

VARTOTOJAI IR KONKURENCIJA

TARPTAUTINIS NEVYRIAUSYBINIŲ VARTOTOJŲ ORGANIZACIJŲ
TIRIAMASIS PROJEKTAS 14-OJE EUROPOS SĄJUNGOS ŠALIŲ NARIŲ

LIETUVOS NACIONALINĖ VARTOTOJŲ FEDERACIJA

**2007
Vilnius**

Alvitos Armanavičienės
Lietuvos nacionalinės vartotojų federacijos steigėjos ir prezidentės
pristatomasis žodis

Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija (LNVF) buvo įkurta 2000 metais Vilniaus mieste kaip nesiekianti pelno nevyriausybinė organizacija. Šiuo metu jos darbe aktyviai dalyvauja per pusantro šimto savanorių iš visos Lietuvos. Nuo 2004 metų LNVF yra Lietuvos nacionalinės vartotojų konfederacijos – Lietuvos vartotojų pirmosios skėtinės organizacijos, vienijančios devynias Lietuvos vartotojų organizacijas, steigėja ir narė.

LNVF tikslai:

Vartotojų interesų apsauga Lietuvos ūkio monopoliniuose sektoriuose.
Vartotojų teisių integracija į ekonomikos bei valstybės valdymo sektorius.
Bendradarbiavimas su pilietinio sektoriaus organizacijomis Lietuvoje ir ES.

Veiklos metodai:

1. Vartotojų informavimas, konsultavimas bei švietimas.
2. Vartotojų politikos Lietuvoje įgyvendinimo stebėseną.
3. Precedentinės vartotojų teisės vartotojų kolektyvinių interesų gynime pritaikymas.

Pagrindinė veikla:

1. Vartotojų konsultavimas, jų teisių gynimas neteisminių ginčų nagrinėjimo institucijose.
2. Dalyvavimas teikiant pasiūlymus Vartotojų teisių gynimo įstatymui, Produktų saugos įstatymui, Farmacijos įstatymui, Šilumos ūkio įstatymui, Standartizacijos įstatymui, Vartotojų strategijai ir daugeliui kitų teisės bei poįstatyminių teisės aktų.
3. Darbas su žiniasklaida informuojant vartotojus apie aktualijas.
4. Vartotojų organizacijų atstovavimas Lietuvos ir ES institucijose:
 - Konkurencijos direktorato vartotojų darbo grupėje (Briuselyje),
 - Europos vartotojų standartų asociacijoje (ANEC),
 - Maisto schemos taryboje prie Žemės ūkio ministerijos,
 - Valstybinėje kainų ir energetikos kontrolės komisijoje,
 - Šilumos taryboje,
 - Kokybės taryboje.

Projektinė veikla:

1. Baltijos ir Amerikos partnerystės programa *“Lietuvos nacionalinės vartotojų federacijos stiprinimas”*. 2002-2007.
2. „Kaip elektros ir dujų reguliuotojai ES atstovauja vartotojų interesams“ – Europos Komisija. Projekto koordinatorius – „Europos vartojimo tyrimų techninis centras“, Italija. 2005 -2007.
3. Socrates 3 programa *“Vartotojų švietimo tinklas – E - CONS”*- 2004 -2007. Projekto koordinatorius - Europos Vartotojų Mokykla (Ispanija). Projekto koordinatorius Lietuvoje – LNVF.
4. „Turizmas: informacija ir Web vartotojų apsaugos efektyvumas. Direktyvos 90/134 įgyvendinimas“. Europos Komisija. Projekto koordinatoriai – Federconsumatori, Italija. Projekto partneriai Lietuvoje – LNVF. 2007m.
5. Kartu su kitomis didžiausiomis ES šalių vartotojų organizacijomis LNVF pradėjo dalyvauti projekte-„Vartotojų organizacijų gebėjimų stiprinimas vykdant produktų testavimą bei leidžiant vartotojų žurnalą“. 2007-2009.

6. „Ataskaita apie energijos vartotojų padėtį Lietuvos teisinėje sistemoje” 2005.
7. Socrates projektas – „Mobilieji telefonai bei interneto paslaugos“, 2007-2009.
8. Programos įgyvendinimas -Lietuvos teismų praktikos energijos tiekimo – vartojimo bylose apžvalga ir analizė. 2006.

Energijos vartotojų gynimas teismuose:

LNVF skiria daug dėmesio vartotojų gynimui teismuose. Pavyzdžiui, 2006 m. vasarą dėl Vilniaus miesto tarybos sprendimu buvo įteisintas daugiabučių namų gyventojams nepalankus įvadinio šilumos skaitiklio parodymų išdalijimas pagal butus, kurių šilumos tiekėjas UAB „Vilniaus energija“ taikė tris vasaros mėnesius. Federacija inicijavo prašymą teismui dėl sprendimo panaikinimo. Po dviejų posėdžių teismas š.m. vasario 22 d. priėmė nutartį, kuria: 1) panaikino minėtą miesto tarybos sprendimą ir 2) įpareigojo UAB „Vilniaus energija“ perskaičiuoti neteisingai apskaičiuotus mokėjimus už 3 vasaros mėnesius ir vartotojų permokėjimus gražinti jiems per šio šildymo sezono sąskaitas. Pareiškėjų prašymas patenkintas pilnai. Šis laimėjimas leis artimiausiu metu per šildymo sąskaitas vilniečiams gražinti apie 1.5-2 mln. Lt.

Kitu atveju 2007 m. Federacija parengė kasacinį skundą į Lietuvos Aukščiausiąjį Teismą vienoje Palangos DNSB byloje dėl atsijungimo nuo centralizuotos šilumos tiekimo sistemos; pažymėtina, kad mes perėmėme bylą, pralaimėtą pirmoje ir apeliacinėje instancijose, tačiau Lietuvos Aukščiausiasis Teismas pagal mūsų kasacinį skundą priėmė palankų vartotojams sprendimą ir padarė eilę išaiškinimų, kurie palengvins daugiabučių namų gyventojų atsijungimą nuo centralizuotos šilumos tiekimo sistemos ateityje; t.y. vykdant Teismų praktikos programą mums pasisekė gauti reikšmingą precedentinę Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartį.

Patyrimas rodo, kad tokie pasiūlymai ir jų argumentavimas padeda spręsti problemas net ir po to, kai Programa yra baigta ir už jos įvykdymą atsiskaityta. Tokiu pavyzdžiu gali būti itin sėkmingas LNVF ir Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos bendradarbiavimas, kai bendromis pastangomis, jau po Programos pasibaigimo pasisekė išsiūlyti į Kainų komisijos steigimo dokumentus nuostatą, kad nagrinėdama energijos vartotojų ginčus *Komisija gina pažeistus vartotojų interesus* (Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007-02-07 nutarimas Nr. 192).

Tarptautinis projektas „Vartotojai ir konkurencija“ buvo pradėtas 2005 m., LNVF pasirašius kontraktą su Londone registruota tarptautine vartotojų organizacija „Consumers International“ (Tarptautinis vartotojas), su kuria mus jau keletas metų sieja bendradarbiavimo sutartis. Šio projekto koordinavimą Lietuvoje nuo projekto paraiškos stadijos iki galutinio užbaigimo vykdė Lietuvos nacionalinės vartotojų konfederacijos narys, visuomeninės organizacijos ALPIS (Antimonopolinis Lietuvos piliečių sąjūdis) vadovas dr. Vygintas Sidzikauskas.

LNVF prezidentė Alvita Armanavičienė



TURINYS

Lietuvos projekto grupės koordinatoriaus dr. V.Sidzikausko įžanginis žodis	5
1. Tarptautinio projekto „Vartotojai ir konkurencija“ galutinė ataskaita	7
1.1. Santrauka	11
1.2. Įžanga	14
1.3. Rinkos tyrimas	16
Tikslas	16
Tyrimo procesas	16
Metodika: struktūros nustatymas	17
Metodika: būdingi produktai	18
Pagrindinės išvados	20
1.4. Konkurencijos politika ir stebėsena	36
Tikslas	36
Metodika	36
Pirmoji konkurencijos teisės aktų apžvalga	36
Antroji konkurencijos teisės aktų apžvalga	37
Rezultatų analizė	37
Pagrindinės išvados	38
1.5. Išvados	47
1.6. Rekomendacijos	50
Pagerinti konkurencijos aplinką	50
Pagerinti konkrečias rinkas	52
2. Projekto Lietuvos partnerio lyginamoji analizė ir išvados	54
2.1. Produktų kainų Lietuvoje ir ES šalyse narėse palyginimas ...	55
2.2. Išvados	59

Tarptautinio projekto „Vartotojai ir konkurencija“ Lietuvos grupės koordinatoriaus dr. V.Sidzikausko įžanginis žodis

Didžiosios Britanijos tarptautinė nevyriausybinė vartotojų organizacija „Consumers International“ (CI) su savo partneriais vartotojų organizacijomis iš keturiolikos Europos Sąjungos šalių narių, įskaitant Lietuvos nacionalinę vartotojų federaciją, 2003/2004 metais parengė keletą ambicingų paraiškų projektams vartotojų interesų atstovavimo srityse, siekdama jų įgyvendinimui gauti Europos Komisijos finansinę paramą. Man teko laiminga proga, Lietuvos nacionalinės vartotojų federacijos prezidentės p. Alvitos Armanavičienės kvietimu, prisidėti prie dviejų tokių tarptautinių paraiškų rengimo. Viena jų buvo skirta energetikos reguliavimo, kita – konkurencijos klausimams vartotojų interesų požiūriais. Būdamas energetikos reguliavimo ekspertu, sėkmės atveju vyčiau dalyvauti anglų vartotojų organizacijos rengiamame įdomiame energetikos reguliavimo ES tyrime vartotojų požiūriu. Tačiau, 2005 m. paaiškėjus, kad vartotojų organizacijų tarptautinis konsorciumas, vadovaujamas CI laimėjo Europos Komisijos finansinę paramą tik projektui „Vartotojai ir konkurencija“, teko priimti atsakomybę būti šio projekto koordinatoriumi Lietuvoje. Drąsino tai, kad 1996/1997 metais turėjau galimybę dirbti konkurencijos priežiūros tarnyboje ir betarpiškai susidurti su konkurencijos įstatymo taikymo praktika Lietuvoje, be to teko stažuotis Kanados-Baltijos šalių ekonomikos programoje konkurencijos klausimais. Todėl, kai 2005 m. pabaigoje, Lietuvos nacionalinės federacijos būstinėje susibūrė vartotojų entuziastų grupė, nedvejodami stačia galva pasinėrėme į kolegų anglų vadovaujamą darbą. Šie entuziastai, pradėję ir užbaigę šį projektą – federacijos prezidentė **p. Alvita Armanavičienė**, projekto finansų tvarkytoja **p. Gražina Balaišaitė**, federacijos nariai **p. Mykolas Kazarinas**, **p. Rasa Kudirkaitė**, **p. Jurgita Mačiūnaitė**, **p. Laima Paulauskienė**, **p. Karina Ufert**, ir vėliau prisijungę Lietuvos vartotojų konfederacijos prezidentas **p. Kornelijus Papšys**, **p. Nerius Pleškys**, **p. Jolita Malinauskaitė** bei būrys studentų-talkininkų - yra šio projekto ir jame pasiektų rezultatų bendraautorai.

Šiuo projektu pasiekėme keletą Lietuvos nevyriausybinių vartotojų organizacijoms svarbių tikslų.

Pirma – kasmet, aptariant gaunamus rezultatus, du kartus per metus Londone, Britų tarptautinės lyginamosios teisės institute susirinkdavo penkiolikos šalių vartotojų organizacijų atstovai, bei D.Britanijos teisės ir ekonomikos mokslininkai. Betarpiškose diskusijose buvo gaunama realios vartotojų interesų gynimo geros praktikos ir teorijos patirtis. Šiandien, grįžtant prie šios patirties, vienareikšmiškai galima pasakyti, kad **vartotojai Lietuvoje, lyginant su senųjų Europos Sąjungos šalių vartotojais, yra nepateisinamai nustumti nuo rinkos**

priežiūros, kuomet vyriausybė ir kiti sprendimų priėmėjai išimtinai vadovaujasi verslo interesais, kai įstatymų, teisės aktų leidimas, svarbių strateginių nuostatų formavimas atliekamas neatsižvelgiant į požiūrio „iš vartotojo varpinės“ reikšmę. **Lietuvoje net nemastoma apie vartotojo „pasitikėjimo konkurencija“ sąvoką**, kai tuo tarpu daugelyje Europos Sąjungos senbuvų šalių yra sukurti ir periodiškai tiriami tokio pasitikėjimo rodikliai. Kaip taisyklė – tokie rodikliai visuomenės yra pripažįstami reikšmingais vyriausybės veiklos efektyvumo indikatoriais.

Antra – konkrečių produktų rinkų analizė, jų tarptautinis palyginimas leido be išankstinių nusistatymų įvertinti vartotojų padėtį nereguliuojamose Lietuvos rinkose. Konkrečių duomenų apie produktų kainas, rinkos rodiklius prieinamumas parodė, kad **Lietuvos vartotojai yra izoliuoti nuo dalykų, kurių tinkamas taikymas yra vartotojų apsaugos ir pačių rinkų esminis bruožas**. Informacijos neprieinamumas atima galimybę vartotojui būti lygiaverčiu ekspertu, ginant savo interesus kitų interesų grupių apsuptyje.

Trečia – **Lietuvoje nėra draugiško požiūrio į visuomenines vartotojų gynimo organizacijas**, juose dirbančius aktyvistus ir savanorius. Vyriausybė neskatina, ekonomiškai nepalaiko tokių organizacijų vienijimosi, sprendžiant aktualius valstybės ūkio klausimus. Susidaro įspūdis, kad **Lietuvos valstybinių sprendimų priėmėjai nelaiko vartotojų organizacijas visuomenei naudingą ir rankiu atsveriant verslo, kaip pelno sau gamintojo, interesus**.

Ketvirta – net nedidelės apimties, tik trijų produktų kainų lyginamasis tyrimas parodė, kad nereguliuojamų produktų **kainos, lyginant su žmonių uždarbiais ar pensijomis, Lietuvoje yra katastrofiškai aukštos, lyginant su Europos Sąjungos šalių senbuvų kainomis**. Vartotojų, vyriausybės, kitų sprendimų priėmėjų intervencija į šią sritį yra nepakeičiama būtinybė jau šiandien.

Šio leidinio, skirto tarptautinio projekto „Vartotojai ir konkurencija“ pristatymui Lietuvos visuomenei, pirmoje dalyje pateikiamas D.Britanijos tarptautinės vartotojų organizacijos „Consumers International“ parengtos ataskaitos, apimančios 14-os Europos Sąjungos šalių tyrimo rezultatus, įskaitant ir Lietuvą, vertimas. Antroje dalyje pateikiama gautų duomenų lyginamoji kainų analizė, žvelgiant iš Lietuvos vartotojų perspektyvos. Trečia dalis, kurioje pateikiami viso projekto originalūs duomenys apie rašalinių spausdintuvų kasečių, paracetamolio ir benzino kainų tyrimą, pagal „Consumers International“ metodiką yra patalpinta Lietuvos nacionalinės vartotojų federacijos internetinėje svetainėje adresu: <http://www.vartotojai.info>.

Dr. Vygintas Sidzikauskas

I DALIS

PROJEKTO VADOVO „TARPTAUTINIAI VARTOTOJAI“ (CI) IR
KETURIOLIKOS ŠALIŲ NARIŲ PARTNERIŲ GALUTINĖ
ATASKAITA „VARTOTOJAI IR KONKURENCIJA“

VARTOTOJAI IR KONKURENCIJA:

TRIJŲ MAŽMENINIŲ RINKŲ VARTOJIMO GEROVĖS TYRIMAS 14-OJE EUROPOS SĄJUNGOS ŠALIŲ NARIŲ

**CONSUMERS INTERNATIONAL ATASKAITA
2007 LONDONAS-BRIUSELIS**

Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija
Vertimas į lietuvių kalbą, 2007

Apie organizaciją Tarptautiniai Vartotojai (CI – Consumers International)

Tarptautiniai Vartotojai (CI) yra išskirtinai nepriklausomas pasaulinio agitatoriaus balsas vartotojams. Jis vienija virš 220 narių organizacijų 115-je šalių galingą tarptautinį vartotojų judėjimą, siekiant apsaugoti vartotojus ir suteikti jiems galias kur jie bebūtų.

Tarptautiniai Vartotojai yra ribotos atsakomybės, ne pelno įmonė, registruota Anglijoje (Reg. Nr. 4337856)

Tolimesnės informacijos ieškokite: www.consumersinternational.org

Vartotojai ir konkurencija: trijų mažmeninių rinkų vartojimo gerovės tyrimas 14-je ES šalių narių

ISBN: 1-902391-65-9

Išleido Tarptautiniai Vartotojai 2007 m. rugsėjo mėn.

© Consumers International

24 Highbury Crescent

London N5 1RX, UK

email: consint@consint.org

www.consumersinternational.org



Šis leidinys yra dalis 2-ju metų trukmės projekto “Mažmeninės prekybos rinkos vartojimo gerovės tyrimas ES šalyse narėse” koordinuojamo Tarptautiniai Vartotojai ir įtraukusio 14 Europos vartotojų organizacijų dalyvavimą. Projektas buvo finansuojamas Europos Komisijos (DG Sanco), tačiau nebūtinai atspindi Europos Komisijos požiūrį.

KŪRĖJŲ SĄRAŠAS IR PADĖKOS

Ataskaita rašė:

Katė Skribins (Rinkos priežiūros skyrius)

Orit Dayagi-Epstein (Teisinis skyrius)

Pastabos dėl Ataskaitos maloniai buvo gautos iš:

Filo Mardseno (BIICL)

Peterio Vylano (BIICL)

Alenos Kozakovos (Which?)

Vilemin Baks (BEUC)

Dominyko Foresto (BEUC)

Bjorno Pederseno (CI)

Suzanos Natelson (CI)

Robino Simpsono

Juliano Edvardso

Ataskaitai duomenis ir pastabas teikė šie projekto partneriai:

Kipras Kipro vartotojų asociacija

Čekija Čekijos respublikos SOS vartotojų gynimo asociacija

Danija Danijos vartotojų taryba (Forbrugerradet)

Prancūzija Consommation (CLCV)

Vokietija Vokietijos vartotojų organizacijų federacija (VZBV)

Graikija Naujasis vartotojų institutas (New INKA)

Italija Europos vartojimo tyrimų regioninis techninis centras (CTRRCE)

Lietuva Lietuvos nacionalinė vartotojų federacija

Malta Vartotojų asociacija

Olandija Olandijos vartotojų asociacija

Lenkija Lenkijos vartotojų asociacija (APC)

Portugalija Portugalijos vartotojų gynimo asociacija (DECO)

Slovėnija Tarptautinis vartotojų tyrimo institutas (MIPOR)

Ispanija Mag Vartotojų studijų centras

JK Which?

JK Britų tarptautinės lyginamosios teisės institutas (BIICL)

SANTRAUKA

Konkurencijos politikos efektyvus taikymas yra gyvybiškai svarbus viso pasaulio vartotojams. Konkuruojančios rinkos atneša naudą vartotojams per jų įgalinimą gauti geriausią vertę ir bendrąjį verslo pertvarkymą gerinant efektyvumą.

Pastaruoju metu, tikėtina, kad dėl prekybos ir rinkų liberalizavimo, antikonkurencinės veiklos pritraukė augantį reguliatorių ir vartotojų dėmesį. Tai yra dėl to, kad tokios veiklos daro prekes ir paslaugas, net ir tas, kurios yra esminės pragyvenimui, brangesnėmis ir blogina jų kokybę. Vartotojų interesai siekia teisės aktų taikymo procedūras ir institucijas, kurios kontroliuoja ribojančius verslo veiksmus.

Tarptautiniai vartotojai (CI) siekia suteikti vartotojų organizacijoms gebėjimus nustatyti antikonkurencinį elgesį ir siekti jo panaikinimo. Ši ataskaita nagrinėja CI naujausią darbą – koordinuojant dviejų metų trukmės projektą, skirtą sukurti 14 Europos vartotojų organizacijų gebėjimus spręsti konkurencijos klausimus. Projekto dalyviai stebėjo konkurencijos praktiką savo šalyse:

- tirdami mažmenines benzino, paracetamolio ir rašalinių spausdintuvų kasečių kainas
- vertindami nacionalines konkurencijos sąlygas ir jų institucinį santykį su vartotojų organizacijomis.

Projektas prasidėjo 2005 m. ir didžiąja dalimi buvo finansuojamas Europos komisijos (Sveikatos ir vartotojų reikalų Generalinio Direktorato).

