

## KONKURENCE

# Konkurences žandarmi

Ne viss, kas konkurences jomā valstī darīts, iedzīvotājiem nesis tiešu un tūlītēju labumu. Uzņēmēji, kuriem noteikti sodi miljonos euro, tiesājas un strīdas. Patērētāji vienmēr grib lētāk, bet uzņēmēji - nopelnīt un turēt cenu

**Š**o vēlmju kruspunktā nonāk Konkurences padome, kam ir ūzandarma loma. Par Latvijas Konkurences padomes darbu, par kartējiem un tiesvedībām Dienas Bizness izjautāja Konkurences padomes izpildinstitūcijas vadītāju Māri Spīčku.

**Isi pastāstiet, kas ir godīga konkurence, ko Konkurences padome kontrolē? Kāds ir ideālais stāvoklis tirgū, kad ar konkurenci viss ir lieliski?**

Ideālais stāvoklis, manuprāt, ir, kad jebkurā tautsaimniecības nozarē un tirgū darbojas pietiekami liels skaits uzņēmumu, kas strādā neatkarīgi un konkurē savā starpā.

Uzņēmumu tendenze savukārt ir - kļūt lielākiem un stiprākiem un uzzarēt konkurences cīņā. Var veidoties loti lieli uzņēmumi. Konkurences padomes uzdevums ir pleskatīt, lai šie mīži ar savu ietekmi nemazinātu citu uzņēmumu iespējas strādāt rīkotos tausnīgi pret patērētājiem. Ideāla gadījumā viņi ir tolerantū un nemēģina izstumt mazos no tirgus, nenosaka netaisnīgas cenas, nediskriminē. Ja konkurence tirgū ir pietiekama, tad mēs skatāmies, lai uzņēmumi nenāktu kopā un neviešnotos mazināt savstarpējo konkurenci. To sauc par aizliegtu vienošanos, kad uzņēmumi saskaņoti rīkojas un vienojas par kādas preces cenu, tirgus sadalī, dalību iepirkumos. Visbeidzot, ja tirgū ir spēcīgi konkurenti, bet vienam ir lielāki naudas resursi, viņš var mēģināt nopirkīt citus uzņēmumus, piedāvājot izdevīgu cenu. Mūsu uzdevums ir saglabāt konkurenci un kontrolierēt apvienošanās gadījumus, kas negatīvi var mainīt stāvokli tirgū.

**Pārejot no konkurences jēgas uz burtu - jautājums ir par praktisko izpildījumu. Labākas konkurences vārdā Latvija ir sadalīti monopolī, kas nodarbojas ar gāzes un elektrobas tirdzniecību, tā cerot panākt labāku konkurenci. Vai praktiskais konkurences prasību izpildījums ir devis ideālo rezultātu?**

Ja mēs atvadāmies no kādas monopola situācijas, noteikti ir gaidas, ka strauji kaut kas mainīsies. Izvēloties konkurences tirgu, mēs gaidām ne tikai labāku cenu, bet arī labāku pakalpojumu, apkalošanu un citas uzņēmēju piedāvātās lietas.

**Visticamāk - Latvijas iedzīvotāji negaidīja, ka elektrobas sadales izmaksas pieauga un rēķini kļūs lielāki!**

Jā, infrastruktūras tirgos bieži vien nav prognozējams rezultāts. Par monopolu likvidēšanu ir ne tikai slikti

“

Karteļi bija jau tad,  
kad vēl nepastāvēja  
konkurences tiesības,

MĀRIS SPIČKA,  
KONKURENCES  
PADOMES  
IZPILDINSTITŪCIJAS  
VADĪTĀJS.



FOTO: EDIS PĀLENS/LETA

## VIEDOKLIS

### Maxima Latvija pārsūdzēs KP lēmumu

Jānis Beseris, SIA Maxima Latvija korporatīvo attiecību departamenta direktors:

**“**Maxima Latvija pārsūdzēs KP lēmumu par veikala atvēšanu Tērbatas ielā, uzņēmuma iestātai KP sniegtais pamatojums ir nepilnīgs un tajā saskatāmas būtiskas pretrunas, izvērtējot konkurences apstākļus esošajā apkārtnē.

