, kad neturi efektyvių ir prieinamų galimybių pereiti prie santykių su kita įmone, turi laikytis tam tikrų įpareigojimų, (Priklausomybė preziumuojama, jei įmonė reguliariai gauna nuolaidas ar geresnes sąlygas, kurios nėra suteikiamos kitoms panašioms įmonėms.) Visų pirma, draudžiamas bet koks tiesioginis ar netiesioginis priklausomų subjektų diskriminavimas (20 str. 1 d.). Taip pat draudžiama reikalauti iš silpnesnių ūkio subjektų objektyviai nepagrįstų nuolaidų ar kitų palankių sąlygų (20 str. 3 d.). Nors ši straipsnio dalis tiesiogiai nenurodo, kad ji taikoma ir didelę rinkos galią turintiems subjektams, tačiau, anot Vokietijos Kartelių Institucijos (vok. *Bundeskartellamt*) ją galima taip aiškinti¹⁶⁹. 20 str. 4 d. tiesiogiai draudžiama didelę rinkos galią turinčioms įmonėms naudoti šią galią bet kokiu būdu kenkiant konkurentams. Išvardinti ir tokio naudojimo pavyzdžiai, kurie iš esmės apibūdina prekių pardavimo už mažesnę nei įsigijimo kainą praktikas, taip pat draudžia savo konkurentams tiekti prekes brangiau, nei už

¹⁶⁷ Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets”, 2006, rinkos tyrimo duomenimis.

¹⁶⁸ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, 1998 08 26, Federal Gazette I p. 2546.

¹⁶⁹ BundesKartellamt “Buyer Power in Competition Law - Status and Perspectives” Meeting of the Working Group on Competition Law 2008 09 18, pasiekiamas adresu:

http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/download/pdf/2008_ProfTagung_E.pdf

jas sumokėjo pati įmonė. Svarbu, kad šiame įstatyme apribojimai taikomi ne tik mažmeninės prekybos įmonėms, bet visiems ūkio subjektams ir visoms prekių grupėms.

Vokietijos Kartelių Institucijos kovos su piktnaudžiavimu pirkėjo rinkos galia praktika neapsiriboja vien šiomis įstatymo nuostatomis. Vokietijos Kartelių Institucija nurodo, kad įmonės dominavimo rinkoje kriterijai (19 str. 2 d. – efektyvios konkurencijos įmonės atžvilgiu rinkoje nebuvimas arba įmonės užimama smarkiai pirmaujanti, palyginti su kitais subjektais, pozicija) gali būti pritaikomi ir vertinant pirkimo rinkos galią. Atitinkama rinka apibrėžiama kaip tiekėjams ir gamintojams prieinamų pasirinkimų visuma, o prieinamų pasirinkimų nebuvimas gali būti įvardintas, kaip pirkėjo dominavimas. Kadangi tiekėjai ir gamintojai nesiūlo daugiau nei kelių rūšių produktų, atitinkama rinka dažniausiai apibrėžiama išskiriant atskiras produktų grupes.¹⁷⁰ Tokios pačios pozicijos dėl atitinkamos pirkimo rinkos apibrėžimo laikosi ir Europos komisija, pavyzdžiui, toks būdas buvo naudojamas nesenoje REWE/ADEG¹⁷¹ byloje.

Taigi, Vokietijos pasirinktas problemos reguliavimo konkurencijos įstatymu būdas suteikia nemažą laisvę įvairiai interpretuoti ir kitas įstatymo nuostatas. Taip pat nekyla problemų dėl naujos reguliavimo laikymosi priežiūros institucijos įkūrimo, sankcijų pritaikymo ir pan. Kitavertus, susidaro įspūdis, kad Vokietijoje piktnaudžiavimas pirkimo rinkos galia kol kas nėra labai didelė problema ir minėtos normos nėra labai dažnai taikomos praktikoje¹⁷², todėl negalima drąsiai teigti, kad Vokietijos pasirinktas reguliavimo modelis yra pakankamai efektyvus. Juolab, sunku pasakyti, ar racionalu priimti kategorišką privalomo pobūdžio teisės aktą šalyje, kurioje mažmeninės prekybos rinka jau žymiai labiau koncentruota ir dar ne tokia brandi, kaip kitose Europos šalyse.

7.3. Naujasis Latvijos piktnaudžiavimo rinkos galia reguliavimas

Nors Tarptautinio Baltijos Ekonomikos Politikos Studijų Centro 2006 m. analizės duomenimis Baltijos šalyse padėtis mažmeninės prekybos rinkoje yra ne mažiau sudėtinga nei, pavyzdžiui, Jungtinėje Karalystėje¹⁷³, iki praėjusių metų spalio mėnesio, nei viena iš Baltijos valybių neturėjo jokio specialaus reguliavimo skirto šiai problemai spręsti. Latvija

¹⁷⁰ Ibid. p. 5-7

¹⁷¹ Europos Komisijos byla Nr. COMP/M. 5047 – REWE/ADEG, 2008 04 23, 33-34 paragrafai.

¹⁷² Apibendrinamojoje Kartelių Institucijos darbo grupės analizėje „Buyer Power in Competition Law - Status and Perspectives“, daugiau dėmesio skiriama teoriniams galimai naudotiniems modeliams, o konkretūs Vokietijos teismų praktikos pavyzdžiai minimi tik iš netiesiogiai susijusių bylų.

¹⁷³ Cit. op. 167, p. 3

pirmoji priėmė savo konkurencijos įstatymo pakeitimus, kurie kaip tikimasi, leis lengviau kontroliuoti mažmeninės prekybos sektorių. Koncentracija Latvijos mažmeninės prekybos sektoriuje 2006 m. Buvo mažesnė nei Lietuvoje – 50 % rinkos dalis priklausė 4 didžiausiems prekybos tinklams. Tačiau tiek ekonominės sąlygos ir teisinės sistemos, tiek vartotojų įpročiai šiose šalyse yra panašūs. Taip pat sutampa net 2 iš 4 mažmeninės prekybos rinkoje veikiančių didžiausių įmonių (Rimi Latvijoje turi didžiausią rikos dalį, VP Market – antra pagal dydį). Todėl naudinga panagrinėti kelią, kurį piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemai spręsti pasirinko latviai, galbūt jų patirtį galima bus pritaikyti ir Lietuvoje.

Latvijos Konkurencijos įstatymo¹⁷⁴ 13 str. pakeitimas įsigaliojo 2008 10 01 ir įvedė naują, dominuojančios padėties mažmeninės prekybos rinkoje sąvoką. Svarbu paminėti, kad šis naujas reguliavimas taikomas visai mažmeninei prekybai, neišskiriant tik didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų. Pagal 13 str. 2 d., jei rinkos dalyvis (ar keli dalyviai), atsižvelgiant į jų turimą rinkos galią ir tiekėjų priklausomybę atitinkamoje rinkoje, gali, tiesiogiai ar netiesiogiai, taikyti arba primesti, nesąžiningas ar objektyviai nepateisinamas sąlygas ar mokėjimus tiekėjams, kurios gali ilgam laikotarpiui iškreipti konkurenciją bet kurioje Latvijos rinkoje, laikomas turinčiu dominuojančią padėtį mažmeninės prekybos rinkoje. Taip pat nebetaikoma 40 % rinkos dalies prezumpcija, nustatytos kitokios, nei už įprastą piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, sankcijos. Mažmeninės prekybos rinkoje (specialią) dominuojančią padėtį užimanti įmonė negali ja piktnaudžiauti taip pat atskirai nurodytais būdais: negali į sutartis įtraukti sąlygų dėl jau nupirkto produkcijos grąžinimo, negali reikalauti nepagrįstų mokesčių už prekių išdėstymą prekybos plote (pagrįsti šie mokesčiai gali būti nebent nežinomos vartotojams prekės reklama), negali reikalauti nepagrįstų sutarties sudarymo mokesčių, negali reikalauti nepagrįstų mokesčių, kai prekes tiekiamos naujai atidarytai prekybos vietai, neleidžiama nustatyti nepagrįstai ilgų atsiskaitymo už produkciją terminų ir taikyti tiekėjams nepagrįstai didelių baudų už sutarties pažeidimus (13 str. 2 d. 1-6 p.). 14 str. nustato, kad pažeidus draudimą piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi mažmeninės prekybos rinkoje subjektas baudžiamas iki 0,05 % metinės apyvartos dydžio bauda. Už kiekvieną tolesnį pažeidimą taikoma iki 0,2 % metinės apyvartos dydžio bauda. Nuodugniau 13 str. 2 d. taikymą apibūdina Latvijos Konkurencijos

¹⁷⁴ Likums "Konkurences likums" ("LV", 151 (2538), 23.10.2001.), 04.10.2001.

Tarybos (latv. *Konkurences Padome*) išleistos gairės¹⁷⁵. Įstatymo pakeitimo efektyvumo analizės kol kas nepavyko rasti.

Latvijos pasirinktas reguliavimo modelis šiek tiek neįprastas, nes kitose reguliavimą konkurencijos įstatymuose pasirinkusiose valstybėse (kaip pavyzdžiui jau aptartoje Vokietijoje), didelė rinkos galia nevardinama dominuojančia padėtimi. Didelė rinkos galia prilyginama dominuojančiai padėčiai ir rinkos galią turintiems subjektams taikomi kai kurie piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi apribojimai, arba tam tikros specialios nuostatos. Latvijos atveju, įvesta nauja dominuojančios padėties rūšis. Kiek efektyvus Latvijos pasirinktas reguliavimas taip pat negalima tiksliai pasakyti, tačiau 2009 03 10 buvo pranešta, kad jo pagrindu Latvijos Konkurencijos Taryba jau iškelė bylą antram pagal dydį mažmeninės prekybos tinklui „Maxima“ (AB VP Martket). Tokia pati procedūra laukia ir RIMI prekybos tinklo, kuris šiuo metu yra pats didžiausias Latvijoje¹⁷⁶. Šios naujienos tik patvirtina, kad ir Lietuvoje, matyt, panašios praktikos yra gana paplitę. Kaip ir minėta, abu prekybos tinklai veikia ir pas mus.

Taigi, vien Europos Sąjungoje galime aptikti nemažai skirtingų piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia reguliavimo modelių. Kaip jau buvo nustatyta prieš tai, Lietuvoje nėra vieningos efektyvios šios problemos reguliavimo sistemos. Todėl reiktų tiksliai nustatyti, kaip stipriai ir kokiais būdais pasireiškia piktnaudžiavimas Lietuvoje ir kokį reguliavimą reiktų pasirinkti šiai padėčiai suvaldyti.

¹⁷⁵ „Vadlinijas Konkurencės likuma 13. panta otrās daļas piemērošanai”, 2008 08 29, dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/KPPP025Vadlinijas13p.pdf

¹⁷⁶ Paskelbta Delfi portale adresu :<http://www.delfi.lt/archive/article.php?id=20934137> .