Rinkų tyrimo rezultatai

Paracetamolis

Daugumoje ES šalių paracetamolis yra parduodamas tik vaistinėse, be to, keliose šalių parduodami vaistai ir jų kainos nėra viešai parodomos jų pardavimo vietoje. Tokios pardavimų sąlygos riboja vartotojų pasirinkimą ir turi neigiamą poveikį Bendrosios rinkos vystimuisi. Daugeliu atvejų vartotojų organizacijos nėra įtraukiamos į sprendimų dėl bereceptinių vaistų (OTC) pardavimą priėmimą, kai tuo tarpu verslo pusės interesų atstovai ten pat kviečiami dalyvauti.

Nepatentuotas paracetamolis turi tendenciją būti reikšmingai pigesniu nei atitinkami firminiai produktai. Skaidrumo stygius pardavimo taške, nepatentuotų produktų ženklinimo ES nesuderinamumas ir žemas vartotojų pasitikėjimas nepatentuotais produktais sąlygoja tai, kad vartotojai negauna naudos iš geriausios vertės produktų.

Rašaliniai spausdintuvai

Spausdintuvų gamintojų nuosavoms rašalo kasetėms alternatyvos yra vis daugiau ir daugiau paplintančios, ir dažnai daug pigesnės. Vienok susidomėjimas jomis yra žemas, o tyrimas parodė, kad dauguma vartotojų neskaityt alternatyvas lygiavertėmis spausdintuvų gamintojų produkcijai.

Tiek tiesioginiai, tiek ir netiesioginiai faktoriai gali atstumti vartotojus nuo alternatyvų pripažinimo. Konkurencijos tarnybos turėtų nustatyti valdiklių, kuriuos spausdintuvų gamintojai naudoja kasetėse siekdami išvengti jų kopijavimo ar pakartotino kasečių naudojimo, taikymo poveikį rinkai, bei spausdintuvų garantijų sąlygas, kuriomis nustatomas originalaus firminio rašalo naudojimas.

Platesnė informacija apie lyginamuosius spausdinimo kaštus ir alternatyvių kasečių kokybę leis vartotojams daryti žinojimu paremtą geresnį pasirinkimą. Mažmenininkai turėtų atitikti tarptautinėms normoms prekybos vietose ir reklamose dėl kasečių aprašymo, leidžiančio jas tarpusavyje palyginti, pvz. nurodant atspausdinamo puslapio kainą.

Benzinas

Atrodo, kad benzino prekyba hyper- ir super- prekybos centruose turi naudingą poveikį vietinei konkurencijai. Daugelio šalių tyrimai parodė, kad kainos prekybos taškuose, esančiuose netoli nuo prekybos centrų, yra žemesnės. Tačiau kai kuriose šalyse prekybos centrai dar tik įeina į benzino prekybos rinką. Tikėtina, kad ilgalaikiu aspektu tokia prekyba turės panašų poveikį.

Greitkeliuose kainos, kaip taisyklė, yra aukščiausios. Tai galima būtų aiškinti tuo, kad vartotojas greitkelyje tampa pardavėjo laimikiu dėl riboto degalinių, kurias jis galėtų pasiekti be reikšmingesnių nepatogumų, pasirinkimo.

Teisės aktų tyrimo rezultatai

ES rėmuose nacionaliniai konkurencijos įstatymai nėra harmonizuoti ir tarpusavyje reikšmingai skiriasi. Žiūrint konkrečiai, skirtumai yra apibrėžiant vartotoją ir rinkos dominuojančią padėtį; nacionalinių vyriausybinių organizacijų, skirtų konkurencijos priežiūrai, struktūrą; vartotojų organizacijų ir pavienių asmenų teisėse ir galimybėse dalyvauti teisinėse ir savarankiškai atliekamose procedūrose; apimtimi, kuria vartotojo žala yra suprantama kaip antikonkurencinių veiksmų matas.

Vartotojų organizacijos susiduria su kliūtimis, trukdančiomis dalyvauti konkurencijos priežiūroje; kai kuriais atvejais jie išvis čia neturi jokio

vaidmens, kitais atvejais jie neturi pakankamų išteklių ar patirties veikti efektingai.

Tiek vartotojų organizacijos, tiek konkurencijos vyriausybės įstaigos turi būti suinteresuotos vartotojų skatinimu siekti naudos iš konkurencijos. Konkurencijos priežiūra santykinai yra nauja viešojo administravimo sritis daugelyje šalių, dėl to yra svarbu, kad vartotojų naudos ir vartotojų atstovavimo principai būtų pripažinti įstatymuose, o institucijos būtų atitinkamai struktūrizuotos bei patobulintos.

Tarptautiniai Vartotojai viliasi, kad konkurencijos priežiūros tarnybų ir vartotojų organizacijų bendradarbiavimas yra abipusiai naudingas. Siekiant efektyvumo toks bendradarbiavimas reikalauja veiksmų pašalinti kliūtis, su kuriomis susiduria vartotojų organizacijos, atstovaudamos savo šalininkus konkurencijos klausimuose, bei įsitikinimo, kad verslo veiksmai yra vertinami pagal jų poveikį gerinant ar menkinant vartotojų gerovę. Tai reiškia:

- Garantuoti, kad teisės aktai ir administravimas yra tinkamai pritaikyti siekti vartotojų naudos.
- Nustatyti vartotojų organizacijoms oficialias teises dalyvauti vystant ir taikant konkurencijos politiką.
- Suteikti joms gebėjimus būti efektyviomis nurodytuose vaidmenyse per treniruotes ir praktiškai jas remiant.
- Pagerinti priemones, kurių dėka atskiri vartotojai ir vartotojų organizacijos galėtų siekti žalos, atsiradusios dėl antikonkurencinio elgesio, atlyginimo.
- Remti programas, skirtas individualių vartotojų pasitikėjimui ir konkurencijos klausimų supratimui pagerinti bei tiesiant vartotojų organizacijoms kelius siekiant žalos atlyginimo, kai reguliavimo taisyklės yra pažeidžiamos.

IŽANGA

Prielaidos

Idealiame pasaulyje dėl verslo konkurencijos laimi tiek gamintojas, tiek ir vartotojas. Konkurencija dėl vartotojų pritraukimo gali sukurti ekonomikos efektyvumą, inovacijas ir geresnę produktų kokybę žemesnėmis kainomis. Šiuo atveju – vartotojai ir ekonomika laimi.

Tačiau konkurencija retai sutinkama įteisintoje aplinkoje. Ir kai vietoj to, kad siūlytų žemesnes kainas, liberalizacija veda į monopolijų ir kartelių kūrimąsi, ji paneigia vartotojų patį naudos supratimą, kurį turėtų skatinti. Todėl vartotojams, o tuo pačiu ir juos atstovaujančioms organizacijoms, esminiu dalyku yra konkurencijos skatinimas turint galvoje naudą vartotojui.

Tarptautiniai Vartotojai (CI) pastaruosius penkis metus dirbo visoje eilėje programų, skirtų konkurencijos klausimams. Pateikiamo projekto objektu buvo sukurti projekto dalyvių gebėjimus pateikti žiniomis grindžiamą vartotojų perspektyvą konkurencijai skirtose diskusijose ir derybose, tiek nacionaliniu, tiek ir tarptautiniu mastu. Projektas, įgyvendintas per daugiau nei du metus, pradedant nuo 2005 m. rugsėjo, finansuotas Europos Komisijos Sveikatos ir vartotojų gynimo generalinio direktorato (DG SANCO), paskatino vartotojų gerovės /vertinimą/ konkurencijos politikos sprendimų priėmimo 14-oje Europos šalių ir ES lygmenyje.

Projekto konkrečiu tikslu buvo laikomas žinojimo, patyrimo ir techninės ekspertizės parengimas:

- Sukuriant mažmeninės prekybos sektoriaus prekių ir paslaugų kainų, pasirinkimo ir prieinamumo tyrimus;
- Analizuojant konkurencijos politikos, procedūrų, konkurencijos įstatymo ir jo taikymo tyrimų atvejus iš vartotojų gerovės perspektyvos;
- Perduodant vartotojų lūkesčius konkurencijos tarnyboms nacionaliniu ir ES lygmenimis.

Projekto apžvalga

Keturiolika nacionalinių vartotojų organizacijų sudarė daugiašalę ir įvairių interesų priežiūros grupę, kuri buvo koordinuojama Tarptautiniai Vartotojai (CI). Šiai grupei patarinėjo konkurencijos įstatymo, tyrimo metodikos, ekonominės analizės ir vartotojų dalyvavimo konkurencijos politikoje ekspertai. Priežiūros grupė buvo įtraukta į visus pagrindinius

projekto sprendimus, tokius kaip tyrimų kriterijų ir metodikos formulavimas, siekiant, kad projektas atitiktų jam keliamiems tikslams.

Tyrimas, atliktas kaip šio projekto dalis ir pateiktas šioje ataskaitoje, yra padalintas į:

- Rinkos tyrimą ir duomenų surinkimą;
- Konkurencijos įstatymo, konkurencijos politikos ir kitų dalykų, susietų su konkurencijos potekste, analizę.

Projekto partneriai darbo eigos aptarimui turėjo betarpiškus susitikimus ir, be to, naudojo informacijos pasikeitimu elektroniniu ryšiu. Juose buvo pasidalinami nacionalinėmis perspektyvomis, tyrimo patirtimi, bei aptariamais reikalingi politikos ar procedūriniai sprendimai. Partneriai turėjo galimybę mokytis vienas iš kito, pasikeisti tarpusavyje patirtimi tęsiantis visam projektui, gaunant vertingų pastebėjimų tolimesniam vartotojų organizacijų darbui konkurencijos baruose.

RINKOS TYRIMAS

Tikslas

Rinkos tyrimo programos tikslu buvo:

- 1) apmokyti partnerių organizacijas atlikti sunkų kainų ir prieinamumo tyrimą, suteikiant natūralius gebėjimus būtinus autoritetingoms diskusijoms ir sprendimams, skirtiems konkurencijai skatinti ir jos reikšmei vartotojams didinti;
- 2) atlikti konkrečių vartojimo produktų praktinę studiją, leidžiančią įvertinti tokių produktų rinkų efektyvumą bei rinkos dalyvių veiksmus, kurie gali būti reikalingi kovojant su iškylančiomis konkurencijos kliūtimis.

Tyrimo procesas

Tyrimą sudarė keturi etapai:

- pirminė atranka:
 - mažmeninio sektoriaus kartografavimas,
 - produktų parinkimo analizė ir aptarimas,
 - pradinė 6 produktų rinkų atranka;
- bandomasis kainų ir prieinamumo tyrimas;
- pilnos apimties kainų ir prieinamumo tyrimas;
- rezultatų analizė ir išvados.

Pirminė atranka

Pirminės bandomosios atrankos tikslas buvo surinkti išeities duomenis apie mažmeninės prekybos sektorių visose partnerių šalyse ir nustatyti, kuriose iš jų yra bendro pobūdžio rūpestį keliantys klausimai dėl konkurencijos. Tuo metu partneriai dirbo kartu, siekdami nustatyti produktus, kurie reikšmingai yra artimi numatomuose palyginimuose visose šalyse. Procedūros pradžia buvo taikomas mažmeninio sektoriaus kartografavimas klausimyno pagalba, kuri lydėjo projekto produktų aptarimas ir parinkimas, ir, galop, pradinis produktų rinkų atrinkimas pagal tolimesnius klausimynus. Iš pradžių buvo apsisistota ties šešiais parinktais produktais, iš kurių galutiniam pilnam tyrimui buvo palikti trys.

Panašių produktų, tinkamų palyginimui visose 14 valstybių, nustatymas tapo iššūkiu projekto dalyviams. Sprendimui buvo panaudotas pakopinis informacijos surinkimo būdas, pradedant nuo rinkos bendro pobūdžio informacijos ir ją toliau detalizuojant, tiksliai nustatant produktus, kuriuos visi projekto dalyviai būtų pajėgūs tirti. Projekte buvo taikyti tokie parinkimo kriterijai:

- Parduodamas produktas privalėjo būti identiškoje arba labai panašioje formoje (gamintojo ženklas, specifikacija, pakuotės dydis ir pan.);

- Produktas privalėjo užimti panašią padėtį rinkoje (panašūs vartojimas ir populiarumas);
- Galimybės tyrėjams rinkti kainas kaip eiliniams pirkėjams;
- Bent vienas produktas turėjo būti prieinamas vartotojams prekybos centre (turint galvoje koncentracijos atvejus); bent vienas produktas turėjo būti prieinamas pirkimui internetu; bent vienas produktas turėjo būti prieinamas pirkimui kertant sieną; ir bent vienas produktas turėjo sukurti atvejus dėl pirkėjų natūralaus priėjimo ribojimo, ypač vartotojams kaimo vietovėse; turėjo būti tam tikras motyvas įtarimams, kad yra konkurencijos problemų bent vienoje iš partnerių šalių.

Metodika: struktūros nustatymas

Rinkos bendro pobūdžio informacijos rinkimas

Nedideli produktų ar paslaugų kainų svyravimai patys savaime nerodo ar konkurencija veikia. Kuo didesnė konkurencija rinkos viduje, tuo stipresnė bus konkurencija kainomis. Ekonomikos teorija teigia, kad idealios konkurencijos rinkoje atvejais kainos judės kaip galima arčiau ribinių kaštų, artėdamos prie beveik harmonizuotų kainų. Bet ir rinka, valdoma kartelio, kuriame pasireiškia susimokymas dėl kainų fiksavimo, taip pat eis prie vieningų kainų. Dėl to vieninga kaina gali rodyti tiek idealią konkurenciją, tiek ir absoliutų konkurencijos nebuvimą. Tad vien tik kainų nagrinėjimas nėra efektyvus keliant uždavinį nustatyti – ar konkurencija veikia, rinka nagrinėjamu klausimu turi būti apibrėžta, o po to įvertinta.

Bandomajame pratime, skirtame gauti rinkos struktūros duomenis, dažnai kildavo problemų, kadangi duomenys apie lyderius gamintojus ir jų gaminių pavyzdžius bei pardavimų apimtis nėra viešai prieinami. Kai kuriais atvejais, mažmenininkai ir prekybos subjektai galėjo pateikti tik dalinę informaciją. Kai kurie tyrėjai nustatė, kad rinkos tyrimų kompanijų turimos informacijos išigijimo kaštai netilpo į projekto samatą. Jei vartotojų patarėjai kelia sau uždavinį atlikti efektyvią rinkos analizę, priėjimas prie tikslios rinkos informacijos tampa būtina sąlyga; neturint tokios informacijos, jų patariamasis vaidmuo atsiduria pavojuje.

Požiūrio nuoseklumas

Didelei daliai vietinių tyrėjų iš 14 šalių, turinčių skirtingas realizavimo rinkas, skirtingas pakuotes, dydžius ir skirtingas valiutas, nuoseklus požiūris buvo būtinas tam, kad būtų galima surinkti palyginamus faktus. Svarbiu pasiruošimo uždaviniu tapo tikslus gamintojų ir specifikacijos, pagal kurią partneriai turėtų surinkti kainas, apibūdinimas; taip pat buvo pripažįstama, kad tyrėjai gali susidurti su nenumatytais pokyčiais tyrimo vietose.

Rinkos struktūra

Projekto dalyviai surinko informaciją apie rinkos struktūrą kiekvieno produkto zonoje. Tai buvo svarbu nustatant populiariausius gamintojus; iš kokių prekybos taškų (įskaitant internetą) žmonės perka; pardavimų būdus; konkurentų skaičių ir jų rinkos dalis; ar yra koks nors valstybės kišimasis į rinkos santykius, kitus reguliavimus ar įstatymus, ypač kur tai galėjo paveikti importą ar darė kliūtis tiekėjams įeiti į rinką. Ši informacija buvo esminė apibrėžiant pilnos apimties kainų parinkimo pavyzdžius pratimui. Nustatyta, kad kai kurie prekybos taškų ir pardavimo būdų tipai, svarbūs vienose šalyse, tačiau neegzistuoja kitose šalyse (pavyzdžiui, rašalinių spausdintuvų kasečių pardavimas internete, ar paracetamolio pardavimas prekybos centruose). Buvo svarbu, kad parduotuvių ir kitų prekybos vietų parinkimas kuo plačiau atstovautų tipiskai rinkai, būdingai visiems partneriams, ir neišeliminuočių svarbių vietinių rinkų.

Prekių gamintojų ženklų rūšys

Specifiniai paracetamolio ir rašalinių spausdintuvų gamintojų ženklai buvo pasirinkti dėl jų tinkamumo ir populiarumo visose 14 šalių. HP ir Canon kasetės yra plačiai parduojamos visose šalyse. Panadolis buvo lengvai prieinamas daugelyje šalių; tačiau tyrimo eigoje paaiškėjo, kad Vokietijoje, Prancūzijoje ir Ispanijoje gali būti tiriami ir kiti gamintojai, kadangi Panadolis buvo prieinamas nepakankamame skaičiuje prekybos taškų. Benziniui individualūs gamintojų ženklai pagal nacionalinius variantus nebuvo nustatyti, kadangi tyrimas nekėlė sau uždavinio palyginti gamintojus. Vietoj to, partneriai buvo prašomi parinkti kainas tiek pagrindiniams prekių ženklu, tiek ir smulkesniems prekių ženklu.

Geografinė vieta

Benziniui buvo be galo svarbu ištirti rinką pagal kaip galima platesnį geografinį vietovių pasiskirstymą (miesto, priemiesčių, kaimo, greitkelių ir netoli nacionalinių pasienių). Paracetamolio tyrimas apėmė galimus skirtumus tarp produkto prieinamumo ir kainų miestuose ir kaimuose. Vietovės tipas neturėjo didelės reikšmės spausdintuvų kasečių rinkoms.

Prekyba internetu

Rašalinių spausdintuvų ir paracetamolio rinkų turinys skirtingose šalyse buvo labai nevienodas. Todėl tyrime buvo numatyta internetinių parduotuvių atranka ir, kur tai buvo įmanoma, pilnai įvykdyta.

Metodika: būdingi produktai

Paracetamolis

Nacionalines rinkas buvo galima padalinti į dvi pagrindines grupes: šalis, kuriose paracetamolio pardavimas buvo leidžiamas tik vaistinėse (daugumai dalyvių) ir šalis, kuriose paracetamolį be vaistinių papildomai buvo galima įsigyti ir kituose prekybos taškuose, kaip prekybos centruose, mini-prekybos parduotuvėse ar kioskuose. Šių skirtumų pasekmėje partneriai, projektuodami atskirą pavyzdžių sandarą kiekvienai rinkos struktūrai, pasiskirstė į dvi grupes. Abejais atvejais tyrimo objektu buvo 20 tablečių dydžio Panadolio (ar pirmaujančio pagal populiarumą ir plačiausiai prieinamo rūšinio paracetamolio) pakuotės kainų ir prieinamumo palyginimas su nerūšinio (generic) tokio pat poveikio cheminės kompozicijos 500 mg¹ pakuotės kainomis ir prieinamumu.

Šalyse, kuriose paracetamolio pardavimas buvo leidžiamas tik vaistinėse, kainos buvo renkamos vaistinių tinkluose ir nepriklausomose vaistinėse miestuose, priemiesčiuose ir kaimuose, bei internete, kur tai buvo įmanoma, tiek Panadoliui (ar kitam patentuotam lyderiui), tiek ir nerūšiniams pakaitalams. Jei paracetamolis galėjo būti įsigyjamas keliuose prekybos taškuose, kainos buvo renkamos iš farmacinių tinklų, nepriklausomų vaistinių, prekybos centrų ir vietinių parduotuvių miestuose, priemiesčiuose, provincijoje bei internetu, kur tai buvo įmanoma.

Rašaliniai spausdintuvai

Buvo tiriami Hewlett Packard - HP45 ir Canon - BCI24 spausdintuvų gamintojų savos gamybos juodo rašalo kasečių kainos ir kasečių prieinamumas lyginant su alternatyvinėmis juodo rašalo kasetėmis, parduodamomis su kitais prekiniais ženklais, ar nefirminėmis kasetėmis. Kainos buvo parenkamos abiems spausdintuvų prekiniais ženklams ar alternatyvoms kompiuterių bei elektros prietaisų parduotuvėse, prekybos centruose, ofisų įrangos parduotuvėse, internete (kur tai buvo įmanoma) ir specializuotose rašalo kasečių parduotuvėse (kur tokios egzistavo).