KP lēmumā izmantota pilnīgi jauna pieeja nekā citās līdzīgās apvienošanās Latvijā līdz šim, un sniegtais izvērtējums nav pamatots ar kādu no KP un Eiropas Komisijas (EK) prakse sniegtajām teorijām, ar kurām var konstatēt negatīvas sekas konkurenci.

Pazīojumā ir nepamatoti šauri definēti konkretās ģeogrāfiskais tirgus. No lēmuma izriet, ka konkretās ģeogrāfiskais tirgus ir tīcis definēti, pamatojoties tikai uz vienu KP patēriņtu aptauju, to nosakot 4 minūšu gājienā attālumā, lai gan tam nav sniegti pilnīgi nekāds objektīvs pamatojums. KP veiktās patēriņtu aptaujas rezultāti neļauj identificēt visu ģeogrāfisko tirgu, kurā ietilpu viss konkurenti.

Tāpat KP pilnīgi nepamatoti un neatbilstoši savai iepriekšējai praksei nav nēmusi vērā lielu ikdienas preču mazumtirdzniecības veikalu ietekmi, kas atrodas konkrēto telpu tuvumā.

Izpētēitu ciemu Savienības dalībvalstu pieredzi, nav izdevies atrast nevienu piemēru, kur ģeogrāfiskais tirgus līdzīgā situācijā ikdienas preču mazumtirdzniecības tirgū būtu definēts šaurāk nekā 10 minūšu kājāmgājiena rādiusā.

Piemēram, Apvienotā Karalistes 2017. gada priedēle ietās Tesco and Booker, kurā tika vērtēts ģeogrāfiskais tirgus nelielumam ikdienas preču mazumtirdzniecības veikalem (convenience stores), konkretās ģeogrāfiskais tirgus tika noteikts 1 jūndes (1,6 km) rādiusā ap konkrētu veikalu neatkarīno tā, vai tas atrodas pilsētā vai lauku apvidū.

Savā izvērtējumā KP pilnīgi nepamatoti nav nēmusi vērā atsevišķus šī tirgus dalībniekus, kas būtiski maina tirgus situāciju un līdz ar to KP vērtējumu. KP nepamatoti un bez pamatīgākas analīzes no preces tirgus izslēž kioskus, specializētos veikalus un tirgus. Turklat, nosakot tirgus dalībniekus, ir izslēgti arī tuvējie veikalai.

piemēri. Ir arī labi piemēri. Sākotnēji telekomunikāciju tirgū mums bija viens operators. Mobilie sakari ir spilgts piemērs tam, ka jo vairāk ir konkurentu, jo labāka ir cena patēriņtajiem, ir arī labāka pakalpojumu kvalitāte un dažādas inovācijas.

**Tātad ir atšķirība, kādā tirgū veic konkurences izmaiņas un kontroli?** Tas ir svarīgi. Viss ir atkarīgs no tirgus – cik tas ir komplikēts, cik tur varētu būt tirgus dalībnieku, lai efekts būtu tuvu ideālam. Runājot par enerģētikas tirgiem – Latvijai nebija izvēles, vai attiekties no monopolstāvokļa vai vēl. Tas ir Eiropas Savienības regulējums, ka tirgus ir jāatver. Vai šajā gadījumā varēja būt kāds labāks izpildījums? Varēja būt gadījumā, ja mums pašiem būtu daudz elektrības ražotāju. Tad varētu būt lielāks spiediens uz cenu.

Daudz kas ir atkarīgs arī no pašiem patēriņtajiem, cik viņi ir mobili un vēlas tirgus izvēli. Ja vairums nevēlas iedzīvināties izmaiņās, paliek pie vēsturiskā uzņēmuma, tad cena var nemainīties. Patēriņtās jau ir tas, kurš izdarīja spiedienu un veicināja konkurenči. Ja patēriņtās ir konservātīvs, tad jauniem tirgus spēlētājiem nav pietiekamās kapacitātes darbībai.