8. Kokio reguliavimo reikia Lietuvoje ir su tuo susijusios problemos

Šia tema toliau kalbėti galima tik padarius keletą prielaidų ir apibendrinus iki šiol darbe išdėstytas mintis. Visų pirma, piktnaudžiavimas mažmeninės prekybos rinkos galia gali sukelti rimtų neigiamų padarinių šalies ekonomikai, iškreipti konkurencijos sąlygas, pakenkti vartotojams ir kt. Antra, Lietuvos Respublikoje nėra specialių teisės aktų ar bent jau bendrųjų teisės aktų taikymo praktikos, kuri sistemaiškai užkirstų kelią galimam piktnaudžiavimui rinkos galia. Trečia, Lietuvos mažmeninės prekybos rinka yra labai koncentruota, kitose Europos Sąjungos šalyse, kuriose koncentracija net mažesnė, jau diskutuojama apie galimai apribotas tiekėjų ir gamintojų produkcijos realizavimo galimybes, daugelyje jų yra specialūs instrumentai skirti šiai problemai spręsti. Trečia, Konkurencijos Tarybos analizėse „Dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų padėties rinkoje vertinimo“¹⁷⁷ (2007 m.) ir „Dėl didžiųjų prekybos centrų padėties rinkoje“¹⁷⁸ (2003 m.) nurodoma, kad mažmeninės prekybos įmonės dėl savo padėties gali išsireikalauti išskirtinai geras sąlygas iš tiekėjų ir kad tiekėjų ir mažmenininkų sutarčių analizė parodė, jog dažnai į jas įtraukiami įvairūs papildomi mokesčiai ir kitos sąlygos. Reikia paminėti, kad analizėje išvardintos praktikos tikriausiai būtų pripažintos piktnaudžiavimu, pavyzdžiui, pagal Jungtinės Karalystės kodeksą, arba pagal Latvijos Konkurencijos įstatymo specialias nuostatas. Ir, nors Konkurencijos Taryba nustatė, kad Lietuvos mažmeninės prekybos rinkoje egzistuoja intensyvi konkurencija, nėra ištirta, kiek iš tiesų naudos gautos tiekėjų nuolaidų pavidalu mažmeninės prekybos įmonės perduoda vartotojui. Taip pat, nors tiekėjai ir gamintojai nepraneša apie piktnaudžiavimo atvejus ir negina savo teisių, negalima vienareikšmiškai teigti, kad problemos nėra dėl jau darbe aptartų priežasčių.

Rašant darbą, taip pat buvo atliktas galimo mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo rinkos galia tyrimas. Buvo apklaustos 5 didžiosios Lietuvos maisto produktų gamintojų ir perdirbėjų asociacijos¹⁷⁹. 3 iš jų nurodė, kad santykiuose su didžiaisiais prekybos tinklais jų nariai patiria ekonominį spaudimą, yra verčiami sutikti su nenaudingomis sutarčių sąlygomis. 2 nurodė, kad jų nariai nedeleguoja joms savo santykių su didžiaisiais prekybos tinklais problemų, tačiau iš jų viena minėjo gaunanti informacijos apie

¹⁷⁷ Pasiiekiamas adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=541

¹⁷⁸ Pasiiekiamas adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=536

¹⁷⁹ Asociacijos sutiko atskleisti savo turimus duomenis apie galimą didžiųjų prekybos tinklų piktnaudžiavimą tik konfidencialiai. Buvo prašoma darbe nenurodyti jokių identifikuojančių duomenų.

dažnai pažeidžiamus atsiskaitymo su jos nariais terminus. Asociacijos, kurios nurodė patiriančios piktnaudžiavimą minėjo tokias praktikas, kaip reikalavimas suteikti nepagrįstas ir dažnai labai dideles nuolaidas, mokėti papildomus mokesčius. Viena iš asociacijų išskyrė 8 punktus, kurie priverstinai įtraukiami į jos narių sutartis. Mažmeninės prekybos įmonės reikalauja suteikti komercinę nuolaidą, mėnesio ir ketvirčio nuolaidas (nuolaidos skaičiuojamos nuo prekių kainos neišskaičius kitų nuolaidų sumos), logistikos nuolaidą (iš esmės tai mokestis už prekių išvežiojimą iš centrinės prekybos tinklo logistikos bazės į atskiras parduotuves). Taip pat reikalaujama prekės įvedimo į elektroninę duomenų sistemą mokesčio (atsiųstos sutarties pavyzdyje buvo nurodyta 3000 Lt suma už kiekvieną prekių rūšį 3 mėnesiams, keičiant asortimentą reikia mokėti išvedimo iš duomenų sistemos ir naujos prekės įvedimo mokesčius), reikalaujama apmokėti naujų parduotuvių įrengimo išlaidas. Sutartimi nustatoma reklamos išlaidų suma, kurios ribose mažmeninės prekybos įmonė gali be tiekėjo leidimo rengti bet kokias reklamines ar pirkimų skatinimo akcijas (suma kartais gali siekti ir iki 10 000 Lt). Kitos asociacijos taip pat nurodo tokias piktnaudžiavimo praktikas, kaip sutarties administravimo mokestis (tiesiog mokestis už sutarties sudarymą), sutarties keitimo mokestis, mokesčiai už geresnę padėtį lentynoje, už prekių išdėliojimą prie kasų, nesąžiningai didelės baudos už sutarties pažeidimus ir daugybė sutartyje numatytų atvejų, kai ji gali būti pažeista (tarp jų ir kai kada tokios nesąžiningos sąlygos kaip draudimas parduoti prekes kitiems mažmeninkams, arba parduoti mažesne kaina). Taip pat paminėta, kad sutartys su tiekėjais visada sudaromos ne ilgesniam kaip vienu metų laikotarpiui, o po to reikalaujama dar geresnių sąlygų arba atsisakoma sudaryti sutartis.

Taigi, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, toliau bus daroma prielaida, kad piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problema Lietuvoje egzistuoja ir reikia reguliavimo galinčio padėti ją efektyviai spręsti. Bet koku atveju, tiksliai nežinant problemos masto sunku pasirinkti konkretų reguliavimo variantą, tačiau kurti teorinius modelius galima. Toliau, pasitelkiant turimus duomenis, bus kalbama koks reguliavimas galėtų geriausiai atitikti Lietuvos situaciją.

8.1. Savanoriškas ar privalomas reguliavimas?

Darbe jau buvo išreikšta nuomonė, kad reguliavimas tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių tarpusavyje suderinto kodekso forma (kaip Jungtinėje Karalystėje) yra siektinas pavyzdys, nes tai padeda užmegzti dialogą tarp rinkos dalyvių, pernelyg nesutrikdo normalių

verslo santykių. Jungtinės Karalystės 2000 m. atliktas tyrimas jau tada buvo vadinamas daugiausiai duomenų sukaupusiu ir daugiausiai ekonominės analizės ir technikos resursų pareikalavusiu tyrimu Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos istorijoje¹⁸⁰. Komisija pareiškė, kad reguliavimas turi būti proporcingas ir priemonės mažiausiai intervencinės, kuriomis dar galima užkirsti kelią pastebėtoms neigiamoms pasekmėms. Taip pat, kad nepaisant piktnaudžiavimo praktikų rinka yra iš esmės konkurencinga¹⁸¹. Nors pirmoji kodekso versija ir pasirodė ne tokia efektyvi, kaip tikėtasi, reguliavimo principai iš esmės nebuvo pakeisti. Tačiau taip pat reikėtų paminėti, kad Jungtinės Karalystės kodeksas nėra savanoriškas. Jame numatyta kompensacijų tiekėjui sistema už piktnaudžiavimo draudimų pažeidimus¹⁸².

Lietuvoje mes jau turėjome savanoriško pobūdžio, nedaug į normalius komercinius santykius besikišantį, rinkos dalyvių dialogą skatinantį Prekybos tinklų geros verslo praktikos kodeksą¹⁸³. Jo struktūra ir net konkrečios nuostatos buvo parengtos būtent Jungtinės Karalystės Kodekso pavyzdžiu. Tačiau nepakankamas nuostatų adaptavimas Lietuvos situacijai (prieš jį parengiant taip ir nebuvo atlikta išsamios piktnaudžiavimo praktikų ir jų neigiamų pasekmių analizės¹⁸⁴), matyt, sumažino Kodekso efektyvumą. Buvo net teigiama, kad šis kodeksas smarkiai padidino maisto produktų kainas, sutrikdė įprastas derybas ir pan.¹⁸⁵. Taip pat jame buvo ir kitų nuostatų, kurios trukdė normaliam Kodekso funkcionavimui. Pavyzdžiui, tiekėjų nenorą ginti savo teises tik padidino Kodekso numatyta ginčų nagrinėjimo, pačios Prekybininkų asociacijos sudarytame arbitraže, tvarka (24 str.), kodeksas nebuvo pakankamai žinomas. Neilgai trukus po šio kodekso įsigaliojimo 2007 11 06 (praėjus 8 mėn.) jo nusprendė nebesilaikyti pats didžiausias Lietuvoje mažmeninės prekybos tinklas – VP Market, kuris tuo metu turima rinkos dalimi lenkė antrą pagal dydį tinklą daugiau nei dvigubai (2005 VP Market bendra apyvarta sudarė 32,2 % nuo visos

¹⁸⁰ Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets” 2006, rinkos tyrimo išvados p. 2.

¹⁸¹ JK Konkurencijos Komisijos ataskaita “Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000), p. 6.

¹⁸² Jungtinės Karalystės Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p. 248-249.

¹⁸³ Prekybos tinklų geros verslo praktikos kodeksas patvirtintas Lietuvos prekybos įmonių asociacijos narių susirinkimo sprendimu 2007 03 29.

¹⁸⁴ Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets” rinkos tyrimo, atlikto 2006 m. išvados teigia, kad Lietuvoje iš viso nebuvo atlikta būtent į piktnaudžiavimo rinkos galia sritį orientuoto tyrimo, p. 2.

¹⁸⁵ Pavyzdžiui žr. publikacijas apie VP Market pasitraukimą iš Kodekso internete :

<http://archyvas.vz.lt/news.php?strid=1002&id=825465>; <http://verslas.banga.lt/lt/spaudai.full/473068d36cc70>

mažmeninės prekių apyvartos Respublikoje, o IKI – 14,1 %). Todėl nors niekas oficialiai Geros verslo praktikos kodekso nepanaikino, jis dabar tikrai dar mažiau efektyvus, nei buvo anksčiau.