Benzinas

Kainos buvo renkamos be švino, 95 oktaninio skaičiaus benzinui įvairaus pobūdžio vietovėse. Paprastai kiekvienoje vietovėje buvo parenkamos penkios kainos, nors kai kuriose vietovėse tai buvo neįmanoma dėl pernelyg mažo degalinių skaičiaus. Tokiais atvejais buvo tirama tiek, kiek įmanoma. Kainos buvo parenkamos iš kiekvienos šalies dviejų pagrindinių benzino degalinių tinklų, dviejų mažesnių tinklų benzino degalinių ir prekybos centrų kiemų miestuose,

¹ Kainos buvo parinktos 20 tablečių dydžio paracetamolio pakuotėms. Šalyse, kuriose toks pakuotės dydis nebuvo prieinamas, nurodančios kainos šioje ataskaitoje buvo perskaiciuojamos dėl šalių tarpusavio palyginimo.

priemiesčiuose ir kaimų vietovėse, greitkeluose, šalių pasieniuose (jei tai buvo aktualu).

Tyrimo laikas

Paracetamolio ir rašalinių spausdintuvų kainos buvo parenkamos dviejų savaitių laikotarpyje nuo 2006 m. rugsėjo 25 d., pirmadienio, iki spalio 8 d., sekmadienio. Turint galvoje, kad benzino kainos kinta labai greitai, visos kainos buvo surinktos per vieną dieną, 2006 m. spalio 9 d., tarp 12:00 ir 18:00 valandos.

Pagrindinės išvados

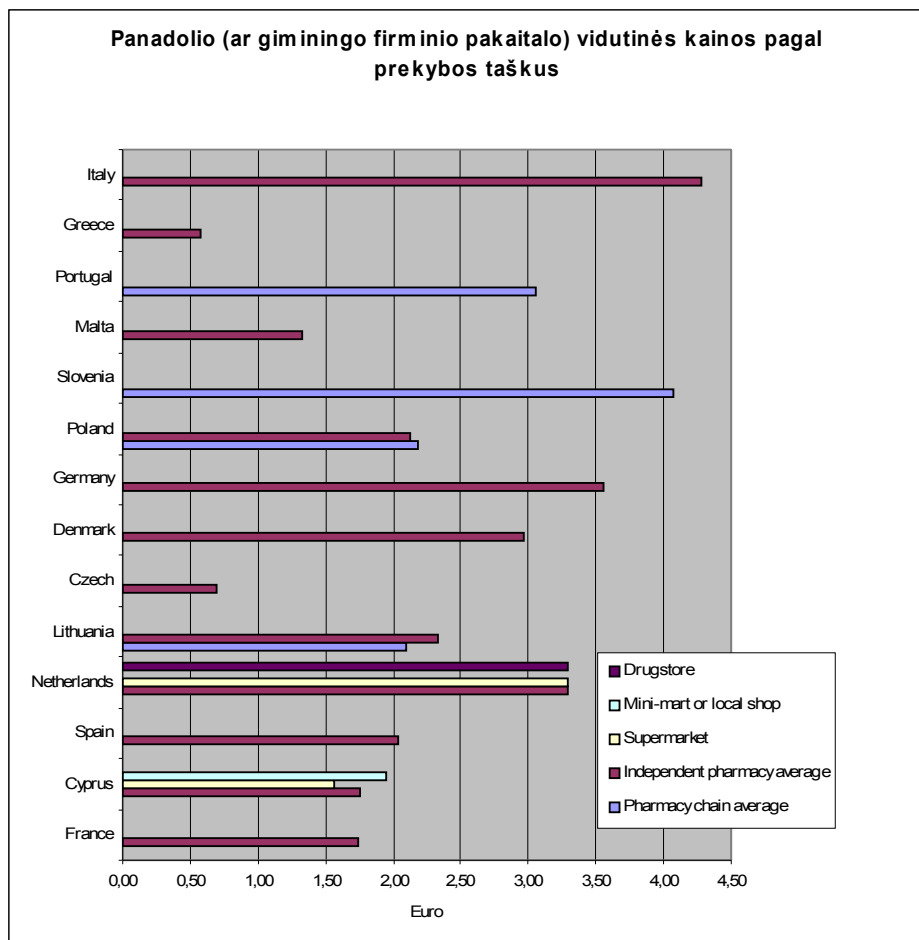
Paracetamolis

Paracetamolis yra vienas iš pagrindinių produktų, kuriuos dauguma vartotojų gali pirkti visiškai atsitiktinai. Tyrimas buvo skirtas nustatyti ar priėjimas prie vaistų ir/ar jų kainos tarpusavyje skiriasi miestuose ir kaimo vietovėse. Nors paracetamolis visose dalyvavusiose tyrimuose šalyse yra parduodamas be receptų, kai kuriose jo prieinamumas buvo įmanomas tik vaistinėse, kai tuo tarpu kitose jo prieinamumas papildomai buvo galimas įvairiuose mažmeninės prekybos taškuose, įskaitant prekybos centrus. Skirtingos mažmeninės prekybos struktūros ir reguliavimo aplinka (pagal nereceptinių vaistų pardavimus, vaistinių licencijavimą, prekybą internetu) gali veikti tiek prieinamumą, tiek ir kainas.

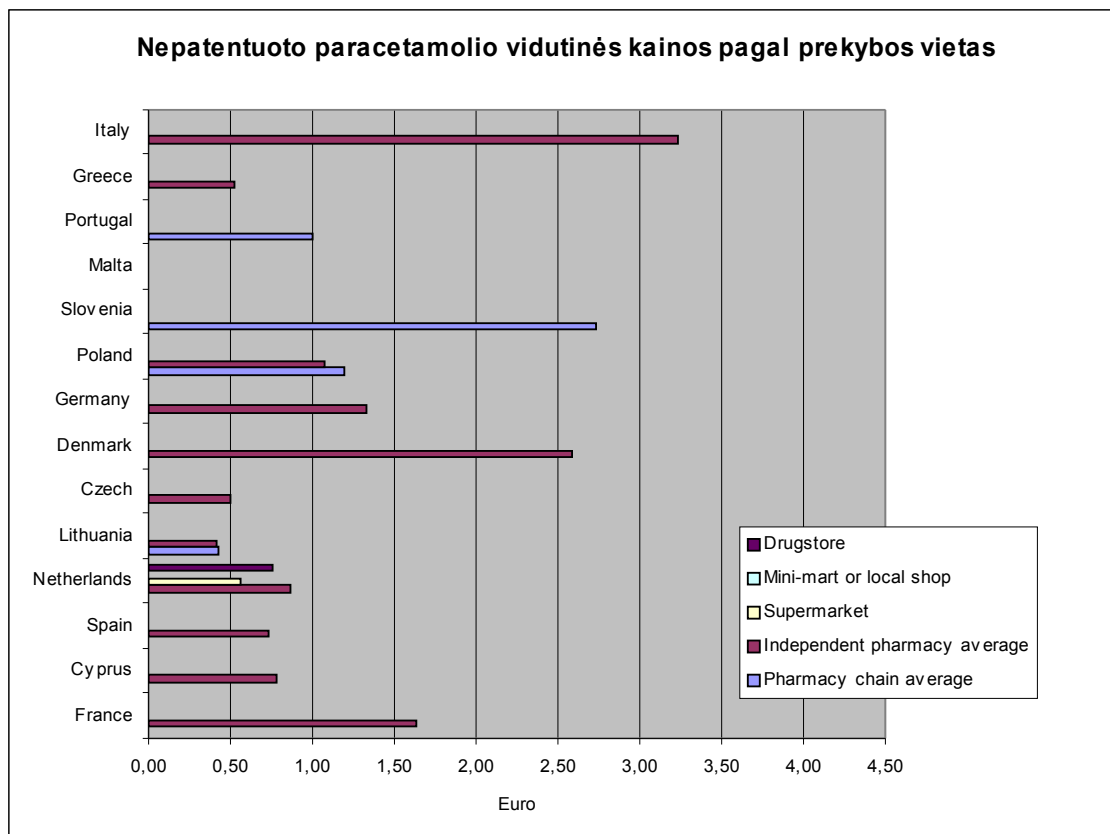
Nerūšinis (generic) paracetamolis yra pigesnis, nei rūšinis (patentuotas), tačiau vartotojai yra linkę pirkti rūšinius produktus

Tyrimu nustatyta, kad aštuoniose šalyse iš keturiolikos nerūšinio paracetamolio kaina tesudarė pusę panadolio kainos, o kai kuriais atvejais sutaupymai galėtų būti dar didesni. Nežiūrint šių reikšmingų kainų skirtumų, vartotojai nebūtinai perka nerūšinį vaistą, kurio aktyviosios dedamosios yra tokios pat kaip ir rūšinio. Tik Olandija ir Vokietija buvo tos šalys, iš kurių buvo galima gauti rinkos duomenis, pagal kuriuos buvo nustatyta, kad nerūšinių vaistų dalis rinkoje buvo didesnė nei tokių pat rūšinių vaistų. Tai iškėlė klausimus, kaip būtų galima pasiekti nerūšinių vaistų pardavimo dalies augimą kitose šalyse. Pažymėtina, kad farmacinės kompanijos nerodė noro pateikti informaciją nevyriausybinėms organizacijoms arba tokios informacijos gavimas buvo neįmanomas be nepriimtinių kaštų.

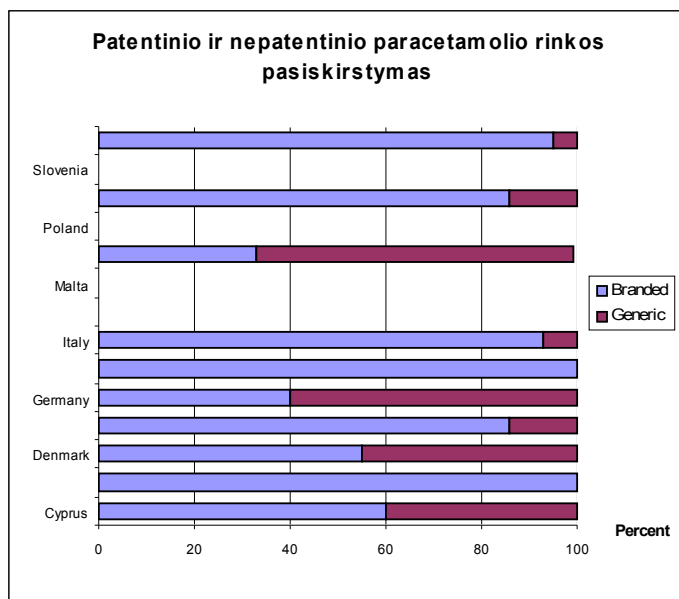
Tarp miesto ir kaimo vietovių nebuvo nustatyta esminių skirtumų paracetamolio kainose ir prieinamume.



Pav. 1



Pav. 2



Pav. 3

Bendroji rinka ?

Tyrimas parodė, kad paracetamolio rinkos daugumoje yra nacionalinės. Rinkos struktūros žymiai kinta pagal vartotojų įpročius (pavyzdžiui, Lenkijoje labai paplitęs „savarankiškas“ gydymasis, todėl vaistų betarpiškas pirkimas yra stipriai išreikštas; tuo tarpu Prancūzijoje labai mažai paracetamolio parduodama be gydytojų receptų). Vartotojų elgesys taip pat gali būti sąlygojamas visuomenine sveikatos sistema ir valstybės parama. Vaistų prekyba pasieniuose yra nereikšminga – vaistų, kurie paprastai nėra dažni pirkiniai, santykinai žemos kainos lemia, kad pirkimai kertant sieną neturės pranašumų, atsižvelgiant į vienkartinio jų pervežimo kaštus. Skirtumai tarp šalių pagal tai, kaip yra prekiaujama paracetamoliu, turi didesnę poveikį, nei pasienio prekybos atvejai.

Nacionalinio reguliavimo skirtumų įtaka rinkai

Pradiniame bendrų klausimų tyrimo etape beveik visi projekto dalyviai pažymėjo apie susirūpinimą rinkų sąžiningumu. Nors visumoje paracetamolis buvo prieinamas labai panašiais pavidalais (aktyvūs ingredientai, stiprumas, tirpus/netirpus, pakuotės dydis) partnerių šalyse buvo identifikuoti įvairūs prekybos metodai.

Svarbiausi skirtumai buvo nustatyti tarp šalių, kuriose paracetamolis buvo prieinamas **tik vaistinėse**, ir šalių, kuriose jis buvo papildomai prieinamas **parduotuvėse**, tokiose, kaip prekybos centrai, mažos krautuvėlės ir kioskai.

Lentelė 1

Paracetamolio pardavimo metodai

	Paracetamolis parduodamas tik vaistinėse	Apribojimai pardavimams ne vaistinėse	Kainų kontrolė?
Kipras		Tik Panadolui	Nėra
Čekija	Taip		Maks. kaina fiksuota, didelė konkurencija
Danija		Tik 10-pakuotei	Taip vaistinėse
Prancūzija	Taip		taip
Vokietija	Taip		Ne
Graikija		Tik receptiniams	Taip vaistinėse
Italija		Tik esant kvalifikuotam	Kai kuriais atvejais

	vaistininkui	
Lietuva	Taip	Ne
Malta	Taip	Ne
Olandija	Tik mažoms pakuotėms	
Lenkija	Tik iki 12-pakuotei	Ne
Portugalija	Tik įgaliotos parduotuvės	Ne
Slovėnija	Taip	Taip
Ispanija	Taip	Ne

Kai kuriose šalyse paracetamolio pardavimų kontrolė neseniai buvo sumažinta ar tokie pardavimų pasikeitimai yra numatomi taikymui netrukus. Nereceptinių vaistų rinkos liberalizacija yra svarbi išdava vartotojams. Tačiau šio tyrimo dalyviai pranešė, kad nors ir daug interesų grupių buvo įtrauktos į vaistų politikos svarstymus, vartotojų perspektyva nebuvo pakankamai atstovauta. Derybose dėl aktualių pakeitimų vaistų prekybos reguliavime dažniausiai dominuojanti būdavo farmacijos pramonė. Pavyzdžiui:

- Slovėnijoje farmacininkai įnirtingai pasipriešino nereceptinių vaistų prekybos išplėtimui ne vaistinėse. Nacionalinės vaistų agentūros paruoštas 230 vaistų sąrašas pardavimams kituose prekybos taškuose buvo sumažintas iki 17 specialios komisijos sprendimu (ši diskusija nebuvo vieša). Nei vienas iš sąrašinių 17 vaistų neličia paracetamolio. Pažymėtina, kad buvo pasiūlymų uždrausti net vaistažolių arbatų pardavimą už vaistinių ribų.
- Vokietijoje farmacininkai panaudojo įvairias teises priemones, kas sutrukdytų sprendimui leisti Doc Morris, Olandijoje registruotam vaistų tinklui, atidaryti parduotuves. Doc Morris ketino siūlyti iki 30 proc. mažesnes kainas, lyginant su tradiciniais Vokietijos vaistininkais.
- Čekijos Respublikoje Vaistininkų Rūmai 2006 m. buvo nubausti dėl antikonkurencinių nuostatų, kuriomis stengėsi išvengti nereceptinių vaistų reklamos nurodant kainas, įtraukimo į savo profesinį kodeksą.
- Lenkijoje farmacininkai naudojo lobizmą dėl draudimo vaistų pardavimui internete ir, be to, ribojant vaistinių skaičių, veikiančių konkrečiame rajone.
- Maltoje vyriausybė neseniai nusprendė nedidinti ribojimų farmacijos licencijoms, nors tokiam sprendimui viešai pasipriešino vartotojų organizacijos.

Kitas nereceptinių vaistų rinkos reguliavimo rūpestis yra **pardavimai internete**. Vaistai internetu yra leidžiami Maltoje, Olandijoje, Lenkijoje,

Danijoje, Vokietijoje ir Slovėnijoje. Vokietijoje paracetamolio pardavimai yra galimi tik vaistinėse ir gali būti nusiperkami per vaistinių tinklalapius tuo iššaukiant kai kuriuos pradinius prieštaravimus. Visose kitose projekte dalyvavusiose šalyse pardavimai per šalyse registruotus tinklalapius yra neleidžiami.

Lentelė 2

Paracetamolio pirkimo internete galimybės	
Kipras	Nėra
Čekija	Nėra
Danija	Yra
Prancūzija	Nėra
Vokietija	Yra
Graikija	Nėra
Italija	Nėra
Lietuva	Nėra
Malta	Yra
Olandija	Yra
Lenkija	Yra
Portugalija	Nėra
Slovėnija	Yra
Ispanija	Nėra

Vartotojų pasirinkimas

Kyla klausimas, kodėl nefirminis paracetamolis nėra populiarus tarp vartotojų? Tyrimas perša išvadą, kad esminė tiekimo rinkos (konkurencijos) problema yra ta, kad pasirinkimas yra ribojamas paracetamolio **parodymo būdu ir prieinamo sąlygų nustatymu**.

Prancūzijoje nereceptiniai vaistai nėra išdėliojami lentynose, o laikomi už prekystalio. Vaistininkas stengiasi daryti pasiūlymus ir vartotojas nėra tikras, kad yra pigesnė nefirminių vaistų alternatyva. Nefirminis paracetamolis neregistruojamas nefirminių vaistų sąrašė (t.y. sąrašė vaistų, kurie tenkina patentinio paracetamolio poveikio formulę), kadangi jis neturi patento. Tai gali veikti vartotojo supratimą apie pakaitalus kaip nepripažįstamus gamintojų su prekiniais ženklais. Taip pat dalis vartotojų paracetamolį gali įsigyti pagal receptus, todėl gydytojas turi lemiamą įtaką pasirenkant prekės ženklą. Kadangi priėjimas prie pakaitalų yra ribojamas dar ir tuo, kad jie nerodomi ar dėl ribojimo juos

parduoti už vaistinės ribų, lieka nedaug būdų sušvelninti tokio poveikio galimą įtaką.

Maltoje gydytojų rekomendacijos, neskatinančios ieškoti pigesnių alternatyvų daro, didelę įtaką vartotojams. Be to, išskyrus vaistines, vartotojai neturi prieigos paracetamoliiui kituose prekybos taškuose.

Vokietijoje paracetamolis laikomas už prekystalio. Vartotojai negali matyti pasiūlos pasirinkimo ar kainų. Todėl vaistininkas daro pasirinkimą vartotojo vardu, išskyrus atvejus, kai vartotojas prašo žinomo prekinio ženklo vaistų.

Lietuvoje vaistų kainos vaistinėse nėra atvirai skelbiamos.

Kipre panadolis yra vienintelis prekinis ženklas, parduodamas vaistinėse. Prekybos centrai ir savitarnos parduotuvės/kioskai tapo populiariomis paracetamolio pirkimo vietomis, dėl to nieko nėra stebėtino, kad panadolis dominuoja rinkoje.

Graikijoje vienintelis prekinis ženklas, kuris gali būti parduotas vaistinėse, yra tik Depon.

Apribojimai bei įvairi vaistų importo politika taip pat gali daryti įtaką nefirminių vaistų įėjimui į rinką. Pavyzdžiui, Maltoje importuojamų vaistų registravimo kaštai dėl reikalavimų suderinti su ES reikalavimais gali atbaidyti tiekėjus nuo nefirminių produktų pristatymo.

Vartotojų supratimas apie paracetamolio su prekiniu ženklu ir jam alternatyvaus paracetamolio skirtumus yra svarbus, siekiant pasitarnauti jų pirkinio pagrįstam pasirinkimui. Kai kurie iš aukščiau aptartų faktorių yra reikšmingi formuojant vartotojų nuomones ir lūkesčius. Šalyse, kuriose paracetamolis yra ribojamas pardavimu tik vaistinėse, ir kuriose prekės nėra rodomos pirkėjui, vartotojai gali būti daugiau linkę ieškoti ar sekti vaistininko bei gydytojo rekomendacijomis. Šių profesionalų įprastos rekomendacijos, skirtos produktams su vardiniais prekiniais ženklais, gali sumažinti pasitikėjimą pigesnių alternatyvų kokybe, net jei jos yra identiškos praktiniams poreikiams ir toliau pakurstyti 'numatytam' pirkimui tokio pat rūšinio nereceptinio vaisto. Dar daugiau, dauguma rūšinių nereceptinių vaistų yra plačiai reklamuojami, kai tuo tarpu nerūšiniai – ne; nesant kitokių efektyvių rekomendacinių šaltinių tai turi reikšmingą įtaką vartotojų pasirinkimui dėl pirminių.