**Kā piemērs varētu būt pensiju fondu turētāju komisijas procenti, kas strauji sāk mainīties tikai pēc jaunu tirgus dalībnieku parādīšanas?** Šis ir labs piemērs. Veidojās dabīga konkurence. Uzņēmums *Indexo*, ieņākot tirgū, veica plašu izskaidrošanas darbu. Daudzi pakalpojumi ir pietiekami sarežģīti cilvēkiem, un ne visos gadījumos ir šādas izskaidrošanas kampañas.

**Turpinot par likuma jēgu. Nereti ir jautājums, vai tiešām vajadzēja sādit, kaut arī likums to pieļauj. Konkurences padome 2011. gadā sodija 22 komercbankas par vienošanos starpbanku komisijas maksājumu gadījumā. Kādēļ Latvija izvēlējās ceļu – sodit?** Līdz 2016. gadam no likuma viedokļa Konkurences padomes darbs arī bija tāds, ka jebkura lieta, kas tiek uzsāk-

ta, ir arī jānovēl līdz noslēgumam lēmuma veidā, bet ir arī otrs aspekti. Eiropas Komisijai jau bija pabeigtas lietas pret *Visa* un *Master Card* par starpbanku komisijas maksājumiem. Bija konstatēta neatlauta vienošanās par starpbanku maksājumu liknēm. Tad sekoja nākamā lieta pret *Visa* un *Master Card*. Banku prakse un noslēgtās starpbanku līgums bija jāmaina, bankas to kavējās darīt.

Ja līdz lietas ierosināšanai un iebildumu izteikšanai bankas būtu praksi mainījušas, rezultāts varētu būt cits. Turklat mēs nebūjām pienīgie, kas Eiropas Savienībā gāja formālo ceļu un sodīja. Piemēram, arī Polijā par analogisku pārkāpumu bankas saņēma sodus.

**No Konkurences padomes ikdienas darbiem sabiedrībā apspriestākais ir aizliegas vienošanās vai karteli?** Tā ir konkurentu savstarpēja vienošanās par būtiskiem tirgus un komercdarbības parametriem, kurus komersantai būtu jānosaka pašam, neatkarīgi. Runa ir par cenu, par klientiem, ar kuriem komersants strādā, par iepirkumiem, kuros viņš piedalās, kurās teritorijās izplatīs preces vai pakalpojumus. Ja šāda vienošanās starp konkurentiem ir – tads ir kartelis. Karteli bija jau tad, kad vēl nepastāvēja konkurences tiesības. Jau tad tika konstatēts, ka no ekonomikas viedokļa kartelis vienmēr rada zaudējumus. Agrī vai vēlu pienāk brīdis, kad tas nodara jaunumu tirgum un patēriņtam.

**Karteli likumdošanā neatkarīgi no tirgus situācijas un radītajam sekām tiek uzskatīti par vispārēju jaunumu, kas būtu jāsoda?**

Tas ne vien no tiesību viedokļa, bet arī no ekonomikas viedokļa ir definēts jaunums, tāpēc bieži tiek salīdzināts ar zādību no sabiedrības. Kartela gadījumā nav būtiskas nozīmes, cik daudz mēs varam pateikt par tirgu un cik veiksmīgi tas funkcione, un kādi ir rezultāti. Kartelis fundamentāli tiek uzskatīti par sabiedrībai sliktu lietu, tādēļ ka tam ir vispārēja negatīva ietekme uz tirgu. Konkurences padome šādos gadījumos nodarbojas ar to, ka pierāda paša karteļa eksistenci. Protams, civiltiesiski, cietušajiem tiesā-

ceļot zaudējumu prasības, kas radušas no karteļa, zaudējumu apmēra noteikšanai nozīme ir arī sekām. Arī šajā gadījumā likumdevējs ir nācis cietušajiem pretim un paredzējis, ka karteļis ir radījis cenu paaugstinājumu par vismaz 10%, kas vairs nav jāpierāda.