Taigi, ar kiekvienu konkrečiu atveju ekonominė aplinka palanki įdiegti tokio pobūdžio reguliavimą vis tiek teks tirti prieš jį įdiegiant, nes net ir privalomo, bet nelabai gerai apsvarstyto teisės akto gali būti tiesiog nesilaikoma. Tačiau dar kartą kurti naują neprivalomo pobūdžio teisės aktą nėra tikslinga. VP Market išstojimo iš Kodekso priežastys gana panašios į ES Ekonomikos ir Socialinių reikalų komiteto nurodytas mažmeninės prekybos tinklų dažnai taikomas poveikio vartotojams praktikas, kai teigiama, kad prekybos tinklas vykdo vos ne altruistinę misiją ir padeda visuomenei kovoti prieš per dideles kainas. Kaina akcentuojama kaip svarbiausias produkto vertinimo pagrindas neatsižvelgiant į dėl nepagrįstai sumažintos kainos kylančias įvairias neigiamas pasekmes¹⁸⁶. Jeigu tokiems tikslams pasirenkama net manipuliacija Geros praktikos kodeksu, tai jo neprivalomumas, galima sakyti, net žalingas siekiant užkirsti kelią piktnaudžiavimui rinkos galia.

Todėl atsakymas į potemės pavadinime pateiktą klausimą turėtų būti toks: Lietuvoje neprivalomi reguliavimo instrumentai jau nepasiteisino, jei bus išsiaiškinta, kad piktnaudžiavimas pirkėjo rinkos galia pas mus yra rimta problema, tobulesnis reguliavimas turi reikšti privalomo pobūdžio reguliavimą. Tačiau būtina į įstatymo (ar kito privalomo pobūdžio teisės akto) rengimą įtraukti skirtingų šalių interesus atstovaujančias organizacijas. Privalu užtikrinti, kad reguliavimas nebūtų neproporcingas, per daug nesikištų į normalius ekonominius santykius ir kuo labiau skatintų tiekėjus ginti savo teises patiems.

8.2. Kam naujasis reguliavimas turėtų būti taikomas?

Kaip galima pastebėti iš kitų valstybių praktikos, galimi keli šio klausimo atsakymo variantai. Vienos valstybės (Latvija) reguliuoja tik mažmeninės prekybos sektorių, kitos (Vokietija) nustato bendras taisykles, kurios gali būti pritaikomos nebūtinai tik mažmeninės prekybos įmonėms, dar kitos (JK), reguliuoja ne mažmeninės prekybos bendrai, bet tik pirmojo būtinumo prekių¹⁸⁷ pardavimo santykius. Taip pat skiriasi kriterijai, kuriais apibrėžiamas tikslus reguliavimo subjektų ratas (jų dydis, turima rinkos dalis, ekonominiai

¹⁸⁶ Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus – tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams, 2005 10 14, 3.1 punktą

¹⁸⁷ Pirmojo būtinumo prekės – maisto prekės, gėrimai, tabakas ir kasdienėms reikmėms naudojamos buities prekės tokios kaip buitinė chemija, higienos reikmenys ir pan.

rodikliai ir pan.), nors visų teisės aktų tikslas reguliuoti didelę rinkos galią turinčių subjektų ir jų verslo partnerių, (bei kai kada konkurentų) santykius.

Kalbant apie bendrą sritį, kurioje reguliavimas būtų taikomas, manytina, kad kiekviena šalis pasirenka tuos subjektus, kurie piktnaudžiaudami savo rinkos galia gali kelti didžiausią grėsmę konkurencijai rinkoje. Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje numatyta būtent didelės rinkos galios sąvoka, todėl reikia nustatyti, kokie subjektai turi didelę galią – tokią, kuri jau pavojinga ir lengvai panaudojama piktnaudžiavimui. Tam, kad tai nustatyti, reikia atlikti išsamius tyrimus. Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos tyrimo išvadose¹⁸⁸ pažymėta, kad didelės prekybos parduotuvės yra patrauklesnės vartotojams, nes suteikia galimybę jiems nusipirkti viską vienoje vietoje, supermarketai ir hypermarketai tampa savotiškais traukos centrais. Dėl savo dydžio juose taip pat pardavinėjama labai daug skirtingų rūšių prekių. Taigi, ir tyrime daroma prielaida, kad dėl šių savybių didieji prekybos centrai gali išsireikalauti geresnių sąlygų iš savo tiekėjų. Kitaip sakant, didelė parduodamų produktų įvairovė ir didelė pardavimo rinkos dalis sudaro sąlygas santykiams, kai tiekėjai didiesiems prekybos tinklams teikia didelę dalį savo produkcijos ir yra nuo šio santykio priklausomi, o mažmeninės prekybos tinklai nebijo prarasti beveik bet kurio savo tiekėjo, nes parduodamų prekių gausa labai didelė, o galų gale pirkėjai renkasi prekybos centrą ar tinklą ne dėl vienos prekės rūšies. Tai ir lemia pirkėjo didelės rinkos galios atsiradimą, jei seksime 2 skyriuje suformuluota sąvoka. Žinoma, nereikėtų atmesti ir galimybės, kad didelė pirkėjo rinkos galią gali turėti ne tik didieji prekybos centrai, ypač, kai kalbama apie tam tikros rūšies specifines prekes. Todėl prieš nusprendžiant ar reguliavimas Lietuvoje turėtų būti taikomas visam mažmeninės prekybos sektoriui, ar tik prekybos centrams, reikėtų atlikti atitinkamus tyrimus.

Didieji prekybos centrai prekiauja daugiausia maisto ir kitomis pirmo būtinumo prekėmis¹⁸⁹. Taip pat būtent maisto prekių pardavimo rinkoje 5 didieji prekybos centrai užima didžiausią rinkos dalį, taigi, koncentracija čia pati didžiausia¹⁹⁰. Išskirdama rinkas, kuriose gali pasireikšti žalinga pirkėjo rinkos galia, Europos Komisija suskirstė pirmo būtinumo prekių rinką į smulkesnes grupes¹⁹¹. Taip pat pažymėta, kad ypač maisto produktų

¹⁸⁸ Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“ 2003 06 30, pasiekama adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=536

¹⁸⁹ Ibid..

¹⁹⁰ Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets“, 2006 rinkos tyrimo duomenimis.

¹⁹¹ Europos Komisijos byla Nr. IV/M.1221, Rewe/Meinl 1999 02 03, 77 punktą

gamintojų rinkos pusėje vyrauja nedidelė koncentracija ir vidutinio didumo įmonės, tačiau kiekviena iš šių grupių tiriama atskirai (suformuluotas ir jau prieš tai minėta 22% produkcijos iš vieno tiekėjo pirkimo riba). Todėl grėsmę piktnaudžiauti pirkėjo rinkos galia ir reikėtų sieti su mažmeninės prekybos tinklo turima rinkos dalimi pirmo būtinumo prekių pirkimo iš gamintojų ir tiekėjų rinkoje. Tačiau kalbant apie kitas, ne būtinausias prekes (pvz. buitinė technika, žaislai), nereikėtų atmesti tikimybės, kad mažmeninės prekybos tinklas ir čia turi pirkėjo galią, nes savo didumą ir populiarumą vartotojų tarpe iš esmės jis gali panaudoti ir prieš kitus gamintojus, taip pat didieji prekybos centrai konkuruoja tarpusavyje ir ne pirmojo būtinumo prekėmis, nors ir vartotojai jas perka ne kas dieną, tačiau vis tiek tikisi jas rasti didžiuosiuose centruose ir tai prideda jiems dalį populiarumo¹⁹². Ir nors ne būtinausių produktų gamintojai dažniausiai yra didesni ir veikia labiau centruotoje rinkoje, o be to ir turi daugiau galimybių realizuoti savo produkciją (dažnai prekybos ne maisto produkcija srityje veikia daug vidutinio didumo parduotuvių), reikėtų nuodugniai iširti ir šiuos santykius. Taip pat pažymėtina, kad negalima atmesti galimybės, jog didelę pirkėjo rinkos galią gali įgyti ir kiti ūkio subjektai (ne tik mažmeninės prekybos įmonės, bet ir, pavyzdžiui, gamintojai perkantys produkciją iš ūkininkų), tačiau kaip jau buvo minėta įžangoje, tai nėra šio darbo nagrinėjama tema, be to, Lietuvoje šiuo klausimu nėra atlikta tyrimų.

Taigi, piktnaudžiavimo pirkėjo galia draudimas ir Lietuvoje turėtų būti orientuotas į tą sektorių, kuriame labiausiai tikėtina gali būti sukaupta didelė rinkos galia. Veikiausiai reglamentuojami turėtų būti didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų, turinčių bent keletą supermarketo ar hypermarketo lygio parduotuvių, ir jų tiekėjų santykiai. Nustatant kokios būtent parduotuvės turi būti įtrauktos į subjektų sąrašą jau prireikia antro subjektų pasirinkimo kriterijaus, kuris įvairiose šalyse vėl apibrėžiamas skirtingai. Jau buvo minėta, kad Jungtinėje karalystėje riba buvo nustatyta ties 8 % turimos pardavimo rinkos dalimi. Europos Komisija Carrefour/Promode byloje nurodė 22 % produkcijos įsigijimo iš vieno tiekėjo dalį, kaip ribą, nuo kurios jau turima pakankama rinkos galia. Latvijoje Konkurencijos įstatyme pateikiama iš viso labai abstrakti formuluotė, tačiau Konkurencijos įstatymo 13 str. taikymo gairėse¹⁹³ nurodyta, kad turėtų taip pat būti vadovaujama 22 % (lemiamos įtakos) kriterijumi.

¹⁹² Europos Komisijos byla Nr. COMP/M. 3905 . TESCO/CARREFOUR (Czech Republic and Slovakia), 2005 12 22, 16 punktas.

¹⁹³ „Vadlīnijas Konkurences likuma 13. panta otrās daļas piemērošanai”, 2008 08 29, 14-15 punktai

Tam, kad nustatyti, kokia tiksli formuluotė turėtų atsirasti Lietuvos teisės akte, reikėtų atlikti išsamius tyrimus. Bet koku atveju, patogiau būtų kriterijus suformuluoti absoliučiais skaičiais (prieš tai nustačius, kokie absoliutūs skaičiai Lietuvoje atitinka galią suteikiančias rinkos dalis), nes tai žymiai supaprastintų teisės akto taikymą ir nereikėtų kiekvieną kartą atlikti tyrimo iš naujo. Gera mintis taip pat būtų nustatyti apyvartos ir veiklos laikotarpio valstybėje kriterijus subjektams, kad būtų kuo mažiau varžoma naujų rinkos dalyvių veiksmų laisvė, sudaromos geresnės sąlygos konkurencijai mažmeninės prekybos sektoriuje ir prekių pirkimo rinkos sektoriuje stiprėti.

8.3. Kai kurios konkrečios reguliavimo nuostatos

Toliau tikslinga aptarti ir kai kurias nuostatas, kurias būtų ypač svarbu turėti naujajame teisės akte. Šiuo klausimu galėtume pasimokyti iš Jungtinės Karalystės padarytų klaidų, nes tai viena iš valstybių, kuri priėmė specialų mažmeninės prekybos įmonių ir tiekėjų santykių reguliavimo aktą, o paskui ir išsamiai įvertino jo daromą poveikį, nurodė tobulinimo būdus. Tai ypač svarbu ir Lietuvai, nes pas mus veikęs Prekybos įmonių geros verslo praktikos kodeksas buvo didele dalimi nusižiūrėtas būtent iš Jungtinės Karalystės pirmojo Supermarketų praktikos kodekso.