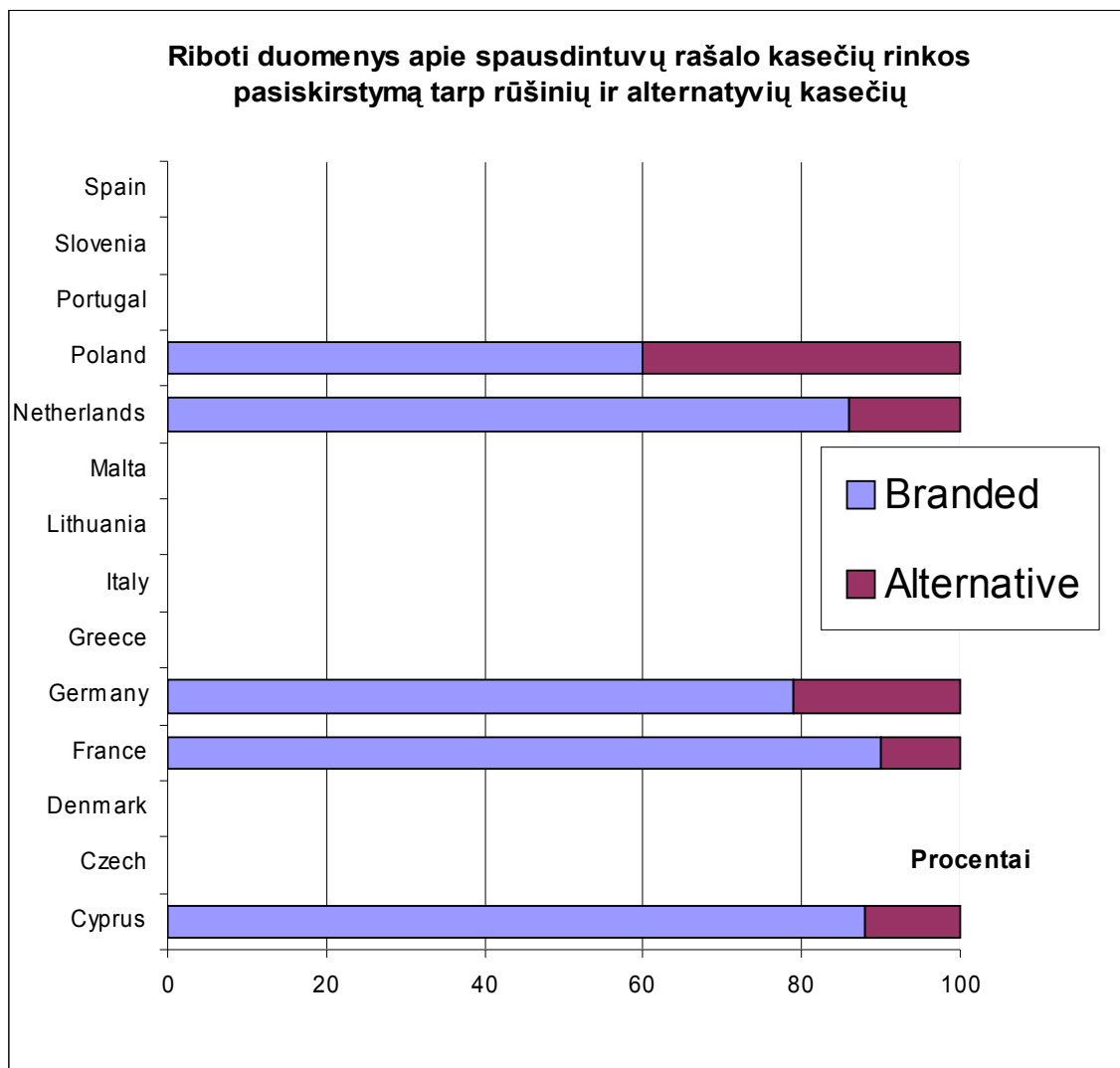
Spausdintuvų rašalas

Buvo tiriamos rašalą išpurškiančių spausdintuvų kasečių rinkos, kadangi parengiamasis tyrimas iškėlė rūpimus klausimus dėl produktų galimo pririšimo (t.y. spausdintuvų gamintojų siekis susaistyti pirkėją naudoti tik jų kasetes). Tyrimas siekė nustatyti kitų rūšinių kasečių (ir nerūšinių produktų) prieinamumą per įvairiausius paskirstymo kanalus

(specializuotos kasečių parduotuvės, prekybos centrai, internetas), o taip pat kainų skirtumus.

Rinkos dalis

Daugelyje šalių projekto dalyviai nustatė, kad neįmanoma gauti informacijos apie rašalinių spausdintuvų kasečių rinkos struktūrą. Gamintojai nerodė noro pateikti tokią informaciją ir, be to, ji nebuvo prieinama kur nors kitur, net nežiūrint energingų paieškų. Tai išryškina svarbią bendrą vartotojų organizacijų problemą stebint konkurenciją, nustatant rinkas, kurios netarnauja vartotojų interesams, ir siekiant atitinkamų veiksmų iš konkurencijos tarnybų.



Lenkijos duomenys remiasi skaičiavimais

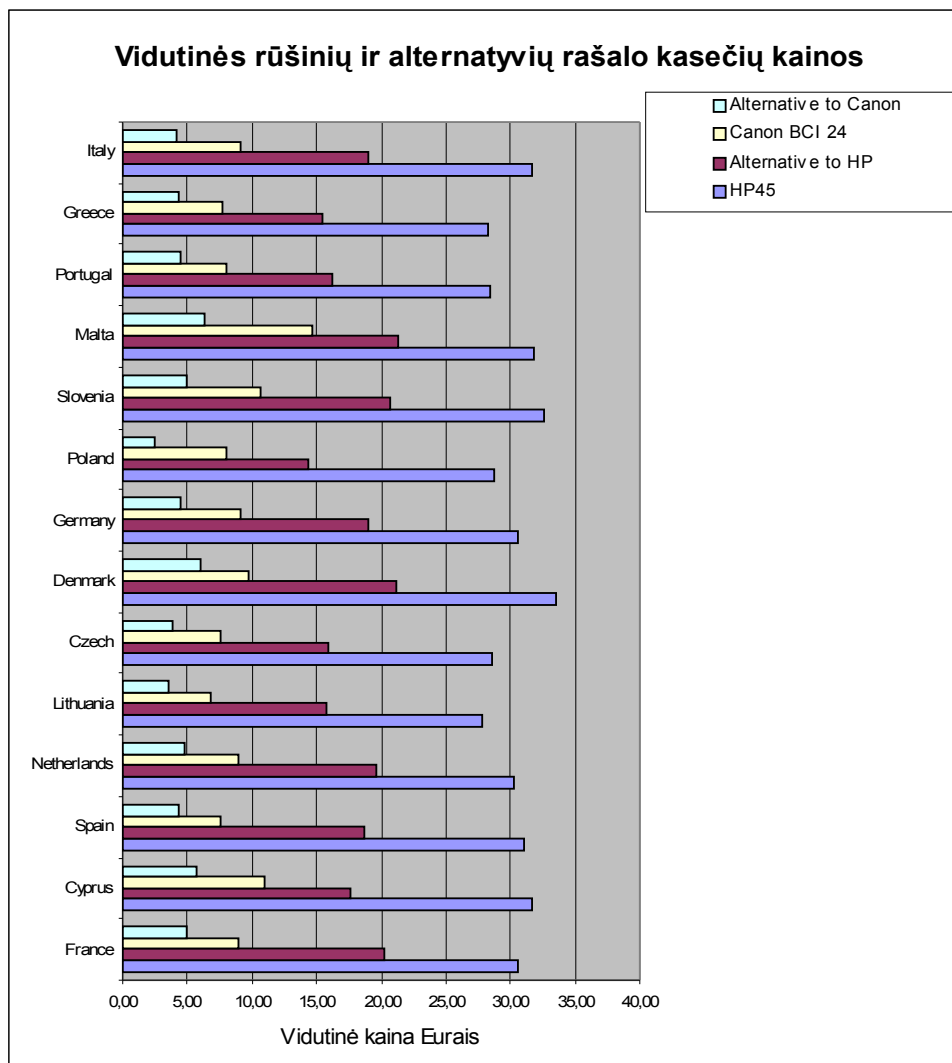
Pav. 4

Rašalinių spausdintuvų kasečių pardavimai nėra suvaržyti ir pradiniu tyrimu nustatyta, kad jų buvo galima įsigyti įvairiuose prekybos

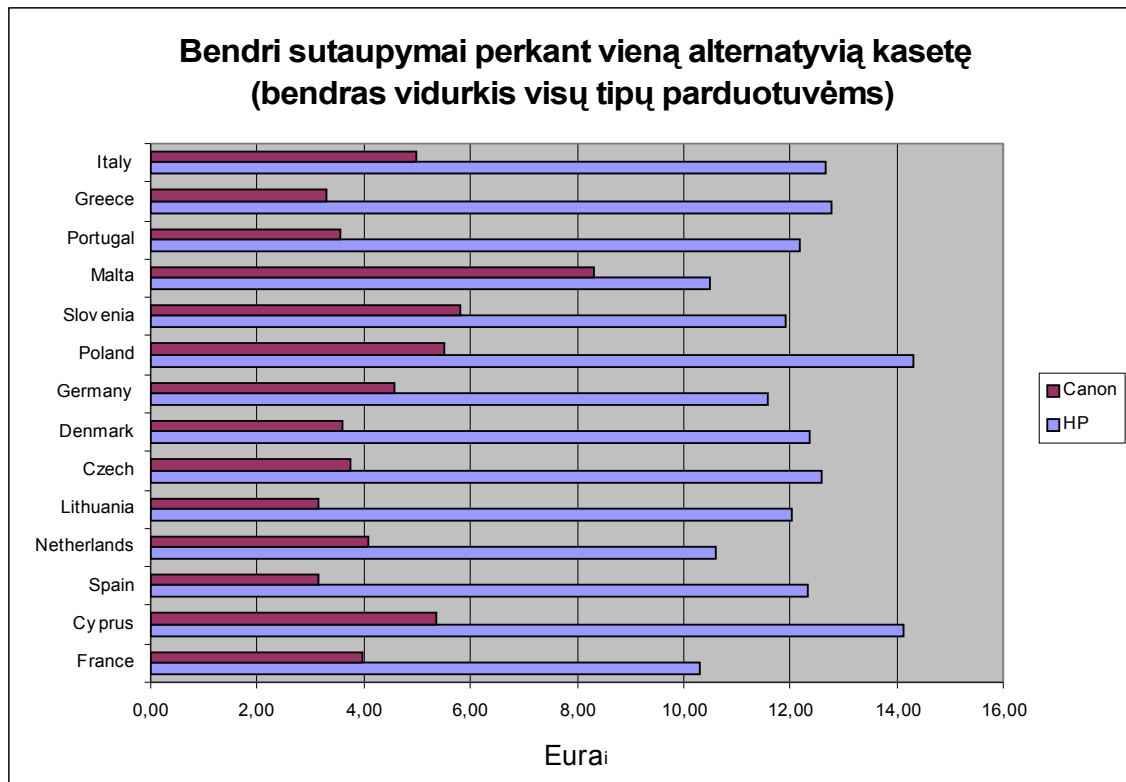
taškuose, įskaitant kompiuterių parduotuves, ofisų aprūpinimo parduotuves, prekybos centrus ir populiarijančiose specializuotose kasečių parduotuvėse. Pažymėtina, kad Hewlett Packard (HP) ir Canon nuosavų kasečių alternatyvas lengvai galima rasti beveik visose šalyse.

Pakaitalai, kaip taisyklė, kaštuoja mažiau nei pačių spausdintuvų gamintojų kasetės.

Rinkos analizė visose 14-oje šalių nustatė pagrindinius kainų skirtumus. Tiek HP ir Canon kasečių alternatyvos dažniausiai buvo pigesnės perpus. Paveiksluose 5 ir 6 lyginamos spausdintuvų gamintojų ir joms alternatyvių kasečių vidutinės kainos.



Pav. 5



Pav. 6

Vidutiniai sutaupymai buvo tarp 10 ir 14 Eurų perkant vieną HP kasetę ir tarp 3 bei 6 Eurų perkant vieną Canon kasetę. (HP kasetės tūris yra 42 ml, kai Canon yra 8 ml.) Alternatyvių kasečių rašalo tūris daugiausia buvo toks pat, nors Lenkijoje ir Prancūzijoje tūris galėjo būti skirtingas. Darant prielaidą, kad per metus sunaudojama dvi HP kasetės ir rašalo tūrį ekvivalentiniu 5,25 Canon kasečių tipui, sutaupymai dėl alternatyvių kasečių naudojimo galėtų būti 20-28 Eurai HP kasetėms ir 31-63 Eurai Canon kasetėms per metus. Neseniai D.Britanijoje atliktoje **Which?** Studijoje /Rašalo kasetės, Which?, 2006, vasaris/ apskaičiuota, kad spausdinant su Canon spausdintuvu vieną fotonuotrauką ir keturis teksto puslapius per savaitę per tris metus naudojant Canon nuosavų kasečių alternatyvas sutaupymai gali siekti 121 Britų svarų (180 Eurų).

Ar kaina atspindi kokybę ?

Šioje studijoje nagrinėtose paracetamolio ir benzino rinkose konkuruojančių produktų kokybės klausimai nekėlė rūpesčio, nes praktiniame naudojame tokie produktai yra lygiaverčiai. Bet vartotojai gali turėti priežasčių rūpintis kokybės skirtumais dėl rašalinių spausdintuvų kasečių. Kai kurių vartotojų organizacijų atlikti bandymai ir apklausos pateikė kokybės skirtumus rodančius rezultatus. **Which?** /Rašalo kasetės, Which?, 2006, vasaris/ D.Britanijoje nustatė, kad spausdintuvų gamintojų rūšinės kasetės dirbo puikiai; daug alternatyvių

kasečių veikė beveik taip pat puikiai, tik su šiek tiek prastesniais rezultatais. **Altroconsumo** Italijoje ir kolegos Portugalijoje, Ispanijoje bei Belgijoje apklausė 2000 vartotojų keturiuose šalyse ir nustatė, kad tik 37 proc. iš apklaustųjų savo spausdintuvų gamintojų kasetėms panaudojo alternatyvias, tačiau du trečdaliai iš jų buvo patenkinti spausdinimo kokybe /Altroconsumo Leidinys 196, 2006 rugsėjis/. **Siftung Warentest** Vokietijoje /Bandymai, 2006 birželis/ nustatė, kad nors alternatyvios kasetės gali kainuoti iki trečdaliao originalių kasečių kainos, alternatyvių kasečių darbas dažnai nėra be trūkumų.

Yra ir kitų faktorių, darančių įtaką spausdinimo kokybei, kaip *spausdintuvo tipas* (modelis kiekvienos rūšies viduje) ir spausdintuve naudojamo *valdiklio tipas*. Pavyzdžiui, jei kokia nors HP kasetė yra naudojama dviejuose skirtingų modelių HP spausdintuvuose, panašu, kad naudojamas rašalas bus skirtingas. Spausdintuvo valdiklio skirtumai gali turėti tokį pat poveikį. Šie faktoriai labai apsunkina vartotoją, priimant sprendimą apie lyginamąją pinigų vertę už daiktą.

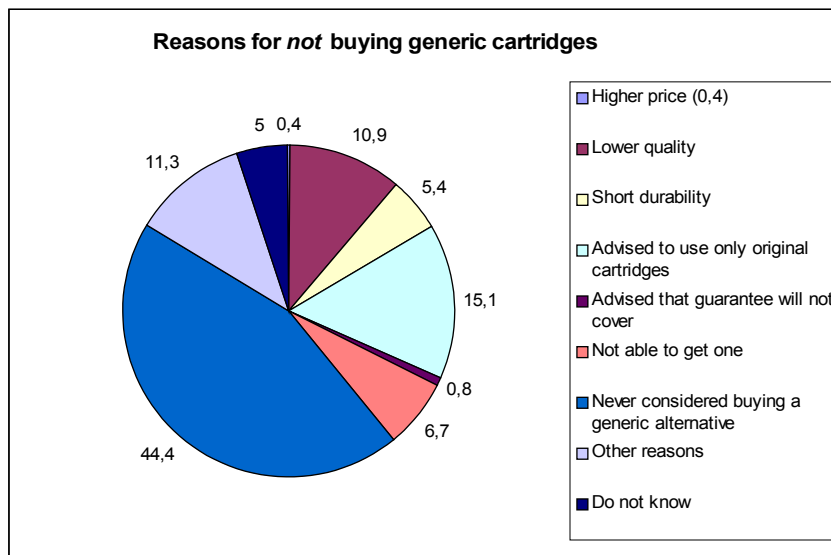
Standartizuotos informacijos apie puslapio atspausdinimo kainą suteikimas galėtų pasitarnauti vartotojų geresniam pasirinkimui, bet tokia informacija turėtų būti idealiai pateikta kiekvienam spausdintuvo modeliui ir programinės įrangos, kurią konkretus spausdintuvas gali naudoti, visumai. Tarptautiniu mastu priimtinos įvertinimo metodikos yra prieinamos rašalui (ISO/IEC 24711:2006). Tarptautiniai Vartotojai norėtų matyti kasečių gamintojų įpareigojimus pateikti rašalo naudojimo rodiklius pagal šį dokumentą.

Standartai pateikia 'pagal kokybę perskaičiuotus' naudojimo kaštus, bet juose nėra įtraukta spausdinimo kokybės įvertinimas puslapio atžvilgiu. Akivaizdu, kad vis dar sunku rasti kelius vartotojams rūpimiems atsakymams apie galimą nurodytų skirtumų įtaką spausdinimo kokybei, kaip ir pačių kasečių ilgalaikio poveikio spausdintuvams aspektams. Reklama ir kita rinkodaros informacija retai yra neutrali ir objektyvi. Tai, kad reikia paskatinti vartotojų domėjimąsi apie alternatyvias kasetes nėra spausdintuvų gamintojų bei, gal būt, kai kurių mažmenininkų, interesuose. Vartotojų organizacijos skelbia periodinius bandymais paremtus vertinimus, ką taip pat daro ir dauguma komercinių žurnalų (nors pagal vėliausiai skelbtas apklausas, jų objektyvumas yra abejotinas).

Šiandien faktai teigia, kad daug vartotojų išvis nežino ar negalvoja apie pakaitalų spausdintuvų gamintojų kasetėms pirkimą. Be to, alternatyvios kasetės nėra plačiai prieinamos vartotojams. Pavyzdžiui, Prancūzijoje, tyrėjai turėjo sunkumų ieškodami alternatyvių kasečių parduotuvėse, nors specializuoti ir internetiniai prekybos taškai plečiasi.

Danijos vartotojų taryba apklausė 692 vartotojus reprezentaciniuose vartotojų viešos nuomonės tyrimuose 2007 m. sausį ir nustatė, kad beveik pusė tų, kurie neperka alternatyvių kasečių, niekada apie jas nėra

galvoje (Danijos vartotojų tarybos vidinis pranešimas). Kitos alternatyvių kasečių nepirkimo priežastys yra nurodytos Paveiksle 7, žemiau:



Pav. 7

Kliūtys konkurencijai

Tyrimas nustatė visą eilę galimų kliūčių konkurencijai atbaidančių vartotojus nuo alternatyvių kasečių pirkimo. Kai kurios iš jų atrodo sąmoningu spausdintuvų gamintojų mėginimu apriboti konkurenciją savo turimoje rinkoje. Tokiais antikonkurencinių veiksmų požymiais galima nurodyti:

- Į spausdintuvus ir/ar kasetes įmontuojami technologiniai įrenginiai – valdikliai (lustai), padarantys alternatyvių kasečių gamybą ar naudojimą apsunkinta bei brangia. Tai gali pažeisti 2002 metų Europos Parlamento sprendimą, draudžiantį tokių techninių kliūčių taikymą; **Consumentenbond** (Olandijos vartotojų organizacija, dalyvaujanti tyrime) numato iškelti šį atvejį Olandijos konkurencijos tarnyboje.
- Spausdintuvų garantijų sąlygos, kuriose įtraukiama nuoroda, kad kitų gamintojų kasečių padaryta žala nebus atlyginama. Žalos rizika gali būti nereikšminga, bet garantijos straipsnis gali padaryti neįmanomą pasirinkimo bandymus ne tik garantijos laikotarpiu, bet ir ilgai po jo.

Benzinas

Benzino tyrimas buvo atliktas dėl dalies vartotojų organizacijų susirūpinimo dėl konkurencijos suvaržymų, vykstančios rinkos koncentracijos, dominuojančios padėties piktnaudžiavimų ir/ar atviro

kainų fiksavimo susitarimų ar numanomo samokslo. Čia buvo kai kurie susirūpinimai dėl kainų ir konkurencijos greitkeluose stygiaus ir apie tai, kaip (ir kaip greitai) žalios naftos kainų pokyčiai yra matomi degalinėse.

Iš esmės benzino rinka savo prigimtimi yra pažeidžiama slaptais susitarimais – dėl vienalyčio produkto, skaidrių kainų, kurias lengva pritaikyti, panašių kompanijų ir didelių įėjimo į rinką kliūčių.

Projekto dalyvių šalyse buvo atlikta daug konkurencijos tyrimų benzino rinkoje (pavyzdžiui, įrodant antikonkurencinį elgesį Lietuvoje, Čekijos Respublikoje, Danijoje ir Kipre). Šis projektas vykdė palyginus nesudėtingą tyrimą, siekdamas momentinės kainų skirtumų nuotraukos konkrečią dieną, atsižvelgiant į kainų skirtumus nedidelėse apylinkėse ir tarp vietovės tipo (miesto, kaimo ir pan.). Kur tai buvo įmanoma, buvo atsižvelgiama į kainas greitkelių ir pasienių vietoves.