**Pavisam ikdienišķs piemērs. Iedomāmīsās būtības pilsētas Centrāltirgu, kurā sievās tirgo saldos kīršus. Visiem saldajiem kīršiem ir viena cena, visi tiek pirkti no viena izplatītāja, sievās rāj viena otru par cenas samazināšanu. Tas taču ir kartelis, sodsiet?**

Ir dažāda veida karteli. Tie atšķiras pēc izmēra, pēc nozīmes un ietekmes uz tirgu. Šī iemesla dēļ Konkurences līgumi grozījumos 2016. gadā tika noteikti, ka Konkurences padomei nav visos gadījumos jāizmeklē un jāsoda, bet ir tiesības izdalīt prioritāras lietas. Mēs šobrīd varam izvēlēties, vai izmeklēt un sodsit, vai arī ir iespēja mazinošīgāku pārkāpumu gadījumos tirgus dalībniekus brīdināt, izskaidrot un aicināt mainīt praksi. Iepazīstinātie komersanti parakstās, ka ir brīdināti, un, ja turpina realizēt līdzīgas darbības, tad jau nākošajā reizē to var uzskatīt par recidīvu un seko sods.

Diemžel no mūsu veiktajam aptaujām un lietu prakses secināmā, ka vēl aizvien joti daudzi uzņēmēji turpina uzskatīt, ka vienošanās par cenu, par tirgus pārīdi, par dalību iepirkumā nav nekas slikts.

**Uz katras ielas Rīgas centrā ir kāds franšīzes uzņēmums, kurā pārdomā kafiju. Jebkurš var ievērot, ka kafijas cenas ir konstantas, pat atladeis ir konstantas. Zem franšīzes izkārtnēm ir dažādi uzņēmumi, to varētu uzskatīt par karteli, kas vienojas, piemēram, par kafijas cenu?**

Franšīzes nēmējs no devēja iegūst vienas zīnības par uzņēmumi, tas ir joti specifisks sadarbības modelis. Vielas biznesa mākas, kā pārdot, kā darīt, kā iekārtot, nāk no franšīzes devēja. Likums nosaka, ka cenas šajā gadījumā nedrīkst būt savstarpēji saskaņotas. Te varētu runāt par to, ka franšīzes devējs ir ieinteresēts par to, lai tiklā cenas ne pārsniegtu kādā kātāmā līmeni. Dalībnieki stingri vērsās pret karteļa noteikumu pārkāpējiem. Pret tirgus dalībniekiem pat pielietoja sankcijas, nepārdeva televīzorus. Bija mēlne saraksti, kuros iekļauti nepaklausīgi uzņēmumi. Savukārt tie, kas nodrošināja karteli, saņēma bonusus. Tas biji tipiski iekšzīmola kartelis, kas arī skaidri parāda, kā tā rezultātā cieš patēriņtāji.

Ar *Volkswagen* karteli situācija ir līdzīga, lai arī ne identiska. *Volkswagen* Latvijā izplatīja importētās un tirgotās cenas ikdienas tirdzniecībā saskaņot nav atjauns.

**Jau viduslaikos amatnieki apvienojās gildēs, lai noteiktu ne tikai vienotu kārtību, bet arī runātu par cenu. Mūsdienās ir nozaru asociācijas, kas cīnās par konkretās nozares uzņēmumu tiesībām. Vai asociācijas nekad nespriež par cenu vai tirgus pārīdi?**

Konkurences padomes tīmekļa vietnē ir publicētas vadlīnijas asociācijām, kas būtu jāņem vērā biedriem, savstarpēji diskutējot par dažādiem jautājumiem nozārē. Ir atļautie jautājumi, un ir tādi, par kuriem nevajadzētu asociācijas runāt. Mums ir bijušas vairākas lietas tieši saistībā ar asociācijām - par zvērinātēm revidēntiem, par kuģu aģentiem, par līzinga devējiem un cietiem. Piemēram, zvērinātu revidēntu kopsapulcē kādreiz tika lemts par to,

ka gada pārskatu revīzijas pakalpojumu maksa nevar būt zemāka par 500 latiem. Līdzīgi bija par kuģu aģentēšanas pakalpojumiem. Senāk asociācijā cīlveki sanāca kopā, un vienīgi šķita, ka tas ir normāli - apspriesties par dažādām lietām, tostarp arī cēnām vai tirgus pārīdi, tomēr arī uz asociācijām ir attiecināmi konkurences noteikumi tāpat kā uz uzņēmumiem.