Didžiausią turinio dalį, žinoma, turi sudaryti piktnaudžiavimo rinkos galia praktikų, kurios laikytinos draudžiamomis ir bendrosios taisyklės išimčių išvardinimas. Deja, čia nebūtų protinga pasikliauti tik užsienio šalių praktika ir rekomenduotina įvertinti, kokios piktnaudžiavimo praktikos realiai taikomos Lietuvoje. Sąrašas, vengiant teisinio netikrumo, turėtų būti baigtinis, tačiau konkrečios praktikos turėtų būti vardijamos kaip įmanoma išsamiau, taip pat sektinas yra Latvijos pavyzdys dar prieš įsigaliojant pagrindiniam reguliavimui paskelbti jo taikymo gaires¹⁹⁴, kuriose detalai apibūdinta kiekviena piktnaudžiavimo praktika ir jos pasireiškimo būdai.

Viena iš didžiausių pirkėjo rinkos galios reguliavimo problemų, kaip taisyklė, yra tiekėjų ir gamintojų nenoras ar baimė ginti savo pažeistas teises ar apskritai pranešti apie mažmeninės prekybos įmonių taikomas netinkamas verslo praktikas¹⁹⁵. Todėl įstatyme turėtų būti sudaryta galimybė pateikti skundą anonimiškai ar bent jau garantuotas pateikusio skunda

¹⁹⁴ Cit. Op. 193.

¹⁹⁵ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p 244; Europos komisijos užsakymu atliktas tyrimas “Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union”, 1999 10 13, p. 66

subjekto tapatybės neatskleidimas. Tokia sistema veikia Vokietijoje¹⁹⁶ ir manoma, kad tai smarkiai skatina reikšti skundus. Taip pat Vokietijos Kartelių institucijai dažnai pavyksta tokiais atvejais užkirsti kelią piktnaudžiavimui neformaliai – nepriimant jokio sprendimo¹⁹⁷.

Labai svarbus yra ir pakankamas tiekėjų ir gamintojų informavimas, supažindinimas su egzistuojančiomis taisyklėmis, ir jomis nustatytomis teisėmis. Nepakankamą informavimą, kaip didelį minusą nurodė Jungtinės Karalystės tyrimo metu apklausti gamintojų ir tiekėjų atstovai¹⁹⁸. Todėl naujajame Kodekse Jungtinė Karalystė nusprendė įtraukti nuostatą įpareigojančią Kodekso kopiją pridėti prie kiekvienos tiekėjo ir mažmeninės prekybos įmonės sudaromos sutarties¹⁹⁹. Taip pat jau pirmajame Kodekse buvo nuostata įpareigojanti pateikti visiems suinteresuotiems tiekėjams ir gamintojams standartinės mažmeninės prekybos įmonės tiekimo sutarties kopiją, nediskriminuoti tos pačios grupės tiekėjų²⁰⁰. Be abejonės, tokias ar panašias nuostatas būtų gerai matyti ir Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo akte.

Taip pat galėtų būti numatyta efektyvesnė ginčų tarp tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių nagrinėjimo tvarka, kad atvejais, kai įstatymas nėra akivaizdžiai pažeidžiamas, galima būtų išvengti valstybės institucijų įsikišimo ir padėti išspręsti ginčą bendru sutarimu. Jau minėta, kad Lietuvoje galiojusiame Prekybos įmonių geros verslo praktikos kodekse numatyta tvarka neturėjo kelti pasitikėjimo tiekėjams ir gamintojams. Net Jungtinėje Karalystėje, kurioje buvo numatyta ginčų nagrinėjimo tvarka nešališko arbitražo būdu, tiekėjai ir gamintojai nepasitikėjo ja, nes pagal Kodeksą už procedūrą turėjo sumokėti mažmeninės prekybos įmonė²⁰¹. Be jokių abejonų, ginčų nagrinėjimo tvarka turi būti numatyta tokia, kad keltų kuo mažiau abejonų savo nešališkumu. Rekomenduojame įsteigti nuolatinę arba nenuolatinę (numatyti formavimo tvarką) iš tiekėjų ir mažmeninės prekybos įmonių atstovų sudarytą ginčų nagrinėjimo komisiją. Jos veikloje galėtų dalyvauti ir Konkurencijos Tarybos atstovas.

¹⁹⁶ Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacija „Buyer power of multiproduct retailers“, 1998, p. 171

¹⁹⁷ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p 25

¹⁹⁸ Jungtinės Karalystės konkurencijos Komisijos analizė Paper on Supply Chain Practices and the Supermarkets Code of Practice 23 05 07, p. 12

¹⁹⁹ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos naujienų leidinys „CC Publishes code of practice order“, 2009

²⁰⁰ The Supermarkets code of Practice, 1 str.

²⁰¹ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p 244

Kalbant apie reguliavime nustatytas sankcijas už draudimų pažeidimus, galima būtų vadovautis Jungtinės Karalystės sankcijų politikos nagrinėjimo modeliu. Pirmiausia reikia nuspręsti, ar bus siekiama sankcijomis kompensuoti, sušvelninti atsiradusias neigiamas pasekmes ar tik uždrausti jas keliančius veiksmus. Tada turi būti sprendžiama kokia institucija turi tai daryti. Galiausiai, kokia konkreti priemonė turi būti pasitelkta²⁰². Tada reikia iširti, kokios priemonės galimos konkrečioje situacijoje, koks jų efektyvumas, taikymo išlaidos ir, atsižvelgiant į proporcingumo principą, kuri iš priemonių mažiausiai sutrikdys normalius komercinius santykius²⁰³. Nepamiršti reikia ir papildomų priemonių, kurios skatintų smulkiojo ir vidutinio prekybos verslo plėtrą, užkirstu kelią didelei koncentracijai prekybos sektoriuje.²⁰⁴ Todėl įstatymų leidėjo uždavinys ir Lietuvoje turėtų būti šių faktorių įvertinimas. Taip pat čia negali būti apeita be nuodugnių ekonominių analizių. Reikia nepamiršti, kad sankcijos tokio pobūdžio akte labai svarbios. Tačiau naivu manyti, kad didelės baudos galėtų geriausiai išspręsti problemą. Veikiausiai efektyviau būtų numatyti kuo palankesnę silpnesnei šaliai ginčų nagrinėjimo ir kompensacijos tvarką, skatinti kuo didesnę problemos viešumą. Žinoma, galėtų būti numatytas ir baudų mechanizmas.

8.4. Galimos reguliavimo kūrimo ir taikymo problemos.

Šio darbo tikslas nėra nuodugniai išnagrinėti visas galimas naujo reguliavimo taikymo ir kūrimo problemas. Kadangi kol kas Lietuvoje šiuo klausimu turime tik įstatymo koncepciją, daugelio problemų net neįmanoma numatyti. Be to, neaišku kokias konkrečias reguliavimo priemones pasirinks įstatymų leidėjas.

Akivaizdi dabartinio etapo problema, kuri jau ne kartą minėta darbe, empirinių duomenų stygius. Dėl šios priežasties kol kas labai sunku susidaryti realų mažmeninės prekybos įmonių ir tiekėjų santykių ir ekonominės padėties vaizdą. Naudojamas Jungtinės Karalystės pavyzdys, nors ir labai patrauklus, nes kiekvienas reguliavimo aspektas yra nuodugniai iširtas ir iš nagrinėtas, tačiau Jungtinės Karalystės ir Lietuvos padėtis nėra identiška. Pavyzdžiui kai kurie autoriai pažymi, kad konservatyviojoje Jungtinėje Karalystėje pirkėjų lojalumas būtent prekybos tinklams ir jų nuosaviems prekės ženklams yra daug didesnis, nei kitose Europos šalyse. Taip pat visi didžiausi prekybos tinklai Jungtinėje

²⁰² The Enterprise Act, 2002 C40 1, 134 str. 4 d.

²⁰³ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, p 177.

²⁰⁴ Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos pranešimas „Notice of possible remedies under Rule 11 of the Competition Commission Rules of Procedure“ 2007 10 31, pasiekama adresu: http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/prov_findings/notice_of_remedies.pdf

Karalystėje yra listinguojamos akcinės bendrovės, todėl jų vadovai yra ypač spaudžiami rodyti kuo geresnius veiklos rodiklius ir kaip įmanoma labiau optimizuoti visus kaštus²⁰⁵.

Taip pat įdomu, kad net ne visi tyrimai, atlikti tose pačiose šalyse siekiant išsiaiškinti piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia padarinius ir požymius, nustato tuos pačius faktus. Pavyzdžiui, Marcel Corstjens ir Richard Steele atliktas tyrimas ir analizė²⁰⁶ parodė, kad net jei ir mažmeninės prekybos įmonės išreikalauja papildomos naudos iš tiekėjų, visa ji perkeliama vartotojams, o empiriniai tyrimai patvirtino, kad tiekėjai ir gamintojai tyrimo laikotarpiu augo žymiai smarkiau nei mažmeninės prekybos įmonės ir turėjo didesnius pelnus. Tyrime buvo tiriamos ir Europos ir Šiaurės Amerikos didžiosios įmonės, nors iš tų pačių regionų yra ir visai kitus duomenis pateikiančių tyrimų²⁰⁷. Todėl tai tik įrodo, kad kiekviena šalis turi vadovautis savo pačios atliktomis analizėmis.

Taip pat didelė problema tikriausiai bus suderinti Konkurencijos Tarybos darbo krūvį su efektyvia reguliavimo laikymosi priežiūros kontrole. O steigti naują instituciją vien tik šiems santykiams stebėti, matyt, būtų neproporcingai brangu. Todėl labai svarbu parengti išsamias reguliavimo taikymo gaires ar išaiškinimus.

Reguliavimą taip pat būtina nuolat peržiūrėti, daryti naujus tyrimus, nes kaip rodo Jungtinės Karalystės patirtis, piktnaudžiavimo praktikos ilgainiui linkę keistis, keičiasi padėtis ir koncentracija abejose rinkos pusėse, vartotojų įpročiai. Norint išvengti per ne lyg didelio kišimosi į komercinius santykius, bet taip pat ir išlaikyti efektyvumą, būtina užtikrinti reguliavimo lankstumą.

²⁰⁵ Paul. W. Dobson "Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade" *Antitrust Law Journal* No. 2 (2005), p.550- 552.

²⁰⁶ Marcel Corstjens, Richard Steele „An international empirical analysis of the performance of manufacturers and retailers”, *Journal of Retailing and Consumer Services* 15 (2008), p. 224–236.