Daugelyje šalių buvo nustatyta nežymi vietinė kainų konkurencija.

Kiekvienos šalies rinkoje dominuoja nuo vienos iki penkių pagrindinių kompanijų. Yra požymių apie nereikšmingus nacionalinių kainų skirtumus, bet konkurencija pasireiškia tik vietinėse apylinkėse. Benzino pardavimas hyper ir super prekybos centruose, atrodo, turi teigiamą efektą vietinei konkurencijai – kainos dažniausiai buvo žemesnės esant betarpiškai prekybos centrų kaimynystei. Kai kuriose šalyse prekybos centrai tik dar įžengia į naftos produktų rinką, tačiau ilgalaikiu aspektu tai gali turėti panašų poveikį.

Greitkeluose benzino kainos, dažniausiai, yra didžiausios. Tai gali būti dėl to, kad vartotojai yra 'prirakinami' ir neturi pasirinkimo pasukti iš greitkelio ieškant pigesnio benzino pirkimo. Galimi ir licenzija grindžiami degalinių greitkeluose apribojimai, kurie gali pakelti įprastus – ir taip jau aukštus – įėjimo į rinką kaštus, o toliau sąmoningai riboti pardavimo taškų kiekį, dėl ko greitkeliai turi būti traktuojami kaip atskira rinka antimonopoliniu požiūriu.

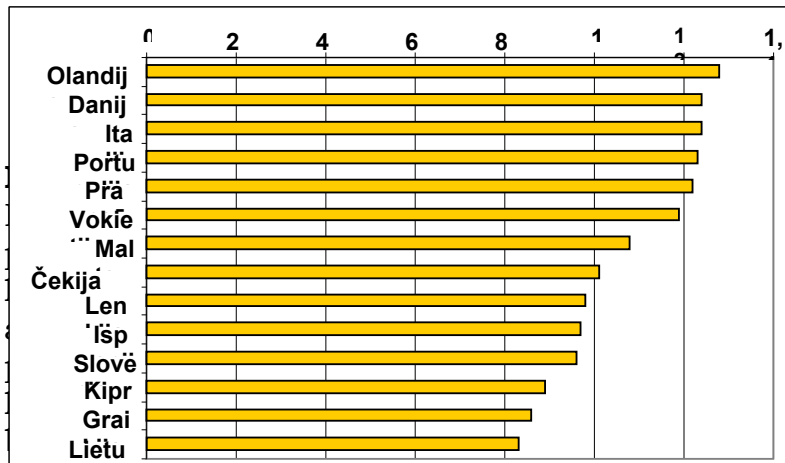
Vieninga rinka?

Tyrimas nekėlė sau uždavinio nušviesti ES benzino rinkas. Nacionaliniai kainų skirtumai labiausiai sąlygojami skirtumų mokesčiuose, todėl kompleksiniai mažmeninės kainos skaičiavimai reikalauja giles analizės.

Vartotojas dėl benzino prigimtės negali jo įsigyti per atstumą ir negali lengvai transportuoti dideliais kiekiais. Dėl to, panašu, kad mažmeninė pasienio prekyba bus ribojama nedidelėmis vietovėmis, esančiomis prie pat nacionalinių sienų. Tyrimas pateikė įrodymus dėl šios tokios pasienio prekybos, kur vietinės kainos tai patvirtino.

Susirūpinimas dėl pasienio prekybos rinkų iškilo Prancūzijoje (kur aukšti mokesčiai ir tuo pačiu aukštos mažmeninės kainos skatina pirkimą užsienyje) ir Lietuvoje, kurioje, lyginant su kitomis Baltijos šalimis, aukštos kainos tapo pasekme piktnaudžiavimo dominuojančia rinkos padėtimi – dėl to naftos kompanijai Konkurencijos tarybos buvo skirta bauda.

Vidutinės benzino kainos (Eurais/10 už litrą, be švino 95 oktaninio skaičiaus)



siūlo, kad vyktų tam tikras Olandijos rinkos atvėrimas, įtraukiant sėkmingus rinkos ateivius, tačiau didžiosios naftos kompanijos vis dar dominuoja. Kitas galimas kelias konkurencijos paskatinimui yra nacionalinio priežiūros režimo peržiūrėjimas ir, jei tai būtina, atpalaiduoti licencijų (leidimų) išdavimą siekiant palengvinti naujų žaidėjų įėjimą į rinką.

Nacionaliniai benzino kainų tyrimo rezultatai parodo nacionalinių rinkos struktūrų įvairovę.

Kipras: Labai maža rinka - tik keturios benzino kompanijos. Kainų skirtumų beveik nėra. Tos pačios dienos tyrimas rado vienodas kainas šešiose miesto, priemiesčių ir kaimo vietovėse. Benzino kompanijos, kaip matyti, veikia kartu, nedelsiant keldamos kainas, kai pasaulinės naftos kainos kyla, ir vėluodamos jas sumažinti, kai pasaulinės naftos kainos nukrinta. Kipro vartotojų asociacija pateikė užklausimą Konkurencijos apsaugos komisijai dėl slaptų susitarimų, kurių tyrimas šiuo metu dar vyksta.

Ćekijos Respublika: Rinkoje dominuoja didelės kompanijos, daugelis iš kurių nėra vietinės, siekdamos įsigyti geografiškai geriausiai išsidėstytas degalines. Prekybos centrai neseniai įėjo į rinką ir sėkmingai konkuruoja. Pagrindiniai kainų skirtumai buvo tarp greitkelių (brangiausias) ir vietovių su prekybos centrais (pigiausias) degalinių.

Danija: Turi mažai šaliai santykinai didelį benzino degalinių skaičių. Todėl daugelis vartotojų gyvena 5 km atstumu viena nuo kitos išsidėstytų degalinių ir nėra linkę dėl benzino toli keliauti. Tyrimas parodė, kad benzino kainos kinta nežymiai; tačiau dvi didžiausios kompanijos sumažino savo kainas degalinėse, esančiose netoli kitų, pigesnių tinklų. Tai įrodo, kad konkurencija egzistuoja, bet vietiniu lygmeniu. Rinka yra apibūdinama 'perkainavimo' praktika pagal rekomenduojamą kainų sąrašą kartą ar du per savaitę, tuo dalinai neutralizuojant konkurenciją. Tuomet konkurencija prasideda ir yra nuožmi kol kainos yra perstatomos vėl. Ši praktika buvo iširta Danijos konkurencijos tarnybos.

Prancūzija: Hyper- ir super- prekybos centrai yra labai svarbūs, turintys 55 proc. rinkos dalį (2004 ir 2005 metais). Rinkoje vyksta arši konkurencija tarp naftos kompanijų ir prekybos centrų degalinių. 2006 metų pabaigoje Ekonomikos ministerija atidarė tinklalapį, kuris leidžia vartotojams palyginti kainas visose Prancūzijos benzino degalinėse. Vieninteliu sprendimu klausimu konkurencijos požiūriu yra greitkelių degalinių tinklas. Visumoje benzino kainos buvo žemiausios ten, kur veikė prekybos centrai. Bet jos buvo didžiausios greitkeluose, kur prekybos centrai turi nedidelę įtaką, ir Paryžiuje, kur prekybos centrai iš viso nėra leidžiami.

Vokietija: Rinkoje dominuoja dideli tinklai; didžiausi trys užima net virš 50 proc. rinkos. Tyrimas parodė, kad kainos yra skirtingos tarp kaimo vietovių regionų.

Graikija: Pastaruosius keletą metų pastebimi įvairūs oficialūs benzino rinkos tyrimai, iš kurių vėliausias (vykdomas Graikijos konkurencijos komisijos) tebevyksta. Trys didelės naftos kompanijos dominuoja rinkoje. Tyrimas aptiko kainų skirtumus iš dalies kaimo vietovėse ir pasienio salose.

Italija: Viena didelė grupė (ENI) dominuoja rinkoje, kuri pasižymi vertikaline integracija. Nepriklausomi mažmenininkai yra labai ribojami. Italijos antimonopolinė tarnyba neseniai (2007 m. sausis) pareikalavo pašalinti kliūtis konkurencijai. Tai turėtų atverti rinką prekybos centrams ir kitiems žaidėjams. Antimonopolinė tarnyba taip pat tiria devynias naftos kompanijas, įtariamąs galimais antikonkurenciniais kainodaros susitarimais.

Lietuva: Kainos yra elastingos ir greitai reaguoja į pasaulines naftos kainas. Visi pagrindiniai benzino tinklai turi internetines svetaines, kuriose kasdien skelbia benzino kainas. Skiriantysis Lietuvos rinkos bruožas yra benzino degalinių šalia prekybos centrų trūkumas; tik viena tokia yra numatoma įrengti.

Malta: Benzino kainos yra nustatomos Maltos vyriausybės paskirto komiteto. Šis komitetas parengė skaičiavimų priklausomybę, susiejančią benzino kainą su naftos kaina; benzino kaina yra paskelbiama kiekvieno mėnesio pradžioje. Pagal Maltos ir ES Stojimo Sutartį kuro importas

vidiniam vartojimui turėjo būti pilnai liberalizuotas nuo 2006 m. sausio. Po ES perspėjimų šios sąlygos įvykdymas buvo pažadėtas nuo 2007 m. antro pusmečio.

Olandija: Penkios didelės naftos kompanijos dominuoja rinkoje. Jų nuosavybėje yra visos degalinės, ypač greitkeluose, kur padaroma 25 proc. benzino pardavimų. Tyrimas parodė, kad greitkelių kainos yra apie 5 proc. aukštesnės, nei kitose vietose (1,33 Euro už litrą lyginant su 1,27-1,29 Euro už litrą). Greitkeluose kainų skirtumai degalinėse buvo labai maži.

Lenkija: Benzino kainos yra aukštos lyginant su atlyginimais. Netoli Baltarusijos daug žmonių kerta sieną benzino pirkimui. Kompanija PKN Orlen dominuoja rinkoje. Prekybos centrai turi tendenciją siūlyti žemiausias kainas. Kai kuriose vietovėse kainos skiriasi iki 7 proc.

Portugalija: Čia vyksta konkurencija tarp vertikaliai integruotos naftos kompanijos nuosavybėje esančių, nepriklausomų ir prekybos centrų degalinių. Aukščiausios kainos buvo rastos greitkeluose, žemiausios – degalinėse šalia komercinių vietovių, tokių kaip prekybos centrai. Prekybos centrų buvimas, atrodo, didina vietinę kainų konkurenciją. Susirūpinimą kelia tiekimo koncentracija (virš 90 proc. kuro ateina iš GALP). Reaguodami į aukštas kainas vartotojai stengiasi benzina (95) pakeisti į žemesnio oktaninio skaičiaus.

Ispanija: Trys didelės kompanijos dominuoja ir jų rinkos dalys mažai kito per pastaruosius keletą metų. Joms buvo skiriamos įvairios baudos už mokėjimų fiksuotomis kainomis taikymą. Europos Teisingumo teismo 2006 m. gruodžio sprendimas leisti prekybos centrams atidaryti benzino degalines gali turėti įtakos rinkai. Tyrimas rado keletą kainų skirtumų.

Slovėnija: Tiekime dominuoja valstybinė kompanija Petrol, užimanti 68 proc. mažmeninės prekybos rinkos dalį. Ji yra savininkė daugumos degalinių ir turi visas degalines geografiškai geriausiose vietose. Tik vienas prekybos centrų tinklas yra nusprendęs pardavinėti benzina. Mažmenininkai retai nukrypsta nuo rekomenduojamų mažmeninių kainų. Kainos yra sąlygojamos vyriausybės 'modelinės formulės', įtraukiančios standartinę mažmenininkų maržą; tik keletas mažmenininkų rinkosi kitokį skaičiavimo būdą.

KONKURENCIJOS POLITIKA IR STEBĖSENA

Tikslas

Ši projekto komponentė buvo skirta Europos vartotojų organizacijų gebėjimui analizuoti konkurencijos įstatymą ir politiką, kaip ir kitus klausimus ar tyrimus, susietus su konkurencijos potekste nacionaliniame bei ES lygiuose, vartotojų požiūriu. Iš dalies konkurencijos sąlygų tyrimas buvo skirtas:

- pagerinti partnerių organizacijų žinias apie svarbiausius konkurencijos įstatymo reikalavimus jų šalyse ir svarbiausius konkurencijos įstatymo taikymo atvejus vartotojams;
- supažindinti partnerių organizacijas su galimybėmis pademonstruoti savo supratimą konkurencijos įstatymo dalykuose/taisyklėse; identifikuoti tolimesnio mokymosi ir patirties labiausiai reikalaujančius konkurencijos įstatymo aspektus.

Konkurencijos sąlygų apžvalga nagrinėjo institucinius rėmus, kuriuose vyksta nacionalinių konkurencijos tarnybų ir partnerių organizacijų veikla ir parengė partnerių savų nacionalinių konkurencijos taisyklių supratimą. Tai sudarė: ribojančios praktikos traktavimas; konkurencijos taisyklių išimtys; dominuojančios padėties apibrėžimas; piktnaudžiavimas dominuojančia padėtimi; susijungimų vertinimas. Apžvalga taip pat nustatė procedūrinę praktiką, ypač sietiną su vartotojų gynimo organizacijų prieiga konkurencijos politikos dalyvavime. Rinkos priežiūros tyrimo dėka konkurencijos dalykai buvo išnagrinėti trijų produktų rinkos tyrimų (žr. ankstesnį skyrių) srityse, siekiant sudaryti pilną apžvalgą nagrinėtiems sektoriams.

Metodika

Kiekviena dalyvaujanti projekte nacionalinė vartotojų organizacija atliko du teisės aktų tyrimus. Šie tyrimai atsakė į pagrindinius konkurencijos įstatymo ir vartotojams rūpimus pagrindinius konkurencijos klausimus kiekvienoje partnerio šalyje. Taip pat buvo nagrinėjami konkurencijos dalykai kiekvienoje konkrečioje rinkoje, parinktoje partnerių (benzinas, rašaliniai spausdintuvai, paracetamolis). Be to buvo keliami netiesioginiai klausimai, kurių tikslas buvo įvertinti bendrąjį konkurencijos įstatymo taisyklių svarbumo (esmės supratimo) lygį tiek tarp vartotojų, tiek ir verslo grupių.

Fazė I: Pirmoji konkurencijos teisės aktų apžvalga

Pirmoji apžvalga, sudaryta CI vadovo per ankstyvuosius projekto mėnesius, buvo sudaryta iš 10 klausimų rinkinio apie konkurencijos režimo institucinę struktūrą, konkurencijos įstatymo bendrąją prigimtį ir apie atitinkamų institucijų atliktų bylų kiekį. Apžvalga buvo sudaryta taip, kad apimtų kiekvieno partnerio šalies konkurencijos įstatymą ir nukreiptų partnerių organizacijas į svarbiausias konkurencijos įstatymo taisykles jų šalyse, ir jų sąveiką su ES konkurencijos taisyklėmis. Tuo pačiu klausimynas suformavo antrosios teisės aktų apžvalgos pagrindus ir padėjo suformuoti galutinį trijų produktų, kurie bus nagrinėjami, pasirinkimą. Ši apžvalga kiekvienos partnerių organizacijos buvo užbaigta per 2005 m. lapkritį-gruodį.

Fazė II: Antroji konkurencijos teisės aktų apžvalga

Antroji apžvalga buvo sudaryta Britų tarptautinės lyginamosios teisės instituto (BIICL) bendradarbių ir tapo daugiau sukonkretinta informacijos analize nei pirmoji apžvalga. Jos pagrindiniais uždaviniais buvo surinkti informaciją apie nacionalines konkurencijos bylas numatomiems tirti produktams rinkos tyrimo fazėje bei įvertinti žiniasklaidos domėjimosi ir visuomenės pasitikėjimo konkurencijos dalykais mastą, ir vartotojų organizacijų įtraukimą į konkurencijos bylas. Ši apžvalga visų 14 partnerių buvo atlikta 2006 m. gegužę-birželį. Po atsakymų pateikimo papildoma informacija, esant reikalui (t.y. tikslinant atsakymų reikšmes, prašant papildomų bylų, užtikrinant, kad atsakymai būtų kaip galima išsamesni), pagal aplinkybes iš partnerių buvo prašoma per BIICL.

Rezultatų analizė

Abiejų klausimynų atsakymai patikrinimui buvo įvedami į duomenų bazę ir tuomet peržiūrimi BIICL. Šie duomenys tapo BIICL ataskaitos *“Konkurencijos įstatymas ir vartotojai: Keturiolikos Europos konkurencijos įstatymų teisinio tyrimo rezultatai”* pagrindu. Pirmoji ataskaitos versija buvo parengta 2006 m. spalį ir išsiųsta komentarams konsultuojančiam ekspertui. Galutinę ataskaitos versiją 2007 m. kovą BIICL įteikė Tarptautiniai Vartotojai (CI).

Ataskaitoje kiekvienai šaliai yra skirtas atskiras skyrius, turintis dalis, liečiančias: Partnerio šalies konkurencijos įstatymo apžvalgą; Institucinę struktūrą; Bausmes ir reikalavimus; Teisinę apsaugą; Vartotojų organizacijas ir jų įtaka konkurencijos bylose; Svarbius konkurencijos dalykus partnerių teisėtvarke; Atskleistą suvokimą teisinėje apžvalgoje. Ataskaita nesiekė tapti detaliu partnerių šalyse taikomų konkurencijos įstatymų (ar konkurencijos aktualijų) pranešimu; tikslu buvo pateikti įvairių vartotojų organizacijų pastebėjimus jų siekiuose suvokti ir išsiaiškinti savo nacionalines konkurencijos taisykles bei iš jų kylančius ginčijamus klausimus. Nacionalinių teisės aktų, pateikiamų ataskaitoje, apžvalga buvo atlikta regioniniu požiūriu.

Pagrindinės išvados

ES rėmuose nacionaliniai konkurencijos įstatymai nėra harmonizuoti ir esmingai tarpusavyje skiriasi. Nežiūrint to, kad kiekviena Šalis Narė įtraukė ekvivalentines nacionalines nuostatas pagal Romos Sutarties 81 ir 82 straipsnius, šis projektas pateikia įrodymus, kad vis dar egzistuoja esminiai skirtumai tarp nacionalinių konkurencijos įstatymų. Tokie skirtumai buvo aptikti tiek konkurencijos įstatyme, tiek ir procedūrinėse taisyklėse, siejant su **dominavimo ir**

piktnaudžiavimo apibrėžimais ir susijungimų vertinimo esminiais teisiniais kriterijais.

Kai kurie nacionaliniai įstatymai vartoja **dominavimo** apibrėžimus, kurie remiasi dominuojančio subjekto turimos rinkos dalimi (pvz., 40 proc. rinkos dalis Čekijos Respublikoje, Lietuvoje ir Maltoje), kai tuo tarpu kitose netaikomi jokie dominavimo apibrėžimai (Italija).

Piktnaudžiavimo (dominuojančia padėtimi) apibrėžimai gali apimti draudimus piktnaudžiauti ekonomine priklausomybe (Graikija, Prancūzija, Italija), ar nesąžininga konkurencija (Lietuva).

Kai kurios šalys **susijungimus** vertina išimtinai pagal besijungiančių subjektų rinkos dalies matavimus (Graikija, Lietuva ir Olandija), kai tuo tarpu kitos papildomai priima dėmesin besijungiančio verslo pardavimų apimtį (Vokietija, Italija, Slovėnija, Ispanija, Portugalija).

Šie skirtumai yra fundamentalūs, kadangi jie nustato skirtingus 'žalos', padarytos kitiems rinkos dalyviams ir/ar vartotojams apibrėžimo standartus, taikomus skirtingose Šalyse Narėse formuluojant konkurencijos bylos. Atitinkamai, šalys, kurios taiko tiksliai apibrėžtą rinkos slenkstį savo susijungimų priežiūros matavimuose ir apibrėžiant dominavimą, turi tendenciją daugiau susitelkti į rinkos struktūrą nei į poveikį konkurencijai ir iš to vartotojams išplaukiančius gaunamas naudas ar praradimus.

Panašūs skirtumai kyla dėl ekonominės priklausomybės koncepcijos apibrėžimo, liečiančio pardavėjo, piktnaudžiaujančio eksploatacija vartotojo ar tiekėjo, neturinčio ekvivalentinės galimybės prekiauti, ekonomine priklausomybe. Toks piktnaudžiavimas gali atsirasti ten, kur atsisakoma tiekimo, nesutinkančio surišti pardavimus, priimti pardavimų diskriminacines sąlygas, ar nusistovėjusių verslo santykių nutraukimas vienašališku būdu, kai kita pusė nepriima neteisėtas verslo sąlygas.