**Dienas Biznesā** jau rakstījām par *Volkswagen* automašīnu tirgotāju karteli, tā saukto *Moller* lietu. Liešas izskatīšana turpināsies Augstākajā tiesā. Vai kartelis var tikt definēts starp viena zīmola precu tirgotājiem? Ja *Volkswagen* tirgotājiem Latvijā būtu viens dileris ar vairākām filiālēm, iznāk, ka par karteli runāt nevarētu?

Tas, protams, ir saistīts ar izplatīšanas modeļi, kādu izvēlas konkretās ražotājs vai importētājs. Noteikti ir kāds ekonomisks iemesls, kādēļ ražotājs vai importētājs neiesaistīs tiesī un neuzņemējas riskus par pārdošanu. Līdz ar to, izvairoties no riskiem, ko rada tirdzniecība, ir izveidojusies situācija, kad mums šeit ir vairāki tirgotāji, kuri darbojas kā neatkarīgi tirgus spēlētāji un nav uzskatīti par *Volkswagen* neatņemamu sastādījumu, lai arī tās ir nevis zīmola preci. Neatkarīgu uzņēmumu konkurenci uzlūko no Konkurences likuma pozīcijām.

Tas attiecināms uz visu zīmolu preču izplatīšanu. Mums ir bijusi viena zīmola karteli lieta, kas ir nonākusi līdz Augstākajai tiesai un sekmiģi pabeigta par labu Konkurences padomei.

Bija *Samsung* televizori tirgotāju kartelis, un naudas sodu izteiksmē lieta bija pat lielāka. Tur bija rekordīls naudas sods tiesī *Samsung* kompānijai, kas kā importētājs kopā ar tirgotājiem bija iesaistīta aizliegtā vienošanā – 4 miljoni eiro, bet kopējais naudas sods visiem uzņēmumiem bija 8,8 miljoni latu. Te arī stāsts ir par iekšzīmola karteli. Visi kopā, zinot importētājam, vienojās, ka konkretas tehniskas cena nebūs zemāka par noteiktu minimālu līmeni. Dalībnieki stingri vērsās pret karteļa noteikumu pārkāpējiem. Pret tirgus dalībniekiem pat pielietoja sankcijas, nepārdeva televīzorus. Bija mēlne saraksti, kuros iekļauti nepaklausīgi uzņēmumi. Savukārt tie, kas nodrošināja karteli, saņēma bonusus. Tas biji tipiski iekšzīmola kartelis, kas arī skaidri parāda, kā tā rezultātā cieš patēriņtāji.

Ar *Volkswagen* karteli situācija ir līdzīga, lai arī ne identiska. *Volkswagen* Latvijā izplatīja importētās un tirgotās cenas ikdienas tirdzniecībā saskaņot nav atjauns.

**Turpinājums 6. lpp.**

## VIEDOKLIS

### Būtiski tikt līdz problēmas saknei

Līga Mervina, ZAB Ellex Kļavīnš zvērināta advokāts:

**“**Konkurences padomi (KP) tiesās pavada veiksme. Pirmkārt jāsaka, ka liela daļa KP lēmumu no konkurences tiesību viedokļa patiesībā ir diezgan vienkārši un par sumērā primitīviem pārkāpumiem - skaidriem kartelijem, galvenokārt publiskajos iepirkumos. It īpaši tas bija raksturīgi līdz 2016.gadam, pirms Konkurences likumā tika izdarīti grozījumi, kas atļāva padomei izdalīt prioritāras lietas jeb, vienkārši sakot, izvēlēties, par kādiem pārkāpumiem rosināt formālas izmeklēšanas un kādus var atrisināt, vienkārši pakratot ar pirkstu un prasot iesaistītajiem laboties.

Līdz 2016.gadam pat relatīvi mazas ietekmes pārkāpumi izgāja visu formālo izmeklēšanas procesu un beidzības ar iestādes negatīvu lēmumu. Tā kā kartelim, kas konstatēts ar KP lēmumu, ir smags sekas - ne vien naudais sods, bet arī izslēgšana no publiskajiem iepirkumiem - šie lēmumi gandrīz vienmēr tiek arī pārsūdzēti, lai nepakāmās sekas vissmār novilcītu. Tomēr nomācīšo vairumā gadījumu šajās lietas pēc būtības tāpat ir skaidrs, ka pārkāpums ir noticis, līdz ar to tiesīsvedības ir diezgan formālos un lielā mērā šo gadu laikā ir palīdzējušas KP tikt pie ekskluzīvās tiesāšanās statistikas.