²⁰⁷ Darbo 4 skyriuje jau buvo kalbėta apie kitokias išvadas pateikiančius tyrimus

9. Išvados

Apibendrinant darbe išdėstytą informaciją ir sutinkamai su darbo įžangoje suformuluotais tikslais ir uždaviniais, galima daryti tokias išvadas:

1. Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo reguliavimo tikslais didele pirkėjo rinkos galia turėtų būti laikoma reali mažmeninės prekybos įmonės galimybė įtakoti santykių su tiekėjais ir gamintojais sąlygas, nes mažmeninės prekybos įmonė gali be didelės rizikos sau grasinti tiekėjams ir gamintojams dideliais nuostoliais. Kai kurios mažmeninės prekybos įmonės gali šia galia nesąžiningai naudotis iškreipdamos konkurenciją rinkoje, sukeldamos neigiamas pasekmes vartotojams ir kitiems ūkio subjektams, todėl toks piktnaudžiavimas turėtų būti draudžiamas, ar kaip įmanoma labiau ribojamas. Tikėtina, kad savo rinkos galia Mažmeninės prekybos įmonės piktnaudžiauja ir Lietuvoje.

2. Lietuvos Respublikoje šiuo metu nėra teisės akto ar teisės aktų sistemos, kuri spęstų mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo rinkos galia problemą, todėl dabartinį reguliavimą reikia tobulinti.

3. Kuriant naują reguliavimą būtina atlikti išsamesnius konkrečios padėties Lietuvoje tyrimus, bendradarbiaujant su tiekėjais ir gamintojais nustatyti labiausiai paplitusias praktikas, įvertinti jų pavojingumą tiek ilguoju, tiek trumpuoju periodu. Būtina stebėti, kiek naudos, gautos dėl savo rinkos galios, mažmeninės prekybos tinklai perduoda vartotojams, taip pat įvertinti, kokias teigiamas, pavyzdžiui efektyvumo, pasekmes sukuria tam tikros praktikos. Jeigu būtų nustatyta, kad tam tikri piktnaudžiavimo veiksmai, kurie negali sukurti neigiamą poveikį atsveriančių teigiamų pasekmių, yra atliekami tiekėjų ir gamintojų atžvilgiu pakankamai dažnai, juos reikėtų naujame įstatyme įvardinti kaip neleistinus. Taip pat labai svarbu įvertinti realią mažmeninės prekybos tinklų turimą rinkos galią, išanalizavimus prekių pirkimo rinkos sandarą įvardinti, kurie mažmeninės prekybos tinklai turi didelę rinkos galią 1 išvadoje suformuluotų kriterijų atžvilgiu. Atitinkamai nustatyti ekonominiai rodikliai turėtų būti įtraukti į naują reguliavimą įvardijant subjektų, kuriems taikomas reguliavimas, ratą. Aklai vadovautis kitų šalių patirtimi čia tikrai negalima, nes padėtis kiekvienoje šalyje dėl vartotojų įpročių ir kitų faktorių gali būti labai skirtinga. Taip pat svarbu įvertinti tikėtiną tokio reguliavimo poveikį ekonomikai. Neatmestina, kad šiuo, ekonominės krizės, metu, panašaus pobūdžio įstatymų priėmimas gali sutrikdyti ekonomiką, pakelti produktų kainas. Dabartiniu metu pastebimas smarkus vartojimo sumažėjimas ir padidėjęs vartotojų išrankumas gali savaime persverti rinkos galios pasiskirstymą.

4. Siūlome priimti specialų privalomo pobūdžio aktą, skirtą mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimui pirkėjo rinkos galia uždrausti. Svarbiausias tikslas, kuriuo turėtų būti siekiama šiuo aktu, turi būti dialogo tarp tiekėjų, gamintojų ir mažmeninės prekybos įmonių skatinimas ir sudarymas tiekėjams ir gamintojams kuo geresnių sąlygų savo teisėms ginti. Taip pat svarbi ir piktnaudžiavimo prevencija, todėl turėtų atsirasti ir sankcijos, galinčios apčiuopiamai paveikti piktnaudžiaujantį subjektą ir taikomos, kaip paskutinė poveikio priemonė.

10. Literatūros sąrašas

10.1. Teisės norminiai aktai

Lietuvos Respublika:

1. Civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo ĮSTATYMAS. Civilinis KODEKSAS (Įstatymas Nr. VIII-1864, 2000.07.18, Įsigaliojo nuo 2001-07-01, Valstybės žinios'2000 Nr.74-2262) 2008 12 02 redakcija.
2. Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymas, 1999 03 23, Nr. VIII-1099, Žin. 1999 Nr. 30-856, 2007 11 15 redakcija.
3. Lietuvos Respublikos atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją įstatymas Nr. VII-1422, 1999 11 16, Žin. 1999 Nr. 102-2921, 2004 07 15 redakcija.
4. Lietuvos Respublikos mokėjimų, atliekamų pagal komercinius sandorius, vėlavimo prevencijos įstatymas Nr. IX-1873, 2003 12 09, Žin. 2003 Nr. 123-5571, 2004 07 15 redakcija.
5. Vyriausybės nutarimas Nr. 393 „Dėl atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją ir jos įkainojimo terminų“, Žin., 2000, Nr. 30-835, 2007 04 25 redakcija.
6. Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 1S-132 „Dėl susitarimų tenkinančių Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 6 straipsnio 1 dalies sąlygas ir dėl kai kurių Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimų pripažinimo netekusiais galios“, 2004 09 02.
7. Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 52 „Dėl Konkurencijos Tarybos paaiškinimų dėl dominuojančios padėties nustatymo“, 2007 05 17.
8. Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos nutarimas Nr. 2S-21, dėl Maxima LT UAB veiksmų atitikties Konkurencijos įstatymo 10 str. 1 d. ir 11 str. 2 d. reikalavimams, 2008 10 16.
9. Lietuvos Respublikos Seimo 2009 m. Kovo 12 d. nutarimu Nr. XI-191 patvirtinta Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesažiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija.

Europos Sąjunga:

10. Komisijos Reglamentas Nr. 2790/1999 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms (OL L 336 , 29.12.1999, p. 21), 1999 12 22.

11. Europos Komisijos Reglamentas Nr. 2790/1999 dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikalinių susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms (Bendrosios išimties reglamentas) (OL L 336, 29.12.1999. p. 21), 1999 12 22.

12. Europos Komisijos pranešimas Nr. 2000/C 291/01, Vertikalinių apribojimų gairės (OL C291, 13.10.2000, p1).

13. Komisijos Komunikatas, Komisijos įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės, Briuselis, 9.2.2009, K(2009) 864.

14. Europos Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams (97/C 372/03).

Jungtinė Karalystė:

15. The Enterprise Act, 2002 C40 1.

16. The Supermarkets code of Practice, (pasiekiamas adresu:

http://www.offt.gov.uk/shared_offt/monopolies/supermarkets2.pdf.)

Latvijos Respublika:

17. Likums "Konkurencės likums" ("LV", 151 (2538), 23.10.2001.), 04.10.2001.

18. „Vadlīnijas Konkurencės likuma 13. panta otrās daļas piemērošanai”, 2008 08 29,

(dokuments pasiekiamas adresu:

http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/KPPP025Vadlinijas13p.pdf.)

Vokietijos Federacinė Respublika:

19. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, 1998 08 26, Federal Gazette I p. 2546.

Kiti:

20. The Robinson-Patman Act of 1936 (Anti-Price Discrimination Act) 15 U.S.C. § 13.

10.2. Specialioji literatūra

21. Marie-Laure Allain „The balance of power between producers and retailers; A differentiation model“, Louvain Economic Review, Vol 68, 2002/3

22. Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, & Joseph P. Cannon “Slotting Allowances and Fees: Schools of Thought and the Views of Practicing Managers”, *Journal of Marketing* Vol. 64 (April 2000).
23. Paul N. Bloom ir Vanessa G. Perry „Retailer power and supplier welfare: The case of Wal-Mart” *Journal of Retailing* 77 (2001).
24. Peter. C. Carstensen „Buyer power, competition policy and antitrust: the competitive effects of discrimination among suppliers“, *The Antitrust Bulletin*: Vol. 53, No. 2/Summer 2008.
25. Zhiqi Chen „Defining Buyer Power“, *The Antitrust Bulletin* , Vol. 53 No.2/Summer 2008
26. Ian Clarke „Retail power, competition and local consumer choice in the UK grocery sector”, *European Journal of Marketing* 34,8 2000.
27. Marcel Corstjens, Richard Steele „An international empirical analysis of the performance of manufacturers and retailers”, *Journal of Retailing and Consumer Services* 15 (2008).
28. Paul Craig and Grainne De burca „EU Law Texts Cases and Materials“, p. 951, Oxford University Press 2008, fourth edition.
29. Paul. W. Dobson “Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade” *Antitrust Law Journal* No. 2 (2005).
30. Waren S. Grimes „Buyer power and retail gatekeeper power: protecting competition and the atomistic seller”, *Antitrust Law Journal*, 2005.
31. H. H. Lidgard „Competition Classics“, University of Lund, Faculty of Law, 2009.
32. Tim Lloyd, Wyn Morgan „Market Power in UK Food Retailing“, *EuroChoices* 6(3), 2007.
33. Mikelėnas V., Vileita A., Taminskas A „Lietuvos Respublikos Civilinio Kodekso Komentaras“ I knyga, Vilnius, Justitia 2001.
34. Stephen Rhoades „The Herfindahl-Hirschman index“ *Federal Reserve Bulletin*; Mar 1993; 79, 3.
35. J. Steenkamp, I Geyskens, K Gielens and O Koll, “A global study into drivers of private label success”, 2004.
36. Korah Valentine „An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice”, Hart Publishing, 2007.

37. Hao Wang „Slotting Allowances and Retailer Market Power“, Journal of Economic Studies, Vol 33-1, 2006.

38. Christoph R. Weiss, Antje Wittkopp “Retailer concentration and product innovation in food manufacturing”, European Review of Agricultural Economics Vol 32 (2) (2005).

39. Scheelings, J. Wright „‘Sui generis’?: An antitrust analysis of buyer power in the Unites States and European Union”, Akron Law Review, Vol. 39 No.1 2006.

10.3. Praktinė medžiaga

40. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. C-217/05 Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio prieš Compañía Española de Petróleos SA.

41. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. 107/82, Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG v EC Commission, 1983 10 25, ECR 1315.

42. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. 25 & 26/84 , Ford-Werke AG & Ford of Europe Inc. v EC Commission, 1985 09 17, ECR 2725.

43. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. C-2/01, EC Commission v Bayer AG 2004 02 06, ECR I 6349.

44. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. 322/81, NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin v EC Commission, 1983 11 09.

45. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. 6 & 7/73, Instituto Chemioterapico Italiano & Commercial Solvents Corp. v EC Commission, 1974 03 04.