Teisinių įgaliojimų mechanizmo kūrimas

Apžvalga skirtingose šalyse nustatė esminius skirtumus teisinių įgaliojimų kūrime. Pavyzdžiui, aštuoniose iš 14 Narių Šalių viena institucija yra atsakinga pagal teisinius įgaliojimus tiek už vartotojų gynimo, tiek ir už konkurencijos įstatymų įgyvendinimą; kitose šių įstatymų teisiniai įgaliojimai tenka atskiroms institucijoms. Panašu, kad kai kuriose Narėse Šalyse konkurencijos taisyklės yra įgyvendinamos keleto tarnybų, o kitose – vienos tarnybos. Tokios institucinės struktūros priešingybės gali atspindėti, ar įtakoti skirtingus požiūrius į tai, kas yra vartotojų interesai ir vesti prie šalyje dirbančių valstybinių tarnybų nesuderinamumo. Tai gali kelti papildomų problemų nevyriausybiniams vartotojų organizacijoms, kai joms tenka susidurti su keliomis valstybinėmis tarnybomis. Dar daugiau, vartotojų gynimo įstatymų ir

konkurencijos įstatymų įgyvendinimas per atskiras tarnybas gali riboti priemonių, panaudotinių vartotojų organizacijomis, visumą.

Vartotojų procedūrinės teisės

Individualaus vartotojo ir vartotojų organizacijų procedūrinės teisės nėra vienodos skirtingose šalyse. Pavyzdžiui, kai kuriose Narėse Šalyse vartotojų organizacijos gali tik pradėti veiksmus dėl konkurencijos taisyklių pažeidimų sustabdymo ar antikonkurencinės praktikos nutraukimo (draudžiamoji teisinė priemonė) vartotojų vardu, bet negali pareikšti ieškinį dėl žalos atlyginimo vartotojų vardu. Kitose šalyse vartotojų organizacijos gali siekti vien tik žalos atlyginimo, bet negali imtis teisinių veiksmų nutraukti antikonkurencines praktikas. Net jei vartotojų organizacijos pradeda veiksmus dėl žalos atlyginimo, tokių veiksmų efektyvumas gali būti kliudomas, jei suinteresuotos ginčo šalys yra verčiamos aktyviai dalyvauti byloje (*optavimo* modelis), kaip yra taikoma Ispanijoje, Lietuvoje ir D.Britanijoje. Tolimesnės kliūtys gali atsirasti jei vartotojų organizacijos negali savarankiškai teikti ieškinį, apribojant jų įgaliojimus tik tolimesnio persekiojimo ieškiniais dėl žalos atlyginimo, kai pažeidimai jau yra nustatyti konkurencijos tarnybos.

Vartotojų organizacijų vaidmens pripažinimas

Apžvalga nustatė Narių Šalių nevienareikšmiškumas apibrėžiant vartotojų 'teisėtų interesų' sąvoką, net atskiros šalies viduje ji traktuojama įvairiai (pvz. skirtingos Vokietijos teismų interpretacijos). Pripažinimas, kad vartotojų organizacijos turi teisėtus interesus yra esminis tokių organizacijų dalyvavimo konkurencijos bylose/konkurencijos arenoje bruožas. Nežiūrint to, kad kai kurios Narės Šalys mato vartotojų organizacijas kaip subjektus, turinčius teisėtus interesus, leidžiančius joms atstovauti vartotojus teisinėse procedūrose ir prieš valstybines konkurencijos tarnybas, tai nebūtinai taikoma kitose šalyse (pvz. Slovėnija)². Tas pat liečia ir 'teisėtų interesų' sąvokos apibrėžimą konkurencijos bylose, kai reikalaujama prašytojo apibrėžti patirtą esminį finansinį nuostolį ar riziką jį patirti, ar patekti į konkurenciniu požiūriu nenaudingą padėtį, nes vartotojų organizacijos, kaip taisyklė, pačios savaime nepatiria jokios žalos. Todėl jos negali būti traktuojamos turinčios teisę ieškoti žalos atlyginimo tiesiogiai nukentėjusių vartotojų vardu (ypač tais atvejais, kai vėliau pripažįstama vartotojo individualiai patirta nedidelė žala). Prasmė, kurią vartotojų organizacijos suteikia 'teisėtumui' tarp šalių taip pat yra skirtinga – pavyzdžiui, jos gali atstovauti vartotojus prieš konkurencijos tarnybą, bet ne teismų bylose; arba jos gali imtis teisinių veiksmų dėl konkurencijos įstatymo

² Pagal Slovėnijos vartotojų gynimo įstatymo 74 straipsnį vartotojų organizacijos gali prieštarauti visų rūšių neteisėtoms sutartinėms sąlygoms, bet neapimant atvejų, kur yra konkurencijos įstatymo nesilaikymas

pažeidimų nutraukimo, bet negali teikti ieškinių dėl žalos, kadangi jos nėra patyrusios tiesioginės žalos (pvz. Olandijoje). Pagal *optavimo* modelį vartotojų organizacijos taip pat yra priklausomos nuo individualaus vartotojo noro dalyvauti ieškovu byloje.

Vartotojų interesų gynimas nėra pripažintas kaip atskiras dalykas kai kuriose nacionalinėse konkurencijos taisyklėse

Nacionaliniai įstatymai pagal Romos Sutarties 81 ir 82 straipsnius apibrėžia sąvoką 'vartotojai' ne tik kaip galutinius vartotojus, bet ir kaip tarpinius vartotojus (verslai, kuriems reikalingi produktai jų prekybos cikle)³. Be to, priimtose nacionalinėse ES konkurencijos dalykų interpretacijos yra tokios, kad atvejui, kai ribojanti praktika sukuria pridėtinę vertę vartotojams, nėra privaloma parodyti, kad visa tokia vertė atiteks vartotojams, apsiribojant tuo, kad tik 'teisinga dalis' bus jiems pasiūlyta.

Priešingai nei pagal Romos Sutarties 82 straipsnio pažodinį skaitymą, ne visi atitinkami nacionaliniai teisės aktai teikia dėmesį vartotojo žalai kaip piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi išdava (pvz. Italija). Ši išlyga rodo, kad kai kurios šalys pabrėžtinai nuo antikonkurencinės praktikos saugo visų pirma tarpinių vartotojų interesus, antrame plane paliekant galutinius vartotojus.

Vartotojų organizacijos gali dalyvauti konkurencijos arenoje įvairiais būdais

Vartotojų organizacijų dalyvavimo galimybes galima padalinti į:

Ex-ante (pirma galimo pažeidimo). Tai apima dalyvavimą teisinėse procedūrose, konsultacijas ir pastebėjimų apie numatomą susijungimą ar prašymą dėl išimčių pateikimą.

Ex-post (po to, kai įtariamas pažeidimas įvyko, ar, pavyzdžiui, esant konkurento ar tarpinio vartotojo iškeltų bylų). Dalyvavimas gali apimti: bendrą su konkurencijos tarnyba skundų padavimą; žalos atlyginimo vartotojų vardu siekimą (tokių, kaip reikalavimų žalos atlyginimui ar antikonkurencinės praktikos nutraukimui teikimas); skundus prieš konkurencijos tarnybos nutarimus; trečiai šaliai, tiesiogiai neįtrauktai į bylą, draugiškos informacijos parengimą ar interpretacijų teikimą (Italija, Slovėnija ir Ispanija), ir galimybes prisijungti prie vykstančios bylos (Prancūzija, Danija, Portugalija).

Tyrimas rodo, kad **vartotojų organizacijų dalyvavimas ex-ante stadijoje gali būti sėkmingesnis (jei ne daugiau) nei ex-post įsiterpimas** (teisiniai veiksmai ir formalūs skundai). Tai yra dėl santykinai mažesnių kaštų ir santykinai mažesnės reikalaujamų

³ Kamiel Mortelmans ir Stewart Watson "Vartotojo supratimas Bendrijos įstatymuose: Loterija?" – Julian Lonbay leidinyje 'Europos vartotojo teisinės padėties įvedimas' (BIICL, Londonas, 1996), p. 38.

įrodymų naštos dėl konsultacinių arbitražų – kur dalykai yra viešasis interesas (pvz. užregistruoto konkurencijos tarnyboje numatomo susijungimo potekstės) – lyginant su teisinėmis procedūromis. Ex-post vartotojų organizacijų dalyvavimas yra svarbus šio tyrimo atradimas, išryškėjęs sąryšyje su vartotojų organizacijų sunkumais dėl paracetamolio ir rašalinių spausdintuvų kasečių rinkos struktūros informacijos gavimo, pabrėžiantis vartotojų organizacijų poreikį turėti priėjimą prie būtinos informacijos siekiant atstovauti vartotojų gerovės siekiui nagrinėjant numanomus pažeidimus. Turint ribotus tyrimų resursus ir galias vartotojų organizacijos, panašu, susidurs su sunkumais renkant įrodymus dėl antikonkurencinės praktikos ir jų poveikio vartotojams buvimo (tokio, kaip kainų fiksavimo susitarimų įrodymas ir kitos piktnaudžiavimo dominuojančia padėtimi praktikos). Efektyvus dalyvavimas ex-ante etape tokiuose reikaluose kaip susiliejimų kontrolė ar antikonkurencinių susitarimų privilegijos gali pasitarnauti pagelbėti išvengti antikonkurencinės rinkos struktūros susidarymo ar ribojančios praktikos iškilimo į pirmą planą. Tuo pačiu žalos atlyginimo dėl piktnaudžiavimų atsiradimų (ex-post) poreikis bus sumažintas. Ex-ante panaudojimas taip pat gali pasitarnauti sustiprinant dėmesį konkurencijos įstatymui, tiek ir konkurencijos tarnybos vartotojų perspektyvos svarbos konkurencijos politikos formavimo ir įgyvendinimo procese pripažinimui.

Sėkmingo vartotojų organizacijų ex-ante dalyvavimo teisinėse procedūrose pavyzdžiu galėtų būti prancūzų partnerio įtraukimas į mažmeninio sektoriaus kainodaros taisyklių pakeitimus (*Loi Galland* byla).

Tačiau, nežiūrint ex-ante naudojimo potencialaus efektyvumo, tyrimas parodė, kad vartotojų organizacijos dažniausiai linksta veikti pildydamos skundus (t.y. ex-post). Priežastys gali glūdėti ribotuose resursuose ir ekspertinio pasirengimo trūkume tinkamai atsiliepti į daugialypius poreikius bei trumpą laikotarpį atsakymams į paklausimus, o taip pat aiškių formalių ar neformalių ex-ante dalyvavimui taisyklių nebuvimas.

Nesubalansuotas **interesų grupių atstovavimas konkurencijos tarnybose (tarybose)** gali netiesiogiai atsiliepti jos nešališkumui pagal prioritetus ir veiksmus. Pavyzdžiui, Danijoje, iš 17 Danijos konkurencijos tarybos narių tik vienas yra paskirtas pagal vartotojų organizacijų rekomendacijas, kai tuo tarpu septyni yra paskirti prekybos organizacijų. Kita vertus Lenkijos Geros ekonomikos praktikos taryba (patariamoji ir nuomonės formavimo institucija) turi lygų skaičių atstovų iš verslo ir vartotojų organizacijų (po penkis kiekvienai iš 15 bendro skaičiaus), o likę nariai yra parinkti pagal jų žinias ir patirtį.

Egzistuoja nacionaliniai santykių tarp nacionalinių konkurencijos tarnybų ir nevyriausybinių vartotojų organizacijų nesuderinamumai.

Santykiai tarp konkurencijos tarnybų ir vartotojų organizacijų yra skirtingi įvairiose šalyse. Daugelyje Narių Šalių (pavyzdžiui, Kipras, Čekija, Danija, Prancūzija, Italija, Olandija, Lenkija, Ispanija ir D.Britanija) santykiai yra nusistovėję. Tokių santykių priemonės sudaro: supratimo memorandumai tarp konkurencijos tarnybos ir vartotojų organizacijų (Čekijos Respublika); vartotojų organizacijų dalyvavimas konkurencijos tarnybos/tarybose patariamose grupėse (Danija, Prancūzija, Lenkija); dalyvavimas reguliariuose susitikimuose (Olandija) ir formalios konsultacijos (Ispanija); nacionalinio vartotojų reikalų pareigūno paskyrimas (Olandija, Italija); bei teisė teikti ekspertų liudijimus (Prancūzija) ir pranešimus (Italija ir Malta).

Formalių santykių tarp konkurencijos tarnybos ir vartotojų organizacijų nėra Maltoje, Lietuvoje, Slovėnijoje ir Vokietijoje.

Vartotojų organizacijos susiduria su kliūtimis, dalyvaudamos konkurencijos arenoje.

Nežiūrint nagrinėtų aukščiau įvairių kelių dalyvavimui, vartotojų organizacijos nėra pilnai įtrauktos į konkurencijos dalykus dėl ribotų resursų ir/ar riboto priejimo prie informacijos (kai kuriais atvejais nėra teisinių procedūrų jų dalyvavimui). Kaip to išdava daug vartotojų organizacijų koncentruojasi tiekdamos teisines konsultacijas ir mokymus individualiems vartotojams, teikdami mažiau dėmesio išitraukimui į konkurencijos tarnybos darbą ar į teisines konkurencijos bylas.

Kai kuriose šalyse vartotojų organizacijos yra tiesiogiai varžomos procedūrinių taisyklių. Tai gali apimti poreikį būti ieškovu dėl:

- didelio skaičiaus individualių vartotojų sutikimo, kai jų įtraukimas yra būtinas reikalavimui dėl žalos atlyginimo (*optavimo* modelis, nagrinėtas aukščiau);
- ‘tiesioginės žalos’ patvirtinimo pagal reikalavimą nustatyti teisinį interesą nagrinėjamame reikale ar byloje, sudarant trukdymus vartotojų organizacijoms atstovaujant vartotojus, kadangi pačios organizacijos nebūna patyrusios kokių nors nuostolių (pavyzdžiui, Slovėnijoje, vartotojų organizacijos negali dalyvauti konkurencijos tarnybos procedūrose ar daryti teisinius veiksmus konkurencijos byloje). Kadangi individualūs vartotojai negali gerai savarankiškai imtis veiksmų dėl potencialių kaštų ir sunkumų, ši situacija gali reikšti, kad nėra efektyvių priemonių patirtai žalai atlyginti.⁴

⁴ Individualūs vartotojai nenoriai sieks žalos atlyginimo dėl santykinai aukštų kaštų (įskaitant laiką ir pinigus) lyginant su kiekvienam individualiam vartotojui padarytos žalos dydžiu; vartotojų tendencija susitelkti ties jų gamybine veikla (ar pajamomis) ir nežinomybė, liečianti netiesioginio pirkejo autoriteto teisę antimonopoliniuose skunduose. Orit Dayagi-Epstein “Vartotojų intereso atstovavimas vartotojų organizacijomis – išsigelbėjimas masėms?” 2007, 3(2) *Konkurencijos teisės apžvalga* 209, 211-

- Pateikti įrodymus, kad vartotojai yra nukentėję per patirtą 'esminį' finansinį nuostolį. Tai taip pat sudaro vartotojams procesines kliūtis, kadangi individualiai vartotojai gali patirti tik nežymius finansinius nuostolius, kai tuo tarpu kolektyvinis nuostolis tampa esminiu.
- Tenkinti kriterijus, sukurtus įrodyti, kad vartotojus atstovaujančios institucijos tai daro išties praktiškai. Pavyzdžiui Vokietijoje tik vartotojų patariamieji centrai ir vartotojų organizacijos, palaikomi viešųjų fondų, yra pripažįstami teisėtomis vartotojų atstovėmis konkurencijos tarnybos procedūrose (ir tuo nustatant, kad jų interesai yra, ar tikėtina bus, esmingai paveikti). Tokiu būdu, neleidžiant kai kurioms Vokietijos vartotojų organizacijoms dalyvauti konkurencijos reikaluose, tai taip pat gali atsilipti *Which?* D.Britanijoje ar panašioms vartotojų organizacijoms kitose ES šalyse panašiai elgtis, jei jos negauna paramos iš viešųjų fondų.

Tais atvejais, kai net jei vartotojų organizacijos yra pripažįstamos teisėtu vartotojų atstovu, gali atsirasti formalių kliūčių (procesinių apribojimų) jų dalyvavimui. Pavyzdžiui jos gali būti apribotos veikimui nutraukti antikonkurencinę veiklą (ir negalėti parengti skundų dėl nuostolių, žr. aukščiau), ar negalėti siekti žalos atlyginimo kol konkurencijos tarnyba nenusprendė, kad piktnaudžiavimai rinka buvo.

Vartotojų organizacijos gali iki šiol susidurti su sunkumais, teikdamos atstovaujanti ieškinį dėl žalos nurodytų vartotojų vardu (kaip yra reikalaujama pagal *optavimo* modelį) kai vartotojai paprasčiausiai nenorės prisijungti prie tokio ieškinio. ***Be optavimo modelio*** (kuris buvo pritaikytas Portugalijoje ir Kipre) buvimas, kai vartotojų organizacijos gali daryti veiksmus vartotojų viešojo intereso vardu nereikalaudant prisijungimo, gali įveikti šią kliūtį.

Kitose instancijose vartotojų organizacijoms bus suteikta autoritetinga teisė (gebėjimai siekti žalos atlyginimo juridinėse procedūrose) tik tuo atveju, jei buvo padaryti 'reikšmingi bandymai siekti veiksmų tikslų per konsultacijas su atsakovu', ar kai konkurencijos tarnyba patyrė nesėkmę priimant sprendimą (Čekija).

Vartotojų organizacijų vaidmuo gali būti veikiamas procedūrinėmis kliūtimis pagal konkurencijos tarnybos priimtus sprendimus dėl skundų, nesančių **teisinio nagrinėjimo** subjektu (pvz. Danija); ar tais atvejais, kai vartotojų organizacijos gali paduoti skundą tik tuo atveju, jei jos buvo pradinių procedūrų šalis; ar, kai skundas yra pateiktas pirmąja instancija konkurencijos tarnybai, jos yra proceso subjektas, kuris padarė pirminį sprendimą.

Skundų teikėjų ir trečiųjų šalių gebėjimas skusti konkurencijos tarnybos sprendimą (o ne nagrinėti konkretų skundą per teises procedūras) yra

labai galingas, kadangi tai užtikrina tarnybos atidesnį darbą su savo sprendimais, žinant, kad jis turės būti apgintas teisme. Žiūrint toliau, net tuo atveju, kai vartotojų organizacijos oficialiai gali **apskusti konkurencijos tarnybos sprendimus**, tai gali būti sunku padaryti, jei konkurencijos tarnyba nėra įpareigota viešai paskelbti savo sprendimus, bet tik privalo informuoti suinteresuotas šalis; vadinasi, vartotojų organizacijos gali net nebūti supažindinamos su tokiu sprendimu (pavyzdžiui, kai jos neteikia pradinio skundo).

Vartotojų organizacijų įgaliojimai pagal konkurencijos įstatymus turi tendenciją būti ribojamais lyginant su jų įgaliojimais pagal vartotojų gynimo įstatymus.

Kai kuriose Šalyse Narėse keletas kliūčių, su kuriomis susiduria vartotojų organizacijos, buvo pašalintos vartotojų gynimo teisės aktuose, tačiau liko konkurencijos teisės aktuose. Pavyzdžiui, D.Britanijos Įmonės Įstatymas, 2002, leidžia vartotojų organizacijoms suteikti teisinius įgaliojimus kai kuriems vartotojų gynimo aspektams, bet tik ne konkurencijos dalykams. Lenkijos Civilinio proceso kodeksas leidžia vartotojų organizacijoms pateikti teismui savo požiūrius rezoliucijos pavidale ar teigimus tik vartotojų gynimo bylose, bet ne konkurencijos bylose. Vartotojų organizacijų didesnės procedūrinės teisės pagal vartotojų gynimo įstatymą gali siųsti signalą dėl didesnio laipsnio pripažinimo (teisėtumo) vartotojų organizacijų dalyvavimui jų 'tradicinėse' veiklose.