Tajās lietas, kas ir sarežģītākas un ne par kartelijem, KP tiesāšanās statistiku nav tik spīdoša. Cits jautājums, ka šādu lietu proporcionāli nav tik daudz, jo iestādes prioritāte, dabiski, ir tieši karteli. Manā pieredzē ir bijušas relatīvi nedaudzus konkurences lietas, kur es uzskatu, ka Konkurences padomes pieņemtais lēmums ir bijis pēc būtības nepareizs. Var nepiekrist kādam argumentam vai izmantotai metodikai, bet lielais vairums iestādes lēmumu, manuprāt, tomēr ir no konkurences tiesību viedokļa pamatooti un vērti uz taisnīgu rezultātu. Šādus gadījumus vienmēr klientiem iесас nepārsūdzēt, jo tas ir viena izķšķētis resurs - daudz efektīvāk ir no šīs bēdīgās pieredzes kaut ko iemācīties, mainīt savu uzvedību tirgū un nepieļaut līdzīgus gadījumus nākotnē. No tām lietām, kurās tomēr ir bijis piemērts, manuprāt, pēc būtības nepareizs lēmums, vienādējību zaudējām un lēmums palīka spēkā. Tā ir tā sauktā banku lieta par starpbanku komisijas maksām. Vienā lietā ar ES tiesās palīdzību uzvarējām. Līeta bija par ekskluzīvītās noteikumiem vertikālos līgumos, un iestādes lēmums tika atcelts, vēl ir viena pavisam svaga lieta, kur gala rezultāts vēl ir procesā.

Ļoti lielu lomu jebkurā administratīvajā tiesīsvedībā, tā skaitā lietas par Konkurences padomes lēmumiem, spēlē tiesas iespējas pieklūt problēmas saknei. Itpātī svarīgi tas ir sarežģītās lietas, kādas mēdz būt arī konkurences tiesību jomā.

Diemžēl praksē notiek tā, ka, nonākot tiesā, gan KP, gan citi lietas dalībnieki mēdz nostāties radikālās aizstāvības pozīcijās un kēras pie jebkādas demagōģijas, lai tikai diskreditētu pretējās puses viedokli un samežīgtā procesu, līdz ar to tikai apgrūtinot tiesas ceļu uz objektīvi taisnīgu rezultātu. Bieži gribētos redzēt profesionāļu pieejumi no vienīm iestādes dalībniekiem, tās noteikti palīdzētu nodrošināt pareizāku iznākumu katrā lietā un veidot saprātīgu konkurences tiesību piemērošanas praksi kopumā.

tas konkrētai automašīnas markai, un neko nedarīja. Dažiem tas, protams, ir ne tikai reputācijas jautājums. Ja rau-gās no publisko personu, no pasūtītāju pusēs, tas ir smags interešu konflikta, iespējams, koruptīvs jautājums. Par atsevišķiem lietas aspektiem mēs informējam KNAB, un tie tika izmeklēti citā institūcijā.

**2017. gada augustā Konkurences padome konstatēja Knauf celtniecības materiālu tirdzniecības karteli, kurā ietilpēja veikalā tīkli Depo, Kesklo Senukai un Kurši. Sods visiem – 5,8 miljoni eiro. Tiesīsvedība vēl aiz-vien turpinās. Depo tiesīs apgalvo, ka nav atbildējuši uz e-pastiem. Tā jaun jebkuram var pastkāsti iekrist kompromitējošs e-pasts, un viņš ir vaimojams karteli? Kā skaidrojat universālo KP atbildi - «skaitīt lietu kopsakarībā»?**

Pašreiz lieta ir tiesīsvedībā, un es varu atsaukties uz Konkurences padomes pozīciju par konkrēto aizliegto vienošanos, kas pausta lēmumā. Vienošanās pastāvēja 8 gadus, un visu laiku starp dalībniekiem notika saziņa, kurās mērķis bija panākt vienošanās dalībnieku māksligi noteikta cenu līmēja Knauf un Norgips precēm uzturēšanu un ievērošanu tirgū.