46. Europos Teisingumo Teismo byla Nr. C-62/86, AKZO Chemie BV v EC Commission, 1991 07 03.

47. Europos Komisijos byla Nr. COMP/M. 5047 – REWE/ADEG, 2008 04 23.

48. Europos Komisijos byla Nr. COMP/M. 3905 . TESCO/CARREFOUR (Czech Republic and Slovakia), 2005 12 22.

49. Europos Komisijos byla Nr. IV/M.1221 Rewe/Meinl, 1999 02 03.

50. Europos Komisijos byla Nr. IV/M.784 Kesko/ Tuko, 1996 11 20.

51. Europos Komisijos byla Nr. 87/409/EEC, Sandoz Prodotti Farmaceutici S.p.a v EC Commission 1990 01 11 , ECR I-45.

52. Europos Komisijos byla Nr. COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, 2000 01 25.

53. JAV 7- ojo Apskrities teismo byla Toys “R” Us v. FTC, 221 F.3d 928 (7th Cir. 2000).

54. Europos Parlamento pareiškimas dėl tyrimo dėl Europos Sąjungoje veikiančių stambių prekybos centrų piktnaudžiavimo savo galiomis ir teisinių apsaugos nuo tokio piktnaudžiavimo priemonių „Galimas Europos Sąjungoje veikiančių stambių prekybos centrų piktnaudžiavimas savo galiomis“, P6_TA(2008)0054.

55. Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus – tendencijos ir poveikis ūkininkams ir vartotojams (2005/C 255/08), 2005 10 14.

56. Europos Komisijos užsakymu 1999 m. Dobson Consulting parengta studija “Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union”, 1999 10 13, pasiekama adresu:

<http://ec.europa.eu/competition/publications/studies/bpifrs/>

57. Baltic International Center of Economic Policy Studies „Competition in Baltic Grocery Retail Markets”, 2006, mažmeninės prekybos įmonių padėties Baltijos šalyse tyrimas.

58. Tarptautinės Ekonominio Bendradarbiavimo ir Vystymo Organizacijos analizė „Buyer power of multiproduct retailers“, 1998.

59. Jungtinės karalystės Konkurencijos Komisijos analizė „Working paper on the competitive effects of own-label goods” 2007 04 10.

60. JK Konkurencijos Komisijos ataskaita “Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000).

dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full.

61. CRA International Competition Memo “Buyer Power”, January 2001 pasiekiamas adresu: http://www.crai.com/ecp/assets/Buyer_Power_Jan2001.pdf.

62. Jungtinės Karalystės Konkurencijos komisijos analizė „Working paper on supply chain practices and the Supermarkets Code of Practice“, 2007 05 23, pasiekiamas adresu

http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/working_paper_scop.pdf

63. JK Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30.

64. JK Konkurencijos Komisijos analizė “ Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom” Cm 4842 (Oct. 2000), pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm#full.

65. Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos analizė „The waterbed effect working paper“, 2007 07 09, dokumentas pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/working_paper_waterbed_effect.pdf.

66. BundesKartellamt analizė “Buyer Power in Competition Law - Status and Perspectives”, Meeting of the Working Group on Competition Law 2008 09 18, pasiekiamas adresu: http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/download/pdf/2008_ProfTagung_E.pdf.

67. Lietuvos Maistininkų profsąjungos kreipimasis „Dėl prekybos tinklų piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi“ 2008 05 30, pasiekiamas adresu: http://www.maistprofsajunga.lt/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=39&date=2009-01-01.

68. Lietuvos Laisvosios Rinkos Instituto Išvados dėl Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijos projekto, 2007 03 15, pasiekiamas adresu: http://www.lrinka.lt/index.php/analitiniai_darbai/isvados_del_mazmenines_prekybos_imoni_u_nesaziningu_veiksmu_draudimo_istatymo_koncepcijos_projekto/4130.

69. Konkurencijos Tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“, 2007 02 28. Pasiekiamas adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=541

70. Konkurencijos tarybos analizė „Dėl didžiųjų prekybos tinklų padėties mažmeninės prekybos rinkoje“ 2003 06 30. Pasiekiamas adresu: http://www.konkuren.lt/index.php?show=news_view&pr_id=536 .

71. Kanados Konkurencijos Biuro pranešimas, pateiktas Ekonominio Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos konferencijai 2008 10 21-23, pasiekiamas adresu: <http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/02995.html> .

72. Europos Komisijos forumo „The first European Competition Forum: Vertical restraints“ 1995 04, ataskaita parengta Larine L. Laudati, pasiekiamas adresu: http://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp1995_035_en.html.

73. JK Konkurencijos Tarybos dokumentas „Groceries Market investigation: Final Report“, 2008 04 30, pasiekiamas adresu: http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/538grocery.htm .

74. Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisija „The Groceries (Supply Chain Practices) Market Investigation Order 2009 Notice of intention to make an Order under section 165 of, and Schedule 10 to, the Enterprise Act 2002 and public consultation on the proposed Order”, pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/pdf/notice_of_intention_to_make_order_gscop.pdf .

75. Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos naujienų leidinys, „CC Publishes code of practice order“, 2009 02 26. pasiekiamas adresu http://www.competition-commission.org.uk/press_rel/2009/feb/pdf/08-09.pdf.

76. Jungtinės Karalystės Konkurencijos Komisijos pranešimas „Notice of possible remedies under Rule 11 of the Competition Commission Rules of Procedure” 2007 10 31 , pasiekiamas adresu:

http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/prov_findings/notice_of_remedies.pdf.

77. Prekybos tinklų geros verslo praktikos kodeksas patvirtintas Lietuvos prekybos įmonių asociacijos narių susirinkimo sprendimu 2007 03 29.

78. Straipsnis „Latvija pradėjo karą su „Rimi“ ir „Maxima““
<http://www.delfi.lt/archive/article.php?id=20934137>

10.4. Travaux préparatoires

79. Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymo 3 str. pakeitimo įstatymo projektas Nr. XP-3155(3).

80. Lietuvos Respublikos mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijos projektas Nr. XP-3166(3).

81. Mažmeninės prekybos įmonių, kurių metinės pardavimo grynosios pajamos viršija 50 mln. litų, finansinės veiklos viešumo ir sąžiningos konkurencijos užtikrinimo įstatymo projektas.

82. Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo ir veiklos viešumo užtikrinimo įstatymo projektas.

11. Santrauka

Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų (piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia) draudimas šiuo metu yra aktuali tema Lietuvoje – 2009 03 12 buvo patvirtinta naujo Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcija, taip pat diskusijos šia tema netyla ir kitose pasaulio šalyse. Susirūpinimą kelia reiškinys, kai mažmeninės prekybos tinklas produkcijos pirkimo santykiuose su savo verslo partneriais – tiekėjais ir gamintojais gali grasinti pastariesiems dideliais nuostoliais, kai tuo tarpu patys dėl savo veiksmų nuostolių nepatirtų, arba jie santykinai būtų nedideli. Būtent šia prasme ir turėtų būti suvokiama Mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo įstatymo koncepcijoje įtvirtinta rinkos galios sąvoka.

Pirkėjo rinkos galiai atsirasti prielaidas sudaro įvairios, dažniausiai objektyviai susiklosčiusios, aplinkybės. Visų pirma, vartotojai tampa vis lojalesni prekybos tinklams, jiems patogiu, kad visas norimas prekes galima įsigyti vienoje vietoje, be to lengvai pasiekiamos ir įvairios kitos paslaugos. Tai sumažina vartotojų prisirišimą prie konkretaus prekės ženklo, mažmeninės prekybos tinklui nutraukus santykius su tam tikru gamintoju, vartotojas nekeičia prekybos tinklo, o tiesiog pradeda vartoti kitus produktus. Taip pat svarbu, ir kad gamintojai ir tiekėjai dėl didelių kaštų, mažo informuotumo patys turi ribotas sąlygas rasti kitą verslo partnerį, todėl dažnai linkę paklusti esamo partnerio diktuojamoms santykių sąlygoms. Mažmeninės prekybos įmonės dar ir pačios pardavinėja savo prekės ženklu pažymėtas prekes ir taip papildomai konkuruoja dėl vartotojų dėmesio būtent prekybos tinklui. Taigi, pirkėjo rinkos galia gali atsirasti ne tik mažmeninės prekybos įmonei užimant dominuojančią padėtį rinkoje. Įvairių šalių ir Europos Sąjungos praktika nurodo skirtingus kriterijus, kada įmonė yra laikoma turinti pirkėjo rinkos galią, nurodomos turimos pirkimo rinkos dalys, ar produkcijos perkamos iš vieno tiekėjo dalys visada yra gana nedidelės.

Nustatyti ar mažmeninės prekybos įmonė turi rinkos galią įprastai galima analizuojant jos ir tiekėjų bei gamintojų santykius, stebint, kiek realiai ji gali paveikti santykius su tiekėjais ir gamintojais sau naudinga kryptimi. Tam tikslui taip pat reikia išnagrinėti ir tiekimo ir pardavimo rinkos sandarą, pokyčius mažmeninės prekybos rinkoje. Jei mažmeninės prekybos įmonė turi pirkėjo rinkos galią, dar nereiškia, kad ja ir piktnaudžiaus. Tačiau praktikoje dažnai pastebimi labai įvairūs nesąžiningo galios panaudojimo būdai.

Dažniausiai yra tiesiog reikalaujama nepagrįstai sumažinti pardavimo kainą, arba reikalaujama nepagrįstų nuolaidų. Taip pat dažnai pasitaiko ir sutartyse numatytų papildomų mokesčių, kurie kartais tik labai netiesiogiai susiję su konkrečių prekių įsigytų iš tiekėjo realizavimu (pvz. mokestis už paruoštą patalpų remontą). Kiti pastebėti mokesčiai yra mokestis už prekių išdėliojimą vartotojui patraukloje paruoštą vietoje, reikalavimai padengti prekių reklamos ir pirkimo skatinimo akcijų išlaidas ir kt. Taip pat vyksta tiekėjų ir gamintojų diskriminacija, kai be jokių objektyvių priežasčių tos pačios rūšies subjektams sąlygos smarkiai skiriasi, dažnai siekiama sutartyse nustatyti įvairius tiekėjų ir gamintojų santykių su kitais ūkio subjektais apribojimus, visa su prekių pardavimu susijusi rizika perkeliama tiekėjui ar gamintojui, vienašališkai keičiamos sutarties sąlygos ir pan.. Dėl tokio mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimo nukenčia ne tik tiesiogiai jo paveiktas tiekėjas ar gamintojas, neigiamų pasekmių atsiranda ir bendrai konkurencijai rinkoje, vartotojams, visai visuomenės gerovei apskritai. Vartotojas nebetenka galimybės pasirinkti, kuris gamintojas turi likti rinkoje, mažmeninės prekybos tinklas prekes, kurios parduodamos, dažnai pasirenka dėl su efektyvumu ar kokybe nesusijusių priežasčių, net ir vartotojų mėgstamų gamintojų produkcija gali būti pašalinta iš lentynų tik dėl to, kad gamintojas atsisakė mokėti nepagrįstus mokesčius, arba nesutiko su sutarties sąlygomis. Taip pat didžiųjų mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimas pirkėjo rinkos galia kenkia mažosioms, nes tiekėjas ar gamintojas dėl patiriamo spaudimo yra priverstas kelti savo produkcijos kainas kitiems, rinkos galios neturintiems pirkėjams. Taip mažosioms mažmeninės prekybos įmonėms tampa dar sunkiau konkuruoti. Taip suvaržomas ir naujų tiek mažmeninės prekybos rinkos tiek prekių gamybos rinkos dalyvių patekimas į jas. Be kita ko, spaudžiami tiekėjai ir gamintojai turi mažiau lėšų ir paskatų investuoti į produkcijos gerinimą ir įvairinimą, nuo to taip pat nukenčia vartotojai. Spaudimas galų gale persiduoda ir pirminių žaliavų tiekėjams, taip pat gamybos (ir net ir mažmeninės prekybos) įmonių darbuotojams. Nėra iki galo aišku, ypač Lietuvoje, kokia dalis naudos, gautos iš tiekėjų ir gamintojų yra perduodama vartotojui, o kokia pasilieka pelnu mažmeninės prekybos įmonei.