Konkurencijos tarnybos linksta pripažinti vartotojus nukentėjus dėl pažeidimų tik tuomet, kai nagrinėjama rinka yra tiesiogiai nusitaikiusi į galutinius vartotojus

Konkurencijos tarnybos yra linkusios susitelkti ties galutinių vartotojų interesais, kai numanoma, kad konkretūs tiekėjų veiksmai turės vartotojams tiesioginį poveikį – pavyzdžiui komunalinių ir energetikos paslaugų, telekomunikacijų, įskaitant mobiliuosius telefonus, sektoriuose (Danija, Kipras ir Čekija) ir specifinėse mažmeninės prekybos rinkose (maisto sektorius Kipre ir Danijoje). Suprantama, vartotojų organizacijos taip pat dažniausiai teikia skundus, kai paprastas vartotojas patiria matomai tiesioginę žalą. Pavyzdžiui 2005 m. lapkrityje trys Prancūzijos mobiliojo ryšio operatoriai buvo apkaltinti ir pripažinti kaltais dėl strateginės informacijos keitimosi tikslu stabilizuoti savo turimas rinkos dalis 2000-2002 metais ir už vienalaikį savo mažmeninių kainų pakėlimą. Prancūzijos konkurencijos taryba nustatė jiems sumokėti 543 milijonų Eurų bendrą baudą. Sekdama šiuo pasiekimu Prancūzijos vartotojų gynimo organizacija UFC-Que Choisir ėmėsi Prancūzijos vartotojų vardu atskirų veiksmų 2006 m. spalį. Kitose instancijose konkurencijos tarnybos atkreipia dėmesį į tai, kaip praktika veikia konkuruojančių tarpinių vartotojų interesams.

Visumoje projekto dalyvių organizacijos supranta konkurencijos dalykų svarbą savo šalyse.

Organizacijos turės naudą iš tolimesnių mokymų apie vartotojų 'žalos' koncepciją ir jos interpretaciją savuose nacionaliniuose teisės aktuose, konkurencijos tarnybose ir teismuose. Tai nekelia nuostabos, kadangi dalykas yra techninis, susietas su konkurencijos įstatymu, kuris vis dar karštai diskutuojamas tarp ekspertų.

Viešojo informavimo ir pasitikėjimo gerinimas.

Šios programos tyrime dalyvaujančios organizacijos vertino viešojo pasitikėjimo konkurencijos įstatymu ir bylomis aspektus. Jie neatliko naujų apklausų vietose, bet pateikė savo asmeninius pastebėjimus bei žiniasklaidos ir vartotojų lūkesčių patirtį, pastaruosius vertindami penkių balų skalėje.

Apie žiniasklaidos domėjimąsi nagrinėjamais klausimais pranešė visų šalių atstovai, tačiau gilesnis reikalo suvokimas nustatytas Prancūzijoje, Kipre, Lietuvoje, Slovėnijoje ir Portugalijoje, o mažesnis Čekijoje, Danijoje, Vokietijoje, Maltoje ir Lenkijoje. Pasakojimams apie populiarių produktų ir paslaugų 'plėšikaujančias kainas' potencialus vartotojas teikia didžiausią dėmesį – pavyzdžiui, **rungtynių bilietai ir futbolininkų marškinėlių kopijos, dujų tiekėjai, turizmo paslaugų operatoriai, mobilūs telefonai, mažmeninė prekyba, taksi ir dantistai.** Žinios apie bylos pradžią ir pabaigą sulaukdavo didžiausio dėmesio, ypač jei reikalas liesdavo pagrindines nacionalines kompanijas ar interesų grupes. Bendrieji žiniasklaidos pranešimai dažniausiai pabrėžia kainų klausimus, kai tuo tarpu kompleksinių bylų teisines analizes linkę daugiau palikti specialiajai ir ekonomikos spaudai. Tai gali riboti vartotojų pasitikėjimą konkurencija – pavyzdžiui, Prancūzijoje, **antikongkurenciniai susitarimai tarp bankų susilaukė kuklaus žiniasklaidos dėmesio, nežiūrint to, kad tokių susitarimų pasekmėje galėjo būti apribotos visų vartotojų galimybės gauti paskolas.**

Dalyviai pažymėjo, kad žiniasklaida ne visuomet paremia vartotojų organizacijų požiūrį.

Aštuonių Šalių Narių dalyviai pažymėjo pasitikėjimo konkurencijos reikalais gerą lygį (rezultatas 4-5 su skale nuo 1 iki 5), kai tuo tarpu kitose šalyse pasitikėjimo lygis buvo santykinai žemas (1-2).

Bendrai kalbant, vartotojų pasitikėjimas buvo žemesnis naujose Šalyse Narėse lyginant su senosiomis Šalimis Narėmis. Suprantama, kad pasitikėjimas konkurencijos bylomis, dažniausiai, buvo aukštesnis nei pasitikėjimas konkurencijos įstatymu ir jo principais. Tačiau jokio reikšmingesnio ryšio tarp šio fakto ir žiniasklaidos dėmesio pilnatvės nebuvo rasta.

Šis tyrimas parodė, kaip yra svarbu konkurencijos ir jos bylų dalykuose tinkamai nukreipti žiniasklaidos dėmesį į vartotojų organizacijų svarbą. Viešas pasitikėjimas ir palaikymas yra reikšmingi faktoriai vartotojų informavimui apie vartotojų organizacijų atliekamų veiksmų savo darbe svarbą ir keliant vartotojų pasitikėjimą konkurencija kasdieniniame gyvenime.

IŠVADOS

Institucinė ir teisinė struktūra

Konkurencijos skatinimui ir ją varžančios praktikos panaikinimui institucinė ir teisinė struktūra turi suteikti galimybę vartotojus įtraukti į politikos formavimą, piktnaudžiavimų rinkose stebėseną ir, jiems atsiradus, į pastangas juos sustabdyti ir atlyginti žalą.

Vartotojų organizacijų iš 14 ES šalių atliktas tyrimas nustatė reikšmingus konkurencijos įstatymo skirtumus, kurie tiesiogiai veikia ir riboja atskirų vartotojų ir nevyriausybinių vartotojų organizacijų vaidmenį, kuri jie galėtų atlikti. Vyriausybės ir nacionalinės konkurencijos priežiūros institucijos turėtų pripažinti pozityvų vartotojų veiksmų indėlį, kuris galėtų pasitarnauti konkurencijos skatinimui ir, esant reikalui, atitinkamai pakeisti įstatymus, taisykles bei procedūras, trukdančias jų tokiam dalyvavimui.

Konkurencijos priežiūros vykdymo ir vartotojų gynimo tarnybų institucinės struktūros taip pat yra skirtingos įvairiose šalyse, ir tai daro įtaką vartotojų interesų supratimui. Vieningas vartotojų gynimo ir konkurencijos požiūris galėtų tapti sprendimu šiems ginčijamiems klausimams. Atsakomybė dėl tokių klausimų sprendimo, sutelkiant atitinkamas tarnybas, sumažins vartotojų organizacijų, siekiančių palaikyti ir paskatinti tokių tarnybų darbą, našta. Integruoto konkurencijos ir vartotojų gynimo požiūrio nauda yra pripažįstama 8 iš 14 narių šalių, kuriose atskira institucija yra atsakinga už abejas nurodytas funkcijas.

Vartotojų organizacijų dalyvavimo teisinėse procedūrose, konsultacijose ir pranešimų teikimuose apžvalga liudija, kad ex-ante dalyvavimas yra daug efektyvesnis nei ex-post (teisinės procedūros ir skundai). Tai yra dėl to, kad konsultacinėse procedūrose įrodymų našta yra pigesnė lyginant su to paties klausimo teisinėmis procedūromis. Pagal ex-post procedūras vartotojų organizacijos taip pat susiduria su sunkumais gaunant antikonkurencinių pažeidimų, tokių kaip dominuojančios padėties piktnaudžiavimai ar konkurenciją ribojanti praktika, įrodymus. Be to joms būtina geresnė prieiga prie atitinkamos informacijos siekiant pilnaverčio dalyvavimo.

Nepakankamas kolektyvinio atsiteisimo išvystymas veda prie vartotojų didesnės priklausomybės nuo konkurencijos tarnybų veiklos. Viešų reikalavimų mechanizmas negali veikti kaip pakaitalas privačioms iniciatyvoms, nes privatūs ir viešieji reikalavimai dažnai siekia skirtingų tikslų. Viešieji reikalavimai daugiau turi reikalą su kliūčių konkurencijai pašalinimu ir todėl yra nukreipti į pažeidimų nutraukimą, struktūrines

priemonės ar pažeidėjų baudimą. Privatūs reikalavimai yra nukreipti į dėl antikonkurencinio veikimo pažeistų vartotojų turtinių teisių apsaugą ir siekia priemonių, grindžiamų privatinės nuosavybės teise (t.y. civilinės teisės pažeidimai, dėl kurių galima teikti ieškinį, ir žalos atlyginimas). Atitinkamai kolektyvinių priemonių nebuvimas gali pažeisti vartotojų privačių interesų gynimą, ypač tuomet, kai tokie individualūs vartotojai vargu ar bus sugebantys, ar norintys siekti atsiteisimo.

Šiame projekte pateiktos konkrečios rekomendacijos pagerinimams šalių nacionaliniuose ir ES lygmenyse. Taip pat turi būti priimama domėn konkreti parama vartotojų organizacijoms, kurios, kaip taisyklė, nėra turtingos resursais dalyvauti viešojo intereso konkurencijos klausimais gynime.

Konkrečios rinkos

Trijų vartojimo produktų prieinamumo ir kainų tyrimas 14 šalių parodė reguliavimo trukdžius konkurencijai. Jis taip pat atkreipė dėmesį į vartotojų informavimo pagerinimo svarbą bei patarė paskatinti ir suteikti galimybę individams būti aktyviems, siekiant geriausios vertės (t.y. darant pagrįstą informaciją pasirinkimą).

Paracetamolis

Nepatentuotas paracetamolis paprastai yra žymiai pigesnis nei firminiai produktai, kaip, pavyzdžiui, Panadolis. Tačiau vartotojų pasitikėjimas nepatentuotais produktais yra žemas daugelyje šalių. Todėl jų pardavimai yra kuklūs.

Tyrimas leidžia iškelti du svarbius klausimus: pirmiausia, kaip svarbus yra poreikis harmonizuoti ES paracetamolio pardavimo politiką ir, antra, jei harmonizavimas yra aktualus, kurie faktoriai turėtų būti apibrėžti šiame procese, priimant domesin siekį užtikrinti aukštesnius vartotojų teisių standartus. Tyrimas parodė, kad Olandijoje, kur nepatentuotas paracetamolis yra pilnai prieinamas, o vartotojai yra informuoti apie jo buvimą, jis yra žymiai populiariesnis nei firminis ekvivalentas. Tačiau ir šioje rinkoje kitų faktorių, tokių kaip vartotojų gynimas, priėjimas prie nepriklausomos informacijos apie kainas, buvimas neatmeta poreikio diskutuoti apie tai, kur ES paracetamolio pardavimų harmonizacija yra siektina ar net būtina. Natūralu, kad vartotojų organizacijos kaip vartotojų ekspertai ir atstovai būtų įtraukti į šią diskusiją. Dėl to apsidraudimui būtina, kad visi suinteresuoti šio reikalo dalyviai, t.y. ne tik tie, turintys deleguotus interesus kaip farmacininkai ar vaistų gamintojai, galėtų lygiaverčiai dalyvauti debatuose.

Svarbiu dalyku daugeliui ES šalių yra paracetamolio pardavimo vietų ribojimas tik vaistinėmis. Be to, kai kuriose šalyse kai kurie produktai ir

jų kainos retai yra nurodomi. Vartotojų pasirinkimas yra smarkiai ir nepagrįsrai apribotas, ko pasekmėje rinkose dominuoja brangesni, firminiai produktai.

Rašalinių spausdintuvų kasetės

Spausdintuvų gamintojų firminių kasečių alternatyvos tarp vartotojų tampa populiareesnėmis ir, daugumoje atvejų, yra žymiai pigesnės. Šios rinkos, atrodo, yra atvirai konkurencinės. Tačiau vartotojų susidomėjimas alternatyvomis yra nepakankamas. Tyrimas rodo, kad daug vartotojų nėra susipažinę su kitais firminiais ar nepatentuotais produktais tiesiogiai ekvivalentiškais spausdintuvų gamintojų produktams.

Spausdintuvų gamintojai gali siekti, kad jų “antrinė rinka” kasetėms su elektroniniais valdikliais (lustais) būtų apsaugota nuo kopijavimo ar perdirbimo – betarpišku barjeru konkurencijai – ir per garantijos sąlygas uždraudžiant kitokių kasečių naudojimą. Vartotojams tiesioginiai kasečių vertės-už-pinigus palyginimai nėra paprasti, kol nėra eksploatacinių kasečių kaštų ir spausdinimo kokybės vertinimo.

Benzinas

Benzino kainų reikšmių kitimo intervalas nacionalinėse individualiose rinkose yra žymiai mažesnis nei paracetamolio ar rašalinių spausdintuvų kasečių dėl atitinkamai aukštos mokesčių dalies prisipildomo benzino kainoje. Ten, kur mokesčiai reikšmingai skiriasi, egzistuoja tam tikras pasienio apsipirkimas.

Benzino pardavimas hyper ar super prekybos centruose atrodo, kad turi palankų poveikį vietiniai konkurencijai. Daugelyje šalių netoli prekybos centrų kainos yra žemesnės. Dažniausiai aukščiausios kainos yra greitkeliuose. Tai, atrodo, gali būti paaiškinama tuo faktu, kad greitkelyje nėra patogu ieškoti šios paslaugos alternatyvų, vartotojus paverčiant tarytum prievartinės rinkos dalyviais.

REKOMENDACIJOS

I. Pagerinti konkurencijos aplinką

Vyriausybės ir nacionalinės konkurencijos tarnybos turėtų:

Suteikti vartotojų organizacijoms didesnę prieigą dalyvavimui vartotojų gynime:

- Formaliai pripažinti reprezentacines vartotojų organizacijas kaip teisėtą interesų grupę (t.y. kaip proceso šalį su “teisiniu interesu”) konkurencijos tarnybos procedūrose ir teisinėje sistemoje. Vartotojų organizacijos turėtų būti įtrauktos į tokios interesų grupės pripažinimo kriterijų nustatymą.
- Įvesti efektyvius kolektyvinio atsiteisimo mechanizmus tokius, kaip atstovavimą tolimesnio pažeidėjų persekiojimo prašymams ir savarankiškus skundus. Kolektyviniai veiksmai neturėtų reikalauti didelės grupės pavienių vartotojų tiesioginio dalyvavimo - turėtų būti taikomas “atsisakymo dalyvauti” būdas. Kolektyvinis atsiteisimas neturėtų būti ribojimas siekiant kompensacijų atsiradus pažeidimams ir apimti priemones, siekiančias sustabdyti vykstančius pažeidimus (draudimo priemonė).
- Užtikrinti, kad vartotojų organizacijos galėtų pateikti apeliaciją konkurencijos tarnybos priimtiems sprendimams.
- Užtikrinti, kad vartotojų organizacijos vaidintų reikšmingą ir prasmingą vaidmenį teisinių procesų konsultacinėse procedūrose ex-ante stadijoje.
- Nustatyti “viršesnio skundo” mechanizmą, tokį, kaip yra nustatyta D.Britanijos Įmonės įstatyme 2002, suteikiant priskirtoms vartotojų organizacijoms teisę teikti formalius skundus dėl bendrų žalingų požymių ar praktikos rinkoje ir dėl konkrečių konkurencijos taisyklių įtariamų pažeidimų. Tai suteiktų joms įstatyminių vaidmenį formuojant konkurencijos tarnybos darbotvarkę jei, kaip tai yra D.Britanijoje, egzistuoja įpareigojimas atsakyti į skundą per nustatytą laikotarpį.
- Įpareigoti aktyviai palaikyti nevyriausybines vartotojų gynimo ir konkurencijos priežiūros tarnybų bendradarbiavimą, pavyzdžiui įkuriant vartotojų elgsenos ir vartotojų skundų tyrimo bendrosios informacijos šaltinius.
- Sustiprinti institucinį įpareigojimą užtikrinti, kad vartotojų perspektyva priimama dėmesin. Mechanizmai turėtų apimti formalius susitarimus (t.y. supratimo memorandumus) su

vardotojų organizacijomis, pasiskirstant abiejų pusių lūkesčius, ir konkurencijos tarnyboje paskiriant vardotojų ryšių tarnautoją su atitinkamais resursais, galinčio veikti kaip savarankiško ryšio punkto vardotojams ir vardotojų organizacijoms.

Pašalinti kliūtis vardotojų organizacijų efektyviam dalyvavimui vardotojų gynime

- Nustatyti, kad konsultacijoms, skundų nagrinėjimui ir kitoms procedūroms skiriamas laikas pripažįsta vardotojų organizacijų disponuojamų resursų ribotumą.
- Suteikti galimybes vardotojų organizacijoms įgyti finansinių išteklių savo veiklai konkurencijos srityse, pavyzdžiui, per baudas, gaunamas iš konkurencijos pažeidimų, padengiant pačios vardotojų organizacijos išlaidas per teisinius procesus, tokius kaip teisinė parama ir sąlygas gauti atsilyginimą laimėjus bylą.
- Parengti mechanizmus pagerinti vardotojų organizacijų **priejimą prie rinkos informacijos**, šiuo metu ribojamos komercinių paslapčių pretekstu ar dėl pernelyg brangių komercinių rinkos tyrimų poreikio

Suteikime pilną svorį galutinių vardotojų interesams – eiliniam vardotojui – konkurencijos tyrimuose ir byloje

- Nustatyti, kad konkurencijos įstatymas ir tyrimų struktūra būtų konkrečiai orientuota į bendrąją poveikį **rinkos vartojimo pusės** veikimui ir, atskirai, galutiniam vardotojui, siekiant išvengti tendencingumo per tiekimo pusę ar tarpininkus.

Palaikyti ir paskatinti veiksmus skirtus padidinti visuomenės pasitikėjimą konkurencijos klausimais, aktyvius vardotojų prisidėjimus, skirtus jų pirkimų pasirinkimui ir jų teisėms, jei jie yra ribojimų veiksmų aukos.

- Sukurti jungtinius **vardotojų mokymo ir pasitikėjimo** projektus su vardotojų organizacijomis
- Skatinti **žiniasklaidos** supratimą ir susidomėjimą konkurencijos principais ir individualais
- Įtraukti vardotojų organizacijas į Konkurencijos bylų procesus.

Europos Komisija turėtų:

Paskatinti Šalis Nares pripažinti vardotojų organizacijų “teisinius interesus” konkurencijos reguliavime ir pritaikyti nacionalines priemones atitinkančias aukščiau paminėtoms rekomendacijoms.

Pritaikyti panašias priemones skirtas konkurencijos reguliavimui ES lygmenyje:

- Nustatyti kolektyvinio atsiteisimo mechanizmus ir pašalinti kliūtis efektyviam vartotojų dalyvavimui juridinėse procedūrose.
- Įsteigti “viršesnio skundo” mechanizmą.
- Palaikyti ES vartotojų gynimo organizacijų ir konkurencijos tarnybų kooperaciją, pavyzdžiui
 - Sukuriant bendrus vartotojų elgesio ir vartotojų skundų informacijos išteklius.
 - Suteikiant vartotojų organizacijoms formalų vaidmenį vystant konkurencijos politiką, pavyzdžiui per skaidrias konsultacijų procedūras.
 - Konkurencijos tarnyboje paskirti tarnautoją ryšiams su vartotojais, suteikiant atitinkamus resursus konkurencijai ir vartotojų gynimui, pilnai integruojant šią poziciją į tarnybos politikos formavimą.

Finansiniu aprūpinimu paskatinti ir palaikyti nacionalines vartotojų mokymo ir informavimo programas, siekiant padidinti pasitikėjimą konkurencijos dalykais ir jų supratimą.

Vartotojų organizacijos turėtų:

- ✓ Palaikyti ir pagerinti savo techninius gebėjimus ir, visumoje, konkurencijos įstatymo, bei, atskirai, vartotojų nuostolių principų supratimą ir interpretaciją.
- ✓ Skatinti ir palaikyti informacijos pasiskirstymą ir bendradarbiavimą tarp vartotojų organizacijų kainų, produktų prieinamumo, vartotojų skundų ir kitų faktorių, susietų su skaidrių ir konkurencinių rinkų tyrimais.
- ✓ Išvystyti žiniasklaidos strategijas, siekiant pagerinti vartotojų pasitikėjimą konkurencijos taisyklių buvimu ir jų turiniu, bei jų svarbos iškėlimui kasdieninėse vartotojų situacijose, ir tuo paskatinti konkurencijos tarnybas veikti vartotojų interesų naudai.
- ✓ Sukurti konstruktyvius formalius ir neformalius santykius su konkurencijos tarnybomis, pabrėžiant tokios kooperacijos vartotojų advokatavime bei vartotojų mokymo kampanijose abipusę naudą.
- ✓ Palaikyti ir paskatinti vartotojų informuoto pasirinkimo rinkoje praktiką ir remti juos, pereinant prie geresnio tiekėjo.