Nevienā brīdī netika konstatēts, ka kāds no vienošanās dalībniekiem būtu norobežojies un teicis, ka tam ir sava cenu politika, lai e-pastus viņam ne-sūta, tas viņu neinteresē.

Mēs izmantojam jebkuru vienošanās dalībnieku saziņu, kas var pierādīt karteli. Jāsaprot, ka kartelā vienošanās netop, tā vienkārši sēzot pie galda un parakstot dokumentus. Parasti vi-sas šīs sarunas ir slēpenas.

Dokumenti un informācija par saziņas mērķi ir izlases kārtībā jāmeklē milzīgā uzņēmumā esošā informācijas gužumā. E-pasti parasti ir vieni no pierādījumiem, lai arī bieži centrāli.

Papildus ir arī citi pierādījumi - tik-šānas protokoli, kur ir sarunu tēmas, panāktās vienošanās un citas lietas, kas konstatēts arī šajā lietā. Lēmumā arī seviņās, ka pastāvēja bonu-su sistēma, kuru nodrošināja Knauf, un viens nu bonusim bija par cenu lī-meja ievērošanu. Līdz ar to Knauf rī-cībā bija kā burķans, tā pātāga vieno-šanās izpildei. Mūsu izpratnē, kartela eksistenci esam pierādījuši. Savukārt, ciktāl tas attiecas uz cenu, tās, ievē-rojot ekonomikos procesus, svārstās, bet tas nenozīmē, ka kartelis zemākas cenās dēļ savu darbību būtu pār-traucis. Piemēram, nevar no ilgstoši pastāvējušas vienošanās vienu gadu izņemt ārā, tādēļ ka tajā gada, piemēram, cenas bija zemākas vai kartela dalībnieks togod nesaņēma e-pastus vai norādes no citiem dalībniekiem, vai arī saņēma, bet neatbildēja uz tiem. Pie tiek, ja no pierādījumu secīga kom-puma ilgstoša laika periodā ir saprotama dalībnieku vienota rīcība, vienos mērķis. Tas norāda uz kopēju sistēmu, aizliegtas vienošanās eksistenci, tādēj-tās pilnīgi visu atsevišķo elementu ne-pārtraukta funkcionēšana nav būtiska.

**Viens no pēdējiem lēmumiem par veikalā top! telpām Rīgā, Tērbatas iela. Telpas vēlējās nomāt Maxima, bet jūs liezdāt to darīt. KP lēmumā norāda, ka tiks mazināta konkuren-ce un telpu nomas jautājums pie-līdzīnās uzņēmumu apvienošanai. Pamatojums balstījās uz to, ka ie-dzīvotāji centrā pārvietojas kājām un 4 minūšu rādius ir tikai Maxima un Rimī. Iznāk - ja top! telpas nepalielik, bet Maxima netiek, tad cietējs ir telpu iznomātājs, bet pa-tērētājam var gadīties, ka ir viens pārtikas veikalās mazāk?**

Nav gluži tik vienkārši, ka top! grib izvākties un Maxima ievākties telpās. Telpu iznomātājs vienmēr ir ieinter-

## VIEDOKLIS

### KP panākumus tiesās skaidro ar defektīviem pierādījumiem

Uģis Zeltiņš, zvērināts advokāts:

**“**Manuprāt, administratīvajās tiesās ir tiesneši, kas grib un spēj konkurences lietas izskatīt ļoti profesionāli, bet dažkārt tiesu rīcībā ir pārsteidzoša. Ir bijušas lietas, kas izskatītas, tiesai neuzdotod nevienu jautājumu kādai no pusēm. Savukārt, piemēram, lietā par starpbanku komisijas maksām tiesa noraidīja banku viedokli, ka KP būtu vajadzējis ļaut mainīt praksi, nevis sodīt, ar argumentu, ka bankas, «kurš turpinās tiesīsvedību šajā lietā, pieteikami neapzinās pārkāpuma smagumam», tā pasakot, ka pat lēmuma pārsūdzēšanai jau liecina par jaunprātību.