Šiuo metu Lietuvoje nėra teisės akto, skirto sistemai spręsti piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemai. Bendrus sąžiningumo komercinėje veikloje principus formuoja Lietuvos Respublikos Civilinis Kodeksas, tačiau tai bendro pobūdžio normos, kurias, norint efektyviai taikyti, reikia adaptuoti konkrečiai problemai spręsti. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas pateikia mechanizmą kovoti su vertikaliais ribojimais, kuriems

galėtų būti priskiriamos kai kurios piktnaudžiavimo rinkos galia praktikos, tačiau ir tai nesprendžia problemos iš esmės. Taip pat Konkurencijos įstatyme įtvirtinta apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos negali būti tinkamai pritaikyta piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemai spręsti. Net ir visos šios priemonės nesukuria tinkamo pažeistų teisių gynimo mechanizmo, o egzistuojantys bendrieji instrumentai dažnai nėra naudojami tiekėjų ir gamintojų, bijant neigiamų pasekmių santykiuose su mažmeninės prekybos įmonėmis. Kaip vienas iš veiksmingesnių, nors ir pritaikomų tik labai siaurai piktnaudžiavimo praktikų grupei, gali būti apibūdintas Lietuvos Respublikos atsiskaitymo už žemės ūkio produkciją įstatymas. Čia numatyti gana griežti atsiskaitymo už produkciją terminai, aiškios reguliavimo nesilaikymo sankcijos. Svarbu, kad tiesiogiai draudžiama numatyti ilgesnius atsiskaitymo terminus sutartyse, todėl nesunku objektyviai nustatyti piktnaudžiavimo faktą. Bet kokiu atveju, Lietuvoje pastebima vis daugiau iniciatyvų kokiu nors būdu reguliuoti pirkėjo rinkos galios problemą. Tai rodo pernai siūlytas Konkurencijos Įstatymo 3 str. 11 d. pakeitimo projektas, kuriuo norėta sumažinti užimamos rinkos dalies dydį, reikalinga dominuojančios padėties mažmeninės prekybos sektoriuje prezumpcijai, taip pat Konkurencijos Tarybos pernai AB „Maxima LT“ iškelta byla dėl nepranešimo apie koncentraciją ir pan.

Piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problema jau nuo 1995 m. aktyviai diskutuojama ir Europos Sąjungos lygmeniu. Po Europos Komisijos konkurencijos forumo, kuriame buvo apsvaistytas šis klausimas, 1999 m. sekė piktnaudžiavimo rinkos galia teorijos ir praktikos analizė, 2005 m. pasirodė Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų sektoriaus, galiausiai 2008 m. paskelbtas Europos Parlamento pareiškimas šiuo klausimu. Nors per šį laikotarpį požiūris į piktnaudžiavimą šiek tiek keitėsi, pripažįstama, kad piktnaudžiavimas yra vis didėjanti problemai, kuriai spręsti esamų nacionalinės Valstybių Narių teisės instrumentų nepakanka, taip pat nėra ir šiam klausimui skirtų priemonių Europos Sąjungos lygmeniu. Iš esmės visuose dokumentuose formuojama pozicija, kad mažmeninės prekybos įmonių piktnaudžiavimas rinkos galia gali būti labai žalingas tiek ES piliečiams, tiek visai ekonomikai. Analogiška pozicija atspindi ir Europos Komisijos paskutinį dešimtmetį nagrinėtose susijungimų bylose, kur prieš leidžiant koncentraciją mažmeninės prekybos sektoriuje, nuodugniai patikrinama, kaip dėl to gali išaugti pirkėjo rinkos galia, ir kokių tai pasekmių gali turėti rinkai.

Įdomu lyginamuoju požiūriu aptarti ir kitas valstybes, kuriose jau yra įgyvendintas vienoks ar kitoks reguliavimas nukreiptas prieš mažmeninės prekybos įmonių

piktnaudžiavimą turima rinkos galia. Pagal pasirinktus reguliavimo modelius šalys gali būti sąlyginai suskirstytos į 3 grupes: tos, kurios problemai spręsti pritaikė klasikinius konkurencinės teisės instrumentus, ir pirkėjo rinkos galią laiko pavojinga tik tada, kai mažmeninės prekybos įmonė pasiekia dominuojančią padėtį rinkoje; tos, kurios problemos sprendimo instrumentus įtvirtino konkurencijos įstatymuose ir jų lydimojuose aktuose; ir tos, kurios turi atskirus teisės aktus skirtus būtent piktnaudžiavimo pirkėjo rinkos galia problemai spręsti. Pirmai grupei galima priskirti Kanadą. Jungtinė Karalystė priskiriama trečiajai grupei, nes turi privalomo pobūdžio teisės aktą – „Supermarketų praktikos kodeksą“, kuriame įtvirtintas sąrašas praktikų, neleidžiamų mažmeninės prekybos įmonių ir tiekėjų bei gamintojų santykiuose. Uždraustos tokios praktikos, kaip nepagrįsti mokesčiai, nuolaidos, tiekėjų ir gamintojų diskriminacija, nepagrįstai ilgi atsiskaitymo terminai ir pan. Ši šalis taip pat siektinas pavyzdys tuo, kad prieš priimdama konkretų reguliavimą atliko labai išsamų mažmeninės prekybos įmonių ir jų tiekėjų santykių tyrimą, įvertino galimus neigiamus visų praktikų, kurioms sąlygas sudarė pirkėjo galia, efektus, išanalizavo, kokios priemonės geriausiai padėtų kovoti su piktnaudžiavimu. Vėliau, po Kodekso priėmimo, buvo vėl analizuojamas jo efektyvumas, atliekamos naujų galimai žalingų praktikų studijos ir pan. Vokietija gali būti priskirta antrai grupei, nes savo Konkurencijos įstatyme ji turi normas, draudžiančias išnaudoti silpnesnius ir priklausomus ūkio subjektus, draudžiama juos diskriminuoti. Taip pat yra atskirų draudimų nesąžiningai kenkti konkurentams, parduoti prekes žemiau įsigijimo kainos. Normos, reguliuojančios piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi, taip pat taikomos nustatant dominavimą tiekimo rinkoje. Latvija irgi turėtų būti priskirta pastarajai grupei, nes savo Konkurencijos įstatyme turi numačiusi specialią dominuojančios padėties mažmeninėje prekyboje rūšį. Dominuojančia mažmeninės prekybos rinkoje įmonė yra laikoma, jei ji gali primesti nesąžiningas sąlygas tiekėjams ir gamintojams ir tai gali iškreipti konkurenciją bet kurioje Latvijos rinkoje. Taip pat išvardinti ir būdai, kuriais draudžiama piktnaudžiauti šia dominuojančia padėtimi (draudimas reikalauti nepagrįstų mokesčių, nuolaidų, draudimas taikyti nepagrįstai dideles baudas ir pan.), numatytos baudos už šį piktnaudžiavimą.

Lietuvoje santykiuose su mažmeninės prekybos įmonėmis tiekėjai ir gamintojai taip pat teigia susiduriantys su įvairiomis nesąžiningomis praktikomis, ir negali veiksmingai apginti savo pažeistų teisių. Todėl vertėtų ir pas mus priimti teisės aktą, kuris nustatytų, kurios praktikos yra draudžiamos kaip neatitinkančios sąžiningumo principo reikalavimų ir sukurtų

veiksmingą mechanizmą ginti pažeistas teises. Kadangi Lietuvoje jau turėjome savanoriško pobūdžio Prekybos tinklų geros verslo praktikos kodeksą, kuris pasirodė beesantis neefektyvus, siekiant tobulinti mažmeninės prekybos įmonių nesąžiningų veiksmų draudimo reguliavimą, rekomenduotina priimti privalomo pobūdžio teisės aktą, kurio laikymąsi kontroliuotų valstybės institucijos. Šis reguliavimas turėtų būti skirtas tiems subjektams, kurie dėl savo veiklos pobūdžio ir dydžio gali įgyti didelę rinkos galią ir taikomas tada, kai įgyta rinkos galia nesąžiningai panaudojama prieš gamintojus ar tiekėjus. Apibendrinus Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos ir Europos Komisijos praktiką, bei kitų šalių patirtį šioje srityje, galima teigti, kad didžiausia grėsmė didelei pirkėjo rinkos galiai atsirasti ir ja piktnaudžiauti yra būtent mažmeninės prekybos sektoriuje, didžiuosiuose prekybos tinkluose, kurie turi didelį prekių asortimentą siūlančias parduotuves. Todėl jiems reguliavimas ir turėtų būti skirtas, suformuluojant dar ir konkrečius apyvartos ar prekybinio ploto dydžio kriterijus. Taip pat nurodoma, kad didžiausią susirūpinimą kelia pirmo būtinumo (maisto, gėrimų, buitinės chemijos, higienos) prekių gamintojų ir tiekėjų padėtis. Tačiau bet kokių atveju nereikėtų visiškai atmesti galimo piktnaudžiavimo ir kitų prekių, parduodamų didžiuosiuose prekybos tinkluose, gamintojų atžvilgiu. Todėl ir Lietuvoje reikėtų nustatyti, kokiose srityse mažmeninės prekybos tinklai turi didžiausią rinkos galią ir joms skirti atitinkamai daugiau dėmesio. Kad naujasis teisės aktas kuo mažiau ribotų komercinius santykius ir labiau padėtų tiekėjams ir gamintojams patiems ginti savo teises, jame turėtų būti nurodytas baigtinis sąrašas galimų piktnaudžiavimo praktikų. Taip pat palengvinant darbą valstybės institucijoms, kurios turės prižiūrėti šio įstatymo taikymą ir, vėlgį padedant gamintojams ir tiekėjams ginti savo teises, turėtų priimtose gairėse, aiškinančiose teisės akto taikymą ir detalizuojančiose konkrečius galimus piktnaudžiavimo praktikų pasireiškimo atvejus. Taip pat turėtų būti numatyta padavusio skundą subjekto tapatybės slaptumo teisinė apsauga, kas turėtų sumažinti tiekėjų ir gamintojų baime, teisių gynimo atveju, būti pašalintiems iš prekybos tinklų verslo partnerių gretų. Ginčams dėl galimai nesąžiningų sąlygų nagrinėti turėtų būti sudarytas specialus nešališkas ginčų nagrinėjimo organas. Svarbus yra ir geras tiekėjų ir gamintojų informuotumas apie savo teises. Bet kokios sankcijos nustatytos šiuo reguliavimu turėtų atitikti proporcingumo principus, daugiau turėtų būti orientuojamasi į kompensavimą nukentėjusiam subjektui.