II. Pagerinti konkrečias rinkas

✓ Paracetamolis

Vyriausybės ir konkurencijos tarnybos turėtų pergaltuoti paracetamolio (ir kitų bereceptinių vaistų) **pardavimo ribojimų** poreikį ir jų pasekmes, atkreipdami pilną dėmesį į vartotojų

organizacijų rekomendacijas adekvačiai kitų suinteresuotų šalių rekomendacijoms.

Vartotojų organizacijos turėtų paskatinti **nepatentuoto paracetamolio** vartojimą, keldamos vartotojų pasitikėjimą - per žiniasklaidą ir kitas jiems prieinamas priemones – kaip tiesioginiu patentuotų produktų ekvivalentu, pagamintu pagal tarptautiniu mastu pripažįstamą formulę ir kokybės standartus.

✓ **Spausdintuvų rašalo kasetės**

Vartotojų organizacijos turėtų tęsti savo reguliarius kasečių bandymus ir palyginimus, ir ieškoti maksimalaus rezultatų viešinimo būdų.

Vyriausybės, vartotojų gynimo ir konkurencijos tarnybos turėtų toliau skatinti kasečių gamintojus teikti palyginamąją informaciją, išdėstyta pagal tarptautiniu mastu priimtus vertinimo metodus (t.y. formuluojamus pagal Tarptautinės standartų organizacijos –ISO) ant pakuočių ir reklamose. Jei gamintojas nedaro to savanoriškai, tai turėtų būti privalomas reikalavimas nacionaliniame ir/ar ES lygmenyje, sekant precedentais, nustatytais, pavyzdžiui, energijos suvartojimo žymėjimams, maisto žymėjimams, automobilio kuro sąnaudų duomenims, tikrosioms palūkanų normoms.

✓ **Benzinas**

Vyriausybės ir konkurencijos tarnybos turėtų stebėti **benzino rinką** daug atidžiau, kadangi daugumos šalių benzino paskirstyme dominuoja nedidelis pagrindinių kompanijų skaičius.

Jie turėtų taip pat peržiūrėti greitkeliuose esančių degalinių licencijų pagrindus ir laisvę, kurią tiekėjai naudoja nustatant aukštas kainas jose.

Vyriausybės, konkurencijos tarnybos ir vartotojų organizacijos turėtų palaikyti ir skelbti **vartotojų informacijos naujus šaltinius** apie benzino kainas, tokias kaip internetiniai tinklalapiai, nurodantys kainų sąrašą nuo „kiemo iki kiemo“.

II DALIS

TARPTAUTINIO PROJEKTO „VARTOTOJAI IR KONKURENCIJA“
TYRIMO DUOMENŲ LIETUVOS PARTNERIO LYGINAMOJI
ANALIZĖ IR IŠVADOS

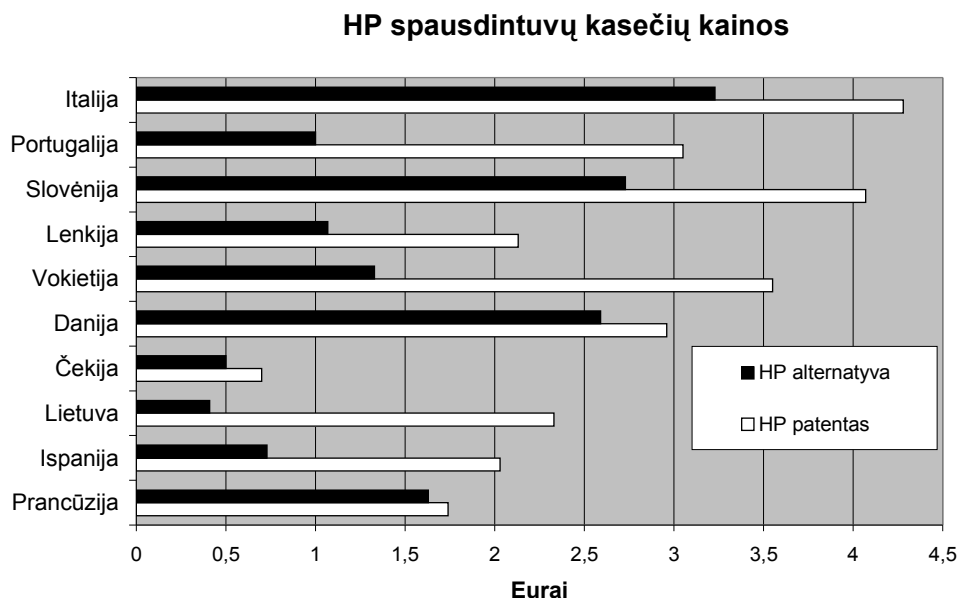
PRODUKTŲ KAINŲ LIETUVOJE IR ES ŠALYSE NARĖSE LYGINIMAS

Tyrimo metu gautų kainų tinkamam palyginimui atskirose projekto šalyse buvo svarstomi įvairūs palyginimo indikatoriai, kaip šalies vidutinis atlyginimas, minimalus atlyginimas, vidutinė pensija, vartojimo krepšelio išlaidos, „dešrainio“ indeksas ir kiti. Mes padarėme prielaidą, kad kainų palyginimui prieinamas ir statistikos aprobuotas tiesioginis rodiklis gali būti pilną darbo dieną dirbančio darbuotojo vidutinis uždarbis. Mūsų galva, šis rodiklis yra informatyvesnis, nei kiti, kadangi didžioji dalis vartotojų yra pilnos darbo dienos darbuotojai. Suprantama, kad lyginimas pagal vidutines pensijas Lietuvos rinkoms būtų dar mažiau palankus, bet, nežiūrint į tai, kad vartotojų-pensininkų dalis Lietuvoje yra reikšminga, ji nėra didžiausia.

Duomenis apie Europos šalių pilną darbo dieną dirbančio darbuotojo vidutinį uždarbį paėmėme iš Europos Komisijos ir Eurostato tinklalapiuose paskelbto 2007 metų leidinio⁵.

Lyginant dešimties šalių absoliučias vidutines HP rašalinių spausdintuvų patentuotų kasečių kainas (žr. Diagramą 2.1), tokių kasečių kainos Lietuvoje buvo artimos lygintų šalių vidurkiui, nes Čekijoje, Prancūzijoje, Ispanijoje ir Lenkijoje jos buvo mažesnės, o Italijoje, Portugalijoje, Slovėnijoje, Vokietijoje ir Danijoje – aukštesnės. Tuo tarpu nefirminių kasečių kainos Lietuvoje buvo žemiausios. Atlikus

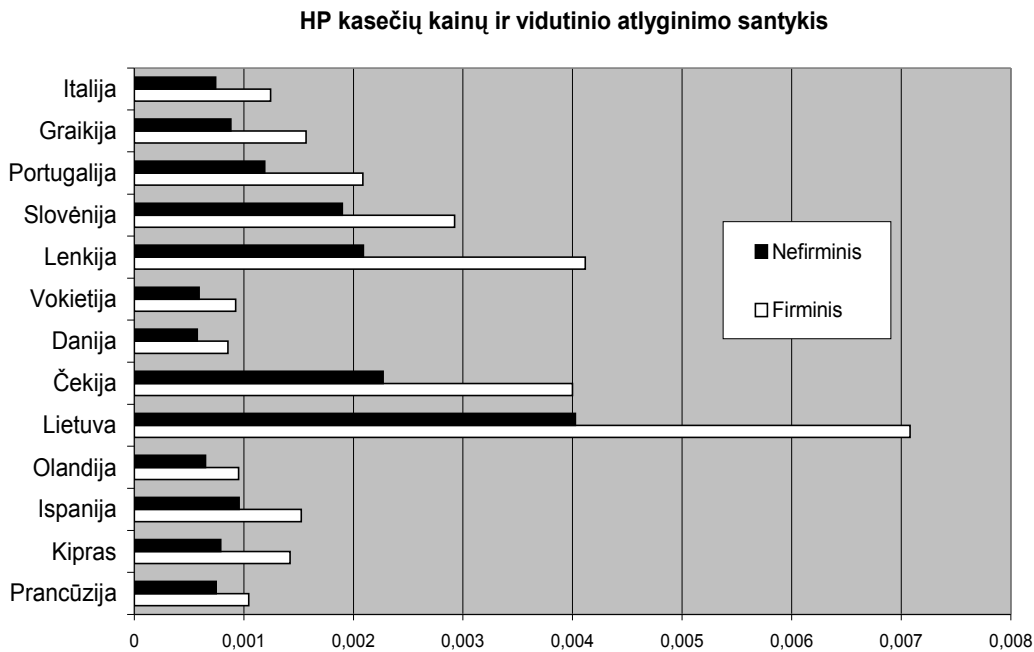
Diagrama 2.1



⁵ „Gyvenimo sąlygos Europoje. 2002-2005 metų duomenys“ (Living conditions in Europe. Data 2002-2005. Editon 2007).

kainų ir atlyginimų perskaičiavimą, paaiškėjo (žr. Diagramą 2.2), kad kasečių kainos Lietuvoje santykinai yra aukščiausios. Pavyzdžiui lyginant firminių kasečių santykinės kainas, jos Danijoje, Vokietijoje ar Olandijoje yra daugiau nei septynis kartus mažesnės nei Lietuvoje. Kaimyninėje Lenkijoje jos yra mažesnės nei Lietuvoje daugiau kaip 1,5 karto. Nefirminių kasečių santykinės kainos tarp Lietuvos ir kitų šalių yra panašių proporcijų Lietuvos nenaudai.

Diagrama 2.2



Diagramoje 2.3 pateiktos absoliučios patentuoto ir nepatentuoto (generic) paracetamolio kainos. Kainų pasiskirstymas yra panašaus pobūdžio, kaip ir kasečių atveju. Patentuoto paracetamolio vidutinių kainų lygis Lietuvoje yra vidutinis, o nepatentuoto – žemiausias. Tačiau žiūrint į lyginamųjų kainų reikšmes (žr. Diagramą 2.4), Lietuvos kainos yra visiškai nepalankios vartotojams. Patentuoto paracetamolio lyginamoji kaina Lietuvoje yra 8 kart didesnė nei Prancūzijoje. Nepatentuoto paracetamolio lyginamosios kainos yra didesnės nei Lietuvoje tik trijose šalyse – Slovėnijoje, Italijoje ir Lenkijoje.

Diagrama 2.3

Paracetamolio (patentuoto ir nepatentuoto) kainos

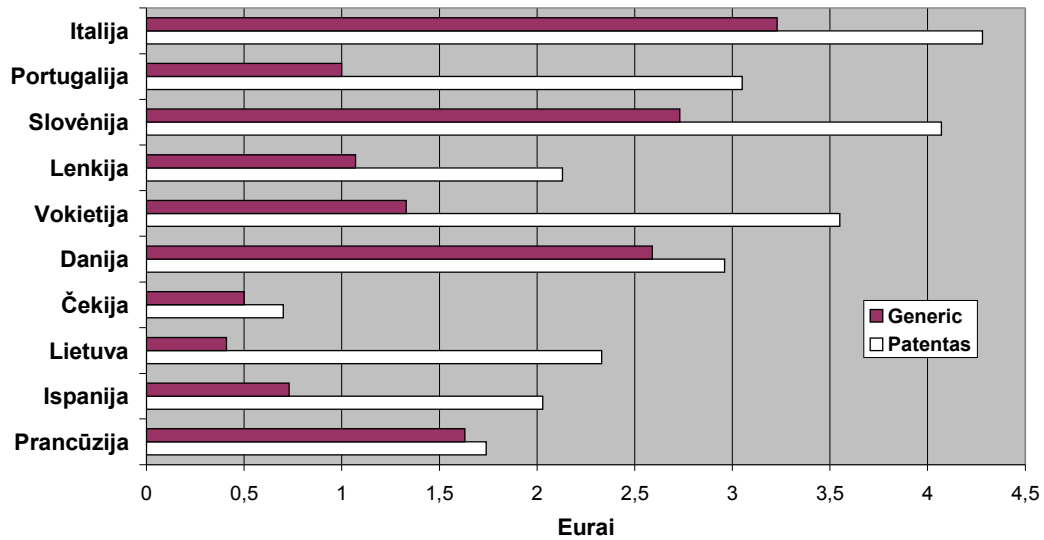
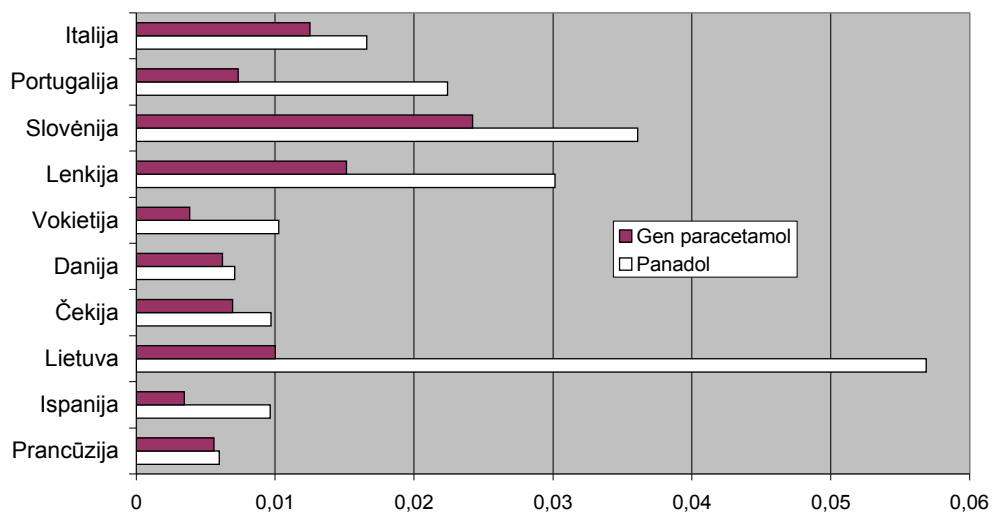


Diagrama 2.4

Panadolio ir nepatentuoto paracetamolio kainų ir vidutinio atlyginimo santykis



Žiūrint į absoliučias vidutines benzino kainas tyrimo laikotarpiu, jos mažiausios buvo Lietuvoje (žr. Diagramą 2.5). Tačiau atlikus lyginamuosius perskaičiavimus, benzino kainų lygis Lietuvos vartotojams nebuvo toks patrauklus (žr. Diagramą 2.6) – Lietuvoje santykinės benzino kainos buvo aukščiausios. Jos viršijo mažiausią kainų santykinį lygį, pavyzdžiui Danijoje, beveik 7 kartus.

Diagrama 2.5

A95 benzino 1 litro vidutinės kainos

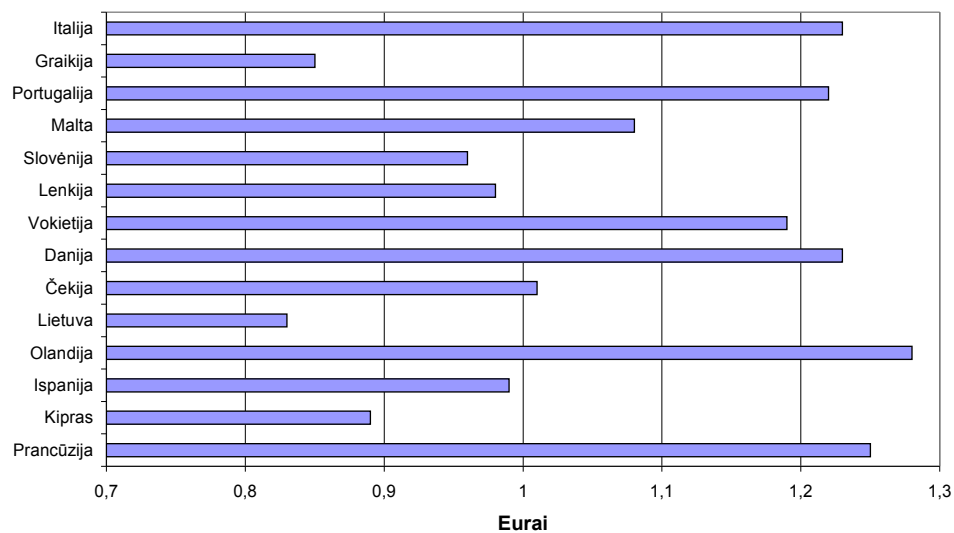
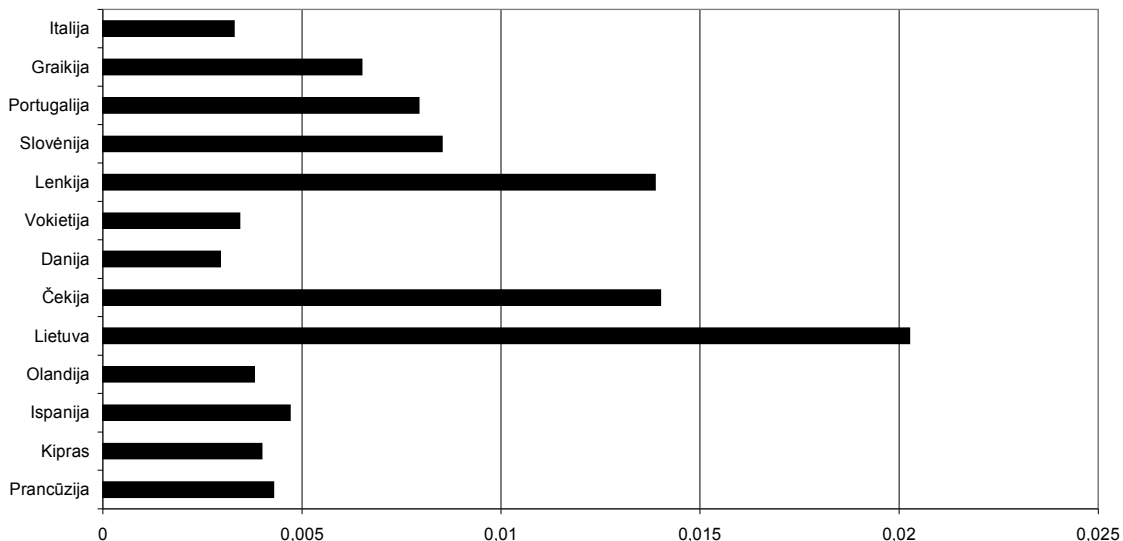


Diagrama 2.6

Benzino kainos ir vidutinio atlyginimo santykis



IŠVADOS

1. Nereguliuojamų rinkų produktų kainos Lietuvoje, lyginant su kitu Europos Sąjungos šalių narių kainomis, atsižvelgiant į pilnos darbo dienos vidutinį darbo uždarbį, yra ženkliai didesnės, o kai kurios iš jų – didesnės keletą kartų.
2. Lietuvos vartotojų prieigos galimybės prie prekių rinkas apibūdinančių rodiklių yra nereikšmingos dėl Lietuvos valstybinių sprendimų priėmėjų nepalankaus požiūrio į nevyriausybinės visuomeninės vartotojų organizacijas, tokių organizacijų aktyvistus bei rėmėjus ir atitinkamų teisės aktų trūkumą.
3. Lietuvos Respublikoje neskatinami vartotojų tyrimai konkurencijos, produktų ir paslaugų kainų, prieinamumo bei kokybės srityse. Sprendimų priėmėjai neskiria dėmesio vartotojų pasitikėjimo konkurencija suvokimo gerinimui bei tokio pasitikėjimo rodiklių nustatymui, vertinant konkurencijos ir ūkio valdymo efektyvumą.
4. Lietuvos vyriausybė ir įgaliotos institucijos neskatina nevyriausybinių vartotojų organizacijų vienijimosi sprendžiant aktualius vartotojų gynimo ir jų atstovavimo klausimus. Lietuvos valstybėje ignoruojamas vartotojų interesų gynimas, kaip atsvara verslo grupių ir kitų grupių interesams, rengiant teisės aktus, valstybines programas ir strategijas, kuriais nustatomos įvairios rinkos plėtros ir kitos sąlygos, kaip taisyklė lemiančios teikiamų vartotojams produktų ir paslaugų kainas, kokybę, prieinamumą, galimybę pasirinkti, vadovaujantis patikima informacija, ir kitas esmines sąlygas.
5. Lietuvos Respublikos biudžete vartotojų organizacijų gebėjimų vystymui, jų institucinei sandorai išlaikyti praktiškai nenumatomos kokios nors reikšmingesnės lėšos. Vartotojų organizacijos, atskirtos nuo priėjimo prie rinkos informacijos, neturėdamos išteklių pasitelkti profesionalius nepriklausomus ekspertus, bei neturėdamos gebėjimų lygiaverčiai ginti vartotojų interesus prieš verslo interesus atstovaujančių verslo asociacijų ir kitų struktūrų atstovus-lobistus, praktiškai neturi galimybių, skirtingai nei senosiose Europos Sąjungos šalyse narėse, apginti vartotojų ir visuomenės interesus darnaus vartojimo srityse.