Tiesas labvēlībai pret KP var būt vairāki iemesli. Minu, ka viens no tiem ir KP lēmumu izskats. Tie ir gari, tajos ir daudz zemsīvās piezīmju un, salīdzinot ar citu iestāžu lēmumiem, tie vienkārši izskatās «nopietnāki». Cits iemesls varētu būt konkurences tiesību tehniskā sarežģītība. Pieļauju, ka tiesīsmis var rasties sajūtu, ka KP darbinieki konkurences tiesību tehniskajās nānsēs orientējas labāk.

Manā skatījumā, konkurences lietas iestās jāuzlabo pierādījumu vākšana un vērtēšana.

Pirmkārt, KP nav pienākuma lietas materiāliem pievienot visu savāktā informāciju un visus aprēkinus. Rodas iespēja tirgus dalībniekiem un tiesai rādīt tikai apsūdzībāi noderīgos e-pastus un datus, bet tos, kas neatbilst iestādes teorijai par pārkāpumu, lietas materiāliem vienkārši nepievienot. Būtu pareizi KP procesā ieviest negrozāmu, tikai papildināmu dokumentu reģistrā. Šāda prasība pastāv kriminālitētās, un to paredz Kriminālprocesa likuma 235. pants «Liektisko pierādījumu un dokumentu pievienošana lietai un glabāšana».

Otrkārt, KP un tiesas pārīgi būvī izmanto argumentu, ka pierādījums ir apsūdošs vienkārši «savstarpejā kopsakarībā» ar citiem pierādījumiem.

Tirgus dalībnieku skaidrojumi par dokumentu saturu tiek norādīti, jo vienmēr izrādās, ka «kopsakarībā» ar nenosauktiem citiem dokumentiem saturs ir apsūdošs. Iestādes argumentum par pierādījumu nozīmi «savstarpejā kopsakarībā» būtu jāatkļūt konkrētāk.

sēts saņemt pēc iespējas lielāku no-masu. Tādā vienībā pārīgi piedāvāt labāku nomas maksu, bet top! ir spēj pamest tel-pas, jo nespēj tik daudz maksāt. top! ir kooperācijas veikalā tīkls, kas sastāv no daudzīgiem maziem neatkarīgiem uzņēmumiem. Līdz ar to vienībā nav šīs «dzīlības kabatas», kur pagrabties papildu naudu un attieciņi maksāt tik lielu telpu nomu.

Stāsts šobrīd ir noslēdzies ar to, ka Tērbatas ielā būs top! veikalš, bet to pārvāldis citis uzņēmums. Līdzīnējais bija SIA ESSA, bet pēc 14. janvāra tel-pas salīmēkš SIA Mārkssens. Šo informāciju top! snieguši ziņu aģen-tūrai LETA.

Par pašu pētījumu, kas ir mūsu anali-zes pamāt, To veica neatkarīgs pētīcības uzņēmums, aptaujot kon-kēto telpu apmeklētājus. Tika konsta-tēts, ka apvienoti 80% pircībā veikalā iet nātru strādājošie, tūristi vai apkai-mes iedzīvotāji, kuri iet uz veikalā kā-jām, un videjais laiks, ko viņi ir gata-vi tērēt gājenam, ir 4 minūtes. Tādēj-ār par tīkla lēmumu tika pieņemts šīs 4 minūšu rādiuss jeb izobroms. Tas ir patēri-tā definīts. Piemēram, lievelī-ku gadījumos, kas ir stratēģiski no-zīmīgi un demonstrātiemētāji prete-jus patēri-tāju iepirkšanas paradumus, mēs nemam vērā, cik ilgā laikā klients var nokļūt uz lievelīku ar māšīnu vai sabiedrisku transportu. Piemēram, tādās gadījumā ir Dominas lieta.

Risks, ka telpu iepānieks var palikt bez vēlamā nominātu, pastāv. Tomēr tiesi šī iemesls dēļ, lai neveidoatos pār-mērīga tirgus koncentrācija un netiku būtiski samazināta konkurence, pa-tīstības apvienošanās kontroles regule-jums. Šajā gadījumā tiek domāts arī par sabiedrības interesēm, lai iegūtu patēri-tāju, nevis tikai viens telpu iepā-nieks un tīkotājs. Būtiski ir saprast,

Jānis Goldbergs