Labai svarbu, kad situacija mažmeninės prekybos rinkoje Lietuvoje vis tiek yra skirtinga nuo kitų šalių, todėl aklaiv vadovautis kitų praktika negalima. Būtina padaryti išsamius

tyrimus, o tik po to formuluoti konkrečias reguliavimo nuostatas. Taip pat labai svarbu nuolat stebėti pokyčius rinkoje, atsiradusias naujas piktnaudžiavimo praktikas, atsižvelgti į santykių dalyvių poreikius, ir nuolat tobulinti esamą reguliavimą.

12. Summary

The problem of unfair practices of the retail companies (abuse of buyer power) at present is a very important issue in Lithuania – recently (2009 03 12) a conception of a new law on prohibition of retail companies' unfair practices was announced. Discussions on abuse of buyer power are still continuing in other countries too. A concern is showed to the situations when retailers are able to threaten their business partners – manufacturers and suppliers – significant losses, at the same time experiencing relatively no losses themselves. This situation hence must be called a manifestation of buyer power in a sense of the notion provided in the concept of the new law.

Buyer power occurs because of many most often objective preconditions. Firstly, consumers become more and more loyal to the supermarket brands. They find it convenient to acquire all necessary goods in the same place, moreover, a consumer can often get many additional services in a supermarket, compared to any smaller independent store. This lessens consumers' loyalty to the producers' brands and consumer is much more likely to switch to another brand in the same supermarket, rather than look for another store selling a favourite product. This allows a retailer easily to terminate a contract with almost any producer not suffering the loss of consumers. Additionally, because of high costs and little information suppliers have limited possibilities to find alternate buyers for their production and therefore are likely to agree to unfair conditions dictated by present buyer. Moreover, retailers sell their own-branded goods and in such way additionally compete for consumers' attention. For all this reasons, the buyer power can occur not only in cases when retailer has a dominant position in a current market. The practice of other countries and of EU raise different criteria for acknowledging a company as having buyer power: market share, share of production bought from one supplier, but always these shares are considerably small.

It is possible to determine if a retailer has a market power by analyzing its commercial intercourse with suppliers and determining how it can really effect the intercourse's conditions in favour of its own interest. For this purpose it is also important to examine the situation in the retail and buying markets, to follow the changes in it. If the retailer has buyer power, this does not necessary mean that this power will be abused. However, in practice retailers tend to apply many different unfair ways of using the buyer power. Most often they require to sell the production at lower prices or to provide unreasonable rebates and

discounts. Additional fees which are often just indirectly related to realisation of supplier's production (f.i. a lump sum payment for supermarket's renovation) are also often present in contracts. Other wide spread payments that could be mentioned are supermarket shelf space fees, payments for the advertisement and promotion of sales of the product and other. Powerful retailers are also likely to discriminate among suppliers and offer different conditions for similar companies with no objective reasons, contracts often contain restrictions of commercial intercourse between a supplier and other business subjects too. In many cases an unfair balance of risk is implied in the agreements, the contractual conditions are retrospectively and unilaterally changed (by a retailer) etc. Because of such unfair practices harm is caused not only to the direct victim (the supplier which suffers losses), the whole market suffers, the competition in the market is effected negatively, so as the consumers and the whole society. Consumer is deprived of possibility to choose which manufacturer deserves to stay in the market - retailers often choose suppliers based not on the effectiveness or quality reasons. Even the products which are valued by consumers may be eliminated from the supermarket's shelves only for the reason that supplier refused to comply with unfair contractual conditions or refused to pay any unreasonable fees. The big retailers' abuse of buyer power negatively effects smaller retailers too, for supplier or producer because of the pressure to supply big retailers with higher prices is forced to supply all other (less powerful) clients with higher prices (the waterbed effect). Moreover it becomes harder to the smaller retailers time to compete in the retail market. This also restricts the entrance to the market to other retailers and producers and suppliers. Squeezed suppliers and producers have less assets and incentives to invest in the quality of the production, new products and technologies, this has negative effects to consumers too. The pressure finally is passed to the producers of raw materials, the employees of the production and supply companies, the retailers' employees too. It is not clear (especially in Lithuania) how much of the wealth acquired by retailers from suppliers and producers is passed to the consumers, and how much of it is transformed into profit of the retailer.

At present there is no legislation which would systemically deal with abuse of buyer power in Lithuania. The general principles of fairness are imposed by the Civil Code of Republic of Lithuania, but these are just basic provisions which have to be adopted first in order to apply them to deal with this problem effectively. The Competition Act of the Republic of Lithuania provides a system for fighting with vertical restraints and some of the

unfair use of buyer power practices could be seen as vertical restraints sometimes, but this does not solve the whole abuse problem too. The protection from unfair competition provided in the Competition Act also can not be called suitable to solve the problem of abuse of buyer power in general. All these remedies do not create a sufficient mechanism to defend the infringed rights of suppliers, and the normal instruments that exist, are rarely used because of fear of negative consequences to the commercial relations with retailers. As one of the more effective pieces of legislation the Law on settlements for agricultural production of Republic of Lithuania can be mentioned, although it is also applicable only to the limited number of abuse practices. Here, a quite strict terms for settlement with producers of agriculture products, clear sanctions for breach of the law are established. It is important that it is directly prohibited to agree on longer settlement terms in the contracts, and therefore it isn't difficult to detect the abuse. In any case, more and more initiatives to deal with the problem of abuse of the buyer power can be seen in Lithuania. Last year an project of amendment of art. 3 p. 11 of Competition Act was proposed, which was aimed to diminish the figure of market share which allows to presume that a retail company has a dominant position in a relevant market (the amendment was rejected by the parliament). Also The Competition Council of Lithuania last year has brought an action against the biggest retailer in the country – Maxima LT for not announcing concentrations and so on.

The problem of the abuse of the buyer power is actively disputed in the level of European Union since 1995. After the first European Competition Forum on Vertical restraints, where the question of abuse was discussed, an analysis of buyer power and its impact on competition was published in 1999. In 2005 an opinion of European economic and social committee was announced and lastly in 2008 a European Parliament issued a written declaration on this topic. Although through all these years an attitude towards abuse of buyer power has somewhat changed, it is acknowledged that this abuse is an increasing problem, which can not be sufficiently eliminated with current national laws of the Member States and which is not currently regulated with any laws in the Community level. In all the documents a position, that retailers' abuse of buyer power might be very harmful to EU economics and citizens, is expressed. Identical position can be seen also in merger case-law of European Commission, where before allowing the merger in retail sector, consequences to the procurement market are assessed.

It is also interesting to make a comparative analysis of other countries which already have legislation directed towards retailers' abuse of buyer power. Based on the models, chosen for regulation all countries can be divided into 3 groups: the ones which deal with the problem only by using classical competition law instruments and consider buyer power dangerous only when a retailer reaches dominant position in the market; the ones which enclose special abuse of buyer power provisions in the problem within their competition acts; and the ones which have separate acts designed to tackle the abuse problem. Canada can be named as a first-group country. United Kingdom can be assigned to the third group, since they have an obligatory "Supermarkets code of practice" which lists a number of practices forbidden in commercial intercourse between retailers and their suppliers. Such practices as unreasonable payments, fees and rebates, discrimination among suppliers, unreasonably long settlement terms and other are not allowed. This country is also a good example because prior to the adoption of a specific regulation they have completed a very comprehensive study of retailer and supplier contracts, evaluated possible negative effects of all practices implemented with help of buyer power, analyzed what remedies would be the most proportionate and effective to fight the abuse practices. Later, after the announcement of the Supermarkets Code of Practice a new study was started, the analysis of effectiveness of the Code and new possibly harmful practices was made. Germany, is a country of a second group because in its Competition Act it has provisions prohibiting the exploitation of weaker and economically dependent entities, it is also forbidden to discriminate among them. Germany has also prohibitions to unfairly harm competitors, to sell goods below acquiring price. The provisions intended to prohibit abuse of dominant position are also used for evaluating the position of retailer in the procurement market. Latvia should also be called a country of a second group, since in its competition act Latvia has a special concept of dominance in retail sector. A retail company is held to be dominant if it can impose unfair conditions to its suppliers and this can impair competition in any market of Latvia for sufficiently long time. The specific ways by which this dominant position can be abused are listed too (requirement of unreasonable fees and payments, implementation of unreasonably high contractual fines etc.). There are also separate sanctions for breach of the prohibitions.

In Lithuania producers and suppliers also often complain about unfair conditions imposed on them by biggest retailers, and about incapability to defend their infringed rights. That is why Lithuania also most likely needs a regulation which would list the forbidden

unfair practices and would create effective tools for suppliers to defend their rights. Since this country has already had a voluntary “Code of good practice of Retailers”, and it was proved to be ineffective, in order to improve situation in Lithuania it is recommended to create a obligatory act, the compliance with which would be coordinated by government institutions. This act should be directed to those subjects, which because of the nature of their activities may acquire significant market power and should be applied when the market power is unfairly used against suppliers and producers. After summing up the practice of Lithuanian Competition Council and the experience of other countries, it can be concluded that the greatest threat of accumulation of significant buyer power and abuse of it arises in the retail sector, when a retailer owns large shopping malls (supermarkets, hypermarkets). The new act should be up for these players of the market, providing also the exact criteria of turnover, size of shopping areas and so on. It is also often stated, that the biggest concern should be shown to the retailers in the sector of groceries and other consumer every-day-use goods (food, pet food, alcoholic and non alcoholic drinks, cleaning products, toiletries etc.). In any case, the possible abuse of the suppliers of other goods should also be assessed. Therefore in Lithuania it is also necessary to determine in which sectors retailers are able to accumulate significant market power and give the most attention to them. In order to obstruct the commercial freedom of market participants as little as possible and to help suppliers to defend their rights efficiently, it should contain a exhaustive list of forbidden practices. For the same reasons, the guidelines of application of the new act should be issued which would comprehensively explain how to apply it and would in detail describe possible manifestations of abuse practices. The legal protection of the identity of applicant should be also protected, for this should reduce suppliers’ fear to be delisted by the retailer because of complaints to the government institutions. To solve the disputes on possibly unfair conditions between the parties, a special impartial authority should be created or appointed. A Good information of suppliers and producers about their rights is also important. Any sanctions imposed by this new act, should follow the principle of proportionality, the main attention should bet given to compensation for the party, whose rights were infringed.

It should be kept in mind, that situation in Lithuania in any case is different from the other countries and we can not follow their conclusions and experience blindly. It is necessary to conduct comprehensive analyses and only after that to formulate any specific provisions. It is also very important always to follow the changes in the retail sector, to

explore any new abuse practices, to follow the needs of retailers and suppliers and steadily to improve current legislation.